



IDEAL
AXICOM



WEB SUMMIT RIO 2025
**ESPELHO DO
FUTURO**

Maio de 2025



ÍNDICE

MENSAGEM DE ABERTURA

PROVOCAÇÕES: *as perguntas que devem estar na mente de todo comunicador*

6 PROMPTS: *insights das principais discussões do Web Summit Rio para profissionais de comunicação*

NOTAS RÁPIDAS: *um compilado de lições dos palcos e workshops*

REFERÊNCIAS



ABERTURA



MENSAGEM DE ABERTURA

O **Web Summit Rio 2025** não foi apenas um palco para celebrar tecnologia e inovação. O evento foi um espelho do futuro, que trouxe importantes reflexões sobre os próximos desafios e oportunidades que a sociedade brasileira (e global) enfrentarão diante da ascensão da Inteligência Artificial. As discussões e tendências apresentadas no evento deixam claro: estamos diante de uma virada histórica, assim como ocorreu com o surgimento da internet. A IA já não é uma promessa distante. Ela está no centro das decisões empresariais, na formulação de políticas públicas e, principalmente, no cotidiano das pessoas.

Para o universo da comunicação e mundo “business”, esse novo cenário exige muito mais do que atualização tecnológica. Pede **reinvenção ética, sensibilidade social e coragem para navegar em tempos incertos**. O potencial transformador da IA é enorme, mas adotá-la traz uma responsabilidade inédita para marcas, líderes e comunicadores. Além disso, vale mencionar que, em um mundo onde algoritmos geram conteúdos cada vez mais parecidos com os humanos, a fronteira entre o real e o artificial fica cada vez mais tênue. Não basta informar: é preciso criar relações sólidas e baseadas na clareza sobre a origem - O público está mais atento e exigente e, qualquer descuido, pode rapidamente virar uma crise reputacional, amplificada justamente pela tecnologia.

Nesse contexto, **a gestão de crises assume novos contornos**. Fake news, deepfakes e manipulações digitais já não são ameaças distantes, são parte do cotidiano. A verdade, mais do que nunca, precisa ser defendida de forma ativa - com apoio tecnológico, sim, mas também com discernimento humano.

PS.: As ilustrações do Rio de Janeiro que você vê neste report foram criadas com suporte do Chat GPT 4.0



MENSAGEM DE ABERTURA

Ao mesmo tempo, o Web Summit Rio também reforçou algo fundamental: a importância das narrativas humanas. **Quanto mais ficamos dependentes da tecnologia, mais valorizamos o que é genuíno**, ou seja, histórias autênticas, contato direto, propósito claro. A tecnologia pode amplificar vozes, mas cabe aos comunicadores garantir que essas vozes sejam plurais, representativas e conectadas com a realidade das pessoas. Isso exige sair do discurso genérico e construir, de fato, pertencimento. Diversidade e inclusão precisam deixar de ser apenas slogans para se tornarem vivências, tanto dentro como fora das empresas.

Outro ponto crucial é o **impacto da hiperconectividade e da constante pressão por inovação na saúde mental de colaboradores e públicos**. O excesso de estímulos, a sensação de vigilância e a ansiedade diante das mudanças rápidas exigem das empresas uma postura ativa de cuidado. A comunicação interna precisa ser um espaço de acolhimento, informação clara e incentivo ao equilíbrio. Dessa maneira, entendemos que a confiança será o ativo mais valioso, mas também o mais frágil. Advocacy, parcerias com influenciadores - humanos ou digitais - e a participação ativa em discussões públicas sobre ética, regulação e impacto social da IA serão diferenciais importantes para marcas que desejam liderar, e não apenas seguir tendências.

O Web Summit Rio 2025 deixa um convite claro: **troquemos o medo paralisante da IA por curiosidade, diálogo e ação responsável**. A tecnologia é (e será) uma ferramenta, mas o sentido dela somos nós que damos. O convite está feito: **que papel você: profissional, empresa e comunicador quer ocupar nessa nova era?**

Boa leitura!



PROVOCAGÕES

REFLEXÕES DO WEBSUMMIT RIO 2025 PARA PROFISSIONAIS DE COMUNICAÇÃO

[PROVOCAÇÕES]

PERGUNTAS QUE DEVEM ESTAR NA MENTE DOS COMUNICADORES

- Como transformar o **medo da IA em oportunidade** de diálogo, aprendizado e engajamento?
- Está disposto a **errar rápido, aprender e ajustar** rotas diante de um ambiente tecnológico imprevisível?
- Estamos investindo o suficiente em **educação digital** e pensamento crítico?
- Como **equilibrar inovação acelerada** com **responsabilidade social e corporativa**?
- **Que papel** você, sua empresa ou sua comunidade querem ocupar nesse novo cenário?
- Estamos preparados para **responder a uma crise** causada por desinformação viralizada por IA?
- Como garantir que a **IA seja aliada do desenvolvimento humano** e não apenas da eficiência operacional?



6 PROMPTS

INSIGHTS DAS GRANDES DISCUSSÕES DO WEB SUMMIT RIO 2025

[PROMPT]

O CLIENTE NO CENTRO DA INOVAÇÃO E PERSONALIZAÇÃO

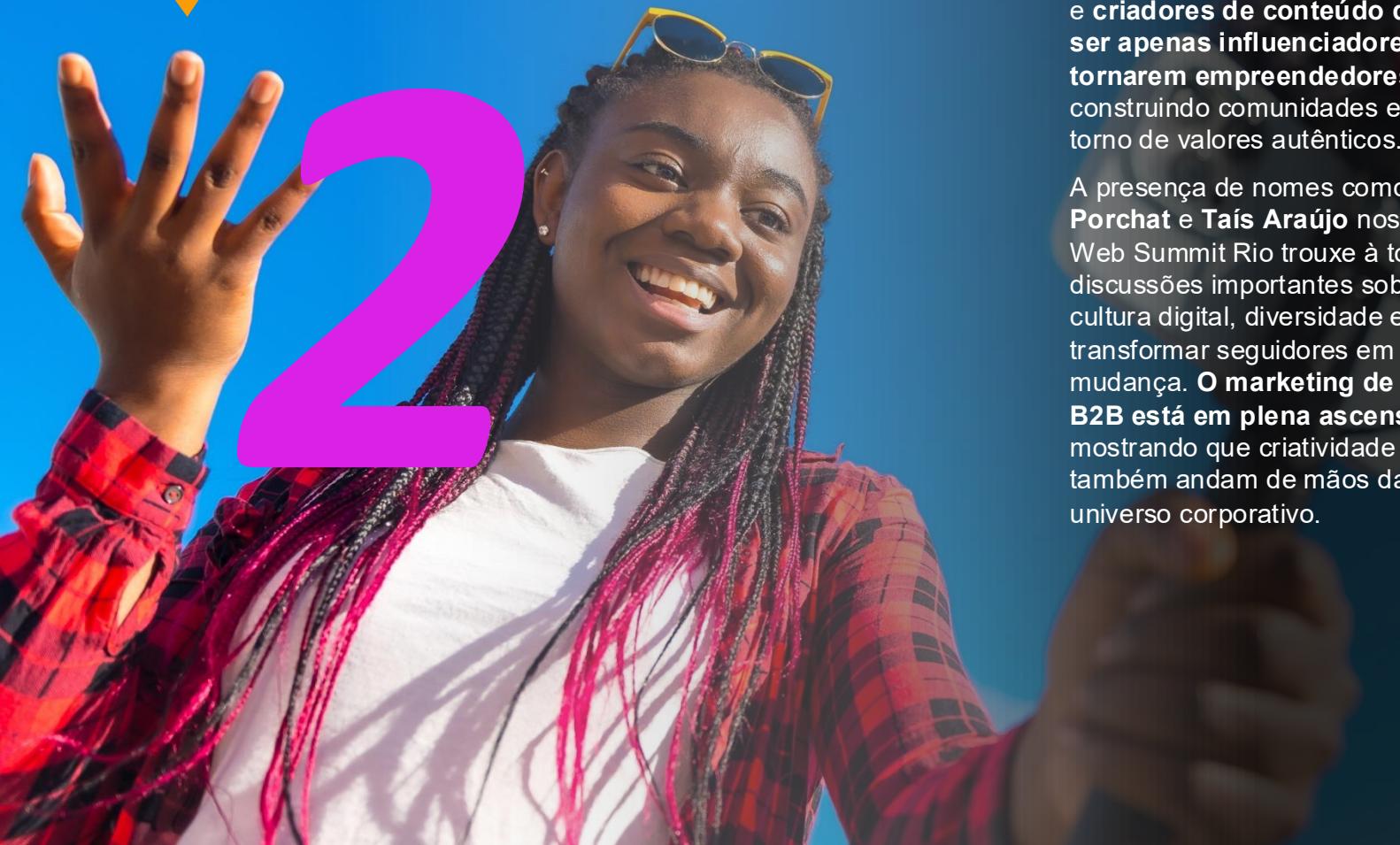


No Web Summit Rio 2025, ficou evidente que **inovar de verdade é, antes de tudo, um exercício de empatia**: colocar o cliente no centro não é apenas uma estratégia, mas um convite à escuta ativa e ao olhar atento para as necessidades humanas por trás dos dados. A agilidade e a personalização emergem como caminhos para criar experiências únicas e personalizadas, e que realmente importam, indo além do atendimento automatizado para entregar valor genuíno.

O marketing de performance, antes focado na conversão imediata, agora busca algo mais duradouro: memórias significativas, criadas em jornadas multicanais que respeitam o tempo e o contexto de cada pessoa. Neste cenário, a inteligência artificial levanta questões profundas sobre o papel da tecnologia na compreensão do ser humano.

Como criar algoritmos capazes de perceber emoções, nuances e histórias individuais? Surge então o desafio da “**empatia algorítmica**”: será que máquinas podem, de fato, entender sentimentos?

Uma das grandes reflexões do evento foi que a inovação relevante se mede pela profundidade das conexões humanas que conseguimos preservar e expandir, mesmo em meio a tanta tecnologia. A ideia de experiências mais humanizadas, com IA capaz de lembrar preferências e contextos, aponta para um futuro onde o toque pessoal não se perde, mas ganha novas formas. Grandes empresas já enxergam isso: **personalizar em escala e criar momentos memoráveis são estratégias para conquistar corações, não apenas carteiras.**



[PROMPT]

A ECONOMIA DOS CRIADORES E O EMPREENDEDORISMO DIGITAL

Vivemos um momento em que paixões e talentos se transformam em negócios, **e criadores de conteúdo deixam de ser apenas influenciadores para se tornarem empreendedores completos**, construindo comunidades engajadas em torno de valores autênticos.

A presença de nomes como **Fábio Porchat** e **Taís Araújo** nos palcos do Web Summit Rio trouxe à tona discussões importantes sobre influência, cultura digital, diversidade e o poder de transformar seguidores em agentes de mudança. **O marketing de influência B2B está em plena ascensão**, mostrando que criatividade e estratégia também andam de mãos dadas no universo corporativo.

Essa evolução da creator economy, quando comparada às tendências globais vistas em eventos como o SXSW, revela uma convergência de ideias e práticas que colocam o Brasil no centro do debate sobre inovação digital. Afinal, somos um dos países com maior volume de interações online e de criadores de conteúdo no mundo, todos conectados por uma tela de celular, sendo impactados diariamente por informações e narrativas.

Assim, ficamos com a seguinte reflexão: **como você, marca ou empresa, pretende se aproximar dessas pessoas por meio de conteúdos genuínos com influenciadores?** Vai apoiar? Investir? Criar relações duradouras? O momento de pensar e agir é agora.

[PROMPT]

A CENTRALIDADE DO SER HUMANO NA ERA DA IA

Em meio ao fascínio pelos avanços da inteligência artificial, o Web Summit Rio 2025 nos lembrou de um ponto essencial: a tecnologia só faz sentido quando aprimora e “facilita” à vida humana. Por mais que algoritmos evoluam e sistemas se tornem cada vez mais sofisticados, nada substitui a riqueza das conexões reais, do olhar atento e do cuidado genuíno entre pessoas.

A discussão foi além dos limites técnicos, propondo uma reflexão sobre propósito e valores. **Marcas que desejam permanecer relevantes não podem se limitar a oferecer soluções inovadoras; precisam construir relações de confiança e longevas**, criar experiências únicas e mostrar sensibilidade às necessidades emocionais dos clientes. Em um mundo onde a automação cresce, o diferencial está justamente no toque humano, na escuta ativa, empatia e na capacidade de inspirar pertencimento.

Com isso, o desafio é **garantir que a IA seja ferramenta de aproximação, e não de distanciamento**. Que ajude a ampliar as possibilidades humanas, sem sufocar nossa singularidade. O futuro da inovação será medido não apenas pela eficiência dos sistemas, mas pela profundidade das relações que conseguimos cultivar em meio à tecnologia.

3

[PROMPT]

A URGÊNCIA DA ALFABETIZAÇÃO DIGITAL

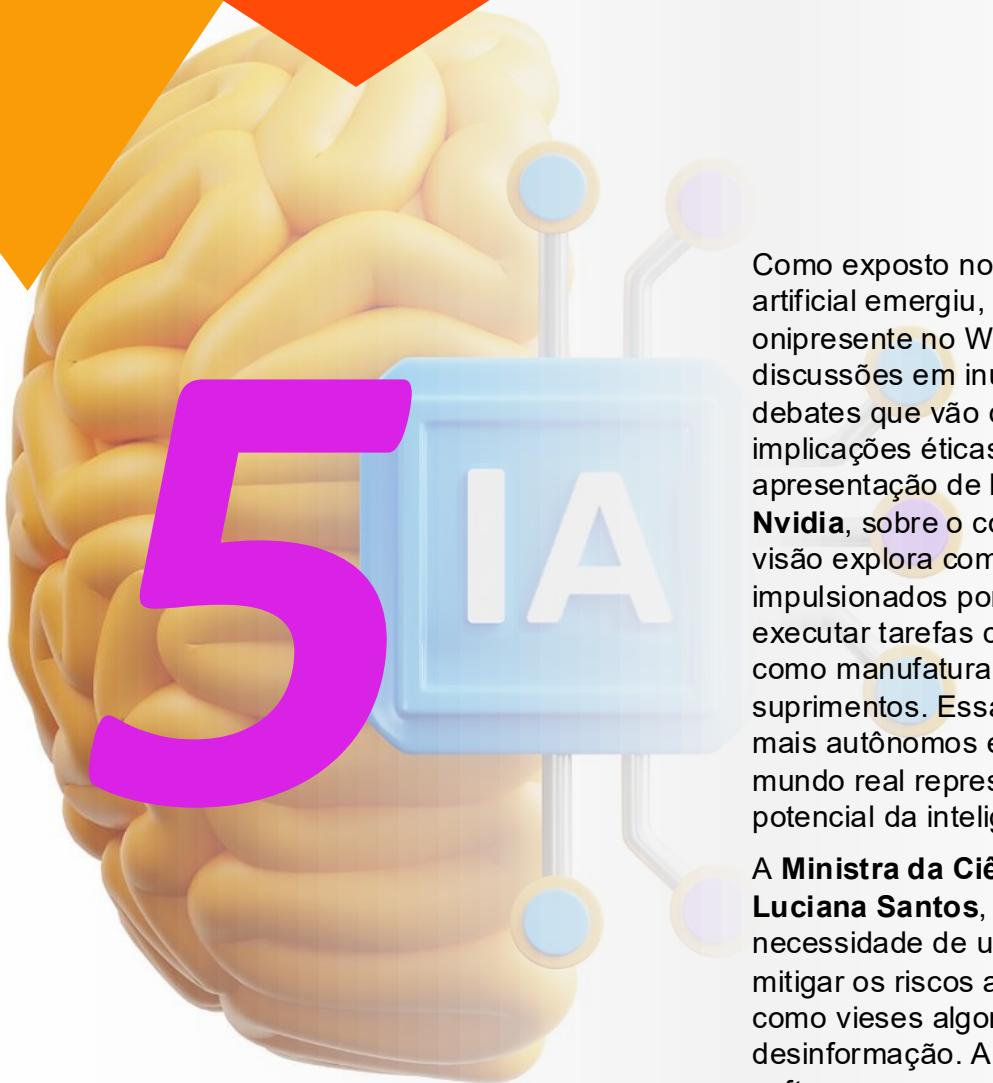
4

Outro tema pulsante no evento foi a necessidade urgente de preparar a sociedade para navegar, questionar e cocriar nesse novo universo digital. **A alfabetização digital, que sempre esteve em discussão em nossas rodas de conversa, desde o surgimento da internet, deixou de ser um diferencial para se tornar um direito fundamental:** é preciso capacitar pessoas de todas as idades, principalmente os grupos de terceira idade, a entender como funcionam os sistemas de IA reconhecer seus limites e potenciais, e participar ativamente das decisões que moldam nosso cotidiano.

Mais do que aprender a usar ferramentas, trata-se de **desenvolver pensamento crítico diante das tecnologias** que permeiam nossas vidas. Como confiar ou desconfiar de informações geradas por máquinas? Como exigir transparência e ética dos sistemas que influenciam desde o consumo até a cidadania?

Vivemos há tempos em um cenário marcado por fake news e deepfakes. E é justamente nesse contexto que **o papel da comunicação, das marcas e, principalmente, do jornalismo ganha ainda mais relevância**. É por meio da apuração rigorosa dos fatos que conseguimos trazer a verdade à tona e promover justiça e transparência. Em um mundo cada vez mais automatizado, o olhar humano continua sendo essencial. Além disso, estima-se que **61% das respostas de ferramentas de IA a perguntas sobre marcas, produtos e serviços são impulsionadas pela cobertura editorial**.

A participação informada é o caminho para evitar desigualdades maiores e garantir que a transformação digital seja, de fato, inclusiva. **Alfabetizar digitalmente é democratizar oportunidades, fortalecer a autonomia individual e coletiva, e permitir que todos possam contribuir, questionar e inovar.**



[PROMPT]

ESTAMOS PREPARADOS PARA A ERA DOS AGENTES DE IA?

Como exposto nos textos anteriores, a inteligência artificial emergiu, mais uma vez, como um tema onipresente no Web Summit Rio 2025, dentro de discussões em inúmeros setores e levantando debates que vão desde aplicações práticas até implicações éticas. Um dos destaques foi a apresentação de **Márcio Aguiar**, diretor da **Nvidia**, sobre o conceito de "**Agentic AI**". Essa visão explora como agentes autônomos, impulsionados por IA, podem tomar decisões e executar tarefas complexas em setores cruciais como manufatura e gestão de cadeias de suprimentos. Essa evolução para sistemas de IA mais autônomos e capazes de interagir com o mundo real representa um salto significativo no potencial da inteligência artificial.

A **Ministra da Ciência, Tecnologia e Inovação**, **Luciana Santos**, enfatizou a crescente necessidade de uma regulação responsável para mitigar os riscos associados a essa tecnologia, como vieses algorítmicos e a disseminação de desinformação. A evolução da IA não se limita ao software, com o conceito de "**IA Física**" (Physical

AI) ganhando destaque, explorando a interação entre robôs inteligentes e humanos, prenunciando um futuro onde a IA se manifesta de forma cada vez mais tangível.

O setor financeiro também está passando por uma transformação significativa impulsionada pela IA. Exemplos concretos foram apresentados, como assistentes virtuais para investimentos lançados pelo Itaú BBA, a automação de mais de 50% dos atendimentos no PicPay, e a facilitação do acesso a crédito no agronegócio pela Traive, evidenciando o avanço do Open Finance. **A aplicação da IA no marketing também foi um tópico relevante**, abrangendo a personalização de campanhas com base em dados comportamentais e geográficos, bem como a análise de desempenho de mídia paga, como no caso das campanhas sincronizadas em tempo real, em que a marca ativa uma promoção ou ação atrelada a um acontecimento do momento. Por exemplo, um gol do time de futebol que gera um desconto instantâneo, como já fez o Burger King.

6

[PROMPT]

SUSTENTABILIDADE: TECNOLOGIA E PRESERVAÇÃO

Também podemos falar que a sustentabilidade foi um tema interligado em diversas discussões do evento, refletindo a crescente preocupação global com as questões ambientais e o papel crucial da tecnologia na busca por soluções. As discussões se aprofundaram na **transição energética e no fortalecimento das tecnologias limpas**, com foco na inovação no setor energético, na expansão de fontes renováveis e no futuro da mobilidade elétrica. Houve debates importantes sobre o custo do tratamento ineficiente de águas residuais e a necessidade de repensar o modelo capitalista a partir da perspectiva do Sul Global.

A questão da **preservação da Amazônia** também ganhou espaço, com um forte apelo pela valorização do conhecimento dos povos indígenas latino-americanos como uma possível solução para a crise climática – um prenúncio de temas que devem ser discutidos com ainda mais profundidade na agenda da próxima Conferência das Nações Unidas sobre as Mudanças Climáticas (COP 30), que acontece em novembro, em Belém do Pará.

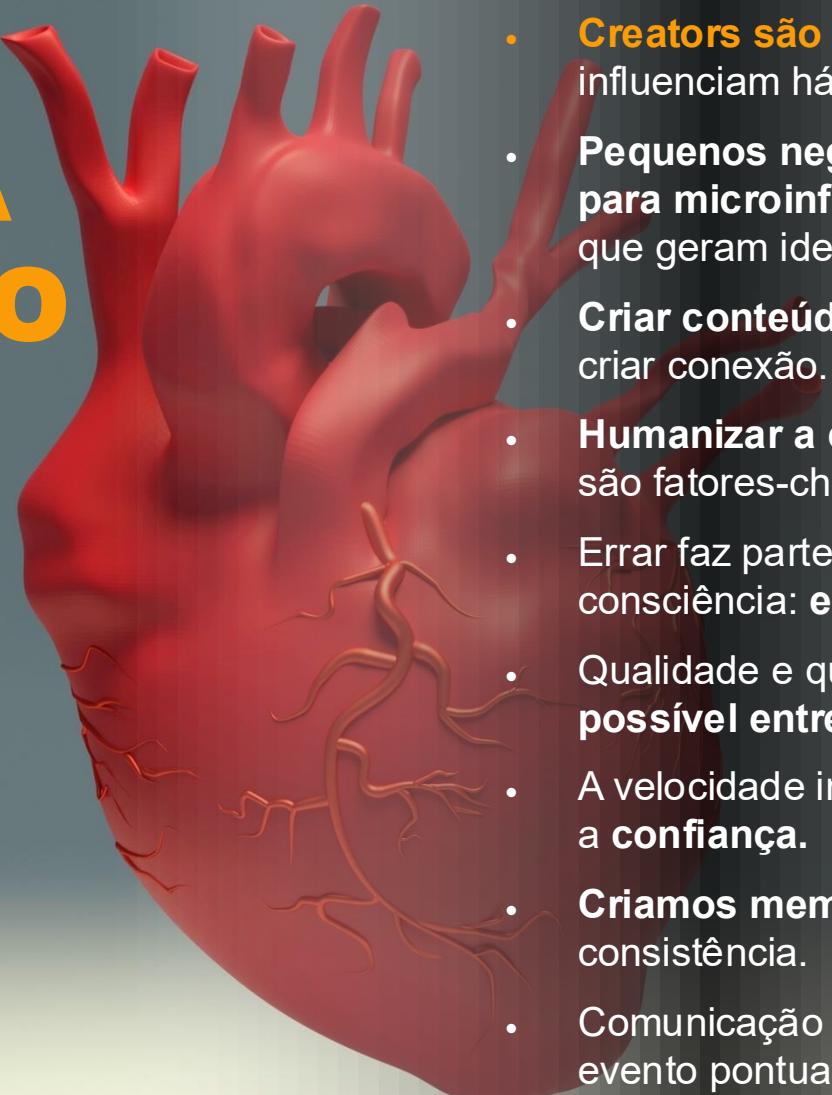
A **mobilidade elétrica** foi outro ponto central, com discussões sobre o compromisso com a democratização do carro elétrico, o uso de baterias recicláveis e o potencial da tecnologia para promover uma mobilidade mais sustentável.

NOTAS RÁPIDAS

UM COMPILADO DE LIÇÕES DOS PALCOS E WORKSHOPS

O PAPEL DOS CREATORS NA COMUNICAÇÃO HUMANIZADA

O TRABALHO DESSES
PROFISSIONAIS É, CADA
VEZ MAIS, UM ATIVO DE
GESTÃO REPUTACIONAL



- **Creators são cultura.** Eles moldam conversas, influenciam hábitos e constroem tendências.
- **Pequenos negócios precisam olhar com atenção para microinfluenciadores.** Eles falam com nichos que geram identificação e confiança.
- **Criar conteúdo vai muito além de viralizar:** é sobre criar conexão.
- **Humanizar a comunicação e manter a constância** são fatores-chave.
- Errar faz parte do processo, desde que com consciência: **erre rápido, corrija mais rápido ainda.**
- Qualidade e quantidade não são sinônimos. **É possível entregar menos, mas com mais valor.**
- A velocidade importa, mas ela precisa caminhar com a **confiança**.
- **Criamos memória** com talentos, histórias e consistência.
- Comunicação é **construção contínua**, não um evento pontual.

LIDERANÇA, BRANDING E CONSTRUÇÃO DE MARCA

NÃO SÃO ACESSÓRIOS, MAS
RECURSOS ESSENCIAIS PARA A
PERENIDADE DE UMA MARCA

- Um líder é, inevitavelmente, uma extensão da marca, especialmente quando falamos de startup.
- Investir em marketing e comunicação é investir no futuro da marca.
- A grande pergunta de quem está começando é: “onde investir?” A resposta começa por **narrativa**.
- **Branding, reputação e posicionamento devem ser trabalhados desde o dia 1.** A marca precisa estar presente na construção do negócio, não apenas como complemento.
- É preciso olhar para o presente com **coragem**, mas sempre pensando em como transformar o amanhã.



CULTURA BRASILEIRA E INFLUÊNCIA GLOBAL

NOSSAS RAÍZES SÃO O MELHOR
MOTOR PARA O NOSSO FUTURO

- **Nossa história tem 15 mil anos.** Olhar para o futuro exige reconhecer nossas raízes.
- **O que é beleza?** É alegria. É pertencimento. É ser quem somos.
- **O Brasil é polo de influência global.** Contar nossas histórias é gerar valor — aqui e fora.
- **O mercado de games e a creator economy** mostram o poder do conteúdo na construção de novas realidades.

MODELOS DE MARKETING E TIMES

SEGUIMOS FALANDO DA CORAGEM
PARA OUSAR. SERÁ QUE ESTAMOS
CONSEGUINDO, DE FATO, MUDAR?

- Já não é de hoje que os modelos de marketing precisam colocar **pessoas no centro**.
- **Aprendizados vêm de todos os lados, inclusive dos erros.**
- Testar é essencial, mas com **princípios e clareza sobre o porquê** de cada experimento.
- **Testar 10 vezes pode trazer falhas e lições valiosas.**
- Ter uma mentalidade forte – combinando **entusiastas que impulsionam e organizadores que estruturam** – é o combo ideal.
- **Respeitar diferenças** e escutá-las transforma um time.
- Sentimento de **pertencimento** não se impõe, mas **se constrói**.

JORNALISMO, IA E ÉTICA

QUANDO OS ALGORITMOS
PRIORIZAM O ENGAJAMENTO,
NÃO NECESSARIAMENTE A
VERDADE, HÁ MUITO A SER FEITO

- **Jornalistas precisam manter seus princípios**, especialmente em tempos sombrios (IA, Fake News).
- Com o avanço da IA, **a busca por informações verídicas e relevantes** é mais necessária do que nunca.
- Estamos vivendo **a crise da indústria do ataque** — transparência é antídoto.
- **Fake news se combate com informação de qualidade**.
- A supervisão humana ainda é essencial, mesmo com IA.
- Usar IA com responsabilidade é um superpoder. mas precisa de consciênciia e propósito.
- **Jornalismo precisa aprender com o marketing a comunicar melhor**, sem perder sua essência.

INOVAÇÃO E TECNOLOGIA

NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO
SEGUIRÃO EMERGINDO. O
DESAFIO É ACOMPANHAR O RITMO

- Áreas de tecnologia, inovação e startups são **motores da transformação** dentro das empresas.
- **A IA é irreversível.** E quem quer continuar relevante, precisa adotá-la estrategicamente.
- O desafio não é inovar por inovar, mas **encontrar aplicações reais e impactos positivos.**
- Grandes empresas muitas vezes têm limites para inovar. Por isso, investem em startups (VC). E esses investimentos tendem a aumentar nos próximos anos, ainda que 2025 esteja se mostrando um ano mais moroso, em virtude das questões econômicas globais.
- **Dados e tecnologia permitem novos modelos de negócio** para todos.

REFERÊNCIAS





LINKS EXTERNOS

REFERÊNCIAS

WEB SUMMIT RIO 2025

<https://rio.websummit.com/>

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

REPORTAGENS

<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/web-summit-rio-2025-o-brasil-no-centro-do-futuro-digital>

<https://exame.com/marketing/com-recorde-de-publico-web-summit-rio-segue-ate-2030-e-impulsiona-brasil-na-inovacao/>

<https://economiasp.com/2025/05/12/web-summit-rio-quando-o-futuro-se-escreve-em-portugues/>

<https://exame.com/negocios/artigo-rio-quer-virar-uma-meca-da-ia-e-o-timing-parece-correto/>

<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/confianca-ia-e-criatividade-pautam-segundo-dia-do-web-summit-rio-2025>

<https://mundodomarketing.com.br/web-summit-rio-2025-o-futuro-chegou-e-quem-ignorar-ja-esta-fora-do-jogo>

AGRADECIMENTO ESPECIAL AO **ENZO MARTINS**, CORRESPONDENTE DO TIME IDEAL AXICOM NO WEB SUMMIT RIO 2025.



IDEAL
AXICOM



WEB SUMMIT RIO 2025

contactus@ideal-axicom.com

