

OPINIÃO

A cultura da IA como caminho para uma inovação sustentável nas organizações

Leandro Nazareth (*)

A Inteligência Artificial (IA) já é uma realidade, transformando mercados e a forma como as empresas operam.

Grande desafio, hoje, não é apenas adotar a tecnologia, mas sim integrá-la de verdade à estratégia do negócio. A resposta para isso está em construir uma cultura de IA forte e difundida, que transforme todos os colaboradores em agentes ativos dessa revolução.

Ignorar essa necessidade cultural é correr o risco de estagnar e ficar para trás. Assim, para que a IA mostre todo o seu potencial, ela não pode ser vista como uma ferramenta isolada ou um projeto restrito a um único departamento. É essencial que ela se enraíze no DNA da organização, influenciando processos, estratégias e, principalmente, a mentalidade das pessoas.

Essa transformação vai muito além de comprar licenças ou contratar especialistas. Ela exige investimento contínuo em capacitação e no engajamento de todos. Nosso objetivo é que cada indivíduo, em sua área, compreenda e utilize a IA de forma autônoma e estratégica. Isso implica um esforço constante para desenvolver novas habilidades, seja atraindo talentos com as competências certas para a IA, seja investindo pesado no treinamento das equipes atuais. Um exemplo são os eventos práticos e imersivos, como os "Botathons" e "Promptathons", que fazem parte do dia a dia do Brain, e têm se mostrado excelentes para estimular a experimentação, a criatividade e a solução de problemas de negócio em um ambiente colaborativo.

Além disso, a formação de "influenciadores de IA" internos é vital. Esses embaixadores se dedicam a inspirar, educar e motivar colegas, garantindo que as oportunidades sejam identificadas e as iniciativas se espalhem por toda a companhia. Nesse cenário dinâmico, o papel da área de tecnologia evolui de mero provedor de infraestrutura para um verdadeiro parceiro estratégico. Não se trata apenas de manter os sistemas, mas de criar um ambiente tecnológico robusto, com ferramentas e plataformas que impulsionem a evolução em analytics e IA, desde a gestão inteligente de dados até as aplicações avançadas de automação e IA generativa.

A criação de centros de excelência dedicados, focados em Automação & IA e Dados & Análises, por exemplo, torna-se um grande diferencial competitivo. Afinal, essas estruturas são responsáveis por propor soluções inovadoras, otimizar processos de negócio e redes, e garantir a governança necessária. Isso libera os talentos da empresa para atividades de maior valor, que impulsionam a agilidade e a eficácia organizacional.

Para a IA ser realmente impactante, ela precisa estar diretamente conectada às vendas e às operações da companhia e não funcionar somente de forma paralela. Esse alinhamento garante que as soluções desenvolvidas respondam diretamente às necessidades do negócio, gerando resultados claros: mais eficiência (simplificação, aumento de produtividade, redução de custos), melhoria da experiência do cliente (aumentando o NPS – Net Promoter Score) e impulsionando as vendas (melhor performance, novas receitas, maior participação no digital).

Em resumo, essa jornada de transformação cultural e tecnológica é contínua e desafiadora, mas reflete um compromisso inabalável com a autonomia e a inovação. Desde a concepção de uma nova iniciativa até sua execução e a geração de valor, todo o processo é desenhado para que a IA se torne um diferencial competitivo duradouro. Vemos uma evolução natural em sua aplicação: desde o diagnóstico do que aconteceu, passando pela previsão do que pode ocorrer, até a prescrição do que deve ser feito e, finalmente, a execução proativa por meio da IA generativa.

Com isso, otimizamos nossas operações internas e também nos posicionamos de forma única no mercado, transformando nossas capacidades internas em valor real para clientes e parceiros. Uma cultura de IA bem estabelecida permite que as organizações vão além da simples adoção de tecnologia. Ela é a ponte entre o potencial e sua materialização em resultados concretos, tornando-se um pilar fundamental da estratégia de negócio e garantindo um futuro de prosperidade e relevância em um mercado em constante evolução. É a prova de que, com a estratégia certa, o foco nas pessoas e um ambiente que incentiva a inovação, a IA pode ser a chave para o crescimento sustentável.

(*) Head de Inovação do Brain.

China desenvolve nova arma antissatélite

Informes dão conta que cientistas chineses teriam desenvolvido uma arma de micro-ondas de altíssima potência, capaz de interferir no funcionamento ou até danificar satélites em órbita baixa da Terra (LEO).

Vivaldo José Breternitz (*)

Para se ter uma ideia de quantos e quais problemas o uso dessa arma poderia gerar, basta lembrar que apenas a Starlink tem cerca de nove mil desses satélites em operação, e que satélites LEO cumprem uma vasta gama de funções, como as ligadas a comunicações, meteorologia, pesquisa e defesa, orbitando a uma altitude de até dois mil quilômetros.

O jornal *South China Morning Post*, de Hong Kong, não minimizou a ameaça, mencionando repetidamente os satélites da Starlink e descrevendo a arma, que vem sendo chamada TPG1000Cs, como "o pior pesadelo da Starlink".

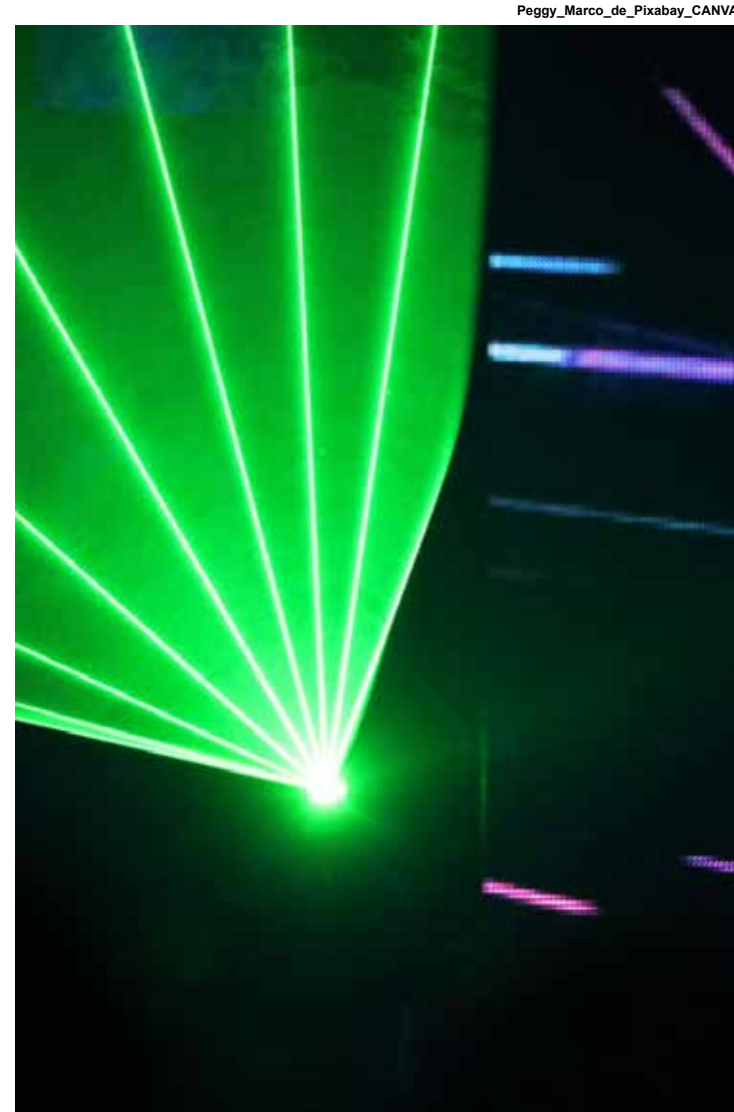
O TPG1000Cs foi criado por uma equipe de pesquisa do Laboratório de Ciência e Tecnologia de Micro-ondas de Alta Potência, em Xian, província de Shaanxi. A arma é baseada em um gerador capaz de produzir pulsos de 20 gigawatts de energia em micro-ondas.

Segundo os informes, o dispositivo se destaca por dois motivos principais: seria o primeiro capaz de manter um pulso de 20 gigawatts por um minuto ininterruptamente e, ao mesmo tempo, é compacto medindo quatro metros de comprimento e pesando cinco toneladas.

Isso o torna relativamente fácil de transportar em viaturas militares ou lançar ao espaço. Versões anteriores da arma eram pelo menos duas vezes maiores e só conseguiam produzir pulsos por alguns segundos.

Para se ter uma ideia da capacidade da arma, estudos indicam que satélites da Starlink podem ser afetados por armas terrestres de micro-ondas de apenas um gigawatt, o que reforça o poder do TPG1000Cs.

Os cientistas chineses seguem aperfeiçoando a arma; em paralelo, militares já testaram o sistema, que teria operado de forma estável e consistente e, em paralelo, vêm estudando formas de negar acesso à Starlink a partir de Taiwan, um possível cenário de utilização da arma.



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

A evolução da assessoria de imprensa no contexto digital: desafios e oportunidades

A assessoria de imprensa nunca foi apenas sobre enviar releases e aguardar publicações, e o contexto digital acelerou essa percepção. Hoje, falar de imprensa é falar de estratégia, reputação, posicionamento e inteligência de comunicação em um ambiente marcado por excesso de informação, ciclos de notícia cada vez mais curtos e uma disputa constante pela atenção. O foco deixou de ser a visibilidade pontual e passou a ser a relevância contínua.

O ambiente digital transformou profundamente a lógica da produção jornalística. Redações menores, jornalistas sobrecarregados e a pressão por audiência mudaram critérios, formatos e tempos. Nesse cenário, a assessoria de imprensa precisa compreender o funcionamento da mídia bem como as dinâmicas do digital, os dados que orientam decisões editoriais e o comportamento do público que consome notícia em múltiplas plataformas. A pauta que não se conecta com o contexto, com o timing ou com a conversa em curso simplesmente deixa de existir.

Ao mesmo tempo, nunca houve tantas oportunidades. A ampliação dos canais, o fortalecimento de veículos especializados e a valorização de conteúdos analíticos e opinativos abriram espaço para marcas que entendem a comunicação como



Nicole Barros

construção de narrativa e não como ação pontual. O porta-voz preparado, com visão crítica e capacidade de leitura de cenário, tornou-se um ativo tão importante quanto o próprio produto ou serviço oferecido. A imprensa é um dos principais validadores de credibilidade, especialmente em um ambiente onde a desinformação circula com facilidade.

Todavia, existem desafios, como equilibrar velocidade e profundidade. O digital exige respostas rápidas, mas a reputação é construída no longo prazo. A assessoria

de imprensa não pode ser reativa nem limitada a crises ou lançamentos. Ela precisa antecipar tendências, identificar temas sensíveis, orientar discursos e alinhar comunicação com estratégia de negócio. Isso exige método, repertório e uma atuação cada vez mais consultiva.

Outro ponto central é a integração. Imprensa, redes sociais, marketing de conteúdo e comunicação institucional não podem operar em silos. O que ganha repercussão na mídia impacta diretamente a percepção nas plataformas digitais e vice-versa. A assessoria que compreende esse ecossistema consegue potencializar resultados, transformar matérias em ativos de comunicação e ampliar a vida útil das mensagens.

A evolução da assessoria de imprensa no contexto digital não significa abandonar sua essência, mas aprofundá-la. O relacionamento com jornalistas continua sendo fundamental, assim como o compromisso com a informação de qualidade, ética e de relevância pública. A diferença é que hoje esse trabalho exige uma leitura mais sofisticada do ambiente, capacidade analítica e disposição para inovar constantemente.

(Fonte: Nicole Barros é CEO da NB Press, agência especializada em assessoria de imprensa. E-mail: bu1@nbpress.com.br)

News @ TI

Vagas para profissionais de tecnologia

@O Airbnb anuncia a criação de um novo Hub de Engenharia no Brasil, com o objetivo de impulsionar o ecossistema de inovação e fortalecer sua presença na América Latina. A iniciativa será acompanhada pela abertura de vagas para profissionais de

tecnologia, com expectativa de atingir até 40 posições abertas ao longo de 2026. As vagas abertas são para profissionais residentes no Brasil. Mais informações e detalhes sobre cada posição podem ser encontrados na Página de Carreiras do Airbnb (https://careers.airbnb.com/positions/?_departments=engineering&_offices=sao-paulo-brazil%2Cbrazil&_paged=2).

ricardosouza@netjen.com.br