

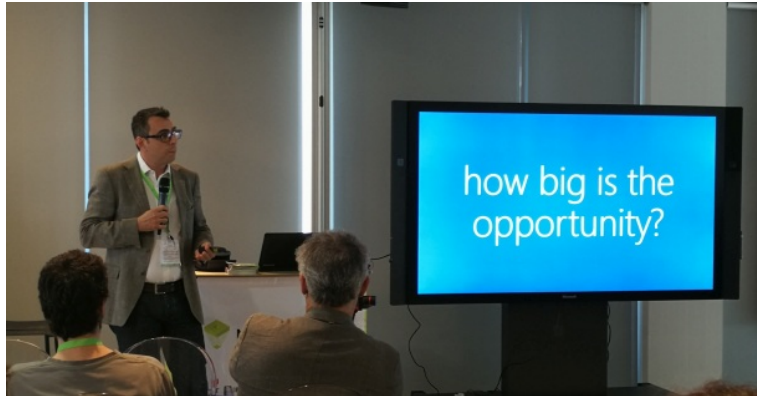
## Realidade aumentada é “a próxima tecnologia disruptiva”

0 Em destaque, I&D, Mobilidade & Wireless 2 de Maio de 2017

PRINT

EMAIL A- A+

Os testes, projectos-pilotos e até alguns projectos estão em curso, diz o analista da IDC, Francisco Jerónimo. As empresas estão a identificar oportunidades, possíveis ganhos de eficiência ou de aumento de segurança.



Francisco Jerónimo, director europeu de pesquisa sobre dispositivos móveis da IDC

A realidade aumentada/realidade virtual deverá vingar e é, na opinião de Francisco Jerónimo, director europeu de pesquisa sobre dispositivos móveis da IDC, a “próxima tecnologia disruptiva”. Ultrapassados os primeiros obstáculos com o hardware, começam a surgir equipamentos mais fiáveis, como é o caso dos Hololens da Microsoft, explica o analista português que trabalha a partir de Londres.

“Se há dois anos pouco se ouvia falar de realidade aumentada”, neste momento “a tendência passa já pelo desenvolvimento e implementação de soluções” concretiza o responsável.

Um estudo recente da IDC, realizado junto de decisores de TI em 1000 empresas revela que “58% das empresas entrevistadas já fizeram um teste, um piloto ou que estão mesmo a desenvolver algum tipo de solução de realidade aumentada (RA) ou realidade virtual (VR)”, assinalou Francisco Jerónimo à margem da quarta edição do encontro Realidade Aumentada em Lisboa (RALI), promovido pela IT People.

O analista explica que há “possibilidades e oportunidades para melhorar processos, para interagir com produtos e serviços de maneira diferente, mas acima de tudo o que esta tecnologia permite e o que a torna tão interessante e disruptiva é que vai mudar a forma como nós interagimos com a informação digital.

*Quando as empresas identificarem o retorno real e interessante do investimento que vão fazer, seja na maior capacidade, na segurança, na eficiência, seja no que for, vão adoptar a tecnologia. –*

*Francisco Jerónimo (IDC Europa)*

Apesar de a maior parte das soluções ainda estar em fase embrionária, as “empresas estão a tentar perceber como utilizar a tecnologia, quais são as dificuldades”. As empresas estão a procurar saber “onde está o retorno do investimento dos projectos que estão a ser desenvolvidos”.

Quando for identificado o retorno real e interesse do investimento que vão fazer na maior capacidade, na segurança ou na eficiência, as empresas vão adoptar a tecnologia, conclui.

Entretanto, há limitações ao nível do hardware, da autonomia, de preços entre outras que ainda colocam obstáculos à adopção em massa. “Como em qualquer outra tecnologia emergente as empresas têm de encontrar usos específicos, para melhorar processos ou aumentar a rentabilidade. Depois dos primeiros casos de sucesso, a adopção começará a crescer”.

Mas existe uma “apetência e interesse por parte das empresas”. E, sublinha, “estamos a falar de alterar completamente o paradigma de interagir com informação digital”, com substanciais ganhos de eficiência. Se até agora se utilizava o teclado, o rato ou o ecrã táctil, com a realidade aumentada será possível passar para um ambiente 3D e libertar as mãos, o que trará “um grande aumento de eficiência”.

Francisco Jerónimo exemplifica: se se estiver a arranjar uma máquina e se se tiver de estar a consultar o manual em simultâneo, está-se alternadamente a fazer uma ou outra coisa. Com uns óculos de RA, é possível ver de imediato o que se passa com a máquina, quais as peças que podem eventualmente ter problemas, podendo em simultâneo arranjar o equipamento, pois o executante tem as mãos livres.

O analista referiu que, o ano passado, a empresa de distribuição DHL fez um teste com produtos de realidade aumentada conseguiu incrementar cerca de 25% a eficiência dos processos. Através de uns óculos de RA tornou-se mais rápido encontrar a encomenda pretendida no armazém,

colocá-la no lugar ideal no carrinho, “scanear” e ler o código de barras. Em suma foi possível “aumentar a eficiência, reduzir custos, tornando-se mais produtivos e reduzindo o tempo que demoravam a executar determinadas tarefas”.

Por outro lado, explica Francisco Jerónimo, a realidade virtual permite aumentar a segurança. Este é o segundo motivo pelo qual as empresas estão a olhar para esta nova tecnologia. “Neste momento ainda não é muito normal haver pessoas a interagir com robôs, mas não estamos muito longe disso. Quando a complexidade das máquinas que são usadas em fábricas é grande, o risco de acidentes é maior. Se eu tiver algo que me ajude a identificar se há um risco, pode reduzir problemas com acidentes”.

Já fora das empresas e na relação com os clientes, as potencialidades são igualmente assinaláveis. Depois da “febre do Pokemón Go”, no Verão passado, muitos milhares de pessoas passaram a ter consciência do que poderá vir a ser a realidade aumentada. Mais uma vez Francisco Jerónimo recorre a um exemplo: “imagine o que é apontar o telemóvel para uma peça do Ikea e ter de imediato acesso às instruções de montagem, sem ter de consultar o manual. Só tenho de apontar a câmara, e surge uma camada de informação adicional no telefone que até agora não tinha”.

---

## POR MAFALDA SIMÕES MONTEIRO

---

**TAGS** [IDC](#) [IT People](#)

---

COMPUTERWORLD

---

Seções

- Cloud
- Mobilidade & Wireless
- Big Data
- Social
- Tecnologias
- Negócios
- Startups
- Sectores
- Carreira
- Opinião
- Vídeo
- White Papers

Informações

- Contactos
- Fale connosco
- Termos de utilização

---

Copyright © Computerworld.

---