

OPINIÃO

IA na Comunicação Corporativa: o que já mudou e o que vem pela frente

Sylvio Leal (*)

A inteligência artificial deixou de ser promessa.

Hoje, ela já molda, de forma real e mensurável a maneira como as empresas informam, engajam e desenvolvem seus times. Mas você já parou para pensar no quanto esse movimento tem mudado a rotina dentro das organizações?

Durante anos, a comunicação interna buscou formas de ser mais ágil, mais relevante e, principalmente, mais alinhada ao ritmo acelerado dos negócios. Agora, com a IA, estamos finalmente encontrando o equilíbrio entre eficiência e experiência. E isso não acontece no futuro: está acontecendo agora.

Um exemplo claro está no uso crescente de podcasts internos como ferramenta de comunicação com times comerciais. A lógica é simples e extremamente poderosa. Transformar informações complexas sobre produtos, lançamentos ou processos em áudios rápidos, objetivos e fáceis de consumir. A IA potencializa esse formato: resume documentos longos, cria roteiros bem estruturados e, em minutos, gera gravações com vozes naturais.

O resultado? Um time mais informado, no seu próprio tempo, sem ruído e sem sobrecarga.

Mas isso é só o começo.

A próxima fronteira já está se consolidando: agentes de IA integrados ao fluxo de trabalho, capazes de responder dúvidas em tempo real, navegar por múltiplos idiomas e manter todo mundo alinhado sem depender de uma fila de e-mails ou de disponibilidade humana.

Você consegue imaginar como isso transforma o suporte interno, especialmente em equipes grandes ou distribuídas?

E no marketing, o movimento é ainda mais interessante. Estamos vendo nascer uma nova geração de “consultores digitais”: agentes inteligentes que interpretam dados, acompanham campanhas ao vivo, sinalizam oportunidades e sugerem otimizações instantâneas. Não é sobre substituir

decisões estratégicas é sobre ampliar nossa capacidade de tomá-las com precisão, velocidade e contexto.

Tudo isso nos leva a três grandes frentes onde a IA já entrega valor real na comunicação corporativa:

- **Produção de conteúdo:** podcasts, newsletters, roteiros, relatórios.
- **Suporte interno em tempo real:** chatbots, assistentes virtuais, agentes de conhecimento.
- **Performance e análise de dados:** insights, automações e recomendações para decisões estratégicas.

Cada empresa evolui no seu próprio ritmo quando o assunto é inteligência artificial. As pesquisas mostram que a percepção e a aceitação da tecnologia variam entre gerações, áreas e culturas organizacionais. Por isso, a adoção da IA precisa ser estratégica, sensível e, acima de tudo, humana. A tecnologia deve servir às pessoas — e não o contrário.

Talvez essa seja a verdadeira virada de chave: a IA não substitui a comunicação humana, ela a potencializa. Expande o que sabemos fazer de melhor, elimina obstáculos operacionais e nos liberta para focar no que realmente importa — relações mais autênticas, estratégicas e eficazes.

As organizações que entenderem esse movimento e incorporarem a inteligência artificial como uma parceira — e não apenas como uma ferramenta — estarão mais preparadas para responder aos desafios de um mercado em constante transformação.

A pergunta que fica é: sua empresa está usando IA apenas como ferramenta ou já como aliada estratégica da comunicação?

O futuro da comunicação corporativa já começou. E quem se mover agora terá mais chances de se destacar. Porque, no fim das contas, a tecnologia é um meio poderoso, mas o que transforma de verdade é a forma como escolhemos conversar.

(*) Head de Marketing Latam da Sinch.

Google permitirá a alteração dos endereços @gmail.com

Boa notícia para quem tem até hoje um endereço de e-mail criado na juventude e que se tornou motivo de constrangimento: o Google disponibilizará um recurso que permite aos usuários mudar seus endereços @gmail.com sem perder dados ou serviços associados à conta.

Vivaldo José Breternitz (*)

De acordo com a empresa, os usuários poderão escolher um novo username mantendo o perfil do Google. Isso significa que e-mails, contatos, arquivos no Drive, fotos, assinaturas e demais serviços continuam intactos. O endereço original passa a funcionar como um alias: mensagens enviadas para ele ainda chegam à caixa de entrada e o login pode ser feito com qualquer um dos endereços.

O novo recurso será liberado inicialmente para usuários da Índia e, de forma gradual será estendido aos demais usuários.

Há, no entanto, algumas limitações. Depois de alterado, o endereço não poderá ser modificado novamente por um período a ser determinado, provavelmente de um ano, e o número de mudanças será restrito. Além disso, em algumas situações, o endereço original ainda aparecerá por algum tempo.

Até agora, quem queria mudar usernames ultrapassados ou embaraçosos precisava recorrer a soluções improvisadas, como aliases, variações com pontos ou o uso do sinal “+”.



A possibilidade de trocar de endereço sem começar do zero é um recurso há muito esperado, aproximando o Gmail de concorrentes que já oferecem essa flexibilidade.

O Google ainda não fez um anúncio oficial do novo recurso, mas para quem

convive há anos com um nome de usuário embaraçoso, usualmente escolhido na adolescência, essa atualização é muito bem-vinda.

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas – fjbrazil@gmail.com.

PMEs: roteiro prático para construir cultura de segurança digital em 90 dias

As pequenas e médias empresas brasileiras ocupam hoje o centro da maior onda de ataques cibernéticos já registrada. Segundo o Annual Threat Report 2025 da N-able, o número de incidentes saltou de 48,7 mil em junho de 2024 para 13,3 milhões em junho de 2025, avanço de 273 vezes em apenas um ano, com ransomware ou extorsão de dados presentes em 88% das violações. Para os criminosos, as PMEs se tornaram o elo mais vulnerável da cadeia digital: operações críticas, baixa maturidade em segurança e maior propensão a pagar resgates.

“A pressão é enorme: uma PME com 20 funcionários pode ser tão lucrativa quanto um banco se a operação dela parar por alguns dias”, aponta Rodrigo Gazola, CEO da ADDEE, representante exclusiva da N-able no Brasil.

A pressão regulatória amplia o risco. Nos EUA, incidentes materiais precisam ser reportados à SEC em até quatro dias úteis; na Europa, a Diretiva NIS2 responsabiliza diretamente gestores que não implementarem medidas mínimas. Com custo médio global de violação acima de US\$ 4,45 milhões em 2025, o impacto para um mercado em que 96% das empresas são PMEs é potencialmente devastador. Mais de 80% desses ataques, porém, poderiam ser neutralizados com práticas básicas como autenticação multifator (MFA), backups testados e gestão de vulnerabilidades. “O básico ainda não está resolvido e é aí que o problema deixa de ser ‘se’ e passa a ser ‘quando’”, reforça Gazola.



É nesse contexto que a Strati lança o Manual de Cultura de Segurança para Médias Empresas, um guia prático para implementar, em 90 dias, uma rotina de proteção que cabe no orçamento e reduz riscos operacionais, financeiros e reputacionais. O documento nasce da constatação de que receitas tradicionais de segurança são caras e pouco adaptadas à realidade das PMEs. “Segurança não é luxo, é disciplina de gestão que protege receita e continuidade. É rotina que se mantém mesmo quando ninguém está olhando”, explica André Bernardo, sócio-diretor da Strati.

O plano proposto se estrutura em seis sprints quinzenais com entregas objetivas: diagnóstico inicial, engajamento da liderança, política mínima publicada, microaulas, simulações de phishing e criação de champions internos. A ênfase recai sobre o fator humano, presente em

68% das violações segundo o Verizon DBIR 2024.

Além das práticas técnicas, como MFA obrigatório, gestão de credenciais e backup imutável, o manual fornece estratégias para convencer diretorias com métricas e impactos financeiros plausíveis. O conteúdo também aborda governança, LGPD e responsabilidade social. “Cada decisão de segurança é também uma decisão sobre como a empresa cuida de quem confia nela — clientes, fornecedores e famílias”, reforça Bernardo.

A ADDEE apoia o projeto oferecendo soluções que viabilizam etapas críticas do roteiro, como proteção de endpoints, backup em nuvem e gestão de credenciais. “Nosso objetivo é garantir confiabilidade. O manual traduz isso em ações práticas: não basta ter tecnologia, é preciso criar processos que funcionem no dia a dia e sustentem a operação mesmo sob pressão”, afirma Gazola.

O manual traz ainda um checklist prático para os primeiros 15 dias: mapear identidades, dispositivos e serviços críticos; ativar MFA para e-mail e aplicativos corporativos; criar canal oficial para reporte de incidentes; e publicar um manifesto assinado pelo CEO com três regras básicas — reportar suspeitas, usar MFA e não compartilhar credenciais. Em um cenário de ataques mais numerosos, baratos e impulsionados por IA, o desafio das PMEs é acelerar a maturidade digital antes que a próxima tentativa de invasão aconteça.

Anatel pode tirar do mercado provedores sem governança

A partir de 2026, o mercado de provedores de internet no Brasil deve passar pela maior mudança dos últimos anos. A Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) iniciou um processo de endurecimento das exigências que vai impactar diretamente quem poderá continuar operando.

Uma das mudanças centrais é o fim da dispensa automática de outorga, uma re-

gra que habilitava provedores com até 5 mil assinantes a operar sem a autorização formal da Anatel. Na prática, essa flexibilização permitia que muitas empresas funcionassem com menos requisitos regulatórios, mas agora todas precisarão solicitar a licença para continuar no mercado. A fiscalização começou oficialmente em novembro.

Para Rodrigo Stagine, senior channel

manager da Unentel, focado em ISPs, 2026 será um divisor de águas. “Muitos provedores subestimam a importância do compliance regulatório, mas o novo ciclo do setor não vai permitir operações improvisadas. Quem estiver preparado poderá expandir, captar investimentos e operar com tranquilidade, enquanto quem não tiver estrutura de governança pode enfrentar multas e limitações”, diz.

News@TI

HP apresenta soluções inteligentes e sustentáveis
O futuro do trabalho é cada vez mais híbrido, distribuído e flexível — e a tecnologia precisa acompanhar esse ritmo. Durante a CES 2026, a HP anuncia um portfólio de novas soluções que combinam desempenho, facilidade de gestão e sustentabilidade, com foco em oferecer uma experiência consistente para profissionais que trabalham de qualquer lugar. As novidades reforçam a visão da HP de ambientes de trabalho mais inteligentes, com dispositivos e softwares que apoiam produtividade, colaboração e bem-estar, independentemente do local (<https://www.hp.com/br-pt/home.html>).

<p>Empresas & Negócios José Hamilton Mancuso (1936/2017)</p>	<p>Laurinda Machado Lobato (1941-2021)</p>	<p>Responsável: Lilian Mancuso</p>
<p>Editórias Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); Ciência/Tecnologia: Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); Livros: Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioph.com.br); Comercial: comercial@netjen.com.br Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br</p>	<p>Webmaster/TI: Fabio Nader; Edição Eletrônica: Ricardo Souza. Revisão: Maria Cecília Camargo; Serviço informativo: Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA. Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.</p>	<p>Jornal Empresas & Negócios Ltda Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 – Vila Mariana – São Paulo – SP – CEP: 04128-080 Telefone: (11) 3106-4171 – E-mail: (netjen@netjen.com.br) Site: (www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90 JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003) Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.</p>
<p>Colaboradores: Claudia Lazzarotto, Eduardo Moisés, Geraldo Nunes e Heródoto Barbeiro.</p>	<p>ISSN 2595-8410</p>	