



RODA DE CONVERSA:

Desafios no contexto de
mudanças organizacionais

Encontro do Capítulo Aberje Sudeste 2 (MG), realizado em
12 de maio 2026, em Belo Horizonte.

REALIZAÇÃO:



APOIO:



Principais insights

Como as áreas de comunicação podem se blindar e se fortalecer frente às diversas mudanças que vêm acontecendo?

Texto e diagramação:
Viviane da Silva
Maria Eduarda Braga

Fotografia:
Miguel Honorato



É preciso colocar as discussões na mesa



PAULA HERMONT

Gerente de interlocutores da Vale e Diretora da Aberje Capítulo Sudeste 2

“Mais de 90 comunicadores participaram de uma roda de conversa muito especial com profissionais de referência do Brasil, que já ocuparam a diretoria de capítulo. Nosso objetivo foi cumprido com excelência.

Falamos sobre indicadores, métricas, desafios da comunicação em contextos de mudança, IA, autenticidade, reputação e empatia. Vários insights para vencermos nossos desafios na comunicação.”

“É muito importante para a Aberje e para a nossa rede levar essas discussões por meio dos nossos Capítulos, sempre trazendo profissionais que representam, inclusive, o espírito do associativismo.

Experiências diversas, de setores e gerações diferentes, sempre trazendo tendências e novidades. Esperamos que as pessoas possam levar inspirações e reflexões para o dia a dia.”



VICTOR PEREIRA

Gerente de Relações Institucionais da Aberje

Discussão de uma área em plena transformação

“Chegamos a 2026 com muitas inquietações e reflexões, e a mesa-redonda trouxe muitos insights e pensamentos para nós, profissionais de comunicação, para refletirmos não só no que estamos fazendo hoje, mas também nas tendências para os próximos anos.”

“Tem uma metáfora de processo de mudança que eu gosto muito, que é a do trapezista: é o momento em que você já soltou o trapézio anterior, já está no ar, mas ainda não alcançou o trapézio da frente. É uma metáfora que gera uma ansiedade muito grande. Na prática, é o que acontece não somente com profissionais da comunicação, mas com qualquer um que vive esse momento de transformação contínua.”



OTHON MAIA

Integrante do Conselho Deliberativo da Aberje e Vice-Presidente de Sustentabilidade e Assuntos Corporativos na AngloGold Ashanti

Transitando entre três mundos: o corporativo, o terceiro setor e o acadêmico.

Em todas essas esferas, a pergunta é a mesma: o que a comunicação pode fazer nesses tempos de mudança?

“A IA transforma contextos e deve ser encarada como oportunidade para uma mudança de paradigma: migrar de uma lógica de produção de narrativa para uma comunicação orientada à gestão de riscos. Nesse cenário, o gerenciamento de dados assume papel central ao ser convertido em métricas vinculadas ao negócio e que evidenciam os resultados concretos da área. Em um ambiente de extrema complexidade, a comunicação deixa de ser meramente informativa para se tornar o eixo que antecipa riscos, influencia decisões estratégicas e prioriza a credibilidade em vez da visibilidade.”

**ANA GABRIELA DIAS
CARDOSO**

Head Institucional e de
Sustentabilidade do IGR e
professora da FGV



A inteligência artificial possui um viés positivo e negativo:

Negativo: Massacre da serra elétrica digitalizado;

Positivo: Excelente momento para a comunicação.

“Dentro das corporações, é necessário entender as regras do jogo para nos movimentarmos e sabermos a atitude a ser tomada diante das mudanças realizadas. A oportunidade é excelente, mas o desafio subiu diversos degraus, sendo necessário continuar levando a comunicação para cima.”



MARCO PIQUINI

Fundador e Diretor da
PIQUINI Comunicação
Estratégica

Comunicação como elemento essencial da gestão e estratégia de empresa

“O estado natural da comunicação é estar em movimento, estar em transformação”

“No princípio, era necessário um bom release e uma boa agenda de telefones, e assim cumpria-se o milagre da comunicação. Não era possível medir o efeito disso. Passou-se a medir o resultado do processo, sendo a mensuração, em si, uma construção. Após a consolidação da mensuração, percebeu-se o objetivo de construir reputação a partir da mensagem transmitida.”

Ao observar o contexto organizacional atual, vê-se uma sociedade em um estágio de transição para alguma coisa, sendo necessário criar novas ferramentas, que com certeza virão por meio da IA.”

A photograph of Roberto Baraldi, a man with grey hair and a beard, wearing a dark suit jacket over a light blue shirt and light-colored trousers. He is seated in a dark chair, holding a microphone in his right hand and gesturing with his left hand. The background is dark and out of focus.

ROBERTO BARALDI

Gerente de Public Affairs/
Relações Institucionais na
Stellantis América do Sul

Oportunidade

Como os profissionais de comunicação e suas competências, ao fazerem com que o negócio seja interpretado frente a crises e ataques, podem ser percebidos como ativos de negócio?

“Dentro de um contexto de transformação complexa, pessoas com as habilidades dos comunicadores podem ser um diferencial para qualquer tipo de conversa. Um novo confronto mundial reflete a necessidade de reposicionar a forma como você imaginou ter acesso a uma solução.”



JULIANA MACHADO

Integrante do Conselho Deliberativo da Aberje e Gerente geral de Marca, Comunicação Corporativa e Relações Institucionais na ArcelorMittal

“Tudo está em mudança, sendo necessário ficar atento o tempo todo. Porém, há algo que não muda: a comunicação é baseada em conteúdo, audiência e credibilidade.”

Roberto Baraldi



Confira as fotos do Encontro [aqui](#).

