
A HORA E A VEZ DA INTERAÇÃO ENTRE O SER HUMANO E A TECNOLOGIA

- Estudo da Ericsson – 10 Principais Tendências dos Consumidores 2018 – aponta para o que os usuários esperam: interações com a tecnologia sendo controlada por entonação, expressão facial e linguagem corporal
- Fones de ouvido se tornarão um acessório usado 24 horas por dia, 7 dias por semana, mesmo ao dormir
- 51% dos usuários de realidade aumentada / realidade virtual acreditam que a inteligência artificial (IA) deixará os anúncios indistinguíveis dos produtos reais

Explorando o futuro a partir de uma perspectiva de usuário pioneiro na adoção, a Ericsson (NASDAQ: ERIC) apresenta, por meio do ConsumerLab, a sétima edição de seu relatório anual de tendências: [As 10 principais tendências do consumidor para 2018 e para o futuro](#).

O relatório indica uma mudança de paradigma, já que os consumidores esperam que a tecnologia digital opere cada vez mais em termos humanos. A linguagem corporal, a expressão facial e a entonação aumentarão a voz e o toque para controlar a interação do consumidor com os dispositivos tecnológicos, facilitando a adaptação em um ritmo cada vez maior de mudanças tecnológicas.

Estas são as 10 tendências para 2018 e para o futuro:

1. **Seu corpo é a interface do usuário:** Mais da metade dos usuários atuais dos assistentes de voz inteligentes acreditam que usaremos linguagem corporal, a expressão, entonação e toque para interagir com os dispositivos de tecnologia como se fossem seres humanos. Duas entre três pessoas acham que isso acontecerá em apenas três anos.
2. **Audição aumentada:** 63% dos consumidores gostariam de fones que convertem idiomas em tempo real. 52% desejam bloquear o ronco de um membro da família.
3. **Novatos eternos:** 30% dizem que novas tecnologias fazem com que seja difícil manter as habilidades atualizadas. Mas isso também nos torna especialistas instantâneos. 46% dizem que a internet permite aprender e esquecer de habilidades mais rápido do que nunca.
4. **Transmissão Social:** A mídia social está sendo invadida por emissoras tradicionais. Mas, metade dos consumidores diz que a IA seria útil para verificar os fatos publicados nas redes sociais.

5. **Anúncios inteligentes:** Os anúncios podem se tornar inteligentes demais para o seu próprio bem. Mais da metade dos usuários de realidade aumentada (AR) / realidade virtual (VR) acham que os anúncios se tornarão tão realistas que, por fim, substituirão os produtos verdadeiros.
6. **Comunicação excepcional:** 50% pensam que não ser capaz de apontar a diferença entre o homem e máquina os assustaria. 40% também se assustariam com um smartphone que reagisse ao seu humor.
7. **Sociedade do lazer:** 32% dos estudantes e trabalhadores não acha que precisem de um trabalho para desenvolver uma vida significativa. 40% dizem que gostariam de um robô que trabalhasse e ganhasse renda para eles, liberando mais tempo para lazer.
8. **Sua foto é um espaço:** Imagine poder entrar em uma foto e reviver uma memória. 3 entre 4 pessoas acreditam que em apenas 5 anos elas usarão realidade virtual para andar dentro de fotos no smartphone.
9. **Ruas no ar:** As ruas da cidade podem estar entupidas com trânsito, mas os céus permanecem livres. 39% pensam que sua cidade precisa de uma rede de estradas para drones e veículos voadores. Mas muitas têm medo de que um drone possa cair em suas cabeças.
10. **O futuro carregado:** O mundo conectado exigirá energia móvel. Mais de 80% acredita que, em apenas 5 anos, teremos baterias duradouras que darão um fim às preocupações de carregamento.

Diana Moya, responsável pela área de ConsumerLab na América Latina e Caribe, diz: "Estamos entrando em um futuro onde os dispositivos não possuem os botões e interruptores nem precisam ser controlados digitalmente por meio de seu smartphone. Hoje, é necessário que o consumidor conheça todas as complexidades dos dispositivos que utilizam. Mas, no futuro, os dispositivos é que irão conhecê-los. Para que isso se torne uma realidade, os dispositivos devem ser capazes de transmitir dados complexos de interação humana para o processamento baseado em nuvem e responder de forma intuitiva em milissegundos, aumentando os requisitos para a próxima geração de conectividade."

As opiniões no relatório "As 10 principais tendências do consumidor para 2018 (10HCT)" são baseadas nas atividades de pesquisa global do Ericsson ConsumerLab realizada em outubro de 2017 e feita com usuários avançados de internet em mais de 10 cidades influentes do mundo. Embora o estudo represente apenas 30 milhões de cidadãos, o perfil de usuários pioneiros torna esse um número importante para que possamos compreender quando explorar tendências futuras. O ConsumerLab da Ericsson promove estudos e gera conteúdo há mais de 22 anos.

PRESS RELEASE

12 de dezembro de 2017



NOTAS AOS EDITORES

Para kits de imprensa, contexto e fotos em alta resolução, acesse www.ericsson.com/press

SIGA-NOS:

www.ericsson.com/br
www.ericsson.com/br/news
www.twitter.com/ericssonbr
www.facebook.com/ericssonbr
www.youtube.com/EricssonBrazil
www.slideshare.net/EricssonLatinAmerica
www.flickr.com/photos/ericssonlatinamerica

MAIS INFORMAÇÕES EM:

[As 10 principais tendências do consumidor para 2018 e para o futuro](#)

[Centro de Notícias](#)

Priscilla Staell, Comunicação Externa
Fone: +55 11 2224 1876
E-mail: priscilla.staell@ericsson.com

A Ericsson é uma líder global em tecnologia e serviços de comunicação, com sede em Estocolmo, Suécia. Nossa organização é composta por mais de 111.000 especialistas que proporcionam soluções e serviços inovadores aos clientes em 180 países. Juntos estamos construindo um futuro mais conectado, no qual qualquer pessoa e qualquer indústria tenha condições para atingir seu pleno potencial. As vendas líquidas em 2016 foram de SEK 222,6 bilhões (US\$ 24,5 bilhões). A Ericsson está registrada na bolsa de valores NASDAQ OMX, em Estocolmo, e NASDAQ, em Nova York. Leia mais em www.ericsson.com.

Na América Latina estamos presentes desde 1896, quando entregamos equipamentos pela primeira vez na Colômbia. No início do século XX aumentamos nossa presença na região ao firmar acordos na Argentina, Brasil e México. Hoje, estamos presentes em mais de 50 países da América do Sul, América Central, México e Caribe, com instalações completas, como unidade de Produção e Centro de Inovação com atividades de pesquisa e desenvolvimento (P&D), além de Centro de Treinamento. A Ericsson é a fornecedora líder do setor de telecomunicações com mais de 40% do mercado na América Latina e mais de 100 contratos de serviços de telecomunicações na região.