

Metavers: următoarea frontiera a experienței umane și de muncă



Din când în când, apare o nouă paradigmă tehnologică, care promite să re-organizeze în mod fundamental industriile, economiile, societățile și viața de zi cu zi. La aproximativ 10 ani de la ultima astfel de schimbare - social, mobil, cloud - s-ar putea să ne aflăm în pragul uneia noi: metaversul.

Prezentat ca fiind succesorul internetului, metaversul se referă la un tărâm virtual tridimensional, comun, în care oamenii interacționează cu obiectele, cu mediul înconjurător și între ei prin intermediul unor reprezentări digitale ale lor sau avatari. Element principal al romanelor științifico-fantastice de zeci de ani, metaversul nu este un concept nou; există deja versiuni timpurii funcționale, în special în industria jocurilor video. Cu toate acestea, odată cu pandemia, care a accelerat convergența dintre fizic și digital, împreună cu evoluția tehnologiilor complementare și emergente, metaversul pare pregătit să se extindă în toate sferele de activitate umană.

Fără îndoială, conceptul se află încă la început, dar se întrezăresc deja imagini despre cum ar putea arăta metaversul, cum îl vor folosi oamenii și ce oportunități va genera. Provocarea pentru întreprinderi, guverne și societate în general este de a naviga cu succes în această nouă epocă tehnologică și de a inaugura următoarea frontieră a experienței umane, inclusiv a experienței de muncă.

Pe măsura ce metaversul se intersectează cu diferite fațete ale realităților noastre fizice și digitale, apar unele întrebări-cheie:

Sunt autoritățile de reglementare pregătite pentru metavers?

Autoritățile de reglementare se confruntă deja cu gestionarea externalizărilor negative ale tehnologiilor digitale actuale. Problemele legate de colectarea de date personale, de confidențialitate, de „deepfakes” și multe altele au un impact semnificativ asupra structurii societății noastre, precum și asupra modului în care companiile interacționează cu clienții și angajații lor. Foarte probabil, metaversul va amplifica aceste provocări și va introduce altele noi.

Pe termen scurt, portalul nostru în metavers va fi reprezentat de dispozitivele de realitate virtuală și augmentată. Acestea nu numai că ne vor permite să interacționăm în metavers, dar vor permite și companiilor să urmărească date din ce în ce mai personale, cum ar fi expresiile faciale, tensiunea arterială, privirea și multe altele. Legile și reglementările actuale privind datele vor trebui actualizate pe mai mulți vectori, de la accesul echitabil la securitate, răspundere, drepturi de proprietate intelectuală și drepturi digitale, precum și altele noi, cum ar fi auto-reprezentarea onestă. Cum ar arăta o reglementare bună și echitabilă și de ce va fi nevoie pentru ca autoritățile de reglementare să se impună de data aceasta?

Într-o lume dominată din ce în ce mai mult de realitatea virtuală, conceptul de metavers va fi cel mai probabil în scurt timp pe buzele tuturor, atunci când va veni vorba despre a socializa, a se juca, a învăța sau a munci.

Dacă în timpurile pandemice pe care le-am trăit și încă le mai trăim, telemunca a fost noua normalitate a modalității de desfășurare a muncii de către angajați, prin prezența fizică a acestora într-un alt loc decât la sediul angajatorului, în conceptul de metavers oamenii vor putea lucra împreună, în orice loc al lumii, fără a fi necesară, în realitate, prezența lor fizică acolo. Și dacă vom ajunge să muncim nu doar cu ajutorul internetului (online), ci și în interiorul lui, ar trebui deja să se aibă în vedere dezvoltarea și implementarea unui cadru legal care să reglementeze această nouă realitate a desfășurării muncii și să se poată răspunde nenumăratelor întrebări care vor trebui soluționate, precum: unde și cum se vor impozita veniturile realizate de persoanele fizice prin intermediul unui avatar digital, unde vor fi datorate și plătite contribuțiile sociale aferente sau se va pune problema stabilirii unei rezidențe fiscale a avatarului digital?

Din această perspectivă, este interesant de urmărit și modul în care se vor putea derula relațiile de muncă într-o realitate virtuală. Diverse întrebări, care vor trebui soluționate prin reglementările legale, deriva de aici: care sunt riscurile privind securitatea și sănătatea muncii în cazul desfășurării activității într-un birou virtual? cum vor putea monitoriza companiile orele lucrate în metavers și cum vor putea fi remunerați angajații „virtuali”? ce fel de fapte vor putea constitui o abatere disciplinară în metavers și cum se va putea atrage răspunderea de orice natură a angajaților pentru faptele săvârșite într-o realitate virtuală.

Și cum relațiile de muncă implică întotdeauna și prelucrarea de date cu caracter personal, rămâne de văzut dacă legislația actuală va fi suficientă pentru a asigura securitatea datelor generate și circulate în metavers. Asadar, una din marile provocări în acest domeniu ar putea fi asigurarea instrumentelor necesare pentru a preveni furtul de identitate, atacurile cibernetice sau utilizarea nelegală sau excesivă a categoriilor speciale de date personale, precum datele biometrice.

Dacă mergem mai departe vom putea vorbi despre crearea în metavers, vânzarea și cumpărarea de proprietăți și bunuri digitale (cum ar fi NFT etc.), care se vor traduce, mai departe, în alte categorii de venituri la nivelul persoanelor fizice – venituri din vânzarea de proprietăți virtuale, din închirierea acestora și altele. Vom avea, deci, o paralelă a lumii fizice, la care ar trebui să ne gândim intens și serios, pentru a începe încă de pe acum pregătirile în vederea reglementării acesteia.

Cum va reîncadra metaversul experiențele centrate pe om?

Punerea intereselor umane în centrul atenției este o caracteristică tot mai diferențioasă pentru organizațiile din ziua de azi. În metavers, acest lucru va capata o semnificație cu totul nouă, deoarece personalitățile individuale se vor manifesta și vor dori să se teleporteze în peisajul virtual imersiv. Experiențele de succes în metavers vor depinde de înțelegerea și adaptarea la comportamentele și așteptările emergente ale clienților. Mai mult, pe măsura ce clienții calatoresc prin metavers traversând mai multe ecosisteme, încrederea va deveni și mai importantă.

Pe măsura ce metaversul apare în viitor ca principală interfață tehnologică, trebuie să ne întrebăm, de asemenea, despre impactul asupra potențialei dependențe de tehnologie și a sănătății mintale. Există deja preocupări legate de aceleași subiecte pentru generația actuală de tehnologii de socializare, iar metaversul va face ca această experiență să fie și mai captivantă și potențial mai periculoasă.

Așadar, în acest context, cum va schimba acest lucru modul în care brandurile proiectează și implementează călătoria clientului? De ce va fi nevoie pentru a oferi experiențe cu adevărat de încredere? Și cum vor fi redefinite angajamentul și loialitatea clienților?

Conform unui [studiu](#) recent realizat de Gartner Inc., 25% dintre noi vom petrece cel puțin o oră pe zi în metavers, până în anul 2026, pentru a lucra, cumpăra, învăța sau socializa. În consecință (ținând cont de investițiile recente majore ale unor companii renumite de tech în dezvoltarea „corporate metaverse”), devine natural să ne întrebăm cum va influența această tehnologie inclusiv modul în care vom lucra.

Ca orice altă tehnologie disruptivă, metaversul poate contribui semnificativ la îmbunătățirea a ceea ce numim deja „digital employee experience”. Din punct de vedere practic, ne-am putea gândi încă de pe acum la utilizarea metavers în procesele de recrutare, onboarding și inducție, facilitând astfel experimentarea de către candidați a realității organizației înainte de a se alătura acesteia. De asemenea, metavers poate fi utilizat în livrarea programelor de training și dezvoltare, oferind angajatului posibilitatea de a experimenta situații reale de viață sau de a aplica în timp real ceea ce învață. Nu în ultimul rând, metavers poate deveni instrument de însoțire a modelelor de lucru hibride

sau complet remote, asigurând colaborarea între angajati din diverse locatii printr-o interactiune mai apropiata de cea directa, comparativ cu metodele clasice.

În același timp, este important sa constientizam implicatiile practice ale unei potentiale implementari a tehnologiei metavers într-un mediu organizational, în ansamblu. În primul rând, accesul la metavers presupune achizitionarea unor dispozitive speciale pentru utilizator, deci costuri suplimentare pentru organizatie. De asemenea, este important sa tinem cont de celelalte tehnologii de HR existente în cadrul organizatiei si de caracterul lor (înca) fragmentat/ neintegrat (conform unui [studiu](#) global realizat de Applaud, companie de dezvoltare si implementare a tehnologiilor de HR, marea majoritatea a companiilor folosesc în medie, 15 sisteme diferite pentru livrarea proceselor de resurse umane). Astfel, integrarea acestor sisteme cu o tehnologie de noua generatie poate determina, de asemenea, investitii majore pentru organizatie.

Și nu în ultimul rând, este important sa ne propunem sa utilizam tehnologia ca facilitator al relatiilor interumane, nu ca un înlocuitor al acestora, mai ales dupa o perioada în care majoritatea angajatilor au ajuns sa fie afectati de utilizarea excesiva a tehnologiei în activitatea zilnica (de exemplu, “zoom fatigue”). Astfel, devine esentiala balansarea avantajelor evidente cu riscurile pe care le aduce, în fond, utilizarea oricarei tehnologii bazata pe realitate virtuala: limitarea interactiunii umane, dependentă, delimitarea între viata virtuala si cea reala, siguranta si securitatea etc.