



IA e Psicologia: água e óleo, ou um novo capítulo?

Flavio Ponzio (*)

A relação entre inteligência artificial e psicologia pode, à primeira vista, parecer incompatível

Final, como um campo fundamentado na empatia e no contato humano pode se beneficiar de uma tecnologia baseada em algoritmos e autômatos? Eu acredito que essa percepção precisa ser revista. A IA não substitui o trabalho do psicólogo, mas pode ser uma ferramenta valiosa para otimizar sua rotina, permitindo que o profissional foque no que realmente importa: o cuidado com seus pacientes.

Uma das principais dificuldades enfrentadas pelos psicólogos empreendedores e clínicas é a gestão eficiente do tempo. O agendamento de consultas, por exemplo, pode se tornar um verdadeiro desafio, especialmente quando há cancelamentos de última hora ou incompatibilidades de horários. Com o uso de IA, plataformas como o PsicoManager permitem automatizar esse processo, enviando lembretes personalizados, reagendando consultas de forma inteligente e garantindo uma melhor ocupação da agenda.

Além do agendamento, a IA também pode atuar na gestão financeira da clínica. Muitos profissionais de psicologia enfrentam dificuldades na administração de pagamentos, cobranças e emissão de notas fiscais. Ferramentas de IA conseguem organizar automaticamente os recebimentos, alertar sobre pendências financeiras e até sugerir estratégias para melhorar o fluxo de caixa, garantindo maior previsibilidade e segurança financeira ao psicólogo.

Pois bem, não é segredo de que a IA é uma grande aliada em tudo que se refere ao lado mais administrativo do dia a dia não apenas no consultório, como também em praticamente toda área do mercado de trabalho.

Esse reforço administrativo se torna ainda mais valioso para os profissionais de saúde mental, à medida que as empresas precisam mapear fatores que afetam o psicológico dos colaboradores. Ferramentas inteligentes podem processar grandes volumes de dados sobre o ambiente de trabalho, fornecendo insights valiosos sobre estresse, exaustão emocional e outras condições que possam levar a transtornos psicológicos.

Plataformas de IA também podem auxiliar na aplicação de pesquisas de clima organizacional, permitindo que empresas identifiquem padrões de comportamento e tomem

medidas preventivas para melhorar o bem-estar dos colaboradores. Com isso, evitam-se afastamentos, reduzem-se os índices de absenteísmo e promove-se um ambiente mais saudável e produtivo.

Esse apoio que uma boa plataforma que faz uso consciente da tecnologia se estende para todos os campos da psicologia. Todo profissional da área pode ganhar muito com um sistema bem treinado e adequado para lidar com assuntos de saúde mental. O cotidiano da maioria dos psicólogos é muito corrido, por isso nem sempre é possível para eles separar todo o tempo que gostariam para discutir com seus pares sobre seus casos. O número de pacientes aumenta e, com isso, os diagnósticos que devem ser feitos, as anotações, análises... e por aí vai. Mas as horas do dia seguem sendo as mesmas vinte e quatro.

A IA ajuda a tornar esse tempo mais eficaz, podendo ser essa assistência que o psicólogo precisa com seus insights, combinando agilidade com precisão profissional, para assim conseguir comportar melhor um número maior de pacientes.

É crucial ressaltar que a IA não tem o objetivo de substituir o olhar clínico do psicólogo. Muito pelo contrário: ela pode aprimorá-lo. Algoritmos de análise de linguagem natural, por exemplo, podem ajudar psicólogos a identificarem padrões de discurso que indicam mudanças emocionais sutis em seus pacientes. Isso permite um acompanhamento mais preciso e personalizado, ampliando a capacidade do psicólogo de oferecer suporte adequado a cada indivíduo. Esse é apenas um exemplo entre tantos, mas, o ponto é que o psicólogo ele continuará, sempre, sendo ainda aquele que de fato conhece seus pacientes profundamente, não o algoritmo, que está aqui simplesmente como uma ferramenta. Algo para agregar no trabalho do profissional, não substituí-lo.

A relação entre IA e psicologia não se assemelha a água e óleo. Essa é uma concepção que não pode persistir. Nós estamos entrando em um novo capítulo que está sendo escrito com o potencial de transformar a maneira como os psicólogos administram suas clínicas, cuidam de seus pacientes e contribuem para ambientes de trabalho mais saudáveis. A tecnologia está aí para ser uma aliada, e saber aproveitá-la pode ser o diferencial para os profissionais que desejam seguir crescendo na carreira, ao mesmo tempo que ajudam cada vez mais pessoas.

(*) CEO do PsicoManager

Algumas das tendências que envolvem a IA generativa e o futuro dos negócios

O relatório, desenvolvido pela Blip, indica que a inteligência artificial associada com o processamento de áudio, personalização em larga escala e leitura de dados são algumas das principais inovações que impactarão as empresas

O mercado de Inteligência Artificial (IA) generativa chegou para ficar — das primeiras pesquisas dos anos 1950 até o boom a partir de 2023 com a expansão de ferramentas como o ChatGPT e Gemini. A tecnologia extrapolou a bolha das big techs e invadiu o dia a dia das empresas, que passaram a automatizar processos e têm buscado compreender todas as formas de empregar IA para alavancar os negócios, economizando recursos, profissionalizando e padronizando tarefas e gerenciando processos a partir de dados.

Para compreender um pouco mais para onde caminha o mundo dos negócios com a IA, a Blip, empresa pioneira em IA conversacional no Brasil e no mundo, realizou uma análise de mercado chamada de “IA generativa e o futuro dos negócios: tendências para 2025”. “Saber quais tecnologias estão em ascensão permite que líderes de inovação as priorizem nos investimentos. Entender, por exemplo, o poder que o WhatsApp possui na comunicação entre empresas e seus clientes, assim como, tentar antecipar quais ferramentas e tecnologias serão as mais estratégicas em determinados segmentos, sinaliza a necessidade de destinar orçamento à pesquisa e desenvolvimento,



antes mesmo dos concorrentes se mobilizarem”, diz William Colen, Diretor de IA da Blip.

Confira a seguir quatro tendências emergentes que o estudo aponta:

1. AI Agents e Copilots

A onda dos chatbots está se transformando na onda dos agentes de IA generativa e dos Copilots. A IA está deixando de apenas reproduzir informações e se consolidando como produtora, criadora de informações inteligentes, sobretudo em forma de conversas. Gerar conversas é uma forte tendência de uso da IA Generativa.

E são esses modelos de assistentes virtuais inteligentes, baseados em tudo que se sabe sobre o consumidor, que são capazes de entender

profundamente o contexto de cada interação e atuar como verdadeiros copilotos para equipes de atendimento e vendas. Essas soluções, treinadas com bases de dados próprias de cada empresa, oferecem respostas hiperpersonalizadas e elevam a eficiência operacional, transformando o atendimento em uma experiência realmente inteligente.

2. Personalização em larga escala

Dois termos que sempre pareceram opostos — “personalização” e “larga escala”, com a IA generativa estão cada vez mais próximos.

Hoje, um e-commerce pode recomendar produtos com base no histórico de cada cliente, criando engajamento e fortalecendo comunidades de marca

como nunca antes, elevando a fidelização e o valor percebido pelo público.

3. Leitura de dados e criação de insights

A IA generativa processa volumes gigantescos de informações para suportar equipes de negócio na transformação de dados em decisões estratégicas. Ao automatizar análises complexas, as empresas ganham agilidade e assertividade, deixando de perder oportunidades por falta de visão clara sobre seus próprios dados.

4. IA Generativa que processa áudio

- Assistentes de voz construídos com tecnologia de LLM multimodal, apesar de serem semelhantes ao que a Siri e Alexa que conhecemos quanto a casos de uso, agora podem atuar com alto grau de naturalidade. Devemos esperar, inclusive, evoluções desses dois assistentes no curto prazo.

“Juntamente com o boom da IA generativa, surgem os debates em torno da ética no seu uso. O objetivo é proteger os direitos e os dados dos usuários e mitigar riscos associados ao uso da IA, como discriminação, manipulação, informações imprecisas e invasão de privacidade”, finaliza Colen.

Inteligência Artificial vira curso superior e deve impulsionar a profissão de gestor de IA

Cursos de graduação em universidades públicas e privadas se disseminam, incorporando ao mercado novos saberes, avalia especialista de grupo de ecossistema de inovação

A profissão de gestor de inteligência artificial, que começa a se estabelecer no Brasil, deverá ganhar novas características já nos próximos anos. É que instituições de ensino superior, tanto públicas como privadas, começam a incluir o bacharelado em Inteligência Artificial em suas grades de cursos de graduação. Assim, novos saberes deverão ser incorporados.

Um dos mais recentes cursos foi lançado em março último, pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Disciplinas como Aprendizado Profundo, Ética em IA, Inteligência Artificial Generativa e Modelos de Linguagem, e Engenharia de Software para Inteligência Artificial compõem a formação oferecida. Ênfase na prática e parcerias com o setor produtivo são destacadas.

Já o primeiro curso superior em Inteligência Artificial foi criado em 2019 pela Universidade Federal de Goiás (UFG), com a primeira turma a partir de 2020. Gamificação, veículos

autônomos, ciência de dados, mineração de dados e big data estão entre os projetos desenvolvidos. Fundamentos em computação e matemática estão na grade curricular. Em 2025, foi o curso com maior nota de corte da UFG.

No mercado, players projetam incrementos na profissão de gestor de IA. A combinação entre conhecimentos acadêmicos e projetos práticos, aplicados em conjunto com o setor produtivo, deve ampliar o leque de atribuições e competências na função, avalia o CIO do Irrah Tech, Mateus Miranda. O Irrah Tech é um grupo com sede no Paraná que desenvolve ecossistema de inovações tecnológicas voltadas ao varejo.

Mateus Miranda, CIO do Irrah Tech, observa que a formação superior tem sido oferecida tanto na modalidade presencial como na educação a distância. Além das universidades públicas, instituições privadas também têm investido na oferta do bacharelado em IA, ampliando as possibilidades de acesso à graduação na área. “O gestor de IA vai se configurar como peça-chave em qualquer organização”, projeta.

A atuação do gestor de IA não estará limitada, conforme sublinha

o CIO do Irrah Tech, a empresas desenvolvedoras de software. Pelo contrário, precisará se fazer presente sobretudo em organizações das mais diversas áreas, exercendo suas habilidades e competências nos setores de tecnologia, da informação do varejo, indústria, agronegócio e serviços de modo geral, considera Miranda.

O especialista explica: “Incorporar inteligência artificial ao negócio não é mais questão futurística, de tendência. É realidade e cada vez mais será condição para a viabilidade do negócio. Quando correta e eticamente desenvolvida, a IA transforma a maneira como as empresas se relacionam com seus clientes e com o público, e nos processos internos. O gestor garante a aplicação e funcionamento adequados”.

Dados de mercado reafirmam a onipresença da inteligência artificial. Pesquisa da McKinsey, por exemplo, indica que 72% das empresas no mundo adotam tecnologias de inteligência artificial (IA), o que representa um crescimento de 55% em relação ao ano anterior. Ademais, 65% das corporações aumentaram seus orçamentos destinados à IA.