

**CENTRO PAULA SOUZA**  
**ETEC PADRE CARLOS LEÔNCIO DA SILVA**  
**TÉCNICO EM MARKETING**

**METAVERSO: Proposta de implementação de uma empresa no  
ramo de organização de eventos de *E-sports* no Brasil.**

***METAVERSE: Proposal for the implementation of company in the  
field of organizing E-sports in Brazil.***

**Alana Gonçalves de Paula Messias<sup>1</sup>**  
**Evelyn Anne Dionizio da Silva<sup>2</sup>**  
**Isabelli Rodrigues da Palma<sup>3</sup>**  
**Elton Orris Marinho da Silva<sup>4</sup>**

**Resumo:** O presente artigo apresenta o metaverso, suas especificidades e tecnologias como: blockchain, criptomoedas e NFT (token não fungível); equipamentos necessários para acessar tal tecnologia. Descreve como o marketing se desenvolveu através do tempo e como ele atua diante do novo mercado, trazendo novas possibilidades de inovação para as empresas, em específico a empresa Torneio de Jogos Eletrônicos, do segmento de organização de eventos de E-sports no Brasil, a qual foi alvo do estudo de caso, sendo possível o desenvolvimento de uma proposta para a implementação da mesma dentro do metaverso, possibilitando novos formatos de eventos, um novo canal de distribuição de conteúdo e uma nova ferramenta de estratégia de marketing para ampliar o mercado de atuação desta.

**Palavras-chave:** *Marketing*. Metaverso. Tecnologia.

**Resume:** This article presents the metaverse, its specificities and technologies such as: blockchain, cryptocurrencies and NFT (non-fungible token); equipment needed to access such technology. It describes how marketing has developed over time and how it operates in the face of the new market, bringing new possibilities for innovation to companies, specifically the company Torneio de Jogos Eletrônicos, in the segment of organizing E-sports events in Brazil, the which was the target of the case study, making it possible to develop a proposal for its implementation within the

---

<sup>1</sup> Técnico em Marketing – Etec Padre Carlos Leônico da Silva. alanagpmessias@gmail.com

<sup>2</sup> Técnico em Marketing – Etec Padre Carlos Leônico da Silva. evelyndisilva@gmail.com

<sup>3</sup> Técnico em Marketing – Etec Padre Carlos Leônico da Silva. Isabellirodrigues869@gmail.com

<sup>4</sup> MBA Executivo. Professor da Etec Padre Carlos Leônico da Silva. elton.silva126@etec.sp.gov.br

metaverse, enabling new event formats, a new content distribution channel and a new marketing strategy tool to expand the market for performance of this.

**Abstract: Keywords:** Marketing. Metaverse. Technology.

## 1 INTRODUÇÃO

Com a Revolução Industrial do século XVII foi obtido o início da revolução tecnológica que, porém, de fato aconteceu no final do século XIX, com grandes avanços no campo industrial. A evolução proporcionou mudanças impactantes na vida do ser humano, como: alta conectividade através de aparelhos eletrônicos, inteligência artificial, realidade aumentada, realidade virtual, entre outros.

Juntamente com esse processo o marketing também sofreu modificações para se adequar às constantes mudanças ocorridas em sua linha do tempo. Na atualidade as fases mais discutidas e utilizadas pelos profissionais da área são a 4.0 e o 5.0. Sendo o Marketing 4.0 mais conhecido como marketing digital, nele as empresas possuem um acesso maior aos dados dos clientes proporcionando uma maior análise de seus perfis o que auxilia na criação de estratégias de compra e venda tornando-as mais potentes e fazendo com que o cliente esteja cada vez mais próximo da empresa de forma indireta, utilizando como uma das principais ferramentas as redes sociais.

A constante evolução da tecnologia forçou o surgimento de mais uma fase do marketing, a 5.0 que por sua vez possui em destaque a tecnologia de realidade virtual e realidade aumentada que tem a preocupação de envolver cada vez mais os clientes com experiências imersivas e impactantes, essas por sua vez ocorrem dentro de um metaverso, “Até 2026, 30% das organizações do mundo terão produtos e serviços prontos para o metaverso.” (RESNICK, Marty, 2022, s/p). Com a chegada desse novo meio tecnológico as empresas deverão se adaptar, inclusive nas estratégias que utilizam e como atuam. Diversas empresas deverão compreender esse mercado e desenvolver estratégias para manterem-se ativos e presentes dentro do novo meio de trabalho. Por conseguinte, os objetivos específicos são apresentar o significado de metaverso, mostrando suas vertentes, o impacto que a chegada desse campo tecnológico tem sobre o marketing e como deve-se realizar um marketing dentro dele, tornando assim o objetivo geral a implementação da empresa Torneio de Jogos Eletrônicos dentro do ambiente virtual denominado Decentraland.

## **2. DESENVOLVIMENTO**

Nestas seções serão apresentados conceitos trabalhados na pesquisa bibliográfica, onde considerou-se publicações nacionais dos autores e revistas mais relevantes sobre as temáticas: Evolução do Marketing, Tecnologia e Inovação, Metaverso, Tipos de Metaverso, Marketing no Metaverso, Impacto do Metaverso nas Empresas e Decentraland.

### **2.1 Evolução do Marketing**

O marketing deriva do inglês “market” que significa mercado, possuindo ao todo cinco fases passando por processos de evolução constante buscando sempre suprir as necessidades e desejos do cliente. “O marketing envolve a identificação e a satisfação das necessidades humanas e sociais. Uma das mais sucintas e melhores definições de marketing é a de “suprir necessidades gerando lucro” (KOTLER, 2012, pág. 3).

O avanço começa primeiro pelo marketing 1.0 possuindo foco no produto, o marketing 2.0 passa a possuir foco no consumidor, o marketing 3.0 preza os princípios humanos, acompanhando as técnicas de desenvolvimento dos consumidores ao passar do tempo e o impacto da tecnologia em sua rotina. “É a era onde o marketing requer atrair e extrair do consumidor o que ele quer. Quem dita as regras são os desejos e necessidades dos consumidores.” (GOMES, 2013, pág. 04).

Marketing digital ou marketing 4.0 vem com o intuito de selecionar os clientes de forma mais assertiva, trazendo a proposta da criação de uma persona, que é a criação fictícia de um cliente ideal, com o foco em mostrar ao consumidor o valor da marca e gerar uma verdadeira conexão utilizando estratégias que visam atingir o emocional, alinhando isso com o avanço de tecnologia é notório a transição que os consumidores sofreram com as novas mudanças. “Uma interface de alta tecnologia também pode aprimorar uma integração high-touch, ou de envolvimento profundo tornando-a irresistível” (KOTLER, 2016, pág. 38)

O marketing 5.0 está diretamente ligado com a evolução da tecnologia, analisando seu avanço juntamente com novas estratégias criadas para persuadir e convencer o cliente que se tornou mais seletivo e exigente quando se trata da escolha de um produto, serviço e valores de uma marca.

O consumidor passou por um processo em que a tecnologia se tornou parte do seu cotidiano, nas tarefas mais simples do dia a dia, o que afetou as empresas, ocasionando uma mudança no processo de atendimento.

Dentre esses processos destaca-se inteligência artificial não substitui o ser humano em suas ações, mas facilita alguns processos quando se trata de ferramentas de marketing, o consumidor se habituou com a facilidade que a IA proporciona, segundo a Gartner é estimado que “até 2022, 72% das interações de clientes vão envolver tecnologia emergentes, como IA, chatbots e mensagens de celular.” (KOTLER, 2021, pág. 223).

## **2.2 Tecnologia e Inovação**

Podemos analisar que a tecnologia sempre foi algo muito importante, pois através dela conseguimos estar em constantes evoluções, mas ela também é fundamental para a renovação contínua do nosso modo de vida; permitindo alcançar níveis inéditos e avançar de maneiras surpreendentes.

“Assim como em diversas outras aplicações, o principal papel da tecnologia dentro das fábricas é acelerar processos, diminuindo o tempo de produção, aumentando a eficiência e conseqüentemente, gerando mais lucro. Porém, com ferramentas e inovações tais como: IoT (Internet das Coisas), AI (Inteligência Artificial), Análise de Big Data, além de softwares de alta complexidade, é possível ir muito além.” (Building Management System, 2021, s/p).

A palavra tecnologia obteve como definição, a associação entre a matéria e o ser humano no desenvolvimento de trabalho, que está interligado ao uso nos meios de produção, tendo como base a informação, conhecimento e a inovação.

A inovação é algo que agrega valores aos produtos de uma empresa e faz com que ela se diferencie de suas concorrentes, mesmo que temporariamente.

“A sua atuação respalda-se na defesa do desenvolvimento tecnológico e na inovação dos produtos e serviços promovendo e apoiando ações no sentido de contribuir para que as empresas ampliem suas atividades de PD&I.” (INSTITUTO BRASILEIRO DE PETRÓLEO E GÁS, 2016, s/p)

Por fim, a inovação no marketing tem como premissa uma mudança no conceito, promoção de produtos e serviços com os principais objetivos de: aumentar a participação no mercado ou manter alguma estabilidade e até mesmo entrar num novo meio de mercado, como o metaverso.

Essa moderna mercancia, necessita de certos aparelhos tecnológicos para serem acessadas, desde computadores ou *smartphones* até óculos inteligentes, essas interfaces humanas auxiliam a familiarização do virtual com o digital.

“Para acessar o metaverso, são necessárias interfaces humanas. Hoje essas interfaces são mais popularmente oferecidas por óculos 3D, de diversos fabricantes, seja a Meta, a *Apple*, o *Google* ou qualquer outro que consiga escala nas vendas.” (Caio Túlio Costa, 2022, s/p).

## **2.3 Metaverso**

O termo metaverso é indispensável, porém encontra-se uma dificuldade de compreensão sobre o termo. A palavra foi utilizada pela primeira vez em 1992 pelo autor Neal Stephenson em sua obra “*Snow Crash*”, de ficção científica, onde o personagem principal tem duas vidas, uma no mundo real e outra dentro do metaverso.

A palavra derivada no inglês, ainda não possui seu significado registrado em dicionários de língua portuguesa, portanto, traduzido do dicionário Collins (2022) a palavra metaverso é uma versão da internet que possui ambientes virtuais tridimensionais e um ambiente de ficção científica.

Traçando um paralelo com a realidade, o metaverso de fato é um ambiente virtual dentro da internet, podendo ter várias formas, sendo elas, tridimensionais ou não. Conforme a FORBES TECH (2021) “ele nada mais é do que um espaço coletivo e compartilhado na web associado a tecnologias que recriam a experiência física no ambiente digital, formando relacionamentos que são, ao mesmo tempo, online e offline.”

### **2.3.1 Tipos de Metaversos**

Existem diferentes tipos de Metaversos, com distintas finalidades, para diferentes gostos e personalidades. Porém o que os diferencia de fato é o modo de operacionalização e retenção de dados.

“Blockchain pode ser descrito como uma rede de registros de informações distribuídos que sofrem alterações através de blocos de transações protegidas por criptografia, conectados uns aos outros, e que não podem ser alterados ou excluídos depois de sua verificação.” (EXAME, 2021, s/p).

Esse tipo de Metaverso possui ligação com criptomoedas, cada um com a sua específica, o que permite ganhos financeiros para seus usuários e traz valorização da criptomoeda utilizada. Sendo assim, os ambientes que utilizam dessa tecnologia de certa forma usam o “dinheiro virtual” para efetivar suas ações dentro dos jogos, e se tornam donos oficiais de todos os itens e progressões feitas dentro do *game*. Um exemplo disso é o jogo *Decentraland* que permite aos jogadores criar uma vida digital por meio de avatares. Ainda dentro do universo é possível adquirir itens exclusivos, conhecidos como “*NFT*”.

“É um item único. Na terminologia correta – um item não fungível. No mundo digital, a gente fala que este item não fungível é representado por um token – token não fungível, ou non-fungible token no inglês. Em outras palavras, NFTs são uma forma de demonstrar propriedade sobre um ativo digital ou um ativo do mundo real representado por um token.” (FORBES TECH, 2022, s/p)

Um NFT pode ser desde uma arte digital, música, vídeo, ativos digitais em jogos e até um nome de domínio. Cada uma tem seu valor único, não podendo ser copiada, pirateada e nem transferida.

### 2.3.2 Aparelhos necessários para acessar o Metaverso

**Figura 1** – Aparelhos utilizados para acessar o Metaverso



**Fonte:** Compilação das autoras<sup>5</sup>

Para acessar os espaços tridimensionais são necessários alguns aparelhos, cada um específico para determinado metaverso, o mais conhecido é o óculos VR que permite 100% de imersão no ambiente 3D. O uso de computadores desktop e notebook, e smartphone são requeridos para acessar espaços menos imersivos e complexos.

<sup>5</sup> Montagem a partir de imagens coletadas nos sites: Imagens em png, Imagens sem molde, Escolha segura e Png arts via canva.com

“O smartphone é ótimo para uma prévia, mas a experiência completa exigirá outros acessórios como um fone de ouvido de realidade virtual ou um par de óculos inteligentes. Quanto melhores forem os seus recursos, mais imersiva e real será a experiência, mas o acesso é possível mesmo sem equipamento algum.” (EXAME, 2022. s/p).

## 2.4 Marketing no Metaverso

O *marketing* no metaverso é uma possibilidade de *marketing* digital, nos metaversos existe a oportunidade de comprar ou vender, conhecer pessoas, trabalhar e até realizar um festival, sempre dependendo do público-alvo e da criatividade. Com isso, é perceptível que o *marketing* digital no metaverso tem grande potencialidade para as marcas.

“Consequentemente, com as novidades e *upgrades* (atualizações) do metaverso o uso da realidade virtual se tornou uma nova estratégia de negócios e *marketing* para essas organizações.” (UNIFOA, 2022, s/p).

Existem diversas estratégias para realizar um marketing no metaverso, sendo elas conceber relacionamentos com o público; ampliar a visibilidade da marca; ter foco no engajamento; aumento de renda; obtenção de dados; investir nas redes sociais.

“O mundo virtual aumentou seus usuários em 3.300% no ano passado e atingiu um valor máximo de mercado de US\$12 bilhões.” (THE GENERALIST, 2022, s/p). As empresas entraram em um processo em que os consumidores se tornaram mais exigentes na agilidade, nos recursos de compra e aquisição de produtos e serviços buscando sempre por informações dos valores da empresa.

## 2.5 Decentraland

O Decentraland é um metaverso que facilita a organização e promoção de eventos dentro da plataforma, e também pelo seu número relevante de usuários existe grandes marcas inseridas. Conforme o The Generalist (2022) dentro do metaverso *Decentraland*, existe um case de sucesso, sendo esse o da Samsung, que escolheu esse verso como o primeiro a inserir-se, por ser voltado para eventos e obter uma população de cerca de 800.000 perfis registrados.

A terra virtual pode ser acessada através de um computador desktop ou notebook, os usuários podem entrar como visitantes ou com perfis cadastrados, esses por sua vez conseguem construir uma “vida” lá dentro, construindo,

comprando e vendendo. Segundo The Gerneralist (2022) a plataforma teve um crescimento de 3.300% entre dezembro de 2020 e dezembro de 2021 por esse motivo foi escolhido para estar inserido neste artigo.

### 3 METODOLOGIA

Para desenvolvimento do artigo foi utilizado uma pesquisa descritiva de caráter exploratório juntamente com uma pesquisa quantitativa e qualitativa.

Conforme Zikmund e Babin (2011) a pesquisa exploratória é desenvolvida para esclarecer pontos divergentes que são levantados através de um estudo.

A pesquisa campo exploratória, foi desenvolvida para observar, registrar e analisar aspectos relevantes para determinar pontos e características presentes durante o estudo.

Segundo Yin (2015) uma pesquisa de campo tem como objetivo elaborar bons estudos voltados para elucidar e apresentar informações levantadas durante o percurso do estudo realizado.

### 4 ESTUDO DE CASO

O segmento de jogos eletrônicos no mercado tem ganhado cada vez mais relevância no Brasil e no mundo, somando milhões de jogadores ao redor do globo terrestre. "o Brasil é o maior mercado de games da América Latina com uma receita estimada de R\$ 12 bilhões em 2021 e um crescimento de 6% previsto para 2022" (FORBES TECH, 2022, s/p).

A empresa Torneio de Jogos Eletrônicos, também conhecida como TDJ, é uma microempresa fundada por Derik Dionizio e sua esposa Camila Moura, que juntos buscam proporcionar para jogadores comuns a experiência de disputar um torneio profissional de *E-sports*, sempre trazendo games relevantes para o público.

No início, os eventos realizados eram presenciais, porém, devido a pandemia a empresa se adaptou e passou a realizar eventos 100% *on-line*, utilizando a plataforma de *streaming*: Stramyard. A empresa já fez eventos para grandes marcas como History, Dell, Fanta, Unimed, Banco do Brasil, Sebrae, entre outras. E segundo o institucional da empresa, ela se encontra como a maior especialista em organização de eventos de E-sports no Brasil, tendo mais de quatro milhões de

pessoas impactadas, vinte mil partidas e cinquenta mil gamers que participaram dos eventos promovidos. Atualmente proporcionando eventos presenciais e *on-line*.

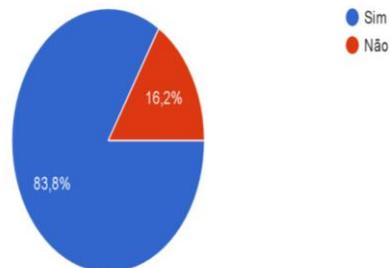
Em entrevista qualitativa com o proprietário Derik Dionizio foi apresentado o conceito de metaverso e o empresário demonstrou interesse de ter a empresa representada em um metaverso juntamente com disponibilidade de capital para o investimento.

Elaborou-se uma pesquisa quantitativa na plataforma Google Forms para compreender a ciência do público em relação ao tema Metaverso e analisar se o público da empresa está preparado para o uso dessa nova tecnologia. O questionário foi aplicado em sessenta e oito pessoas entre treze e dezoito anos de idade que estão constantemente ligadas ao universo de jogos eletrônicos

Conforme Gráfico 1 83,8% dos entrevistados identificaram que conhecem o que compreende um metaverso e 72,1% teriam interesse em participar de eventos no metaverso conforme Gráfico 2.

**Gráfico 01:** Pesquisa de Campo

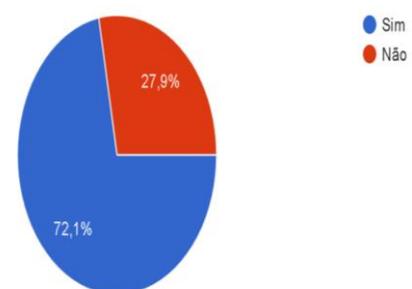
Você sabe o que é metaverso?  
68 respostas



**Fonte:** Dos próprios Autores (2022)

**Gráfico 02:** Pesquisa de Campo

Você participaria dos eventos feitos através do Metaverso ??  
68 respostas



**Fonte:** Dos próprios Autores (2022)

A pesquisa demonstra o interesse do público em ações no metaverso como eventos e jogos online.

## 5 SOLUÇÃO

A escolha do Metaverso foi baseada no foco das atividades da empresa, que é organizar eventos, pensando nisso o *Decentraland* por ser acessível para o público da empresa, pois não requer nenhum equipamento de alto custo, como óculos VR por exemplo. Dentro do verso o Marketplace é o local utilizado para

realizar ações de negócios e organização para produtos digitais, permitindo serem realizadas diversas ações como vendas, compras, transferências, possuindo a possibilidade de gerenciamento do terreno adquirido. A plataforma fornecida pela *Decentraland* permite que o dono do terreno realize diversas análises a partir da movimentação exercida possibilitando o faturamento gerado. É necessário possuir uma carteira virtual, para navegar e realizar negociações dentro do verso.

Dentro do espaço oferecido pelo verso *Decentraland* é possível analisar a ata do plano onde o terreno está localizado e o que está próximo a ele, permitindo o livre acesso de pessoas comuns já que o verso é 100% gratuito.

“O espaço virtual 3D finito e percorrível dentro do Decentraland é chamado de LAND , um ativo digital não fungível mantido em um contrato inteligente Ethereum. O terreno é dividido em parcelas identificadas por coordenadas cartesianas (x,y). Essas parcelas são de propriedade permanente dos membros da comunidade e são compradas usando MANA, o token de criptomoeda da Decentraland. Isso dá aos usuários controle total sobre os ambientes e aplicativos que eles criam, que podem variar de cenas 3D estáticas a aplicativos ou jogos mais interativos.” (DECENTRALAND, 2022, s/p)

A aquisição do terreno possui variação de preço devido ao mercado das criptomoedas, tamanho, e proximidade da praça Gênesis, que é a praça central do metaverso. Utilizando a cotação das criptomoedas pela Coinbase (2022) o terreno de interesse custa 18.720 MANA, equivalente a 6,7205 ETHEREUM o que resulta em R\$ 44.577,78. Para a implementação completa, contando com a criação do espaço, compra do terreno e alinhamento das estratégias, conclui-se um tempo estimado de dois meses para a concretização do projeto.

Em primeira instância o funcionamento da empresa refletirá no “mundo real”. Dentro de sua matriz no *Decentraland* os usuários da plataforma poderão preencher uma espécie de formulário que, ao ser preenchido resulta na conquista de uma *NFT*, que por sua vez dará benefícios para os usuários nos eventos presenciais organizados pela empresa, tais como inscrições antecipadas, brindes, acesso preferencial e ilimitado na área de realidade virtual dentro dos eventos, entre outros.

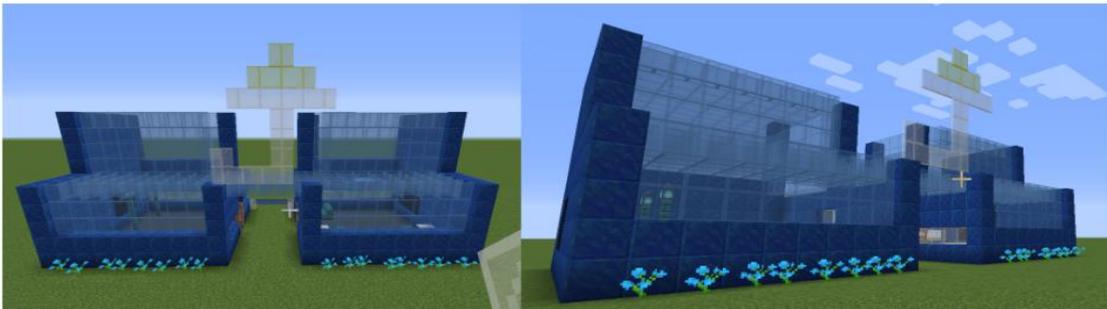
Compreende-se a viabilidade dessa ideia a partir das respostas positivas obtidas através da pesquisa de campo aplicada ao público.

Para que a empresa possa ser inserida dentro do *Decentraland*, é necessária a projeção de sua matriz, visando a identidade visual, utilizando a letra “J” como

principal elemento que compõe o projeto a qual será observada por todos os usuários da plataforma.

Para a prototipação da sede da empresa Torneio de Jogos Eletrônicos, foi utilizado os recursos do jogo eletrônico Minecraft, que tem por objetivo básico construir e quebrar blocos de forma simples, possibilitando a criação de elementos artísticos e arquitetônicos conforme ilustração 1.

**Ilustração 01:** Protótipo da empresa feito dentro do *Minecraft*



**Fonte:** Das próprias autoras (2022)

Ao terminar a prototipação dentro do jogo Minecraft e adquirirmos a aprovação da empresa, a segunda fase foi iniciada. Para que a ideia ficasse de acordo com os requisitos de uma construção dentro do *Decentraland*.

O terreno escolhido, foi o de tamanho inicial 32x32m<sup>2</sup> solicitado pelo proprietário, o que futuramente será de uso para eventos.

Para a projeção final e original, foi utilizada a plataforma Sketchup, que possibilita a criação de elementos arquitetônicos com tamanhos definidos e possibilita a importação da criação para dentro do metaverso escolhido. Assim sendo, com o auxílio de um projetista digital realizamos a prototipação final de acordo com as medidas necessárias e mantendo a identidade do primeiro protótipo feito conforme ilustração 2.

O projeto possui um conceito tecnológico e moderno com:

- Dois andares;
- Uma sala para reunião;
- Duas salas de Televisão;
- Uma sala de jogos com estação VR;
- Uma sala com computadores para simulação de um torneio;
- Área de descanso, com lareira, lago e mesas;

- Banheiros.

A sede foi elaborada pensando no institucional da marca tanto no próprio metaverso quanto no mundo físico, simulando como seria sua matriz no mundo real, mostrando a sua história, suas realizações, cases de sucesso e futuros eventos no segmento E-sports.

### **Ilustração 02:** Projeto final da sede da Torneio de Jogos Eletrônicos



**Fonte:** Das próprias autoras (2022)

## **6 CONCLUSÃO**

Com a junção do marketing com o metaverso, o artigo estabeleceu uma ligação do ambiente virtual para ampliação da gama de clientes para a empresa TDJ. Tendo como objetivo geral atingido, uma proposta de implementação da firma no metaverso Decentraland. Sendo analisada a viabilidade para incorporação dela concebendo os desejos do empresário, alinhado com as ferramentas de marketing para o ambiente determinado.

Analisando a futura demanda e impacto recorrente ao marketing das empresas com o avanço do metaverso, impactando a conexão com os clientes através da total imersão no ambiente virtual das empresas. Com a evidência do crescimento da tecnologia o tema vem adquirindo destaque abrangendo todos os gêneros de mercado no mundo.

Obtendo 100% de aprovação na proposta e aguardando a autorização do empresário para efetivação do projeto. Viabilizando uma possível linha de estudo a criação de novas estratégias focadas nesse novo canal de distribuição da empresa.

## 7 REFERÊNCIAS

- AVAKIN. **O que é Avakin Life?** Artigo publicado no suporte do Avakin Life em 2020. Disponível em: <<https://avakin.com/support/>> Acesso em 14/11/2022.
- BUILDING MANAGEMENT SYSTEM. **Como a tecnologia ajuda nos processos industriais.** Disponível em: <<https://bmstecnologia.com.br/2021/07/27/como-a-tecnologia-ajuda-nos-processos-industriais/>> Acesso em: 23/10/2022.
- CASSIO GUSSON. **Genial compra terreno no Decentraland e é a primeira corretora brasileira no metaverso.** Publicado na revista Cointelegraph Brasil em 02 de agosto de 2022. Disponível em: <<https://cointelegraph.com.br/news/genial-is-the-first-brazilian-broker-to-open-a-space-at-decentraland>> Acesso em 23/10/2022.
- COINBASE. **Cotação das criptomoedas.** Disponível em <<https://www.coinbase.com/pt/converter/eth/brl>> Acesso em 15/11/2022.
- COLLINS DICTIONARY. **Significado da palavra Metaverso em inglês** Disponível em <<https://www.collinsdictionary.com/pt/dictionary/english/metaverse>> Acesso em 25/08/2022.
- DICIONÁRIO ETIMOLÓGICO. **Origem da palavra marketing.** Disponível em <<https://www.dicionarioetimologico.com.br/marketing/>> Acesso em 05/09/2022.
- ESCOLHA SEGURA. **Qual é o melhor notebook gamer? 9 opções para você se decidir!**. Publicado em 09/01/2020. Disponível em <https://escolhasegura.com.br/qual-melhor-notebook-gamer/> Acesso em 28/11/2022
- EXAME. **Como entrar no Metaverso? O passo a passo completo para iniciantes utilizarem a nova tecnologia.** Artigo publicado na revista Exame em 11/08/2022. Disponível em: [https://exame.com/tecnologia/como-entrar-no-metaverso-o-passo-a-passo-completo-para-iniciantes-utilizarem-a-nova-tecnologia\\_red-01/](https://exame.com/tecnologia/como-entrar-no-metaverso-o-passo-a-passo-completo-para-iniciantes-utilizarem-a-nova-tecnologia_red-01/) Acesso em 28/12/2022
- EXAME. **Como funciona a tecnologia blockchain?**. Artigo publicado na revista Exame em 24/12/2021. Disponível em <<https://exame.com/future-of-money/como-funciona-a-tecnologia-blockchain/>> Acesso em 05/09/2022.
- FONSECA, Marcus e Faria, Maria. **Cultura de Inovação: conceitos e modelos teóricos.** Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rac/a/QbZdzddgZPJdy3sPmZWWm3n/?lang=pt&format=pdf>> Acesso em: 01/09/2022.

FORBES TECH. **3 tendências que vão mudar a indústria gamer a partir de 2023.** Artigo público na revista Forbes em 02/11/2022. Disponível em: <<https://forbes.com.br/forbes-tech/2022/11/3-tendencias-que-vaio-mudar-a-industria-gamer-a-partir-de-2023/>> Acesso em: 14/11/2022.

FORBES TECH. **Afinal, o que é NFT e como criar e vender ativos virtuais?** Artigo publicado na revista Forbes em 7 de fevereiro de 2022. Disponível em <<https://forbes.com.br/forbes-tech/2022/02/afinal-o-que-e-nft-e-como-criar-e-vender/>> Acesso em 23/09/2022.

FORBES TECH. **Avaliado em R\$ 12 bi, setor de games vive nova fase com marco legal.** Artigo público na revista Forbes em 26/10/2022. Disponível em: <<https://forbes.com.br/forbes-tech/2022/10/avaliado-em-r-12-bi-setor-de-games-vive-nova-fase-com-marco-legal/>> Acesso em 14/11/2022.

FORBES TECH. **Metaverso tudo o que você precisa saber sobre a tecnologia que integra os mundos real e digital.** Artigo público na revista Forbes em 12/05/2021. Disponível em <<https://forbes.com.br/forbes-tech/2021/05/metaverso-tudo-que-voce-precisa-saber-sobre-a-tecnologia-que-integra-os-mundos-real-e-virtual/>> Acesso em 25/08/2022.

GRACIOSO, Luciana e Matui, Natália e Lu, Yi. **Definição Da Inovação No Âmbito Da Pesquisa Brasileira:** uma análise semântica. Revista Digital Biblioteconomia e Ciência da Informação. <<https://brapci.inf.br/index.php/res/download/122560>> Acesso em: 01/09/2022.

IMAGENS EM PNG. **Play Station VR Óculos Png.** Publicado em 2020. Disponível em: <<https://www.imagensempng.com.br/play-station-vr-oculos/>> Acesso em 28/11/2022.

IMAGENS SEM MOLDE. **Pc Gamer Computador PNG.** Publicado em 2022. Disponível em: <<https://imagensemoldes.com.br/pc-gamer-computador-png/>> Acesso 28/11/2022

INSTITUTO BRASILEIRO DE PETRÓLEO E GÁS. **Tecnologia e Inovação.** Disponível em: <<https://www.ibp.org.br/como-atuamos/tecnologia/>> Acesso em: 02/09/2022.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing.** 14<sup>a</sup> Edição. Local de publicação (cidade): Editora: Pearson, data de publicação: 2012.

KOTLER, Philip. **Marketing 4.0**: do tradicional ao digital. 1ª Edição. Local de publicação (cidade): Editora: Sextante, data de publicação: 2016.

KOTLER, Philip. **Marketing 5.0**: tecnologia para humanidade. 1ª Edição. Local de publicação (cidade): Editora: Sextante, data de publicação: 27/01/2021.

PASSOS, Elizete. **A Tecnologia Como Caminho Para Uma Educação Cidadã**  
Disponível em: <<https://www.cairu.br/revista/arquivos/artigos/2014/Artigo%20A%20TECNOLOGIA%20COMO%20CAMINHO%20PARA%20UMA%20EDUCACAO%20CIDA.pdf>> Acesso em: 31/08/2022.

PNG ARTS. **Smartphones Imagens, imagens, fotos transparentes PNG**.  
Publicado em 2020. Disponível em:  
<<https://www.pngarts.com/pt/explore/tag/smartphone>> Acesso em: 28/11/2022

STEPHENSON, Neal. **Snow Crash**. 2ª Edição. Editora: Aleph, data de publicação: 2015

THE GENERALIST. **Decentraland**: o movimento inicial do metaverso  
<Decentraland: O | de Mudança Precoce do Metaverso O Generalista  
(readthegeneralist.com)> Acesso em : 23/09/2022.

YIN, Robert. **Estudo de Caso**. 5ª Edição. Local de publicação (cidade): Editora: Bookman, data de publicação: 2015.

YOSHIOKA, Leopoldo. **Inovação em Engenharia**: uma breve história da inovação.  
Disponível em:  
<[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4046425/mod\\_resource/content/2/PSI2617%20Aula%203%20-%20Hist%C3%B3ria%20da%20Inova%C3%A7%C3%A3o.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4046425/mod_resource/content/2/PSI2617%20Aula%203%20-%20Hist%C3%B3ria%20da%20Inova%C3%A7%C3%A3o.pdf)> Acesso em: 31/08/2022.

ZIKMUND, William, Barry. **Princípios da Pesquisa de Marketing**. 2ª Edição. Local de publicação (cidade): Editora: Cengage Learning, data de publicação: 20

GOMES, Marília e Kury Glaura. **A Evolução do Marketing para o Marketing 3.0: O Marketing de Causa**. Disponível em:  
<<https://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-0945-1.pdf>>  
Acesso em: 07/12/2022.