

IDEQL
a Hill+Knowlton company



WEB SUMMIT LISBOA 2023
**A ERA DA IA E DA
GOVERNANÇA**

O PRIMEIRO ANO DE UMA REVOLUÇÃO NOS NEGÓCIOS E NAS RELAÇÕES

Dezembro de 2023

MENSAGENS DE ABERTURA

ARTIGO

- *A Comunicação da Governança sobe ao palco, por Victor Pereira (Aberje)*

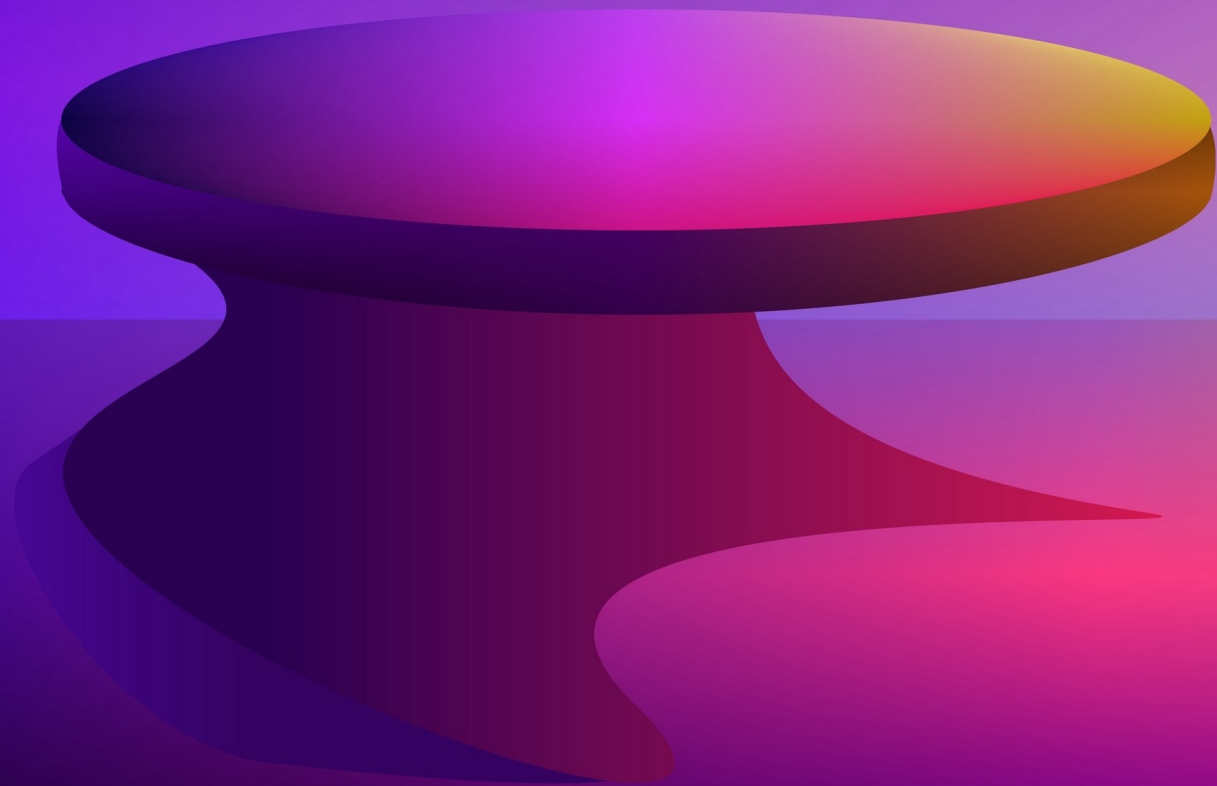
11 INSIGHTS

- *Inteligência Artificial, Web 3, o futuro das Fintechs: as principais conversas emergentes no Web Summit Lisboa 2023*

REFERÊNCIAS

ÍNDICE

ABERTURA



MENSAGEM DE ABERTURA

Mais de 900 palestrantes, 2500 startups e 70 mil participantes de todo o mundo. Todos juntos, em Portugal, discutindo os impactos da Inteligência Artificial nos negócios, nas relações, na empregabilidade, no clima, nos processos de aprendizagem e na governança empresarial. Exatamente **um ano após o lançamento do Chat GPT**, que mudou completamente nossa perspectiva sobre os processos de transformação digital e popularizou as inteligências artificiais generativas, o **Web Summit Lisboa** mostrou a revolução tecnológica em curso e a olhos vistos. Do “hype” inicial, que norteou as conversas e indefinições do Web Summit Rio deste ano, passamos, em Lisboa, às discussões mais consistentes e conscientes sobre o poder e os perigos das **GenAIs**.

Mas, longe de considerar as inteligências generativas ferramentas de “busca”, é importante considerar que essas tecnologias funcionam como ferramentas de geração de textos em uma escala sem precedentes, a partir da mais robusta capacidade de processamento de dados já vista. A Open AI mudou nossa experiência e também o exponencial do que até então havíamos obtido com as inteligências artificiais.

É possível que, em algum tempo, as conversas nos universos de marketing, negócios e comunicação sejam menos guiadas por aspectos tecnológicos e regulatórios da IA e passemos a discussões mais voltadas a seus impactos – uma transformação completa da educação, dos negócios e da criatividade humana.

Por ora, fiquemos com os primeiros impactos de um primeiro ano de grandes transformações. Vida longa ao Web Summit, agora sob o comando de Katherine Maher. Vida longa ao uso consciente de tecnologias. Vida longa às novas ideias e à inovação. E, claro, vida longa às novas possibilidades de comunicação que a IA apresenta.

Boa leitura!

ARTIGO ABERJE

A COMUNICAÇÃO DA GOVERNANÇA SOBE AO PALCO

As expectativas em torno de mais uma edição do **Web Summit Lisboa** não foram exatamente as mesmas das edições anteriores. Enquanto em outras as atenções estavam voltadas para grandes temas orientadores que passeavam por todos os palcos, painéis e discussões - como foi com o famigerado metaverso, que se provou um tema passageiro, e mais atualmente com a inteligência artificial que, ao contrário, vem apresentando o seu real potencial de impacto e amadurecendo em vários sentidos - esta edição trouxe expectativas sobre um tema que não costuma aparecer muito, ao menos do modo que apareceu, no universo da tecnologia e inovação: **a comunicação da governança**.

O fato que trouxe a governança para o centro do palco foi a declaração de **Paddy Cosgrave, CEO do Web Summit**, com um posicionamento nas redes sociais sobre o conflito Israel e Hamas. Em seu perfil pessoal no X, semanas antes do evento acontecer, Paddy disse que “crimes de guerra são crimes de guerra, mesmo quando cometidos por aliados”, reforçando que estava chocado com a forma como governos e líderes de países ocidentais estavam lidando com o conflito no Oriente Médio. Surpresos, porém, ficaram somente aqueles que não sabem que o agora ex-CEO não teme em se posicionar sobre temas políticos.

No ano passado, o Web Summit abriu espaço para uma fala de abertura da primeira-dama da Ucrânia, Olena Zelenska, em um momento crítico da guerra. Cosgrave também já criticou o governo da Irlanda, seu país natal, cobrando que parassem de apoiar financeiramente oligarcas russos. Mais recentemente, elogiou o governo do mesmo país acerca de seu posicionamento sobre o conflito no Oriente Médio. A Irlanda condenou veementemente os ataques israelenses, com posicionamento duro de seu presidente, Michael D. Higgins.

O resultado do post de Cosgrave, que foi apagado pouco depois, vale citar, foi o boicote de empresas de Israel, um polo de desenvolvimento tecnológico e abrigo de startups, e também das big techs, como Meta, Alphabet, Amazon, Intel e Siemens. O CEO se desculpou e quatro dias depois, renunciou ao cargo. O impacto da saída de tais empresas foi grande, principalmente no conceito de awareness e atenção que recebe - sem os gigantes do mercado, a conferência perdeu um pouco de seu brilho.



A COMUNICAÇÃO DA GOVERNANÇA SOBE AO PALCO

Foi nesse clima que a nova CEO do Web Summit assumiu a liderança. Katherine Maher, que é ex-executiva do Wikipedia, abriu a conferência endereçando logo de cara o grande elefante na sala. Em um primeiro momento, saiu em defesa do direito e da liberdade de expressão, em seguida, defendeu que o Web Summit deveria ser um espaço para a discussão dessas ideias, não o tema da própria discussão. Maher ainda afirmou a importância da manutenção deste espaço, habitado pela comunidade de pessoas que trabalham com tecnologia, e onde conversas importantes sobre o futuro da sociedade devem ser conduzidas. “Peço que façam isso respeitosamente, mesmo nas conversas difíceis”, disse ela.

O discurso, entregue de forma exemplar, foi aplaudido e pareceu esmaecer um pouco a expectativa e a tensão construídas em torno da crise. Ainda não sabemos se isso trará as empresas de volta, mas sem elas, a conferência pareceu voltar às suas origens, dando espaço para as startups. Neste sentido, as discussões pareciam estar mais próximas, e as ideias aterrissaram.

....

Do episódio, fica um rico exercício de reflexão para nós, comunicadores, que vivemos em constante decisão sobre posicionamento, seja institucional ou pessoal, de nossas organizações e líderes. Como sabemos, cada caso é um caso, e há algumas balizas importantes que podemos seguir para saber tomar a melhor decisão.

Tive a oportunidade de participar de uma mesa-redonda aberta, em um dos espaços mais concorridos do Web Summit. **“Navigating uncertainty: leadership communication in times of crisis”**, que foi conduzida por Rhett Power, que escreve sobre crises para a Forbes. A proposta era explorar aspectos da comunicação como transparência, empatia e estratégia, em relação a comunicação de líderes, quando respondendo a crises de cunho global. Com pessoas de diversos países, incluindo aqueles envolvidos nas crises citadas acima, foi possível identificar alguns pontos em comum quando tratamos do tema.

Em um contexto em que muitas vezes os fatos são eclipsados pela quantidade de informações e pela agressividade das reações nas redes sociais, há uma **pressão invisível pela resposta rápida**. E os perigos associados a decisões precipitadas são evidentes. Para alguns, Paddy Cosgrave se precipitou. Talvez nem tanto pela pressão das redes sociais, mas talvez por uma pressão autoimposta, de velocidade na reação ao mesmo passo dos acontecimentos.

A saída para não ceder à pressão é ter um **processo estruturado para que a decisão por um posicionamento seja tomada**. Esse processo precisa levar em consideração seus stakeholders, seu público interno e também seus valores. Além disso, a consistência das palavras e o alinhamento com ações de impacto também devem ser consideradas. O que pode ser feito a respeito do assunto, considerando a sua comunidade, o seu território de ação e tema, é peça fundamental para que o posicionamento não se vire contra a própria pessoa ou organização.

A **manutenção de cultura da divergência** também apareceu como um processo contínuo que pode ser implantado nas organizações. Aprender a ouvir seus pares e discordar é vital, ao mesmo tempo em que concordar em discordar tornou-se um desafio. Seja por sobrevivência, revolta ou distância, posicionar-se em meio a temas polarizados demanda uma abordagem estratégica.

E por fim, uma quase ironia se impõe quando adicionamos à equação o aspecto do perfil pessoal do líder. Durante a discussão, ao tentar traçar paralelos, perguntamo-nos o que teria acontecido se fosse Elon Musk se posicionando sobre o tema daquela forma. Todos concordaram que o impacto não teria sido tão grande, já que o executivo bilionário meio que acostumou seu público com posições polêmicas e altamente pessoais. Neste sentido, o ensinamento é o de **conhecer a sua própria voz, e como ela ressoa em sua comunidade, em seus públicos, parceiros, clientes e até aqueles que parecem estar muito distante do seu território**. Isso também pode fazer a diferença na decisão por se posicionar.

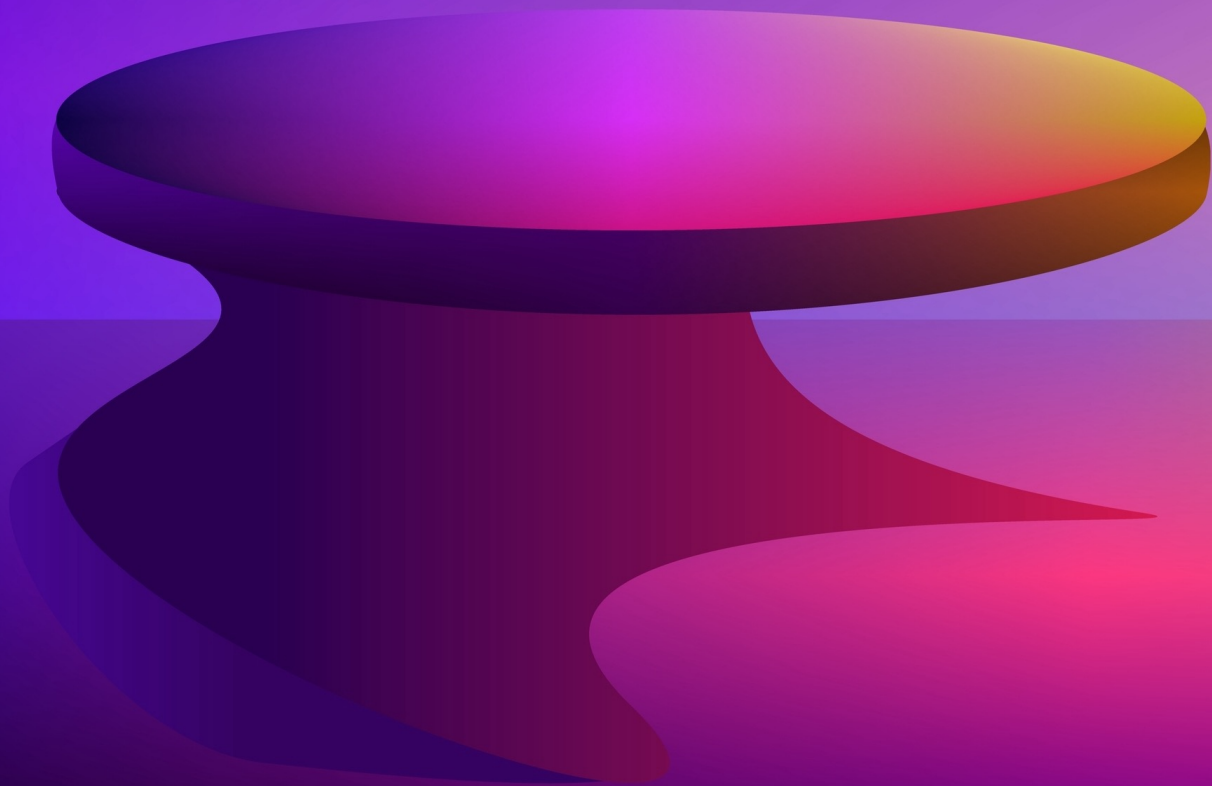
A decorative graphic on the left side of the page consists of two overlapping triangles. The front triangle is magenta and points upwards. Behind it, a teal triangle also points upwards. The text 'A COMUNICAÇÃO DA GOVERNANÇA SOBE AO PALCO' is written in white, bold, uppercase letters across the magenta triangle.

**A COMUNICAÇÃO
DA GOVERNANÇA
SOBE AO PALCO**

Victor Henrique Pereira, *autor deste artigo, é Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA-USP e Gerente de Relações Institucionais e Internacionais da Aberje – Associação Brasileira de Comunicação Empresarial.*

11 INSIGHTS

DO WEBSUMMIT LISBOA 2023 PARA PROFISSIONAIS DE COMUNICAÇÃO



INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL:

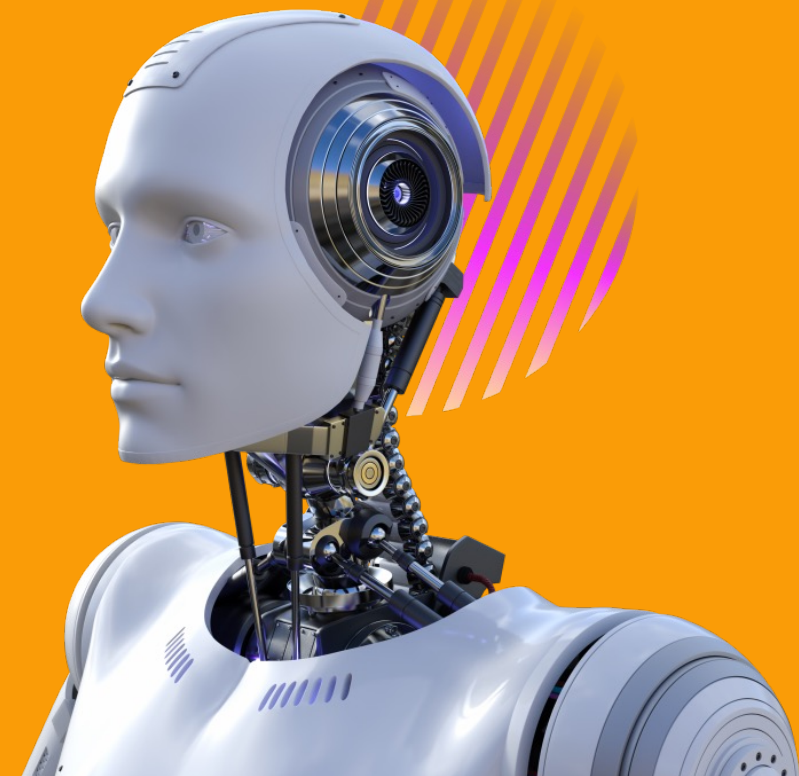
UM NOVO CICLO TECNOLÓGICO

Como esperado, **Inteligência Artificial** foi o principal tema desta edição do Web Summit Lisboa, presente em praticamente todos os painéis.

Mas, ao contrário das conversas ainda especulativas que emergiram do Web Summit Rio, na edição portuguesa do evento já vemos trabalhos mais avançados e discussões um pouco mais maduras acerca de temas como regulação, governança e o impacto da IA na transformação dos negócios, da aprendizagem, da criatividade e da empregabilidade.

“The real danger is not that computers will begin to think like men, but that men will begin to think like computers.”

Sydney J. Harris



IA COMO FERRAMENTA EVOLUTIVA DE MERCADO

ATENDIMENTO AO CLIENTE

- Hoje, praticamente 1 ano após o “boom” das inteligências artificiais generativas, já existem ferramentas capazes de compreender as emoções humanas e para ajudar as empresas a desenvolver melhor seus negócios. Por exemplo: uma IA pode entender uma conversa entre um comprador e um vendedor para compreender o que o comprador está pedindo ao vendedor de forma otimizada, para que o vendedor possa, responder às necessidades do cliente de forma mais assertiva e eficiente.
- Uma vez que a IA passa a automatizar alguns tipos de serviço, como **atendimento ao cliente**, os profissionais passam a ter a oportunidade de evoluir para um outro patamar no mercado.
- A IA hoje, já pode ajudar as pessoas a terem a sua “**cognição aumentada**”, ou seja, um profissional júnior pode se tornar um especialista mais rápido se souber usar as ferramentas corretas.
- Mas, vale lembrar que as ferramentas de IA disponíveis hoje ainda estão distantes de um resultado onde não seja necessária a intervenção humana de alguma forma.



DATA TECH

COMO DESBLOQUEAR O POTENCIAL DOS DADOS

- A tônica do Web Summit Lisboa, como não poderia deixar de ser, foi o impacto da inteligência artificial em todos os campos humanos. Mas o que está implícito nas conversas sobre IA são os dados que treinam muitos desses modelos e como seu potencial por ser desbloqueado.
- Todd Olson, CEO da Pendo, afirmou que a empresa coleta **20 bilhões de eventos em um dia, por meio de 700 milhões de websites**. Isso significa que a empresa captura 14 trilhões de dados em um ano.
- A empresa está testando inteligências artificiais para gerar e-mails e chegou à conclusão de que os textos customizados e escritos por pessoas performam muito melhor e tendem a converter mais.
- Mas é importante ressaltar que ainda estamos no início deste processo e que esses modelos podem aprender e evoluir.

“AI isn’t hurting humans. It’s actually trying to get you your job.”

TODD OLSON, *Founder e CEO da Pendo*



INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E CRIATIVIDADE

O NOVO VELHO DILEMA

- Nós já sabemos, e as discussões no Web Summit Lisboa reafirmaram, que as inteligências artificiais hoje podem se consolidar como uma espécie de *booster para a criatividade humana*, e não como substitutas. Hoje, temos uma oportunidade sem precedentes para a criatividade. Agora é possível brincar com os sistemas para se criar o que deseja, subindo material bruto e esculpindo algo mais interessante.
- Frequentemente as pessoas discutem se as IAs podem, ou não, ser criativas. Em todos os casos em que a inteligência artificial cria algo potencialmente criativo, seja uma música, uma pintura ou uma peça escrita, o que realmente está acontecendo nos bastidores é que é o humano que está colocando algum julgamento, examinando algumas opções e dizendo "essa é a que expressa o que eu quero dizer". Em outras palavras, **o humano segue usando a inteligência artificial como uma ferramenta.**
- Agora, uma das questões que têm aquecido as conversas corporativas e jurídicas em todo o mundo, é sobre a *autoria de obras feitas com uso de IAs generativas*. Uma

comparação possível e debatida ao longo desta edição do Web Summit, é a de se julgar obras feitas com IA da mesma forma que o urinol de Marcel Duchamp ganhou status de arte a partir da assinatura do artista e da exposição da peça em uma galeria. Ou seja: ainda temos um longo caminho construindo espaços de legitimidade para que essas novas obras possam ser reconhecidas dentro de limites éticos a serem estabelecidos.

- **"Thunking" X "thinking"**. Pensar é entender o porquê, é descobrir o que você gostaria de ver no mundo, como seria a solução que deseja desenvolver. Ao contrário do "thinking", a palavra **"thunking"** vem da execução maçante, *thunk thunk thunk*, como o som de um tijolo atingindo o chão. Ou seja, ela designa os momentos em que podemos executar algo sem pensar no que precisa ser feito. Da ideia à execução, o componente de pensamento nunca desaparece, mesmo se automatizarmos o "thunking". E a IA nos ajuda com este "thunking". Sistemas de IA não pensam por nós. O pensamento continua 100% humano.

MARKETING E CONTEÚDO EM 2024

COMUNIDADE E PERSONALIZAÇÃO

4

- Em um cenário onde as redes sociais têm um impacto mental majoritariamente negativo nas pessoas, é cada vez mais importante que os criadores de conteúdo tenham comprometimento, capacidade de vulnerabilidade e habilidade de fazer com que as pessoas se sintam vistas (algo que a geração Z prioriza muito), criando um **senso de comunidade** com os seguidores. E **personalização tem muito a ver com comunidade**.
- No entanto, nossas agendas sociais hoje estão dominadas pelo conteúdo de curta duração. E, neste sentido, o grande desafio para as marcas é o de não produzir apenas um tipo de conteúdo. É preciso distribuir vários tipos de conteúdo em todas as plataformas e buscar **formas mais autênticas de conexão** com a cultura, a língua e os costumes locais – mesmo para marcas globais.
- Para qualquer pessoa ou marca que tenha uma audiência, há sempre alguém que será um fã. E um fã é alguém “superpoderoso” na construção de reputação. As marcas devem estimular o contato direto com suas audiências e incentivar que os fãs compartilhem histórias oficiais ou recriem conteúdos envolvendo a marca de forma positiva.
- Além disso, vale pensar nos **trabalhos desenvolvidos com creators**, que já detêm a influência em suas comunidades de interesse, minimizando ruídos da comunicação das marcas com suas audiências potenciais.
- E, sempre é importante lembrar: **não existe um manual real** sobre o que vai funcionar ou não com a sua marca. O que se sabe, é que é preciso resgatar uma certa ousadia na comunicação para se fazer coisas grandes para se alcançar e permanecer na mente das pessoas. A colaborações são uma oportunidade de se conectar com comunidades menores de verdadeiros influenciadores culturais. Isso não apenas ajuda a ampliar a voz da sua marca, mas também faz com que o influenciador possa ouvir a voz dessas comunidades e se orientar.
- Neste cenário, as **microcomunidades** certamente se tornarão muito maiores nos próximos meses e anos.

(DES)INFORMAÇÃO E TECNOLOGIA

IA COMO BUSCADOR X IA NO PROCESSO JORNALÍSTICO

- Ainda vivemos o dilema de “*O ChatGPT erra quando busco por algum assunto*”. Mas é sempre importante lembrar: **inteligências artificiais não são modelos pensantes. São modelos estatísticos** (assim como o nosso teclado do celular que completa a palavra quando escrevemos). As IAs são baseadas em probabilidade e, portanto, quanto mais dados e mais capacidade de processamento, melhor a resposta.
- Hoje, algumas IAs têm mais de **540 bilhões de parâmetros** – e, vale lembrar que este é só o começo.
- Na prática, isso significa que ainda precisamos de humanos validando informações geradas pelas ferramentas de inteligência artificial. Além disso, essa também é a barreira que impede o uso da IA na Wikipédia, por exemplo.
- A **Associated Press** já está trabalhando com IA há cerca de dez anos, para promover a automatização de tabelas de ações, gerar relatórios instantâneos e, com isso, liberar jornalistas para realizar trabalhos mais ambiciosos.
- Hoje, alguns jornalistas estão usando IA para trabalhar com dados e contar histórias que, sem a ajuda dessas ferramentas não estariam sendo contadas.
- Mas sempre é importante ressaltar: na contramão do uso positivo dessas tecnologias, veremos cada vez mais desinformação criada e disseminada com suporte de inteligências artificiais. Por isso, as agências de informação precisam ser capazes de oferecer informações precisas e confiáveis.

O futuro do conhecimento não é diferente do que foi até agora. O conhecimento é um reconhecimento dos fatos da realidade, e para se chegar a ele é preciso esforço e abordagem cuidadosa – algo que não vai mudar.



WEB3

PERSPECTIVAS PARA UMA NOVA ECONOMIA DE CRIADORES

- A internet pode ser uma porta para acessar uma série de problemas – como o risco à democracia, o risco de ferir crianças, deep fakes etc.
- À medida que avançamos com a nova internet (Web3), precisamos aprender com as lições dos últimos 30 anos e pensar nos valores que queremos agregar à internet como sociedade.
- Se a internet do passado conectava máquinas e protocolos, a **internet hoje precisa focar na conexão entre pessoas**. Isto é, nos permitir possuir e controlar nossos dados, como, por exemplo, ter controle de portabilidade de dados, um identificador que não nos faça ter 50 senhas, aplicativos interoperáveis, entre outros. E se, ao invés de clicarmos em termos de uso criados pelas 5 gigantes da tecnologia, pudéssemos ter aplicativos que seguissem nossos termos de uso sobre como os dados são usados? Além disso, o que aconteceria se cada pessoa tivesse autonomia de compartilhamento de seus dados economicamente?
- A mudança potencial da Web3 é a de se criar alternativas para que as pessoas possam ter escolha.

REALIDADE AUMENTADA (AR)

DEVICES PARA NOVOS OLHARES PARA O MUNDO

- Para além do *hype* do metaverso, a realidade aumentada pode contribuir significativamente com diferentes aspectos do desenvolvimento humano. **Óculos de AR** podem ajudar uma pessoa a consertar algo ao mesmo tempo em que ela recebe a orientação de um especialista, como médicos em cirurgias que duram de 8 a 10 horas, por exemplo.
- Mas assim como qualquer tecnologia, a realidade aumentada vai levar ainda mais tempo para ser adotada em grande escala. Foi assim com os próprios telefones celulares – quando finalmente descobrimos que não precisaríamos mais de um orelhão. O que não sabíamos àquela época é que, um dia, teríamos um computador dentro do bolso – os smartphones.
- Antes de termos uma adoção em massa da realidade aumentada e vermos o mundo como nos filmes de ficção científica, é preciso que um ecossistema completo exista, com desenvolvedores codificando em 3D
- Da mesma forma que os telefones celulares eram grandes e ficaram pequenos com o tempo, isso também precisa acontecer com os óculos de AR, para que fiquem menores e sejam úteis no dia a dia.
- Mas a grande discussão é: **será que estamos culturalmente prontos para isso?** Esses dispositivos são cheios de sensores podem captar dados de forma nunca antes vista. Por isso, é preciso que as pessoas saibam o que esses dispositivos são capazes de fazer.



PERSONAGENS VIRTUAIS NO MUNDO REAL

O QUE É, DE FATO, REAL?

8

- Os personagens, agora, podem ser multimídia e até chegar ao mundo real. Eles ganham vida a partir da inteligência artificial, do machine learning com motion capture e de recursos como o advanced 3D real-time. Desta forma, eles podem romper barreiras entre o virtual e o real para conseguir interagir com fãs. Este tipo de proposta busca formatos de interações mais significativas entre as pessoas e seus personagens favoritos.
- **VTubers:** da lista dos 100 top live streamers do Japão, 90% são personagens virtuais. Além disso, no contexto global este fenômeno também está ganhando espaço: 4 dos 10 top “Most Super Chatted Ranking” de 2022 são personagens virtuais.



INOVAÇÃO E REGULAMENTAÇÃO

GOVERNANÇA E EMBATES PARA O USO DA IA

- A maior dificuldade hoje é a de se regular algo que evolui muito rapidamente. Claramente, **as regulamentações não acompanham a velocidade** do desenvolvimento da IA.
- O desafio atual é o de como balancear as restrições de governança para conduzir projetos de IA e as limitações em termos financeiros e burocráticos que essas restrições implicam?
- **Mais governança *upstream* = menos inovação. Mais inovação sem as devidas permissões = mais danos potenciais.** O que está em jogo é muito alto e é indiscutível que as IAs generativas estão democratizando o acesso à inovação – o que só torna os riscos ainda mais iminentes. Este não é, portanto, um exercício intelectual simples, pois não significa que o lado preocupado esteja errado, mas que em alguns momentos os dois lados são incompatíveis e que é preciso escolher em nome da inovação. Afinal, Steve Jobs não pediu permissão para colocar uma câmera e um celular, certo?
- Daqui para frente, o futuro ficará cada vez mais imprevisível e as ideias virão cada vez mais e mais lugares. Isso é uma característica do ecossistema da inovação.
- Atualmente, existe um tribalismo entre as pessoas que querem inovação sem fiscalização e aquelas que querem fiscalizar todos os passos da inovação, e isso está errado. A inovação não é um jogo de futebol com times brigando entre si.
- Se você realmente quer inovação sem permissão, existe algo de que você precisa abrir mão, a privacidade. Existe uma **incompatibilidade em longo prazo entre privacidade e progresso tecnológico.**
- Do ponto de vista dos direitos autorais, ainda existem questões sérias, como criar algo com o banco de dados de imagens de outras pessoas sem atribuir direitos, por exemplo. Ainda estamos no modo de exploração para o mercado nesse sentido.

O FUTURO DAS FINTECHS

COMEÇO DO FIM OU INÍCIO DE UMA NOVA ERA?

10

- **Iana Dimitrova, CEO da OpenPayd**, acredita que as Fintechs estão em perigo, porque, se por um lado, temos muitas novas companhias financeiras com recursos significativos, por outro temos bancos tradicionais com a habilidade de comprar qualquer empresa que inova e tenta criar uma competição. Além disso, a executiva ressaltou um movimento que diagnosticou como a erosão da confiança, pois nos últimos anos, vimos uma série de usuários sendo lesados pelas fintechs que eram associados.
- Já **Hiroki Takeuchi, co-fundador e CEO da GoCardless**, é mais otimista e acredita que, nos últimos anos, as pessoas nem sabiam o que eram fintechs, e que esta realidade mudou muito. Para ele, o que vai determinar o sucesso de uma empresa é a forma como essas companhias resolvem os problemas que surgem e como elas se mantêm de forma sustentável, incentivando uma boa economia.
- Fintechs ainda representam apenas 2 ou 3% dos serviços financeiros. Ou seja: ainda existe uma grande oportunidade.



INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E O FUTURO DA HUMANIDADE

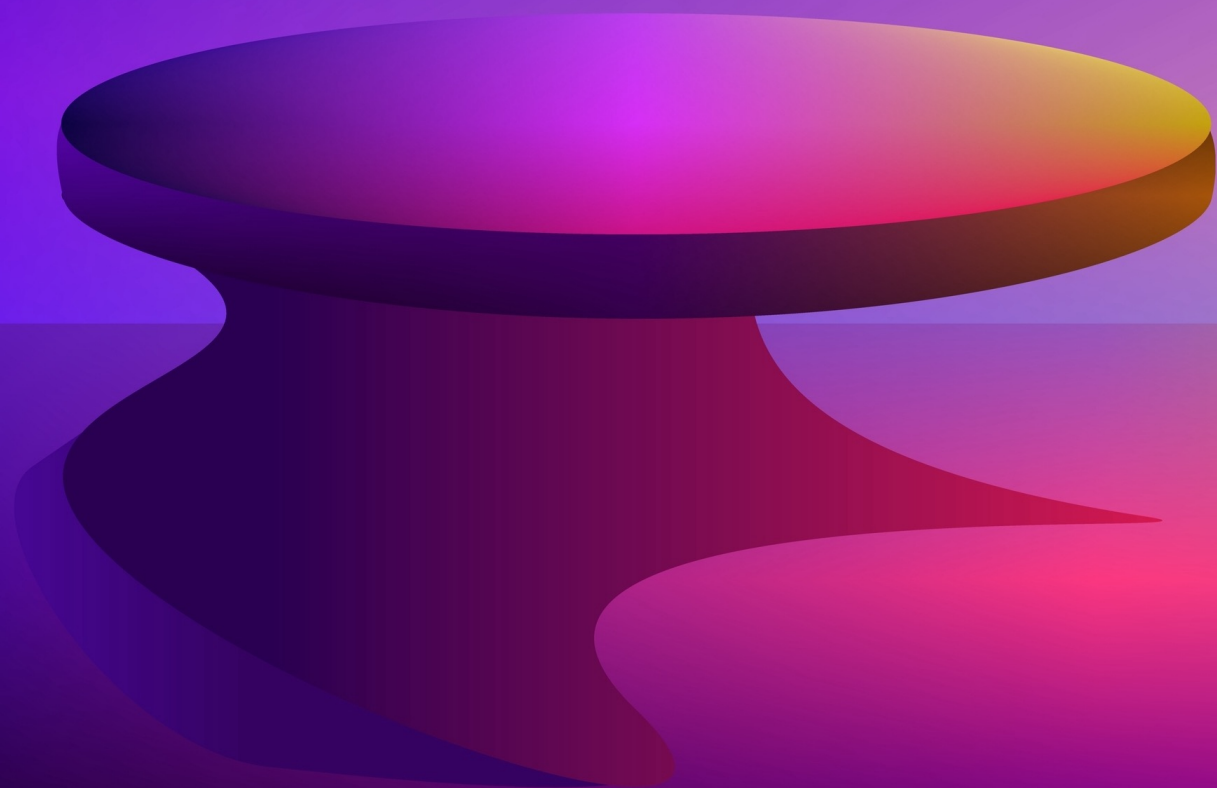
TRANSIÇÃO ENERGÉTICA, CRISE CLIMÁTICA E EMPREGABILIDADE



- A IA é um elemento dentro de um pacote grande de ferramentas que temos para nos ajudar a enfrentar os problemas com os quais estamos lidando no mundo. Pode ajudar, por exemplo, com **o desenvolvimento de soluções para enfrentar a crise climática**, como simular reatores nucleares e encontrar novas formas de se obter baterias.
- Mesmo se mudássemos hoje para energia limpa, ainda estaríamos retirando muitos recursos do planeta Terra porque **a economia é a responsável pela crise climática**. Hoje, para se ter ideia, **65 a 72% das emissões de carbono estão associadas ao consumo**. O futuro do planeta exige mudanças climáticas radicais, e não basta colocar painéis solares e fazendas eólicas. Precisamos encolher indústrias que não sejam sustentáveis.
- O mundo joga mais de 40 bilhões de libras de lixo eletrônico por ano – o que polui e não faz sentido nenhum (pensando em longevidade econômica). Resolver isso seria exigir que toda a tecnologia fosse projetada para ser duradoura e de fácil manutenção, como padronizar carregadores, facilitar trocas de bateria e consertos de tela, reformar e reaproveitar. Este deveria ser o caminho.
- No campo das **mudanças potencializadas pela IA para um desenvolvimento mais sustentável**, vale destacar a importância da tecnologia e dessas inteligências na disseminação do conhecimento e **avanços na empregabilidade global**. A IA pode ajuda a conectar pessoas que precisam de ajuda ao redor do mundo. Quando os refugiados/imigrantes têm a oportunidade e o espaço para trabalhar e crescer, elevam a economia dos países onde residem, por exemplo. E, em uma visão otimista do uso das IAs, este poderia ser um caminho para ampliar a equidade global.
- Tornar o acesso ao conhecimento disponível para todos é o melhor investimento em **tecnologia** que pode ser feito. Empresas que tornam o conhecimento acessível são boas empresas para se investir, muito além dos sistemas tradicionais de aprendizagem.

REFERÊNCIAS

NA CONSTRUÇÃO DESTE REPORT





COBERTURAS E
LINKS EXTERNOS

REFERÊNCIAS

WEB SUMMIT LISBOA 2023

<https://websummit.com/>

<https://www.youtube.com/@websummit>

OPENING NIGHT

<https://www.youtube.com/watch?v=g0PN67sz5ck&t=6s>

Day One:

<https://www.youtube.com/watch?v=V7KaghtZHGk>

Day Two:

<https://www.youtube.com/watch?v=bBmAiyFmBgl>

Day Three:

https://www.youtube.com/watch?v=8S154s_fXko

COBERTURAS

<https://startups.com.br/category/web-summit-lisboa-2023/>

<https://mittechreview.com.br/ia-dados-transicao-energetica-e-novas-oportunidades-marcam-web-summit-lisboa-2023/>

<https://www.youtube.com/watch?v=gn5Ji8HmE-I>

<https://epocanegocios.globo.com/especiais/web-summit/colunas/coluna/2023/11/cinco-insights-do-web-summit-lisboa-2023.ghtml>



IDEAL
a Hill+Knowlton company



ABERJE
Associação Brasileira de
Comunicação Empresarial

WEB SUMMIT LISBOA 2023

contactus@ideal.pr