



kentoh_CANVA

MUITO ALÉM DA TECNOLOGIA

OS IMPACTOS SOCIAIS E CULTURAIS DA IA NAS ORGANIZAÇÕES

Cada vez mais, podemos comprovar que a Inteligência Artificial pode estar em tudo e em todo lugar. No entanto, quando se trata do mundo corporativo, seu uso não está apenas atrelado ao ponto de vista tecnológico, mas também em ajudar a remodelar a cultura, a governança e os processos para uma nova era de tomada de decisão inteligente.

Viviam Posterli (*)

De acordo com um estudo global realizado pela Cisco, quatro a cada cinco executivos pretendem incorporar a IA aos negócios. No entanto, 74% afirmaram que a compreensão limitada sobre o recurso dificulta decisões estratégicas. A pesquisa também incluiu 501 líderes da América do Sul e revelou um paradoxo alarmante: 82% reconhecem o potencial da Inteligência Artificial, mas poucos se sentem seguros ao tomar decisões baseadas na ferramenta.

Esse dado vai totalmente na contramão da atual tendência do uso da IA para a tomada de decisões, que vem moldando o futuro de diversos setores da economia. Ou seja, a rápida evolução dessa tecnologia está abrindo novos caminhos para inovação e eficiência. Com isso, ganhos como melhoria e velocidade na precisão de estratégias baseadas em análises profundas, adaptação às mudanças do mercado e às necessidades dos clientes, redução de custos e aumento da eficiência passam a fazer parte do dia a dia das organizações.

Por sua vez, é preciso enfatizar que o potencial da IA não interfere apenas no mundo dos negócios, mas também tem um profundo impacto social. As organizações, ao fazerem seu uso, precisam estar cientes dos desafios que envolvem questões éticas e morais, como, por exemplo, a garantia da privacidade e segurança dos dados. Já



Viviam Posterli

do ponto de vista cultural, as empresas precisam saber promover a adaptação à inovação, principalmente no que se refere a profissionais que se sentem intimidados pela

complexidade da tecnologia ou temem que o recurso possa substituir sua mão de obra.

Entre os desafios, também não podemos deixar de lado o receio atual quanto à utilização da IA em processos decisórios, bem como o temor relacionado às percepções externas, no qual profissionais se sentem desconfortáveis ao realizar um processo que antes era feito de forma mais humana, na tentativa de reafirmar seu valor e papel dentro da organização.

Uma coisa é fato: a IA traz inúmeros ganhos e vantagens para a tomada de decisões, mas, neste processo, é fundamental que líderes e gestores compreendam seu potencial por meio da educação e do treinamento. Ou seja, cabe às organizações a missão de estarem cientes dos efeitos dessa tecnologia na sociedade e trabalharem para garantir que seu uso promova bem-estar e progresso, de forma alinhada aos valores humanos.

“As empresas que já utilizam o recurso para a tomada de decisões certamente já estão colhendo frutos significativos.”

Promover essa conscientização e estabelecer gestos de envolvimento da equipe são elementos fundamentais para garantir o total aproveitamento do potencial da IA no dia a dia organizacional. No entanto, é preciso que as empresas também se atentem à importância da inteligência emocional nesse processo, a fim de criar um mindset cultural voltado para o aprendizado e para a prática do uso da tecnologia nas operações.

Sem dúvida, a IA surgiu como um recurso destinado a promover o aprimoramento da rotina empresarial, eliminando burocracias, automatizando tarefas, promovendo eficiência e, sobretudo, confiança. Deste modo, as empresas que já utilizam o recurso para a tomada de decisões certamente já estão colhendo frutos significativos, bem como garantindo sua sobrevivência em meio a um mercado amplamente competitivo.

No entanto, como toda tecnologia, a IA é um meio — e cabe aos humanos a missão de abastecê-la para que ela gere insights precisos sobre o desempenho do negócio. Sendo assim, a missão, a partir de agora, não é apenas atribuir a utilização do recurso nas operações, mas criar uma cultura organizacional que una as pessoas em todo esse processo. Até porque, antes da inteligência artificial, é preciso cuidar da emocional.

(*) CEO do Grupo SKILL.

