

# Inteligência Artificial e indústria digital: confira alguns destaques do FIND 2026

O evento reuniu representantes de diversas empresas para discutir o tema

## ➔ AGENDA

JAMIL AIQUEL E JÚLIA FERNANDES

O Fórum do Mercado e Indústria Digital (FIND) 2026, idealizado pela AnaMid (Associação Nacional do Mercado e Indústria Digital), aconteceu na última semana em Porto Alegre discutindo o caos e a magia da Inteligência Artificial. Neste ano, o evento recebeu mais de 1,1 mil inscritos, um aumento de 20% em relação à edição anterior. "Isso prova que a nossa leitura de mercado e o que queremos com esse evento está muito claro e condizente com o que está acontecendo", comentou Alexandra Zanella, vice-presidente da AnaMid.

Além dos palcos, um espaço foi dedicado a expositores que apresentaram soluções e novidades. A agência Escala trouxe um novo produto baseado em dados e IA. "Estamos apresentando o Lidero, um raio-x de growth baseado em sete dimensões estratégicas, com dados auditáveis e benchmarking de mercado", explicou Roberta Selistre, sócia-diretora da empresa. Para ela, o diferencial do FIND está na curadoria. "São profissionais referência no Brasil, trazendo exemplos concretos de aplicabilidade desse novo marketing impulsionado pela IA."

A plataforma de e-commerce Magazord também marcou presença. Segundo Rafael Souza, gerente da empresa, o evento dialoga diretamente com o momento da companhia. "Estamos muito à frente na implementação de IA. Participar aqui é contribuir com o ecossistema e entender como podemos evoluir junto com o mercado." Ele reforça a importância da troca de conhecimento. "Quanto mais conteúdo a gente gera e compartilha, mais desenvolvemos o mercado como um todo."

“ Todo dia surge uma fórmula mágica. A gente se sente perdido, como se estivesse ficando para trás”

**Hugo Rodrigues**  
Sócio da WMcCann

Ao revisitar a história da publicidade, o executivo falou sobre a evolução do setor, da era criativa dos anos 1980 à ascensão da tecnologia, e defendeu a relevância das agências. "As agências não vão morrer, mas vão ter que aprender a dividir o bolo", afirmou. O palestrante reforçou ainda a importância da disciplina na construção de resultados. "A disciplina faz a diferença independentemente da área que a gente está", pontuou. Ao abordar o impacto da tecnologia, Rodrigues alertou para o bombardeio constante de informações e tendências. "Todo dia surge uma fórmula mágica. A gente se sente perdido,

como se estivesse ficando para trás", afirmou. Para ilustrar, citou movimentos recentes que não se consolidaram, como o metaverso. "Por que você sofre quando erra? O Mark Zuckerberg errou", comentou. Rodrigues defendeu que marcas e profissionais precisam reimaginar a forma de vender. "Todos nós estamos vendendo o tempo todo", disse. Ele citou exemplos práticos para mostrar que não existe uma única fórmula, mas sim múltiplas abordagens que devem considerar contexto e público.



“ A IA cria textos longos, relatórios impecáveis, mensagens interessantes, mas que no fim não diz nada. Pior, a gente não está revisando, passamos adiante, e ficamos em um loop eterno em que as coisas não saem do lugar e a produtividade cai”

**Rafael Sbarai**  
Director of Product Marketing & Business Innovation da Cazé TV

Sbarai foi categórico ao falar sobre o paradoxo trazido pelas novas ferramentas tecnológicas. Ele explicou que se por um lado a IA facilita a produção de grandes volumes de texto, por outro ela gera um crescente esgotamento mental no ambiente de trabalho. A facilidade na geração de relatórios impecáveis na aparência, mas rasos em significado, tem sobrecarregado os profissionais. "A IA ajuda em algum grau a resolver o problema do ato de escrever, mas ela começa a criar um problema de ler", alertou. O diretor da Cazé TV argumentou que o

futuro do trabalho vai exigir muito mais profundidade do que generalismo. Para extrair o melhor da tecnologia, os profissionais precisarão ser especialistas na arte de fazer boas perguntas, fornecendo o contexto necessário, com dados e experiências próprias, para guiar a IA de forma eficiente. O dos resultados. "Todo mundo está buscando automação de tarefas, mas a capacidade de pensamento, ela segue ainda sendo uma vantagem competitiva", concluiu Sbarai.



“ Algumas pessoas têm um pouquinho de medo que a IA substitua o trabalho delas. Eu não acredito nisso. A IA está aqui para me ajudar. Ela vai me trazer mais tempo de trabalho, tempo de vida e até mesmo tempo para viver minhas coisas”

**Monique Ticianelli**  
Partner Manager do TikTok

A palestrante tratou de desmistificar a velha ideia de que a rede social é apenas um "aplicativo de dancinha". Ela explicou que a plataforma já inicia a experiência do usuário operada por IA, que mapeia interesses de forma contínua para entregar vídeos focados na retenção da atenção. Ao explicar como a ferramenta atua na entrega de assuntos que o usuário muitas vezes nem sabia que gostava, ela destacou o caráter democrático da rede. "Se eu pegar o celular de cada um de vocês, vai ter uma 'For You' diferente. Cada um de vocês se interessa por uma coisa. Isso acontece

porque é personalizado pelo nosso algoritmo para que vocês possam ter mais visibilidade do que vocês querem. Tudo é extremamente democrático dentro do TikTok. E os nossos anúncios também são assim", destacou Monique. A executiva detalhou o funcionamento do TikTok Shop. Ela destaca que o recurso de e-commerce da plataforma opera com um algoritmo próprio e tem como foco a performance de vendas, conectando a descoberta de novos produtos à agilidade na compra de forma imersiva através das lives.

