

Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white, sans-serif font centered within a solid blue rectangular background.

Não se trata de moda. O conceito de web
3D veio para ficar [It's not about fashion.
The concept of 3D web came to stay]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository.
More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy
of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Article
Authors	Toledo, Armando
Publisher	Instituto Humanitas Unisinos - IHU
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-07-04 22:00:21
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/162153

grupos de humanos se empenham em estruturar e registrar o conhecimento da tradição para todos, tanto para as futuras gerações como para quaisquer interessados. Se pretendemos entender os mecanismos e ações que estão modificando o modo de pensar e viver do homem em sociedade, devemos procurar em exemplos livres, chamados de Comunidades Open Source, ligadas aos acordos GNU e, inclusive, projetos comerciais

como, por exemplo, a Comunidade DAZ (www.daz3d.com), na qual são praticadas referências econômicas muito diferentes daquelas do mundo capitalista selvagem, no qual estamos inserido. Mas o Second Life não apresenta, de fato, tanta expressividade como a mídia de massa tradicional tem, neste sentido, tentado colocar.

“Não se trata de moda. O conceito de web 3D veio para ficar”

ENTREVISTA COM ARMANDO TOLEDO

Armando Toledo, diretor da área de Sistemas e Tecnologia da IBM Brasil, diz que o sucesso do mundo virtual deve-se à tendência de que a utilização do 3D é muito mais natural para o ser humano do que a utilização do 2D. Em entrevista concedida por telefone para a IHU On-Line, ele fala sobre a aposta da IBM na web 3D, que tem no Second Life seu exemplo de maior sucesso até o momento. No entanto, é enfático: “É inegável que uma reunião física é melhor do que dentro do Second Life. Isso não se discute”.

IHU On-Line - Quais são as vantagens para a IBM ao atuar no Second Life? O que o mundo virtual pode trazer de complemento ao mundo real?

Armando Toledo - Em seu histórico, a IBM trabalha com três valores, nos quais a companhia é baseada, acredita e prega. Um deles é a inovação, que deve ajudar a companhia e a sociedade. Para fomentar esse ponto, uma das coisas que fizemos no ano passado foi algo chamado Innovation Jam. O presidente da companhia convidou todos os funcionários para participarem, pela web, com idéias e sugestões de quais são as áreas de inovação hoje, quais as tendências que a

IBM deveria seguir. Nesse Innovation Jam, que durou três dias, tivemos participação de mais de 150 mil pessoas no mundo, sendo a maioria de funcionários, em 104 países, colaborando, como se fosse um fórum, ou um blog. Isso tudo gerou 46 mil idéias, que foram agrupadas em dez áreas, nas quais a IBM decidiu investir cem milhões de dólares nos próximos dois anos, aproximadamente dez milhões em cada uma delas. Uma das dez áreas que apareceu, nesse Innovation Jam, é a que traz o conceito de web 3D. Isso está explodindo e irá crescer. Se não for fortemente apoiado, pode transformar-se num problema. O Second Life é uma das diversas variações que

existem hoje de mundos virtuais. Dentro de web 3D, o exemplo mais forte que vemos até agora, pelo menos de maior crescimento, é o Second Life. Hoje, a IBM tem mais de 24 ilhas dentro do Second Life. Temos as ilhas principais da companhia, e agora contamos com o Business Center. A IBM usa o Second Life para reuniões internas, e com clientes. É inegável que uma reunião física é melhor do que dentro do Second Life. Isso não se discute. Só que muitas vezes as pessoas, numa reunião, ficam cada uma num canto. A vantagem de realizar um encontro por meio do Second Life é que as pessoas têm mais capacidade de colaborar. Nos eventos internos, muitas vezes, há intervalo para café. Se é um avatar, ele não precisa de intervalo para café. Quando se faz uma conferência por telefone, na hora em que acaba, todo mundo desliga. Numa reunião no Second Life, tudo acontece de maneira muito parecida com uma reunião verdadeira. Na hora em que acaba, alguns vão embora, enquanto outros ficam conversando e esticando um pouco mais algum assunto específico. O conceito de colaboração é muito forte quando é feito por meio de web 3D ou do Second Life.

IHU On-Line - Como é fazer negócio pelo Second Life?

Armando Toledo - Não fazemos negócios nem assinamos contratos pelo Second Life. Temos duas grandes iniciativas nele, duas lojas de clientes nossos. Numa das lojas, você pode entrar, definir como quer sua cozinha, que móveis e eletrodomésticos deseja, o vendedor monta e você consegue entrar na sua cozinha, visitar como ela vai ser. Além disso, se quiser, pode entrar no site da empresa, ou telefonar para o 0800, para fazer seu pedido fisicamente. Temos trabalhado muito mais no sentido de apoiar o processo de vendas. A mesma coisa funciona com a IBM. Lançamos na metade de maio o IBM Business Center. Temos uma ilha hoje só para receber nossos clientes. O cliente pode sentar com um vendedor em uma mesa, ou pode visitar a livraria

técnica para saber mais informações sobre produtos. Há salas de reuniões, auditórios, mas tudo isso para ajudar no processo de vendas, como um auxílio ao processo normal. Se o cliente falar que quer comprar, vamos usar um dos processos tradicionais de venda: web, telefone ou visita física ao cliente. Reafirmo: não fazemos negócios dentro do Second Life. Não vendo nenhum produto em lindens. Usamos o Second Life somente como ferramenta de auxílio ao processo de vendas já existente.

IHU On-Line - As áreas de Recepção, Centro de Vendas, Biblioteca de Suporte Técnico, Centro de Inovação, Centro de Apresentações para Clientes e Centro de Conferências funcionam de modo 100% virtual? Os funcionários viram avatares? Esses representantes são avatares dos representantes reais? Ficam online o tempo todo?

Armando Toledo - Lançamos em 15 de maio o Business Center. Hoje em dia, ele tem suporte em sete línguas. Temos funcionários trabalhando lá em horário comercial. O funcionário da IBM, dentro da IBM, tem seu avatar. Se você chegar no horário comercial no Business Center, no mínimo haverá alguém em inglês para te atender. Existe uma pessoa aqui em São Paulo, no caso do português, dedicada ao trabalho com o Second Life. Na hora em que chega um cliente dizendo que precisa de suporte em português, automaticamente um aviso é disparado, o funcionário se loga e senta na mesa com o cliente. Muitas empresas se instalam no Second Life, mas não colocam ninguém nele.

IHU On-Line - Qual tem sido o resultado até o momento? Os clientes (ou seus avatares) estão interagindo mais com a empresa?

Armando Toledo - Ainda é uma coisa bem nova. Nós acreditamos que isso vai crescer em uma exponencial a ponto de termos cada vez mais clientes. Ainda não temos

um grande volume de negócios intermediado pelo Second Life. Entendemos que não se trata de uma moda. O conceito de web 3D veio para ficar, ou seja, não vai passar. Se a plataforma será ou não o Second Life, não sabemos. O mercado é que vai mostrar para onde isso vai. O pessoal da Linden abriu o código do Second Life para fomentar que ele seja o padrão utilizado por todo o mundo. A tendência natural do ser humano é muito mais de navegação em 3D do que em 2D.

IHU On-Line - Hoje a IBM tem mais de 4.000 funcionários ativos no Second Life, um significativo aumento em comparação aos 800 que havia em dezembro. Como é feita a propagação dessa aposta no virtual dentro da empresa? Como “contagiar” os funcionários?

Armando Toledo - No sistema de cadastro dos funcionários da IBM, já existe uma opção para cadastrar

o nome do avatar. Temos 4 mil funcionários hoje que tem seus avatares registrados na IBM. Pode ser que tenha até mais gente, que não se registrou. Nós incentivamos os funcionários a fazerem isso. Na página interna da intranet da IBM, existe toda uma explicação para a criação de um avatar.

Tem um aspecto do Second Life que te permite ter sua casa virtual, sua mulher virtual, seu filho, seu cachorro e seu carro virtuais. Não é exatamente para esse lado que a IBM está indo, do mesmo modo que há na internet coisas com as quais a IBM não se envolve. Acreditamos que o que está a nossa frente agora, depois de passarmos pelo conceito de web 2D, que é um conceito de colaboração, é um conceito de “co-criação”. O que reforça isso é que a tendência é essa: é mais fácil colaborar em 3D do que em 2D. Hoje estamos naquela fase bem sofrível de navegar, bem como era no início da internet.

