

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 avataruri. 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 sferile 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.

Daca în timpurile pandemice pe care le-am trait și încă le mai traim, telemunca a fost noua normalitate a modalitatii de desfasurare a muncii de catre angajati, prin prezenta fizica a acestora într-un alt loc decât la sediul angajatorului, în conceptul de metavers oamenii vor putea lucra împreuna, în orice loc al lumii, fara a fi necesara, în realitate, prezenta lor fizica acolo. Și daca vom ajunge sa muncim nu doar cu ajutorul internetului (online), ci și în interiorul lui, ar trebui deja sa se aiba în vedere dezvoltarea și implementarea unui cadru legal care sa reglementeze aceasta noua realitate a desfasurarii muncii și sa se poata raspunde nenumaratelor întrebări care vor trebui solutionate, precum: unde și cum se vor impozita veniturile realizate de persoanele fizice prin intermediul unui avatar digital, unde vor fi datorate și platite contributiile sociale aferente sau se va pune problema stabilirii unei rezidente fiscale a avatarului digital?

Din aceasta perspectiva, este interesant de urmarit și modul în care se vor putea derula relatiile de munca într-o realitate virtuala. Diverse întrebări, care vor trebui solutionate prin reglementarile legale, deriva de aici: care sunt riscurile privind securitatea și sanatatea muncii în cazul desfasurarii activitatii într-un birou virtual? cum vor putea monitoriza companiile orele lucrate în metavers și cum vor putea fi remunerati angajatii „virtuali”? ce fel de fapte vor putea constitui o abatere disciplinara în metavers și cum se va putea atrage raspunderea de orice natura a angajatilor pentru faptele savârsite într-o realitate virtuala.

Și cum relatiile de munca implica întotdeauna și prelucrarea de date cu caracter personal, ramâne de vazut daca legislatia actuala va fi suficienta pentru a asigura securitatea datelor generate și circulat în metavers. Asadar, una din marile provocari în acest domeniu ar putea fi asigurarea instrumentelor necesare pentru a preveni furtul de identitate, atacurile cibernetice sau utilizarea nelegala sau excesiva a categoriilor speciale de date personale, precum datele biometrice.

Daca mergem mai departe vom putea vorbi despre crearea în metavers, vânzarea și cumpararea de proprietati și bunuri digitale (cum ar fi NFT etc.), care se vor translata, mai departe, în alte categorii de venituri la nivelul persoanelor fizice – venituri din vânzarea de proprietati virtuale, din închirierea acestora și altele. Vom avea, deci, o paralela a lumii fizice, la care ar trebui sa ne gândim intens și serios, pentru a începe încă de pe acum pregatirile în vederea reglementarii acesteia.

Cum va reîncadra metaversul experiențele centrate pe om?

Punerea intereselor umane în centrul atenției este o caracteristica tot mai diferențioare pentru organizatiile din ziua de azi. În metavers, acest lucru va capata o semnificație cu totul noua, deoarece personalitățile individuale se vor manifesta și vor dori sa 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 masura ce clienții calatoresc prin metavers traversând mai multe ecosisteme, încrederea va deveni și mai importanta.

Pe masura ce metaversul apare în viitor ca principala interfața tehnologica, trebuie sa ne întrebam, de asemenea, despre impactul asupra potențialei dependențe de tehnologie și a sanatații mintale. Exista deja preocupari legate de aceleași subiecte pentru generația actuala de tehnologii de socializare, iar metaversul va face ca aceasta experienta sa fie și mai captivanta și potențial mai periculoasa.

Așadar, în acest context, cum va schimba acest lucru modul în care brandurile proiecteaza și implementeaza calatoria clientului? De ce va fi nevoie pentru a oferi experiențe cu adevarat 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 ora pe zi în metavers, pâna în anul 2026, pentru a lucra, cumpara, învăta sau socializa. În consecinta (ținând cont de investitiile recente majore ale unor companii renumite de tech în dezvoltarea „corporate metaverse”), devine natural sa ne întrebam cum va influenta aceasta tehnologie inclusiv modul în care vom lucra.

Ca orice alta tehnologie disruptiva, metaversul poate contribui semnificativ la îmbunatatirea a ceea 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 induction, facilitând astfel experimentarea de catre candidat a realitatii organizatiei înainte de a se alatura acesteia. De asemenea, metavers poate fi utilizat în livrarea programelor de training și dezvoltare, oferind angajatului posibilitatea de a experimenta situatii reale de viata sau de a aplica în timp real ceea ce învața. Nu în ultimul rând, metavers poate deveni instrument de acompaniere 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, dependenta, delimitarea între viata virtuala si cea reala, siguranta si securitatea etc.