



CI · TENDÊNCIAS 2026

Investir em influenciadores internos é uma estratégia. *Mas também é uma confissão.*

O dado mais comentado da pesquisa Aberje 2026 e a leitura que ninguém está fazendo.



O DADO QUE GEROU ESSE POST

40%

das empresas vão aumentar o investimento em influenciadores internos em 2026.

Aberje + Ação Integrada · Pesquisa de Tendências de CI 2026

diandra.com.br



ISSO JÁ ACONTECEU ANTES

O influencer marketing não surgiu porque as marcas ficaram mais criativas.

MARKETING EXTERNO

Consumidores passaram a confiar mais em desconhecidos do que em campanhas milionárias.

COMUNICAÇÃO INTERNA

Colaboradores confiam mais em pares do que em mensagens institucionais.

A CI está vivendo o mesmo movimento, com 10 anos de atraso e dentro de casa.



A CONTRADIÇÃO QUE A PESQUISA ENTREGA

17%

acreditam que gestores se veem como principal canal de comunicação.

36%

das empresas avaliam comunicação na performance dos líderes.

Os influenciadores internos muitas vezes são a resposta para um problema que deveria ter sido resolvido antes.

A DISTINÇÃO QUE O MERCADO IGNORA

Existem dois modelos. E eles não são a mesma coisa.

+ AMPLIFICADOR

A narrativa já é sólida. O influenciador soma autenticidade e proximidade.

— SUBSTITUTO

A empresa terceiriza a credibilidade que não consegue gerar pelos canais formais.



O RISCO QUE NINGUÉM DISCUTE

Influenciadores internos influenciam em *todas as direções.*

Quem acredita na empresa amplifica. Quem não acredita usa o mesmo canal para comunicar exatamente o oposto.

Programas construídos sobre comunicação frágil não resolvem o problema.

Eles o amplificam.

ANTES DE ESCALAR VOZES INTERNAS

Três perguntas que a ordem importa.

- A narrativa institucional é clara o suficiente para ser amplificada?
- Os líderes comunicam de forma consistente com o que a empresa diz?
- Existe coerência entre o que é comunicado e o que é vivido?

Se sim para as três: ótimo. Se não, o programa vai criar ruído e, eventualmente, credibilidade zero.



PARA FECHAR

Influenciadores internos não substituem comunicação sólida. *Eles revelam quando ela existe ou quando não existe.*

PARA A CONVERSA

Na sua empresa, o programa amplia uma narrativa que já funciona ou está tentando consertar uma que não funciona?