

A large, illuminated sign for 'sebraeX' is mounted on a purple structure. The letters are white and glow, with a stylized 'X' at the end. The background is a blurred view of a large exhibition hall with a high ceiling and structural beams.

# Tendências da Gramado Summit 2023



# Sumário

<b>Introdução.....</b>	<b>03</b>
<b>Inteligência Artificial e novas tecnologias.....</b>	<b>04</b>
<b>As IAs vão substituir os seres humanos?.....</b>	<b>08</b>
<b>A economia dos criadores de conteúdo.....</b>	<b>10</b>
<b>Consistência de conteúdo como diferencial para a sua marca.....</b>	<b>14</b>
<b>Conclusão.....</b>	<b>19</b>

## Introdução

A **Gramado Summit 2023** trouxe uma série de tendências sobre comunicação, marketing e inovação!

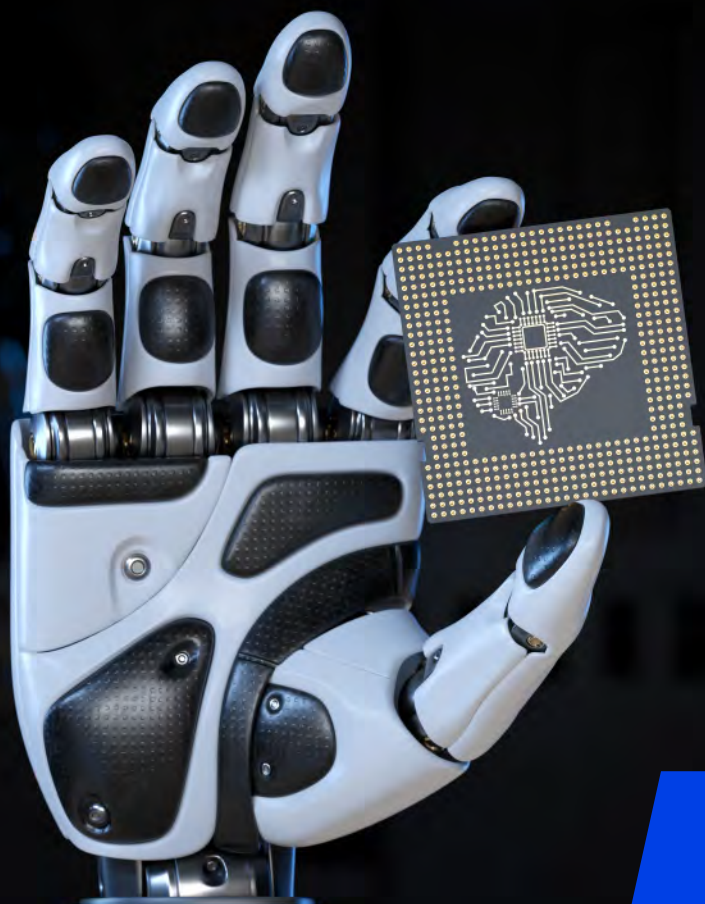
O evento contou com palestrantes vindos de diversas partes do país, que compartilharam suas expertises com o público, abordando os assuntos que estão em alta no mercado.

**Confira no nosso e-book as tendências que marcaram o Palco Share nessa edição da Gramado Summit.**

# Inteligência Artificial e novas tecnologias

A Inteligência Artificial (IA) chegou para ficar! Nos últimos meses, a explosão do **ChatGPT** tornou a tecnologia muito acessível, facilitando diversas tarefas que antes eram feitas de maneira manual.

Além da facilidade promovida nativamente pela ferramenta, diversas extensões complementares vêm sendo desenvolvidas, tornando os resultados gerados pela IA cada vez mais automatizáveis. **O futuro idealizado no audiovisual está, pouco a pouco, mais presente em nossas vidas.**



É claro que essas tecnologias não estão 100% finalizadas e têm passado por melhorias com o feedback fornecido pelos próprios usuários. Entretanto, seu aperfeiçoamento está ocorrendo em uma velocidade impressionante, deixando diversos estudiosos da área com certas objeções quanto ao uso dessas ferramentas.

Na Gramado Summit 2023, diversas foram as palestras que citaram o mesmo exemplo de uso da IA para resultados inimagináveis: a foto do Papa Francisco vestindo um casaco puffer, que foi desenvolvida inteiramente pela IA de imagens **Midjourney**. O resultado foi tão real que muitas pessoas chegaram a cogitar que aquele era um registro oficial do Papa.

FAKE

**Após essa imagem, diversas outras geraram debates acalorados na internet,** principalmente as que trazem figuras históricas em contextos da atualidade e diferente de suas realidades, como, por exemplo, fazendo uma selfie ou curtindo uma festa.



Pedro Lenhart, da Timelens, explicou durante a sua palestra que essas ferramentas podem ser utilizadas como uma forma de facilitar a pesquisa e geração de insights para as organizações.

**“O mundo está se tornando mais direcionado e individualizado e, por isso, precisamos combinar pesquisas e práticas de dados para obter uma visão geral”, disse.**

É possível utilizar essas diferentes fontes para estratégias específicas, desde que as empresas entendam cada dinâmica desses dados.

Lenhart também listou **algumas ferramentas de dados e de IA que podem ajudar você** na sua jornada de pesquisa para a criação de produtos e serviços direcionados, ou ainda para facilitar análises profundas sobre sua organização e o cenário em que ela está inserida:

### **IBGE**

O site do IBGE possui muitos dados geográficos e demográficos sobre o público brasileiro e é uma ótima fonte de consulta;

### **Datasets Kaggle**

Ferramenta com dados internacionais de diversos tipos;

### **Global Web Index**

Relatório de tendências sobre redes sociais;

### **DataReportal**

Insights globais sobre tendências digitais;

### **Typing Mind**

Ferramenta para potencializar os resultados do ChatGPT.

# As IAs vão substituir os seres humanos?

Outro tema muito debatido durante a Gramado Summit 2023 foi a substituição dos seres humanos por Inteligências Artificiais. Durante a sua palestra, **PC Dias**, sócio e head de estratégia e criação na Eyxo, mostrou uma conversa sua com o ChatGPT na qual a IA afirma que não pode ser tão criativa quanto um ser humano. Desta forma, precisamos enxergar a Inteligência Artificial como um recurso que vem para somar, como um facilitador.

Ainda durante a apresentação, o palestrante apresentou dados recentes da revista Forbes, que listou as 10 habilidades mais importantes a serem desenvolvidas pelos profissionais até 2030, e o pensamento criativo, o entendimento das IAs e a análise de dados estão entre essas skills. Confira:

- 1 - Alfabetização Digital
- 2 - Trabalho "Aumentado"  
(para uso de IA e automação)
- 3 - Trabalho Sustentável
- 4 - Pensamento Crítico e Análise
- 5 - Habilidades com Dados
- 6 - Utilização de Plataformas Virtuais de Trabalho Colaborativo
- 7 - Pensamento Criativo
- 8 - Inteligência Emocional
- 9 - Formação Contínua
- 10 - Habilidades de Liderança



Portanto, em um mundo onde a tecnologia avança continuamente, é importante que você e a sua empresa estejam atentos às mudanças e prontos para investir em conhecimento. O medo da mudança é uma das principais armadilhas para as organizações, que podem se ver presas a modelos de gestão e de trabalho que já não acompanham a realidade do mercado.

**Desta forma, encarar a Inteligência Artificial e as ferramentas de análise de dados como aliadas em seu processo corporativo, para fomento da inovação empresarial, é uma forma de colocar a sua empresa no caminho certo do futuro.**




# A economia dos criadores de conteúdo

A economia dos criadores de conteúdo, conhecida como **Creator Economy**, foi outra grande tendência vista não só nas palestras como também nas mentorias disponíveis em estandes da Gramado Summit.

Nós vivemos em uma era onde o conteúdo criado por influencers tem ganhado cada vez mais força, e as marcas buscam se utilizar dessa audiência para alcançar mais resultados com seus produtos e serviços.

Durante um dos painéis apresentados no Palco Share, os participantes **Alexandra Zanella, Pedro Gazzola, Stenio Girardelli, Guilherme Ibanes e Otávio Lima** explicaram sobre como os criadores de conteúdo podem auxiliar as organizações a se comunicarem com públicos diferentes.



Para Stenio, a grande diferença está na forma como esse conteúdo será desenvolvido, pois é utilizando as características de cada criador de conteúdo que a mensagem irá alcançar um público maior, gerando engajamento.

De acordo com Stenio, ele cria conteúdo há muitos anos, mas os **resultados começaram a aparecer a partir do momento em que passou a mostrar a sua rotina**. Assim, seu conteúdo ficou mais próximo de algo que a comunidade se identifica. “Eu sou igual a vocês. Eu tenho rotina, planos e foi isso que me diferenciou. Coloquei um tom de alegria no conteúdo que eu faço”, explicou.

Para Guilherme e Otávio, do Vai com Guio, **a rotina do creator com as marcas deve ser de sintonia**. Para eles, a cocriação é um caminho muito importante e uma mesma marca pode ter pontos e ideias diferentes com criadores diferentes, **adaptando o conteúdo** e a abordagem à personalidade e marca do influenciador.

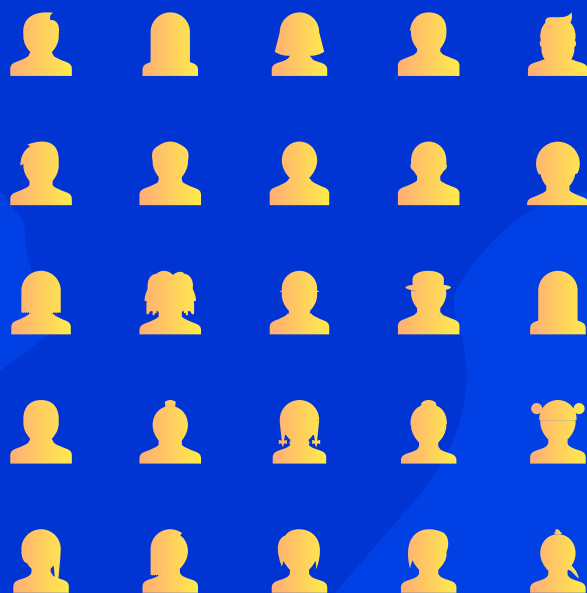
Para isso, é importante que as empresas abram espaço para os creators adaptarem a divulgação de determinado produto ou serviço à sua realidade, **evitando assim que o conteúdo passe uma impressão de algo pouco natural**.

Outro ponto destacado pelos creators está relacionado à **descentralização de renda**, pois muitos deles têm focado também em outros tipos de **produtos digitais**, levando esses criadores a uma maior profissionalização. Como **especialistas em digital**, que possuem sua **própria comunidade fidelizada**, pouco a pouco eles passam a criar seus próprios produtos para competir por nichos nos quais, até então, não estavam inseridos.

Desta forma, o influenciador deixa de depender apenas de publicidade de outras empresas, as famosas publis, ou da monetização disponibilizada pelas plataformas digitais. É um momento de mudança na economia e, de acordo com as tendências do mercado, **os creators têm tudo para iniciar uma revolução.**

Conforme relatório divulgado pelo YouPix, o Brasil possui hoje um total de 20 milhões de creators, em um universo de 300 milhões espalhados pelo mundo todo (de acordo com a Adobe). **Uma tendência em crescimento: é previsto que nos próximos 5 anos mais de 1 bilhão de pessoas se identifiquem como creator.**

**20 milhões  
de creators**  
no Brasil



Ainda de acordo com os dados do YouPix, o mercado de creator já vale 104 bilhões de dólares, e esse número tende a crescer exponencialmente nos próximos anos. Esses dados respaldam o crescimento das marcas próprias (produtos e serviços) atreladas a esses novos nomes no mercado.

Para empresas que buscam diversificar seu espaço no mercado, o trabalho com criadores de conteúdo pode ser uma ótima opção. **Pensar em seu orçamento de marketing e gestão financeira, prevendo possibilidades de ações com influencers de diferentes audiências, pode ser uma oportunidade de expandir o impacto da sua organização.**



# Consistência de conteúdo como diferencial para a sua marca

Os algoritmos das redes sociais têm pedido que, cada vez mais, empresas e influenciadores criem conteúdos em grande quantidade. Mas será que essa é uma tendência para o futuro?

Em sua palestra na Gramado Summit 2023, **Felippe Guerra**, diretor da Mynd, falou sobre a necessidade de criar muitos conteúdos ao mesmo tempo e fazer a postagem deles na mesma semana, sem um intervalo interessante para que a mensagem chegue a mais pessoas.

“Às vezes ficamos com ânsia de criar um conteúdo em cada canal e daí a gente gasta tempo na construção de conteúdo e perdemos a raiz da história. Não adianta vocês desenvolverem tudo isso, todos esses produtos, ou formas de entregar e colocar tudo na mesma semana e no mesmo momento”, disse.

**De acordo com Guerra, o grande segredo é a busca por consistência, mas não de uma forma massiva.** Criar uma grande quantidade de conteúdo, mas buscar a melhor forma de distribuí-lo entre os diversos canais, prezando por uma cadência que vá valorizar o conteúdo final, e não apagá-lo completamente da memória das pessoas após alguns dias.

Se um dos ativos mais cobiçados hoje é a lembrança de marca, fazer com que uma ação de comunicação permaneça por muito tempo na memória do seu público é o grande diferencial. E, para isso, **é necessário mapear como o seu público e o nicho que você quer atingir consomem esses conteúdos.**

De acordo com Guerra, **o conteúdo que não é "enlatado", que não é "plástico", cria conexões que geram resultados.** Portanto, busque referências fora da sua zona de conforto. **Converse com pessoas e busque incluí-las nos debates sobre as ações de comunicação que você quer colocar em prática.**



Fotógrafo: Eduardo Rocha

**“Uma coisa que eu costumo fazer muito é observar as pessoas. Eu fico observando como elas interagem, como se relacionam e percebem o ambiente. Você começa a ter insights, entender o que a pessoa tá fazendo e isso vira um bom alimento para criar e se conectar com esse Brasil”, explicou.**



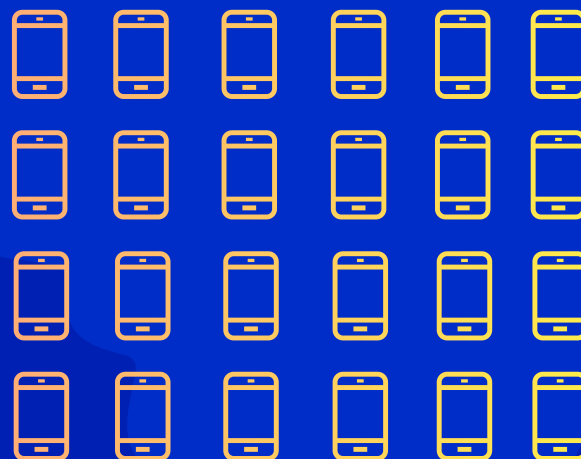
Guerra reforçou ainda que a referência de cada maneira de vida ajuda a construir novos caminhos e fazer algo inovador, relevante. **Portanto, busque repertório para tornar seu conteúdo mais sólido e, com isso, conseguir criar com maior consistência.**

Na hora de pensar na distribuição desse conteúdo é importante levar em consideração, também, os canais que podem ser acessados pelo público que você quer impactar.

Fotógrafo: Eduardo Rocha



# 200 milhões de celulares no Brasil



"Existem 200 milhões de aparelhos celulares no Brasil, mas menos de 20% deles são pós-pagos. Existe uma barreira ao acesso a dados. As pessoas têm um smartphone de última geração, mas **existe uma barreira do acesso**, porque a maioria usa pré-pago. No celular pré-pago, o dado é limitado, automaticamente isso direciona, faz com que a pessoa escolha qual tipo de conteúdo e qual momento ela vai consumir", complementou.

Portanto, ao pensar em uma estratégia de conteúdo e em como impactar seu público-alvo, tenha em mente a forma como essa informação será consumida. "Às vezes estamos acostumados à nossa realidade, mas **no Brasil existe uma barreira muito importante, que é o ponto de contato**", concluiu.

The logo for Sebrae X, featuring the word 'sebrae' in a lowercase, sans-serif font followed by a large, stylized 'X'.The logo for Sebrae X, featuring the word 'sebrae' in a lowercase, sans-serif font followed by a large, stylized 'X'.

Fotógrafo: Eduardo Rocha

## Conclusão

Comunicação, mercado e inovação andam de mãos dadas, e a sua empresa precisa estar preparada para as constantes mudanças do cenário global.

Seja por meio das IAs, ou por uma nova economia que desponta como uma grande inovação: **ser empreendedor significa estar em constante aprendizado, buscando oportunidades de conexão e crescimento.**

Para tal, é importante contar com um apoio que possa ajudá-lo a dar passos rumo à inovação, e o **Sebrae possui todo o suporte e expertise que você precisa para chegar lá.**

**O Sebrae acompanha você desde as primeiras etapas do seu empreendimento.**

**Conheça nossos cursos e consultorias acessando o site: [digital.sebraers.com.br](https://digital.sebraers.com.br)**