



Geração Z: melancolia ou depressão

Benedicto Ismael Camargo Dutra (*)

A adolescência sempre foi marcada pela melancolia dos jovens que percebem a dor do mundo sem compreendê-la, sem encontrar alguém que explique claramente as causas e consequências, o significado e a finalidade da vida

A maioria passava por essa fase que, entre afarras e bebedeiras, era logo esquecida. Em sua depressão, os jovens não se conscientizam que a adolescência é a importante fase da passagem da criança para o adulto, para que se esforcem para entender a vida e as leis que a regem e se tornem autoconscientes, dotados de discernimento e bom senso, de modo a atuarem de acordo com o funcionamento das leis universais da Criação para evoluir. Mas ficam estagnados diante de vídeos besteirol.

“Só na Espanha, mais de meio milhão de jovens de 15 a 24 anos não estudam nem trabalham. Enquanto isso, no Reino Unido, quase 3 milhões de pessoas da Geração Z são agora classificadas como economicamente inativas — com 384 mil jovens ingressando na classe dos “sem trabalho” desde a pandemia da Covid.” (Trecho de matéria publicada no link do jornal O Estado de São Paulo). As crianças e os jovens estão travando a sua essência espiritual, e sem ela não alcançarão a condição de ser humano.

Terão de fazer o movimento certo. Falta-lhes a esperança de um melhor futuro e o anseio para pesquisar a finalidade da vida.

Os seres humanos não têm dado atenção para a finalidade de sua vinda à Terra, pretendendo dominá-la. Dotados de discernimento e capacidade de livre resolução, deveriam se aprimorar nisso, criando na Terra um viver sadio com respeito às leis universais da Criação. Em vez disso, o que tem avançado é a destruição. Em sua indolência e comodismo, foram convenientes de que a religião e o Estado seriam os grandes provedores, e só teriam que ser obedientes. Mas, acomodados, perderam o bom senso e a visão clara da vida, enquanto os dirigentes iam tomando conta de tudo. Agora chegamos nos limites caóticos e a humanidade não sabe o que fazer.

A época é difícil, mas se os profissionais apresentarem cara emburrada e não atuarem de forma adequada no ambiente de trabalho, isso causará péssima impressão no público em geral. As empresas não deveriam

ser uma entidade que só pensa em ganhar cada vez mais a qualquer custo e se expandir. São os consumidores que lhes dão suporte, portanto merecedores de uma retribuição para o bem geral. Quanto aos colaboradores, eles devem estar integrados nos objetivos da empresa, agindo com boa vontade e recebendo consideração humana. O justo seria que todos que contribuem para o ganho tivessem uma participação nos lucros da empresa.

Estamos diante de uma turbulência dentro do Estado-nação, face ao descontrole das contas públicas, o que é, em boa parte, decorrente das aspirações eleitoreiras de conquista e conservação do poder. Isso está sendo conduzido por forças exógenas ditadas pela atuação automática das leis universais da Criação que sempre atraem, de forma lógica e coerente, as consequências das ações dos indivíduos, dos povos e do conjunto da humanidade.

Agora chegamos nos limites caóticos e a humanidade não sabe o que fazer, criando narrativas e aumentando os gastos, dívidas e carga tributária, e não sobra nada, o que acarreta o declínio e a deterioração continuada das cidades e tudo o mais. No Brasil, há 35 partidos políticos que querem vencer a eleição a qualquer custo.

O imposto não pode ser escorchanter. O valor do imposto tem de ser canalizado para o bem geral. No Brasil, há 26 estados e um distrito federal, 5.568 municípios, cada um com seu pessoal e seus custos. Muitos deles estão deficitários, não conseguem cumprir nem o básico de sua tarefa, mas haverá aumento de cadeiras de deputados. As reformas tributária e da segurança parecem ir na direção de centralizar o poder.

As coisas que se afastam da naturalidade tendem a desaparecer. Por exemplo, a religião, antes tida como obrigação prioritária, vai se esvaziando, a crença cega perdeu espaço. O Estado-nação deveria ser uma importante instituição, aprimorando o povo, mas se desgastou nos desmandos. A inoperância está trazendo a estagnação e ingovernabilidade e vão surgindo populistas, ditadores e tiranos. Não se sabe onde isso vai nos levar. No meio disso tudo, sufocando a essência espiritual, estão os seres humanos.

(*) Graduado pela Faculdade de Economia e Administração da USP. Coordena os sites www.vidaaprendizado.com.br e www.library.com.br/home. E-mail: bcdutra@library.com.br.

Intenção de compra de imóveis cresce no interior paulista e supera média nacional

O mercado imobiliário no interior de São Paulo iniciou 2025 em alta. A região vive um ciclo de expansão sustentado por melhorias urbanas, demanda habitacional e políticas públicas. Segundo pesquisa da Brain Inteligência Estratégica, a intenção de compra de imóveis no interior foi 13% maior que a média nacional no primeiro trimestre do ano.

Eduarda Tolentino (*)

Esse dado reflete um movimento mais amplo de descentralização do setor, com crescimento relevante fora das grandes capitais. Famílias e investidores têm voltado seus olhos para cidades médias, acompanhando uma transformação significativa no comportamento do consumidor.

Interior em alta: Região de Campinas lidera o crescimento

A Região de Campinas se destaca no atual cenário de expansão imobiliária. Com dinamismo econômico, infraestrutura consolidada e investimentos constantes em mobilidade, educação e saúde, a região tem atraído um número crescente de compradores.

Essa combinação de fatores impulsiona a demanda por moradias, especialmente em municípios com bom planejamento urbano e potencial de valorização. Os dados apontam estabilidade nos lançamentos e vendas nos últimos trimestres, com tendência de manutenção do ritmo ao longo de 2025.

Interior tem mais pressa: intenção de compra avança com velocidade

De acordo com a Brain, 52% dos entrevistados no interior afirmam ter intenção de comprar um imóvel — acima da média nacional, de 46%. O diferencial mais expressivo está no grau de decisão: 31% dos consumidores do interior planejam fechar negócio em até 12 meses, contra 26% no restante do país.



Imagem: Crisitán Martínez / CANVA

Além disso, a jornada de compra começa mais cedo nessas regiões. Enquanto parte da população brasileira ainda considera a possibilidade, muitos consumidores do interior já estão pesquisando imóveis ou visitando stands. Essa agilidade tende a acelerar o ciclo de vendas em cidades médias.

A intenção de compra está presente em todas as faixas de renda, desde famílias contempladas pelo programa Minha Casa Minha Vida (MCMV) até consumidores com renda superior a R\$ 15 mil, demonstrando um apetite consistente e diversificado.

Outro destaque é a presença crescente da Geração Z. Jovens entre 25 e 34 anos já representam parcela significativa das buscas por imóveis, consolidando-se como força relevante para o futuro do setor.

Do bolso à qualidade de vida: os fatores por trás da alta demanda

A busca por qualidade de vida é um dos principais motores desse movimento. Cidades do interior oferecem infraestrutura, edu-

cação, saúde, transporte e segurança, além de espaços mais amplos. Esse conjunto atrai famílias que desejam sair da capital sem abrir mão de acesso a bons serviços.

O crédito imobiliário também se tornou mais acessível. A criação da Faixa 4 do MCMV viabilizou imóveis com varanda, suíte e áreas comuns — características antes restritas a públicos de renda mais alta. A nova faixa atende famílias com renda entre R\$ 8 mil e R\$ 12 mil, ampliando o mercado das construtoras.

No estado, o programa Casa Paulista complementa o MCMV com subsídios de R\$ 10 mil a R\$ 16 mil para famílias com renda de até três salários mínimos, aplicados na entrada do imóvel, o que facilita o fechamento do negócio.

A alta nos aluguéis também tem impulsionado a decisão pela casa própria. Em um cenário de instabilidade econômica, o imóvel próprio é visto como proteção patrimonial e alternativa de médio prazo. A valorização dos imóveis nas cidades médias reforça essa percepção.

Da capital para o interior: a nova migração habitacional

Se antes era comum que moradores do interior migrassem para a capital, hoje o fluxo se inverte. A pandemia acelerou essa mudança, que se manteve mesmo com o retorno ao trabalho presencial. O home office permitiu que profissionais buscassem cidades mais distantes, sem comprometer a rotina profissional.

A diferença nos preços por metro quadrado e os imóveis mais espaçosos — com áreas verdes e lazer — são atrativos adicionais. Para muitas famílias, esses fatores se tornaram decisivos.

Em resposta, construtoras têm apostado em projetos bem localizados, com foco em sustentabilidade, bem-estar e personalização. Planos de financiamento flexíveis e estratégias comerciais adaptadas aos jovens compradores também estão em alta.

Um cenário promissor — e ainda em construção

Os dados do primeiro trimestre de 2025 posicionam o interior paulista, especialmente a Região de Campinas, como uma das áreas mais promissoras do mercado imobiliário brasileiro. Com alto índice de intenção de compra, protagonismo da nova geração e um mercado cada vez mais diversificado, o interior se consolida como aposta segura para quem deseja comprar, vender ou investir.

(*) CEO da BRZ Empreendimentos, incorporadora com foco no segmento imobiliário econômico, nascida em 2010 em Belo Horizonte (MG). — E-mail: brz@nbpress.com.br.

IA já faz parte da rotina de 86% dos profissionais brasileiros

A InfoWorker Tecnologia, que implementa soluções Microsoft, registrou um crescimento de 340% na demanda por ferramentas de IA

O uso de inteligência artificial nas empresas deixou de ser tendência para se tornar rotina. De acordo com o estudo “Trust, attitudes and use of artificial intelligence: a global study 2025”, realizado pela KPMG em parceria com a Universidade de Melbourne (Austrália), apontou que, no Brasil, 86% dos profissionais no país já utilizam IA no ambiente de trabalho e 71% relatam ganhos diretos em eficiência, qualidade e inovação.

A mudança ganhou força com o uso prático das ferramentas. Na InfoWorker Tecnologia, consultoria especializada em soluções da Microsoft, a procura por soluções de inteligência artificial cresceu 340% nos últimos dois anos, revela Josney Lara, diretor comercial da InfoWorker. “Muitas aplicações já vinham com esse tipo de

recurso e os clientes desconheciam ou não davam tanto valor. Com a popularização da IA, os usuários passaram a explorar melhor os recursos disponíveis. Além disso, organizações que ainda estavam alheias à novidade perceberam os diferenciais dessa tecnologia e o impacto positivo nos negócios”, avalia.

Na Microsoft, são ferramentas como Power Platform, Azure AI e Copilot que tem apoiado organizações na aplicação da inteligência artificial em áreas como finanças, logística e atendimento, com foco em ganhos mensuráveis. “As empresas sabem que precisam da ferramenta, mas não querem projetos longos, nem soluções genéricas. Elas buscam respostas objetivas para gargalos operacionais”, afirma o diretor.

Josney fala que há riscos reais para as empresas que ainda resistem à transformação digital. “O grande problema é a perda de competitividade. Não é

só sobre tecnologia, é sobre tempo de resposta, custo e escala. E isso já está afetando decisões de mercado”, alerta.

De acordo com o diretor, é essencial que todas as fases para a implementação de IA sejam acompanhadas por especialistas, desde o diagnóstico inicial à aplicação prática das ferramentas. Josney explica que os projetos envolvem automações, assistentes com linguagem natural e análises preditivas integradas às soluções já utilizadas pelas organizações. “Além da parte técnica, é necessário orientar as equipes sobre como operar as soluções no dia a dia, o que tem contribuído para maior autonomia e continuidade dos resultados”, esclarece.

“O uso da inteligência artificial vem crescendo rapidamente não só entre as grandes corporações, mas também em empresas de médio e pequeno porte, que perceberam as funcionalidades dessa ferramenta e, também, a economia que representa”, enfatiza.