



CROSS-BORDER

A COMPETITIVIDADE INTERNACIONAL TAMBÉM DEPENDE DOS PAGAMENTOS

▶▶▶ [Leia na página 8](#)

Acessibilidade digital entra na agenda estratégica das empresas com avanço da IA

Por muitos anos, falar em inclusão digital para pessoas surdas significava reconhecer um abismo entre o avanço tecnológico e o real acesso à informação.

A internet cresceu, as plataformas evoluíram, mas a comunicação continuou, em grande parte, inacessível; baseada em textos complexos, em conteúdos sonoros ou em vídeos sem tradução adequada para Libras. Hoje, observo um movimento diferente. A Inteligência Artificial começa, de fato, a reposicionar essa discussão e a transformar possibilidades em soluções mais concretas.

Acompanhando de perto a evolução tecnológica, é impossível ignorar o protagonismo que a IA assumiu nesse debate. Ferramentas capazes de traduzir automaticamente textos, áudios e vídeos para Libras já chegam a aplicativos, serviços digitais e canais de atendimento. Isso não apenas reduz barreiras históricas de comunicação, como também revela algo que considero essencial: as empresas passaram a entender a inclusão como parte da experiência do usuário, e não como um “apêndice social”.

Mas aqui entra um ponto que, para mim, precisa estar muito claro. A tecnologia é poderosa e necessária. No entanto, quando falamos de inclusão, estamos falando de pessoas; e relações humanas não são substituíveis por algoritmos. Empatia, cuidado, escuta e sensibilidade não cabem em linhas de código. Um exemplo bastante concreto é a comunicação em Libras. Apesar dos avanços da IA, ainda não existe solução realmente eficaz que substitua a atuação de um intérprete humano. Nos contextos mais críticos, especialmente em atendimentos, tomada de decisão ou situações sensíveis, a mediação humana continua sendo fundamental para garantir respeito, precisão e segurança na comunicação.



Imagem gerada por IA

“Quando falamos de inclusão, estamos falando de pessoas; e relações humanas não são substituíveis por algoritmos. Empatia, cuidado, escuta e sensibilidade não cabem em linhas de códigos.

O mundo caminha para um mercado de IA que pode ultrapassar US\$ 1 trilhão até 2030. As tecnologias assistivas crescem acima de 20% ao ano. E, no Brasil, estamos falando de um país com mais de 10 milhões de pessoas com algum grau de deficiência auditiva, segundo o IBGE. Não há como ignorar esse cenário, nem do ponto de vista social, nem do ponto de vista econômico.

Sob a ótica dos negócios, a mensagem é direta: acessibilidade não é custo, é estratégia. Soluções baseadas em IA que ampliam a comunicação não apenas fortalecem inclusão, como ampliam alcance, melhoram eficiência, aumentam engajamento e consolidam reputação. Empresas que ignoram esse movimento deixam de atender um público relevante e deixam também de

acompanhar um mercado que se torna, a cada dia, mais consciente.

Por outro lado, a responsabilidade é grande. Implementar IA em tradução para Libras não é simplesmente “instalar uma tecnologia”. Requer investimento contínuo, testes reais e, principalmente, participação ativa da comunidade surda. Sem essa escuta, corre-se o risco de criar ferramentas tecnicamente avançadas, mas socialmente insuficientes.

Como diretora de novos negócios, vejo a Inteligência Artificial como uma ponte concreta entre inovação, impacto social e crescimento sustentável. Ela aproxima pessoas surdas do universo digital, abre caminhos e democratiza o acesso. Mas acredito, com igual convicção, que tecnologia não substitui a humanidade. Inclusão não é sobre máquinas funcionando; é sobre pessoas sendo vistas, respeitadas e incluídas.

Mais do que seguir uma tendência, investir em acessibilidade é decidir qual papel as empresas querem ocupar em um mercado que, cada vez mais, exige responsabilidade, consciência e humanização. E, na minha visão, esse é o único caminho possível para quem deseja ser relevante no futuro.

(Fonte: Monica Lupatin, Diretora de Negócios do ICOM).

Negócios em Pauta



Africa_images_CANVA

Prêmio de Reconhecimento Acadêmico em Direitos Humanos abre inscrições para pesquisas

Estão abertas, de 26 de outubro de 2026 a 29 de janeiro de 2027, as inscrições para o 6º Prêmio de Reconhecimento Acadêmico em Direitos Humanos (PraDH). A iniciativa reconhece pesquisas acadêmicas em todas as áreas do conhecimento que contribuem para a defesa dos direitos humanos, a valorização da dignidade humana e a construção de uma sociedade mais justa e inclusiva. Promovido pelo Instituto Vladimir Herzog (IVH) em parceria com o Centro de Documentação e Memória da Universidade Estadual Paulista (Cedem-Unesp), o prêmio busca fortalecer a relação entre universidade e sociedade, valorizando a produção científica comprometida com a proteção da vida, a justiça social, a liberdade e a responsabilidade com as gerações presentes e futuras (<https://www.cedem.unesp.br/#!/premio-ivh/>). ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI



ipopba_CANVA

Tecnologia, IA e Sustentabilidade serão temas de workshop no Mackenzie

@O Centro de Inteligência Artificial Mackenzie (IAM), da Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM), realizou o Workshop Interdisciplinar sobre Saúde, Meio Ambiente e Mudanças Climáticas: Inteligência Artificial e Novas Fronteiras de Pesquisa, no campus Higienópolis. Em um cenário em que as mudanças climáticas têm gerado impactos crescentes sobre saúde humana, ecossistemas, cidades e qualidade de vida, o evento tem como objetivo aproximar docentes de diferentes áreas e explorar o uso de IA como tecnologia habilitadora de pesquisas que estudem essas diferentes perspectivas (https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSe1T4ZsKAJPrObt8d_FN7T00yOfkkdOvb4AqUa4nxYgKVUK_Q/viewform?usp=send_form). ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 2](#)

O profissional de TI será o arquiteto da nova força de trabalho digital

Durante décadas, o profissional de Tecnologia da Informação foi responsável por construir a infraestrutura digital das empresas. Criava sistemas, administrava redes, protegia dados, corrigia falhas e mantinha a operação funcionando. ▶▶▶

Como a IA e o videomonitoramento móvel evitam prejuízos na logística

Durante anos, falar em logística significava pensar em caminhões, armazéns, rotas, estoques e prazos de entrega. Hoje, essa visão se mostra insuficiente. ▶▶▶

Por que as marcas precisam investir na segurança digital para fortalecer sua reputação?

O que torna uma empresa confiável? O que transmite segurança ao consumidor? Essas são perguntas que antes dependiam de atributos como qualidade, consistência e boas experiências. ▶▶▶

Black Friday: 85% dos consumidores esperam atendimento em até cinco minutos

A Black Friday começa cada vez mais cedo para a maioria dos consumidores e exige respostas mais rápidas das empresas que querem se destacar na data. Apenas 19% dizem que pretendem esperar a semana da promoção para começar a procurar ofertas, enquanto 85% esperam receber a confirmação de um pedido em até cinco minutos. ▶▶▶

Para informações sobre o

MERCADO
FINANCEIRO

faça a leitura do
QR Code com seu celular



A Mente do Cliente

O cliente perdoa um erro; o que ele não perdoa é ser ignorado.



Neiva Mendes

▶▶▶ [Leia na página 5](#)

A Outra Sala

O Executivo Terceirizou o Julgamento. Mas Manteve o Bônus.



Ana Luisa Winckler

▶▶▶ [Leia na página 4](#)