



Divulgação

26/02/2025

## Eventos e IA: tecnologia substitui a criatividade?

O uso de IA está redefinindo o setor de eventos e impulsionando transformações que vão muito além da eficiência operacional. Já estamos vivendo a realidade dos super telões, cinemas 4D, escape room e outras propostas multisensoriais com muita hiperpersonalização, cenários dinâmicos e possibilidades interativas que antes pareciam ficção científica.

E toda transformação vem com uma caixinha de interrogações e uma delas é: com tantas tecnologias, como fica a criatividade? O setor de eventos já está experimentando IA para analisar dados culturais com agilidade e implementar uma série de ferramentas como assistentes virtuais, receptivos com reconhecimento facial e emocional, personalização de conteúdo e, até mesmo, gerir fluxo de pessoas dentro de um estande em tempo real.

Essas e outras tecnologias já fazem parte do repertório do nosso mercado, permitindo que eventos sejam cada vez mais conectados e com os objetivos estratégicos das marcas e com o público. Com certeza podemos e iremos entregar um outro nível de impacto com a IA e, junto com isso e mais valioso, a criatividade irá redefinir como as pessoas sentem um evento.

A criatividade essencialmente humana nasce da intuição, da empatia e das nossas experiências. Ela é o diferencial que transforma eventos em um acontecimento memorável. A IA é uma ferramenta poderosa para potencializar essa criatividade, estimulando sentidos, gerando sensações e criando vínculos. Também está agilizando o trabalho ao automatizar processos, fornecer insights valiosos e fazer com que as equipes foquem no que realmente importa: ideias autênticas e impactantes.

Já é possível pensar em ambientes que respondem às emoções do público em tempo real. A empresa Polygon LIVE está testando sensores hapticos e aromas para potencializar o impacto multisensorial. Esses sensores são dispositivos que permitem a interação tátil entre o usuário e um ambiente virtual ou real. Eles são capazes de fornecer feedback sensorial, como sensações de toque, textura e temperatura.

Outra potência da IA está em melhorar a comunicação das marcas com públicos globais considerando melhor a localidade e a cultura, segmentando conteúdos a partir de tendências regionais e ganhando então mais fluidez e relevância para audiências diversas.

Eventos híbridos também ganham protagonismo nesse contexto. Avatares e assistentes virtuais ajudam a tornar a interação mais fluida entre participantes presenciais e virtuais, criando uma experiência coesa independentemente da localização. O uso de IA também possibilita experiências acessíveis, com legendas automáticas, interpretação em libras e ajustes dinâmicos conforme as necessidades dos participantes.

Uma reflexão que precisa estar na mesa é que a adoção da IA nos eventos precisa vir acompanhada de responsabilidade e transparência. O uso de dados deve ser feito de forma ética, garantindo a segurança e a privacidade do público. Além disso, as marcas devem se preocupar com a aplicação da IA para criar eventos cada vez mais sustentáveis e inclusivos.

O futuro da IA nos eventos já está acontecendo e inspira nossa imaginação, agora amplificada pelas tecnologias. O desafio para agências e marcas é equilibrar a eficiência e precisão da IA com as emoções que unem as pessoas. Como sua marca está unindo tecnologias e criatividade?

• Por: Cissa Borges, Gerente de Planejamento e Criação da MCM Brand Experience. Com uma trajetória de 20 anos, passou por diversas áreas da comunicação. Virou especialista em branding, assinando projetos especiais para grandes marcas do mercado. Também é artista multimeios, com dois livros de poesia publicados, filmes, instalações e performances. Mãe solo de Caetano e Joaquim. Atua como Gerente de Criação e Planejamento na MCM Brand Experience.



← IA vai trazer inovação à gestão de documentos em 2025

Pensando o carnaval →