



# 11º VERSO & REVERSO

IA - Bem-vinda à comunicação



## **O que aprendemos sobre Inteligência Artificial no 11º Verso e Reverso da Comunicação Interna**

O significado da palavra Tesarac representa bem o momento da popularização da Inteligência Artificial em nossas vidas: uma espécie de “parto histórico”, um momento no qual todos os paradigmas são questionados para permitir o nascimento de novos paradigmas sociais, culturais e econômicos. Foi com esse conceito que os especialistas Ronaldo Lemos e Walter Longo bateram um papo sobre as mudanças emocionantes que estão surgindo a partir da adoção da IA no ambiente de negócios. Para eles a IA vem para devolver nossa humanidade. “O que nos distingue das máquinas é a vontade, a curiosidade e a capacidade de imaginação. A IA irá complementar a eficiência no trabalho e trará também novas oportunidades.”

O encontro entre eles ocorreu poucos dias antes do 11º Verso e Reverso realizado pelo Grupo de Trabalho em Comunicação Interna – GTCI da Abracom em 22 de setembro. As 528 inscrições e as 219 pessoas presentes revelaram o interesse da comunidade de comunicação sobre tendências em comunicação interna. Esses números vêm crescendo ano a ano! E os resultados da satisfação com o encontro também: 80% diz que o VeR de 2023 atingiu totalmente suas expectativas e para 44% a profundidade do assunto foi acima das necessidades profissionais.

A Abracom e suas agências associadas sentem que a tecnologia, uma vez aliada da cultura organizacional e de condutas éticas, já é e será cada vez mais um agente de transformação a se considerar em planos estratégicos de comunicação interna.

Estudos apontam que a convergência da Inteligência Artificial Generativa e o mundo do trabalho está produzindo resultados notáveis. Desde novembro de 2022, o número de postagens de emprego na rede social profissional LinkedIn fazendo referência a tecnologias como GPT ou ChatGPT cresceu 21 vezes, sinalizando a rápida integração da IA nos locais de trabalho. Além disso, o número de usuários do LinkedIn no mundo que se dizem proficientes em IA cresceu 9 vezes de janeiro de 2016 a junho de 2023. Os dados constam do relatório “Future of Work Report: AI at Work”, que o LinkedIn publicou com base em informações de quase 1 bilhão de usuários no mundo.

Uma pesquisa recente apurou que 47% dos executivos dos EUA acreditam que “o uso de IA generativa aumentará a produtividade”, 44% planejam aumentar o uso de IA em suas organizações no próximo ano, e 40% acham que o uso de IA generativa ajudará a desbloquear mais oportunidades de crescimento/receita no próximo ano.

Ao que tudo indica, a Inteligência Artificial promete impulsionar o desenvolvimento das pessoas, estimulando a criatividade e dando ferramentas que apoiam a execução de tarefas cotidianas. Por isso, existe a clara necessidade de se investir em sensibilização e educação para o uso consciente dos novos recursos. Iniciativas como o relatório “AI & Human Rights” que aborda os principais temas em torno da IA e dos direitos humanos, incluindo transparência, aplicabilidade, notificação e consentimento do usuário, confiabilidade, criação de padrões, regulamentação e legislação, devem ser analisados antes de se iniciar a implantação de IA na comunicação.

Entretanto é fundamental reconhecer que IA passa a ser parte essencial de um novo espaço estratégico que envolve as inteligências individuais, sociais e artificiais, interligadas e consideradas em conjunto para criar soluções que devem atender às necessidades das pessoas, grupos e comunidades.



# 11º VERSO & REVERSO

IA - Bem-vinda à comunicação



Um comunicador corporativo poderá usar sua inteligência individual, alicerçada em expertise e conhecimentos adquiridos, para desenvolver ideias e perspectivas iniciais. Em seguida, pode engajar sua equipe e acionar a inteligência social, alavancando a diversidade de experiências e pontos de vista coletivos para aprimorar a análise e a concepção de soluções mais abrangentes.

Um levantamento feito pela Microsoft indicou que 64% das pessoas afirmam não ter tempo ou energia para trabalhar. Nesse sentido, a IA vem para agilizar esse processo, permitindo que o profissional dedique mais tempo para tarefas que exijam conhecimento especializado e criativas. E a Inteligência Artificial pode criticar, avaliar, analisar dados e auxiliar no processo de tomada de decisão.

Essa pesquisa ainda mostrou que 82% dos líderes afirmam que os colaboradores precisam desenvolver novas habilidades para acompanhar a Inteligência Artificial. Isso prova que tão importante quanto ter boas ferramentas é contar com equipes preparadas para fazer um bom uso delas.

Nada menos que 75 milhões de empregos serão afetados pela automação. Em outras palavras: a IA consegue servir potencialmente como substituto para quase 70 milhões de pessoas em todo o mundo. Por outro lado, quase 427 milhões de empregos têm potencial de crescimento. O que significa que, trabalhando de mãos dadas com os humanos, a IA tem o potencial de criar um futuro digitalmente capaz e tecnologicamente progressivo para todos.

E, ao contrário do que muita gente pensa, a Inteligência Artificial pode ajudar a aumentar a criatividade humana em vez de substituí-la. Segundo a Harvard Business Review, ferramentas como o ChatGPT, por exemplo, podem apoiar os seres humanos na hora de realizar tarefas, ajudando-os a encontrar um contraponto durante uma sessão de brainstorming, a superar alguns vieses existentes na hora de realizar uma tarefa e a avaliar as ideias que surgem durante o trabalho. Após a explosão do ChatGPT da Open IA, outras grandes empresas, lançaram seus produtos: o Google com o Bard e a Adobe usando de IA para criar o Adobe Firefly para artes e projetos em geral. E as novidades continuarão a aparecer...

Presume-se que depois de três grandes revoluções tecnológicas – a agrícola, a industrial e a computacional – vivemos uma quarta: a revolução da IA. Essa revolução gerará riqueza suficiente para que todos tenham o que precisam, se nós, como sociedade, a administrarmos com responsabilidade, acredita o CEO Sam Altman da Open IA, empresa responsável pela criação do ChatGPT. Para ele, o progresso tecnológico que faremos nos próximos 100 anos será muito maior do que tudo o que fizemos desde que controlamos o fogo pela primeira vez e inventamos a roda.

## Painel Tendências

Com medição de **Anderson Hass**, Head de Talent Management na SOMOS Educação, o debate da primeira parte do 11º VeR foi sobre princípios centrais como comportamento humano e ética. A prerrogativa da IA explorar, de forma precisa e detalhada, padrões ocultos e complexos presentes nos conjuntos massivos de informação, revelando insights estratégicos deve impulsionar o desempenho de negócios e orientar estratégias assertivas de crescimento.

Foi um prazer e uma aula para mim, poder mediar a discussão de inteligência artificial com profissionais tão gabaritados e com prismas tão diferentes. Os pontos de vistas apresentados foram muito complementares a conseguimos mostrar a relevância da tecnologia, das pessoas e das relações entre agências e seus clientes nesse momento de transformação. É fato que todos teremos que nos adaptar às novas ferramentas que chegam e mudam a maneira que entendemos a tecnologia, mas depois da conversa, ficou claro que nada disso será possível se não olharmos para a essência das pessoas e o impacto do ser humano em todo esse processo, afirmou Anderson.



# 11º VERSO & REVERSO

IA - Bem-vinda à comunicação



Para **Ana Domingues**, Diretora Executiva InPress Porter Novelli, a IA e suas capacidades abrem um horizonte de possibilidades para análise e tomada de decisão. Um exemplo desse potencial reside na análise de grandes volumes de dados, levando à identificação de tendências e oportunidades emergentes que podem passar despercebidas aos olhos humanos. Ela afirmou que o Verso e Reverso conseguiu trazer à tona, de um jeito muito profundo e cuidadoso, a complexidade de se explorar e implementar, de forma eficiente e criativa, mas também justa, a inteligência artificial generativa na comunicação. Ainda temos muito a aprender, mas são trocas como essa que farão nossa indústria tomar a dianteira neste cenário.

Entre os aprendizados sobre IA aplicada à comunicação que Ana recomenda a transparência e a ciência do cliente quanto ao uso por meio de disclosure, em atividades como:

- processos criativos como o brainstorming
- pesquisas e double check dos achados
- geração de posts para as redes sociais ampliando presença digital
- revisão de textos, edição e traduções, mas sem prescindir da aprovação de um profissional

**Marcelo Lopes**, Fundador da Consultoria Chie e Presidente do Instituto Integral Brasil supõe que como todas as grandes ondas de inovação do passado, a IA deve alterar profundamente o mundo como o conhecemos e dar ao trabalhador novos papéis. Mas, é importante entender que a tecnologia ainda está limitada a cálculos, estatísticas e reconhecimento de padrões, enquanto que a nossa inteligência - individual e social - é capaz de compreender, raciocinar e entender o mundo em sua complexidade. Deve-se valorizar inteligência individual, incentivando capacitação e desenvolvimento das pessoas, garantindo que suas habilidades sejam usadas de acordo com os princípios organizacionais.

Para Marcelo, a cultura organizacional é a consequência coerente ou incoerente de como a organização se move para o futuro. O desafio de comunicação interna está na construção da coerência entre a meta narrativa de Missão, Visão e Valores e o centro de gravidade das histórias entre os colaboradores. Ele entende que a IA não sendo biológica continuará demandando dos gestores de comunicação o contexto psicológico e a necessidade de afeto e conexão. Portanto, a missão do profissional de comunicação vai além da complexidade das ferramentas e da tecnologia, remonta à trajetória do homo sapiens.

Por sua vez, **Reynaldo Naves**, Sócio e Gerente Geral da Olivia Consultoria, acredita que o sucesso das estratégias de comunicação interna é resultado da mobilização das pessoas a serviço dos direcionamentos corporativos, na medida do possível com felicidade e satisfação pelo trabalho realizado. Redes sociais e sua influência, assim como relacionamentos interpessoais são elementos-chave na formação da inteligência social, porque interações sociais moldam nossos cérebros e influenciam nosso comportamento. A inteligência social é a base do funcionamento saudável e adaptativo das sociedades humanas. Ela envolve a habilidade de compreender e interpretar comportamentos, emoções e intenções dos outros, levando a formar laços sociais, cooperação e coordenação de atividades em grupo.

Portanto, promover a inteligência social significa estabelecer ambientes colaborativos e inclusivos, onde perspectivas diferentes são valorizadas e o trabalho em times é incentivado, considerando a diversidade e promovendo equidade. Para ele, a mensagem e o canal são secundários ao propósito da transformação, que sempre começa pelas pessoas para depois atingir a organização. Se as pessoas vão passar a usar IA no seu trabalho, haverá o aumento da demanda por maturidade emocional e cognição que sustentem a complexidade dentro das organizações. Desenvolver competências não levará à co-criação do futuro desejável. Haverá a necessidade de maior investimento na educação de adultos para assimilar a nova tecnologia. O uso da psicologia social e neurociência, em plataforma de Inteligência Artificial e machine learning, vem colaborando para entender esse contexto.



# 11º **VERSO & REVERSO**

IA - Bem-vinda à comunicação



## Workshop colaborativo

Na segunda parte do 11º VeR, **Milena Fiori**, CXO da Olivia Consultoria, foi a facilitadora de uma dinâmica que provocou os participantes a (re)pensar qual o papel do comunicador diante da IA e responder as seguintes questões em grupos temáticos:

1. O que a IA contribui para os processos e CI
2. O que a IA não vai conseguir substituir
3. O que não deve ser mais feito com a chegada da IA

<b>Temas da Comunicação Interna</b>	<b>Contribuição da IA</b>	<b>IA não vai conseguir substituir</b>	<b>Mudança após IA</b>
<b>Diagnóstico</b>	Ampliar repertório Agrupar informações Trabalhar dados	Entrevistas em profundidade	Parar de buscar as mesmas fontes de informações
<b>Canais</b>	Coleta de dados Pesquisas internas para gerar insights e caminhos Operacionalização de canais Desdobramento de conteúdos em diferentes formatos	Coerência com as histórias e a estratégia	Operacionalização
<b>Campanhas</b>	Comunicação mais simples Brainstorming para criação Conteúdo para educação	Criação de conceito e identidade visual Treinamento dos colaboradores Processo relacional Sensibilidade x criatividade	Otimizar tempo de pesquisa
<b>Influência</b>	Atividades consultivas Mapeamento dos influenciadores Aprender mais sobre as ferramentas e formas de aplicar no dia a dia	Ponte entre a IA e o profissional de comunicação Ser guardião do processo (gestão e governança)	Mensuração de resultados e dados (levantamento) Parar de ter receios e ver as ferramentas de IA somente como braço operacional
<b>Lideranças</b>	Comunicações personalizadas para o time Ferramentas que vão ajudar no engajamento com alta liderança Melhor conhecimento das pessoas para construção de times de alta performance Automatização para criar aproximação com o time – liderança mais humana e vulnerável	Analisar dados Dar feedbacks Liderança de pensamento	Orientações de tarefas Criar mensagens finais a partir de conteúdos gerados por IA



# 11º VERSO & REVERSO

IA - Bem-vinda à comunicação



Percebe-se que visão sistêmica, inovação alinhada à estratégia e cultura de dados são novas cartas no jogo estratégico do comunicador. A geração de conteúdo pela IA deverá ser monitorada e editada pela mente humana.

Como coordenadora do GTCI da Abracom e à frente da série Verso e Reverso, **Claudia Cezaro Zanuso**, Sócia-diretora da Duecom Comunicação, aposta em uma atividade cada vez mais consultiva e conectada com o propósito das organizações por parte dos comunicadores internos. Para ela, a IA vem trazer grandes avanços aos processos sistêmicos e ao mesmo tempo somar capacidade de análise de dados que tanto carecemos. Em um futuro breve, não precisaremos mais nos justificar sobre a importância estratégica da CI, porque sem ela a organização não sobreviverá, acredita. A nossa vontade de conquistar relevância no ambiente de negócios encontrou uma forte aliada na IA. Portanto, demos as boas-vindas à Inteligência Artificial na Comunicação Interna!

Além deste artigo, se desejar rever o evento, basta [acessar a gravação clicando aqui](#)

---

Para fazer a curadoria de conteúdo do 11º VeR, o GTCI da Abracom pesquisou as seguintes fontes e contou com a colaboração e Rodrigo Cogo, Diretor da Sinapse Conteúdos de Comunicação em Rede:

<https://moores.samaltman.com/> Lei de Moore para tudo (Sam Altman 16.03.21) CEO da Open IA

E-book inteligências individual, social e artificial (um novo espaço estratégico para criar, colaborar e agir). De André Neves, Filipe Calegario, Rui Belfort, Silvio Meira e Vinicius Garcia, tds.company

[https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---inst/documents/publication/wcms\\_890761.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---inst/documents/publication/wcms_890761.pdf)

[https://static1.squarespace.com/static/60355084905d134a93c099a8/t/62c4898dc0ce4423c43e53a7/1657047446740/AI+and+Human+Rights\\_Building+a+Tech+Future+Aligned+With+the+Public+Interest%C2%A0+%284%29.pdf](https://static1.squarespace.com/static/60355084905d134a93c099a8/t/62c4898dc0ce4423c43e53a7/1657047446740/AI+and+Human+Rights_Building+a+Tech+Future+Aligned+With+the+Public+Interest%C2%A0+%284%29.pdf)

<https://hbr.org/2023/07/how-generative-ai-can-augment-human-creativity>

<https://curtonews.com/newsverso/quia/quia-de-ferramentas-de-inteligencia-artificial/>

[https://olhardigital.com.br/2023/08/31/pro/cientistas-buscam-consciencia-em-sistemas-de-inteligencia-artificial/?utm\\_campaign=notificacao&utm\\_source=notificacao](https://olhardigital.com.br/2023/08/31/pro/cientistas-buscam-consciencia-em-sistemas-de-inteligencia-artificial/?utm_campaign=notificacao&utm_source=notificacao)

<https://www.meioemensagem.com.br/comunicacao/lideranca-ia-inteligencia-artificial>

Pesquisa do Índice de Confiança de Executivos do LinkedIn nos EUA, junho de 2023

Pesquisa "Zeitgeist: AI Readiness Report" procurou descobrir o que está funcionando, o que não está e as melhores práticas para as organizações implantarem a IA para um impacto real nos negócios:

<https://go.scale.com/hubfs/Scale-Zeitgeist-AI-Readiness-Report-2023.pdf>

Inteligência Artificial: tudo o que você precisa saber - Miguel Nicolelis:  
[https://www.youtube.com/watch?v=pb4b4\\_MINwo&t=139s](https://www.youtube.com/watch?v=pb4b4_MINwo&t=139s)

<https://www.revistahsm.com.br/post/neurotransmissores-experiencia-total-e-ia>





11º  
**VERSO & REVERSO**  
IA - Bem-vinda à comunicação



<https://www.revistahsm.com.br/post/empatia-artificial-a-proxima-fase-da-ia>

<https://gente.globo.com/infografico-o-que-pensam-os-brasileiros-sobre-inteligencia-artificial/>