



Todos juntos somos fortes

Angaríamos mais de 300 inscritos e tivemos uma audiência de 100 pessoas conectadas, ou melhor, reunidas para aprender e pensar em soluções para o presente e o futuro, que honra!

Foi um sucesso o 10º Verso & Reverso da Comunicação Interna, organizado e realizado pelo Grupo de Comunicação Interna (GTCl) da Abracom, em 28 de setembro de 2022. Após uma década, percebe-se com muito orgulho, que o modelo de trabalho adotado desde a 1ª edição do V&R da Comunicação Interna vai longe! Nossa mobilização sempre começa com a busca conjunta de um tema relevante para o setor de comunicação corporativa, motivando o envolvimento das agências participantes do grupo a trazerem para a programação novidades ou tendências do mercado ou da sociedade. Para realizar o evento, procuramos equilibrar discussões conceituais com exercícios práticos permitindo, desta forma, um clima atraente e facilitador, que gera aprendizado.

O tema METAVERSO, TECNOLOGIA OU COMPORTAMENTO foi unânime e escolhido pela originalidade e desafios voltados para aplicação no trabalho específico de comunicação com os funcionários. O assunto exigiu que a curadoria do conteúdo fosse completa, trazendo speakers com vivência no tema e com capacidade de falar sobre o início, o meio e o que está por vir. E todo um cuidado com a entrega, ainda em formato digital. Imagine você, tratar de um espaço tridimensional em um encontro on line, bidimensional e com vários perfis de público na audiência. Afinal, um tema inovador e futurista não poderia manter os modelos tradicionais até então utilizados, sendo fundamental uma forte coerência entre conteúdo e forma. E foi o que aconteceu.

A escolha dos palestrantes foi igualmente feliz. O Painel Tendências foi mediado por Sheila Magri da MACOB Comunicação e Fábio Almeida da Stocom Vídeos Comunicação Digital, ambos associados Abracom. E os panelistas Paulo Silvestre, jornalista, consultor e palestrante de customer experience, mídia, transformação e cultura digital; Rubens Yoshida professor, especialista em negócios, comunicação e marketing digital, CEO na NeoClick Business Intelligence traçaram uma rota muito precisa sobre o surgimento e a evolução do metaverso na sociedade. Para ambos, trata-se de um novo comportamento, associado a mais uma grande revolução, a 5ª onda na era da tecnologia, que traz a experiência imersiva como a grande novidade. E junto com a exploração do novo, surgem problemas como a exposição exagerada que pode levar a uma dependência que afeta a saúde das pessoas. É necessário ter disciplina para se conectar e se desconectar, para que a dose da imersão seja saudável, afirmaram.

No metaverso, a questão não é mais resolver a dor do cliente, mas sim realizar o sonho dele. Tudo é possível, se imaginarmos que esse ambiente bebe da fonte dos games, ou seja, parte da perspectiva do entretenimento, de atrair as pessoas pela diversão.

As facilidades para o relacionamento e engajamento de públicos são inúmeras e ainda em estágio inicial de experimentação. Desde avatares das marcas que são criativos, atenciosos e muito bem recebidos pelos clientes até treinamentos e simuladores extremamente reais para a capacitação de colaboradores. Hoje já é possível recrutar, selecionar e integrar profissionais para vagas de trabalho por meio do metaverso.

Os ganhos para as marcas, já observados, são muitos. Proximidade, um tom de comunicação mais espontâneo é a visibilidade exponencial e viral, além de proporcionar a experiência ao usuário do metaverso de aprender e se divertir ao mesmo tempo. Sem contar com as oportunidades de monetização por meio das NFTs (Token não fungível), que valora algo único, as criptomoedas e os bitcoins. E para a sociedade, surgem novas profissões, novos acessos à informação e ao turismo, como visitas a museus e passeios a pontos turísticos, por exemplo.

O Projeto do metaverso da Câmara Espanhola de Comércio no Brasil ilustrou o Painel Tendências e foi apresentado por Alejandro Gomez, diretor executivo da instituição, engenheiro de computação. Com os objetivos de projetar a Câmara para todo o território nacional e ser atrativo para residentes e visitantes a plataforma foi desenhada especialmente para o modelo de negócios, de forma amigável e eliminando entraves tecnológicos. O ambiente reproduz a Plaza de España em Madri e permite ao visitante conhecer os estabelecimentos comerciais e culturais das empresas que fazem parte da Câmara no Brasil. Para acessar basta entrar em metacamara.com.br.

A rodada de debates com perguntas curiosas e as respostas nos fizeram entender que o metaverso apresenta-se como uma novidade que se justapõe ao que já existe em termos de comunicação de marca. Não será o que já conhecemos “ou” ele, será “e” ele no relacionamento com os públicos, extremamente atraente e intuitivo para as novas gerações. No campo organizacional, a possibilidade de uma versão virtual autônoma de um objeto, espaço ou ser físico potencializa a experiência do colaborador, uma vez que as interações não presenciais ganharam força após a pandemia com a adoção do modelo híbrido de trabalho.

A atividade colaborativa do 10º Verso e Reverso foi conduzida pela Vitulo, estúdio criativo global que usa o poder da realidade aumentada para ajudar marcas e agências a criarem experiências de marketing engajadoras, impactantes e disruptivas. Seu CEO, Pedro Corman, e a marketing manager Gabriela Barbosa conduziram duas dinâmicas sobre trabalhar no metaverso: o impacto das tecnologias imersivas nas relações de trabalho. A primeira delas foi dedicada à criação individual de avatares e a segunda, a visualização por meio de QR code de um projeto de realidade aumentada. Ao final, a felicidade do dever cumprido, com os egos merecidamente bem lustrados e a frase lacração de Pedro “nada mais humano que o digital”.

Contudo, não temos dúvida de ter respondido à pergunta fio condutor do evento: o metaverso é só uma nova tecnologia ou um novo comportamento?

E assim, o GTCI continua na vanguarda da busca do aperfeiçoamento profissional de todos que atuam no segmento, além de fortalecer o mercado de trabalho, através da democratização dos conhecimentos adquiridos a cada edição do V&R.

Claudia Cezaro Zanuso

É associada Abracom pela Duecom Comunicação e coordenadora do GTCI da entidade, grupo responsável pelo Verso e Reverso da Comunicação Interna

Izolda Cremonine

É associada Abracom pela C&M Comunicação e integra o GTCI da entidade, grupo responsável pelo Verso e Reverso da Comunicação Interna