

OPINIÃO

Como diminuir os efeitos da sobrecarga digital

Hugo Godinho (\*)

*O mundo está cada vez mais digital. Atividades que antes aconteciam presencialmente, como reuniões semanais, começaram a ser realizadas por meio de uma tela de computador ou celular.*

Tudo isso pode causar o que se chama de sobrecarga digital. Sentir-se sobrecarregado também pode fazer com que os colaboradores fiquem desengajados, prejudicando as vidas profissional e pessoal.

Para se ter ideia, uma pesquisa realizada pelo grupo Adecco, que realiza consultoria de talentos, revelou que 71% dos profissionais se sentem desengajados na empresa onde trabalham. Portanto, todo movimento deve ser estrategicamente pensado para reverter esse quadro, afinal, é com colaboradores engajados que conseguimos melhorar os resultados de negócio da empresa.

Em uma era digital todos estão sujeitos a essa sobrecarga. A sobrecarga digital é o que acontece quando uma pessoa recebe com regularidade um grande volume de informações, que podem chegar de diferentes canais ou não. Essa quantidade de conteúdo costuma ser muito superior à possibilidade de assimilação - ou seja, nem tudo aquilo que é recebido por alguém consegue ser, de fato, absorvido e compreendido.

De acordo com um estudo exclusivo para a VOCÊ RH, produzido pela Fiter, 63% dos 101 entrevistados relacionam o excesso de exposição a dispositivos eletrônicos a sentimentos de estresse e ansiedade. E 77% afirmaram que a maior quantidade de tempo em frente à tela acontece no trabalho.

O uso das redes sociais, o consumo de notícias online e o recebimento de centenas de notificações fazem com que as pessoas percam completamente o controle da quantidade de informações visualizadas por dia.

Entretanto, a tecnologia não deve ser vista como uma inimiga. Nas empresas, a sobrecarga digital acontece quando a Comunicação Interna não é estruturada de forma estratégica nem conta com ferramentas adequadas. Se a empresa enviar dezenas de e-mails por dia e acionar os grupos de WhatsApp a todo momento, por exemplo, a informação perderá seu propósito e se tornará apenas mais uma distração.

Isso tudo é resultado de uma Comunicação Interna descentralizada. Essa alternância entre os canais de comunicação representa um processo

desarticulado que, em vez de informar, sobrecarrega aquele que precisa consumir a mensagem.

Centralizar a Comunicação Interna em um canal exclusivo é uma das formas de evitar a sobrecarga digital. Poder acessar apenas uma única plataforma para interagir com gestores, consumir conteúdo ou consultar informações importantes faz com que os colaboradores não sintam tão intensamente os efeitos desse esgotamento. Implementar uma ferramenta com esse potencial nas empresas pode aprimorar o fluxo da informação na jornada de trabalho.

É possível superar o cansaço da digitalização?

São muitos os sinais que, inicialmente, podem indicar de forma bastante sutil que o colaborador está enfrentando um momento de sobrecarga. Além do número de vezes que checamos os aplicativos, também precisamos estar atentos a sintomas como cansaço mental, dificuldade de concentração, ansiedade e impaciência.

Destaco a importância do que hoje já é chamado de *Workplace Experience (WX)*, um espaço de trabalho digital onde se concentra a comunicação entre os colaboradores. Essa transformação da Comunicação Interna reduz os impactos do ruído digital e auxilia a empresa a conquistar o tão desejado bem-estar dos colaboradores - que deve ser vivenciado, inclusive, na esfera digital.

Uma pesquisa da Qualtrics, publicada em 2022, mostrou que processos ruins e sistemas ineficientes aumentam o risco de Burnout. Desconcentração, baixa produtividade e ausência de engajamento podem ser indícios desse mal-estar contemporâneo, causado pela era digital.

Dentro das empresas, o setor de RH tem um papel essencial na hora de adotar plataformas que contribuam para a produtividade das equipes. A sobrecarga digital só é superada se os responsáveis pela Comunicação Interna estiverem cientes e atentos a essa realidade. A informação precisa ser gerenciada de forma estratégica, mas para isso é necessário contar com ferramentas que, além de eficientes, também possam sustentar boas práticas de comunicação.

O RH, nesse sentido, deve ser um setor aliado. Para isso, a tecnologia precisa ser usada de forma inteligente e mensurável a fim de monitorar o bem-estar do colaborador.

(\*) CEO da Dialog, startup que lidera o setor de Comunicação Interna no Brasil com uma plataforma multicanal

Mais um aviso: inteligência artificial é perigosa para adolescentes

Uma nova geração vive sua adolescência no alvorecer da inteligência artificial, mas os impactos desta sobre esses jovens já são assustadores, como mostra um relatório produzido pela OnSide, uma ONG britânica de apoio à juventude.

Vivaldo José Breternitz (\*)

A ONG entrevistou 5.035 jovens entre 11 e 18 anos para produzir o "Generation Isolation Report", seu estudo anual sobre como os jovens ocupam o tempo livre - o relatório revelou que 40% dos adolescentes recorrem à IA em busca de conselhos, companhia ou apoio.

Mais da metade dos jovens entrevistados afirmou recorrer à IA especificamente para pedir conselhos sobre roupas, amizades, saúde mental ou para que a IA os ajudasse a lidar com emoções como tristeza e estresse. Um em cada dez disse que escolhia a IA simplesmente porque é mais fácil conversar com uma IA do que com uma pessoa real - a IA é facilmente acessada e pouco regulada, não sendo surpreendente que adolescentes e até mesmo crianças a procurem.

O estudo mostra uma geração solitária, com acesso irrestrito a tecnologias viciantes. Segundo a pesquisa, 76% dos jovens passam a maior parte do tempo livre diante de telas e 34% relatam sentir níveis altos ou muito altos de solidão.

À medida que a IA se infiltra cada vez mais no cotidiano dos adolescentes, soam sinais de alerta; se chatbots de IA tem se mostrado perigosamente viciantes para adultos, que ao menos em tese atingiram a maturidade, podemos imaginar seu poder sobre crianças e adolescentes.

Nos Estados Unidos, a American Psychological Association afirma que chatbots usados



Karola\_G\_de\_Pexels\_CANVA

para aconselhamento em saúde mental podem colocar usuários em risco, especialmente "grupos vulneráveis (que) incluem crianças e adolescentes, que não têm experiência para avaliar riscos com precisão".

Em alguns casos, os resultados têm sido fatais, havendo ações judiciais movidas por pais que acusam esses chatbots de serem responsáveis pelo suicídio de seus filhos. Vários chatbots também estão sendo investigados por conversas de conteúdo erótico com crianças. A Meta foi duramente criticada no início de 2025 após um documento interno vazado mostrar que a empresa permitia que suas ferramentas de IA mantivessem "conversas sensuais" com menores.

Em vários países há projetos visando obrigar as empresas de IA a implementar verificação de idade em seus sites e bloquear usuários com menos de 18 anos; no entanto, é difícil acreditar que essas medidas sejam eficazes, pois quase tudo que se fez até agora nesse sentido não funcionou bem.

As melhores armas para defender nossas crianças e adolescentes talvez sejam informação e a presença e acompanhamento constante por parte dos pais.

(\*) Vivaldo José Breternitz, Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor e consultor - vjnitiz@gmail.com

Como pequenas e médias empresas estão criando seus próprios agentes de IA?

Pequenas e médias empresas (PMEs) têm adotado tecnologias de inteligência artificial para automatizar processos e melhorar a eficiência operacional. Uma das abordagens mais inovadoras envolve a criação de agentes de IA personalizados, capazes de realizar tarefas específicas com autonomia limitada. Esses agentes vão além dos chatbots tradicionais, oferecendo soluções mais sofisticadas e adaptadas às necessidades de cada negócio.

A popularização de plataformas de desenvolvimento de IA sem a necessidade de codificação tem sido um fator crucial para essa transformação. Ferramentas como Latenode e Relevance permitem que empreendedores e equipes técnicas construam agentes digitais que integram sistemas existentes, como CRMs e ERPs, para automatizar tarefas como atendimento ao cliente, análise de dados e gestão de estoques. As plataformas oferecem interfaces visuais intuitivas, tornando a criação de agentes acessível mesmo para aqueles sem experiência em programação.

Empresas do segmento têm desenvolvido soluções específicas para PMEs, oferecendo agentes de IA que operam por meio de canais como WhatsApp, voz e e-mail, projetados para automatizar interações com clientes, processar pedidos



Images.de, Mohamed\_El\_Hassan\_CANVA

e fornecer suporte, permitindo que as empresas ofereçam um atendimento mais ágil e personalizado.

A implementação deles traz benefícios significativos, como o aumento na receita, redução de custos e melhoria na produtividade dos funcionários, fazendo com que os agentes permitam que as equipes se concentrem em tarefas mais estratégicas, enquanto as operações repetitivas são automatizadas, resultando

em processos mais eficientes e maior satisfação do cliente.

No entanto, sua adoção também apresenta desafios. É essencial que as PMEs implementem práticas de governança de dados, como auditorias regulares e conformidade com legislações como a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), para garantir o uso ético e seguro das informações. Ademais, é importante que as empresas invistam em infraestrutura tecnológica adequada, como conectividade de alta qualidade, para suportar as operações dos agentes de IA.

Em suma, a criação de agentes de IA personalizados está se tornando uma estratégia viável e eficaz para PMEs que buscam inovar e melhorar sua competitividade no mercado. Com o suporte de plataformas acessíveis e soluções específicas para pequenos negócios, essas empresas podem aproveitar o potencial da inteligência artificial para transformar suas operações e oferecer melhores experiências aos clientes.

(Fonte: Thiago Hortolan é CEO da Tech Rocket, uma spin-off da Sales Rocket dedicada à criação de soluções em Revenue Tech, unindo Inteligência Artificial, automação e inteligência de dados para escalar toda a jornada de vendas da prospecção à fidelização).

News @ TI

ricardosouza@netjen.com.br

CLM agora na Argentina

A CLM, distribuidor latino-americano de valor agregado com foco em segurança da informação, infraestrutura e data centers, inicia operações na Argentina. A expansão integra a estratégia da CLM, que já atua no Chile, Colômbia e Peru, de consolidar sua presença nos principais merca-

dos da América Latina, combinando crescimento orgânico, fortalecimento de parcerias locais e ampliação da presença junto a fabricantes globais, E, assim, manter sua posição de principal distribuidor de valor agregado do Cone Sul (www.CLM.tech).