

KES
GLOBAL
EXCHANGE

#KESGLOBAL

**THE LEADER-
SHIP OPPOR-
TUNITY OF
OUR INFOR-
MATION
CRISIS**

**MICHAEL
SLABY**

*CHIEF STRATEGIST
NA HARMONY LABS E AUTOR
DE FOR ALL THE PEOPLE*

#KES2021

KES.DO

THE LEADERSHIP OPPORTUNITY OF OUR INFORMATION CRISIS

MICHAEL SLABY

KES
GLOBAL
EXCHANGE

A hierarquia da comunicação de massa mudou. A ascensão da internet multiplicou as fontes de conteúdo e transformou radicalmente a forma como consumimos informação. Também descentralizou o poder de contar e compartilhar histórias. "O storytelling é uma forma de poder relacionado com a compreensão da cultura, que ajuda a construir a sociedade", diz Michael Slaby, speaker da mais recente edição do KES Global Exchange. O tema não podia ser mais quente: como construir um ambiente de comunicação saudável e democrático.

O estrategista digital chama a atenção para o fato de que, apesar do enorme volume de conteúdo produzido, temos acesso a eles usando sistemas privados. Quais são as implicações disso? A forma como acessamos informações impacta na nossa relação com elas. A começar pelo que valorizamos. Antes, a autoridade de alguém sobre um assunto fazia com que as pessoas estivessem dispostas a ouvir. Hoje, as pessoas se interessam em ouvir quem tem o maior número de seguidores. Nossas timelines são alimentadas por algoritmos que não distinguem fatos de fake news.

“Storytelling is an expression of power”

Há também uma mudança na relação entre quem produz e quem consome informação. No lugar de uma audiência passiva, há agora uma comunidade que interage. A participação da audiência oferece mais equidade para contar histórias, transformando a dinâmica de poder. Conseqüentemente, essa mudança demanda uma postura diferente de marcas e consumidores. Essa mudança também é impulsionada pelo lugar onde hoje a conversa acontece. De acordo com o especialista, as plataformas são ferramentas que expandem as possibilidades de conexão entre as pessoas. O movimento tem gerado uma pressão enorme para aumentar o envolvimento de marcas e empresas com seus usuários.

—
What is so different?

Predictability → **opportunity**

Authority → **popularity**

Credibility → **confirmation**

Directed → **undirected**

Audience → **community**

Reach → **diffusion**

THE LEADERSHIP OPPORTUNITY OF OUR INFORMATION CRISIS

MICHAEL SLABY

KES
GLOBAL
EXCHANGE

A polarização e a crise da confiança

As pessoas se unem em comunidades em torno de afinidades e crenças. Assim, passamos a enxergar o mundo apenas da forma como o grupo o enxerga. Isso causa uma sensação de estarmos com pares em meio a um oceano de outros. Não é à toa que a credibilidade de uma notícia está associada à proximidade que temos com o emissor da informação. Para Michael, a pandemia reforçou a visão dos outros como estranhos. Em um contexto de incertezas, a lógica de nós contra eles ganha força. Não sabemos no que confiar. E as comunidades oferecem a segurança que precisamos.

“Rather than what is more accurate or reliable, it’s about what is louder and draws more attention”

Mas a polarização atrapalha o desenvolvimento da democracia. São processos que enfraquecem a vida cívica porque desviam do foco: afinal, o que queremos e precisamos como sociedade? A solução, segundo Michael, é elevar o debate ao nível cultural porque discutir, além de ampliar nossa visão, também fortalece nossas ideias. Sem discussões, ficamos limitados a ideias que nos dão uma visão tacanha da realidade e invalidamos tudo aquilo do que discordamos. Temos a sensação de que fazemos escolhas, mas na verdade as informações que consumimos são selecionadas por um algoritmo. "O diálogo melhora nossas ideias e amplia nossas perspectivas".

—
**What about our
companies and
brands?**

There is no neutral

Be defined by more than
commercial success

Expect (and need) businesses and
their leaders to lead

Shift from *reactive* risk mitigation
to *proactive* leadership

THE LEADERSHIP OPPORTUNITY OF OUR INFORMATION CRISIS

MICHAEL SLABY

KES
GLOBAL
EXCHANGE

Oportunidade para marcas e organizações

O palestrante aponta que para negócios e marcas não existe engajamento parcial. A era da neutralidade acabou e agora os consumidores esperam que a organização seja um bom membro da sociedade. O sucesso de uma empresa não depende mais apenas de um bom resultado comercial. Mas também de sua liderança, de relações éticas com funcionários e colaboradores, de ações para cuidar do meio ambiente, entre outros. Expressar claramente e com convicção as opiniões da marca é um bom jeito de ser um líder mais efetivo. Entender que não podemos ser neutros é mudar de um modelo de liderança reativo para um modelo de liderança ativa, atenta às demandas dos consumidores. É nesse sentido que, ao assumir esse papel, marcas e organizações ganham poder para pressionar e provocar mudanças.

Para o especialista, é possível se beneficiar do novo ambiente de comunicação se tivermos clareza sobre o que queremos dele. Michael conta que sonha com um mundo onde o poder cultural e a capacidade das marcas de contar e criar histórias ajudem a reformular a natureza do contrato social de uma forma inclusiva e orientada para a justiça e a criatividade. Um lugar em que o discurso cívico alimente novas ideias, crie esperança e traga otimismo sobre o futuro - e que dissipe o medo e a ansiedade com que as pessoas estão lidando com a sobrecarga de informação.

Q&A

Você reestruturaria o funcionamento das redes sociais? Se sim, como?

Maria Juliana Giraldo - KES

É uma grande questão, uma ótima pergunta. É uma conversa que precisa incluir muitas perspectivas e opiniões. Acredito que esses sistemas devem ser otimizados para o engajamento e para a saúde da comunidade ao invés de pensar apenas no engajamento individual. Pensar além da natureza do que cria mais engajamento, ou, do que cria mais estoque para vender aos anunciantes vai exigir uma conversa pública sobre o que queremos dizer com saudável, discurso cívico e esfera pública. O Twitter, com sua incrível equipe de engenheiros e cientistas de dados, poderia me ajudar a lidar com a sobrecarga de informações. Poderiam fornecer um contexto melhor e pistas sobre o que estou consumindo. Também acho que podemos desacelerar um pouco esses sistemas.

Não seria necessariamente ruim para a sociedade ter que esperar para apertar um botão de retuíte. Enquanto você estiver fazendo isso, pensar

THE LEADERSHIP OPPORTUNITY OF OUR INFORMATION CRISIS

MICHAEL SLABY

KES
GLOBAL
EXCHANGE

apenas por um segundo no que está fazendo. Pode não ser ótimo para a velocidade da conversa, em relação ao modelo de negócios do Twitter, mas pode ser ótimo para a qualidade dessa conversa. Não estou dizendo que essas empresas não podem ganhar dinheiro. Não estou dizendo que não devam ser lucrativas. Estou dizendo que queremos expressar que contamos com elas para ajudar a tornar a esfera pública saudável. Acho que essas empresas precisam do apoio da liderança pública para assumir as rédeas de uma conversa que sempre deveria ter sido motivada pela necessidade pública.

Com os avanços da neurociência e da tecnologia de dados, aprendemos muito sobre como as narrativas são compreendidas e distribuídas. Quais são os lados positivos e negativos deste melhor controle das narrativas?

Carla Mayumi - KES

Esses sistemas não são inerentemente bons ou ruins. Tem muito a ver com o que estamos otimizando e como estamos aproveitando o que aprendemos quando se trata de construir uma comunidade, seja construir uma marca, fazer uma campanha, falar sobre a vida cívica ou concorrer a um cargo público. Estamos convidando a comunidade para uma história que estamos elaborando, como contamos essa história e como as pessoas são incluídas. Convidamos as pessoas a desempenhar um papel nessa história e isso é muito importante. Temos tantas oportunidades de contar essa história de maneiras envolventes, ricas e diversas que é incrível. Isso torna o mundo potencialmente muito divertido. Mas a natureza de grande parte da nossa descoberta de informações é baseada em algoritmos que não são transparentes e muitas vezes é difícil até mesmo saber como eles estão operando e fazendo escolhas por nós. É fácil ser manipulado.

Podemos estar vivendo em uma era de manipulação máxima da sociedade. Precisamos de um compromisso cada vez maior com a narrativa ética, onde as marcas e as pessoas sejam abertas sobre a natureza de suas intenções, de seus valores e princípios. E que criemos mecanismos para inspecionar essas coisas e torná-las partes duráveis de como consumimos informações. É difícil ser imparcial. Nosso cérebro trabalha e processa informações baseado no que acreditamos. Quando falamos sobre narrativa, que é uma expressão de poder, estamos convidando mais pessoas para compartilhar esse poder. A principal oportunidade é convidar as pessoas a desempenhar um papel ativo sobre a natureza do futuro no qual estamos ativamente engajados.

THE LEADERSHIP OPPORTUNITY OF OUR INFORMATION CRISIS

MICHAEL SLABY

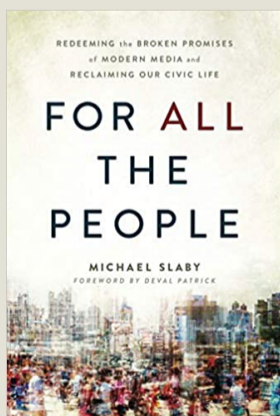
KES
GLOBAL
EXCHANGE

Como não cair nas bolhas de perspectivas estreitas do mundo digital?

Patricia Pêcego - Marca Ativa

O primeiro passo é querer. Isso exige um senso de segurança suficiente sobre nossa posição na sociedade e no futuro. Além disso, precisamos que os sistemas nos ajudem. Na última década, quão intensa é a cultura de julgamento? Cerca de 100% das coisas são julgadas o tempo todo. Tratar essas divergências como conflitos existenciais vem construindo uma cultura, principalmente na conversa sociopolítica, sem espaço para discussão. Isso é um desserviço. Precisamos criar espaços para discordar e permanecer na conversa porque temos outro motivo para estar conectados e superar o desconforto de não ter certeza ou ser desafiado.

Eu moro em uma cidade pequena e sou bombeiro voluntário. Se não atendermos os alarmes as pessoas sofrem. Somos todos voluntários, então estamos unidos pela disposição de ajudar nossos vizinhos acima de qualquer outra coisa. Quando temos discussões políticas e diferentes opiniões, há um compromisso maior com nossa comunidade e uns com os outros, que ajuda a fornecer um ambiente mais saudável para discordar e ainda sermos amigos.



Livro

For ALL the People: Redeeming the Broken Promises of Modern Media and Reclaiming Our Civic Life

KES GLOBAL EXCHANGE

KES INNOVATION COMMUNITY

Google



wework



bossabox

Algar
Tech

xandr



workplace
from FACEBOOK

eletromidia

Qlik Q



UNITEDHEALTH GROUP®

amil

Americas
Serviços Médicos

Tetra Pak®



WWW.KES.DO

INSTAGRAM

TWITTER

FACEBOOK

LINKEDIN