Opinião

O papel das edtechs na democratização do acesso à educação

Diogo Aguilar (*)

As edtechs, empresas de tecnologia voltadas para a área da educação, têm transformado por completo os métodos de aprendizagem, combinando inovação com práticas pedagógicas, a fim de superar barreiras financeiras, geográficas e sociais.

Não à toa, empresas voltadas a esse segmento buscam promover a democratização do acesso ao conhecimento, especialmente em regiões e comunidades historicamente marginalizadas.

Para se ter uma ideia, de acordo com o estudo Report EdTech 2024, realizado pela Distrito, solução para gerar resultados através de novas tecnologias, o Brasil é o principal mercado de startups de educação na América Latina. Atualmente, o país concentra quase 70% do total de edtechs da região, além de quase 80% do volume de investimentos. Nos últimos 10 anos, esse mercado movimentou mais de US$475 milhões em território nacional.

A expansão das edtechs se dá, principalmente, pelo fácil acesso ao conhecimento. Nesse aspecto, o ensino a distância (EAD) tem sido um grande aliado, pois ele democratiza os conteúdos de qualidade para estudantes em diferentes níveis e em qualquer parte do mundo. Além disso, existem ferramentas que funcionam no modo offline ou em baixa conectividade, possibilitando a educação a comunidades sem acesso regular à internet.

A acessibilidade financeira também é um ponto de destaque. Isso porque muitas edtechs oferecem materiais gratuitos, como cursos, exercícios e simulados, eliminando o custo de livros e materiais físicos. Há, também, modelos de assinatura, ou seja, programas de ensino de baixo custo, tornando a educação de alta qualidade acessível a mais pessoas. No universo corporativo, por exemplo, a oferta de pacotes de ensino como benefício, como o aprendizado de idioma, tem se popularizado, de modo que mais organizações aderem a essa iniciativa.

Por se tratar de um modelo de negócio que utiliza recursos tecnológicos como grande pilar, a implementação de tecnologias como inteligência artificial permite que o processo de aprendizagem seja personalizado. Nesse sentido, o uso de IA pelas edtechs envolve questões como a aplicação de sistemas computacionais, que podem executar tarefas que normalmente requerem inteligência humana, além de aprendizagem, resolução de problemas e tomada de decisão.

Quando falamos de educação básica, a inteligência artificial tem o potencial de transformar a sala de aula ao oferecer aprendizado personalizado, adaptando o ritmo e o conteúdo de acordo com as necessidades de cada aluno, especialmente no ensino de idiomas. No entanto, o professor continua sendo a peça-chave, e a tecnologia deve atuar como uma aliada, não como uma substituta. Para isso, é essencial capacitar continuamente os docentes, garantindo que saibam integrar as ferramentas digitais em suas práticas pedagógicas e utilizem os dados gerados pela IA para identificar lacunas no aprendizado. Assim, conseguem ajustar suas abordagens e promover atividades interativas e dinâmicas, enriquecendo o processo de ensino. Com plataformas inteligentes, os professores podem acompanhar de forma precisa o progresso individual dos alunos e focar em áreas críticas, como pronúncia ou compreensão de texto.

É possível, sobretudo, adaptar o conteúdo ao ritmo e estilo de aprendizado de cada aluno, aumentando a eficiência do ensino, e tornar o aprendizado mais interativo e didático, atraindo estudantes de diferentes idades e contextos. De acordo com o Market.us, plataforma para todas as necessidades de pesquisa de mercado, o tamanho do mercado global de IA nas edtechs deve chegar a US$ 92,09 bilhões até 2033, partindo de US$ 3,65 bilhões em 2023, com uma taxa de crescimento anual de 38,1%.

Por fim, mesmo diante de tantos benefícios com a expansão das edtechs, ainda existem alguns pontos de atenção, como o cuidado com a formação de professores dentro dessas plataformas de ensino. Isso porque, para que essas instituições alcancem seu potencial máximo, é essencial um treinamento contínuo para que os educadores estejam sempre aptos.

A desigualdade no acesso à tecnologia também é outro ponto crítico, especialmente em países de terceiro mundo como o Brasil, visto que muitas comunidades ainda enfrentam falta de conectividade e equipamentos adequados. Para tanto, é fundamental que governos, empresas e a sociedade civil como um todo colaborem para ampliar e democratizar uma educação de qualidade.

(*) Fundador e Diretor Executivo da Fluencypass.

CEO da Nvidia diz que IA trará grandes benefícios e problemas

Recentemente, a Nvidia se tornou a primeira empresa da história a atingir o valor de mercado de US$ 4 trilhões. Um número colossal, próximo ao do PIB da Alemanha, cerca de US$ 4,5 trilhões e quase o dobro do PIB brasileiro, cerca de US$ 2,18 trilhões.

Vivaldo José Breternitz (*)

IA/Canva

Enquanto Wall Street comemora, o resto do mundo pergunta: o que isso significa? Segundo Jensen Huang, CEO Nvidia, não se trata apenas de números na bolsa. O que está em jogo, afirma, é uma reconfiguração profunda da sociedade.

A razão por trás da importância da Nvidia é direta: a empresa fabrica os "cérebros" da inteligência artificial. Seus chips avançados — as GPUs — são os motores por trás de sistemas como o ChatGPT e dos modelos mais sofisticados desenvolvidos por gigantes como Google e Microsoft. Pode-se dizer que, em meio à corrida global pelo ouro da IA, a Nvidia é quem vende as pás e picaretas - e isso a tornou a empresa mais poderosa do planeta.

Em entrevista à CNN, Huang falou sobre como a era da IA, impulsionada por seus chips, afetará a vida das pessoas comuns, e não dourou a pílula. "Todos os empregos serão afetados. Alguns serão perdidos", afirmou. Parte das funções desaparecerá, outras serão transformadas. A esperança, segundo ele, é que a produtividade aumente a tal ponto que a sociedade se torne mais rica como um todo, apesar das dores trazidas pelo processo.

O impacto será significativo. Uma pesquisa do Fórum Econômico Mundial revelou que 41% dos empregadores pretendem reduzir sua força de trabalho até 2030 por conta da IA. Na própria Nvidia, o uso da tecnologia não é apenas incentivado — é obrigatório.

Huang defende que o futuro da IA depende da capacidade dos Estados Unidos de voltarem a produzir. Surpreendentemente, endossou os esforços da era Trump para reindustrializar o país, dizendo que esses esforços são uma necessidade econômica. "A paixão, o talento, a habilidade de fabricar coisas têm valor. Elas sustentam uma sociedade estável, com carreiras dignas", afirmou.

Para ele, trazer a produção de volta àquele país fortalece a segurança nacional, reduz a dependência de fabricantes estrangeiros como a taiwanesa TSMC e abre empregos bem pagos para pessoas sem formação superior. É um raro ponto de convergência entre o Vale do Silício e o movimento "America First" de Trump.

Em sua previsão mais otimista, Huang aposta que a IA revolucionará a medicina, acelerando a descoberta de remédios e ajudando cientistas a curar doenças. "Com o tempo, teremos assistentes virtuais que atuarão como pesquisadores e cientistas", disse.

E não é só na medicina: segundo Huang, robôs físicos inteligentes, chamados por ele de modelos VLA, de visão-linguagem-ação, devem se tornar comuns entre três e cinco anos a contar de agora. Eles serão capazes de enxergar, compreender comandos e agir no mundo real.

Mas Huang não ignorou os riscos. Questionado sobre casos como o do chatbot Grok, de Elon Musk, que divulgou conteúdo antissemita, ele reconheceu: "Alguns danos acontecerão". Ainda assim, pediu paciência: ferramentas de segurança estão melhorando, e muitos modelos já utilizam outras IAs para checar suas respostas.

Seu recado final é claro: a IA trará benefícios imensos, embora o processo seja turbulento e dolorido.

Porém, o que Huang não disse também fala alto: todas as transformações que ele descreve passam pela Nvidia. A empresa fabrica os chips, dita o ritmo e, agora, com US$ 4 trilhões, tem o poder de moldar a era da IA a seu favor.

É um roteiro conhecido. As big techs prometem utopias, controlam a infraestrutura e decidem quem terá acesso - e a que custo. De centros de distribuição da Amazon aos algoritmos do Facebook, o padrão se repete: consolidação, disrupção e controle.

Huang admite: haverá danos. E a história mostra que, quando empresas prometem consertar o mundo com tecnologia, os prejuízos quase sempre recaem sobre os mesmos de sempre.

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor e consultor – vjnitz@gmail.com.

E-Xport Meeting 2025 destaca papel do e-commerce na internacionalização das empresas brasileiras

De 29 a 31 de julho, em São Paulo, a ApexBrasil realiza a 6ª edição do E-Xport Meeting, principal evento da Agência voltado à internacionalização de empresas brasileiras por meio do comércio eletrônico. A iniciativa acontece dentro do Fórum E-commerce Brasil 2025, o maior encontro de e-commerce da América Latina, no Distrito Anhembi.

Com o tema "Exportações via e-commerce: competitividade global e utilização de IA nos negócios digitais", o evento reunirá especialistas internacionais, plataformas digitais, empresas exportadoras e lideranças estratégicas para debater os impactos da inteligência artificial nos modelos de negócios voltados ao mercado externo. A programação contará com palestras técnicas, oficinas práticas, estudos de caso e conexões com marketplaces internacionais, e a expectativa é de reunir mais de 400 participantes ao longo dos três dias de atividades.

"O e-commerce é uma ferramenta valiosa para empresas brasileiras conquistarem o mundo. Ele pode facilitar o acesso a novos mercados, reduzir custos, permitir uma escalabilidade eficiente e oferece uma série de ferramentas de marketing e análise de dados. Com a estratégia correta, o e-commerce pode ser um verdadeiro motor de crescimento internacional das empresas", destaca Ana Paula Repezza, diretora de Negócios da ApexBrasil.

Devrimb_CANVA

Reuniões de negócios inéditas

A novidade desta edição é a realização, pela primeira vez, de uma rodada do Exporta Mais Brasil dedicada exclusivamente ao comércio eletrônico, em parceria com o Fórum E-commerce Brasil. Nos dias 30 e 31 de julho, a ação promoverá reuniões de negócios presenciais entre 66 empresas brasileiras dos setores de moda, cosméticos e soluções tecnológicas para e-commerce e sete compradores internacionais, oriundos dos Emirados Árabes, México, Portugal, Reino Unido, Rússia e Singapura.

A seleção das empresas brasileiras seguiu critérios de inclusão regional e diversidade, priorizando negócios liderados por mulheres, pessoas negras ou pardas, e sediados nas regiões Norte, Nordeste e Distrito Federal.

Além da programação técnica e das rodadas de negócios, a ApexBrasil também contará com um estande institucional no evento, oferecendo palestras e atendimento especializado para empresas que desejam explorar o mercado internacional por meio do digital.

"Com a expertise da APEX, vamos oferecer ao ecossistema digital suporte concreto para que mais empresas do comércio online possam ganhar escala global. Não se trata apenas de vender fora, é entregar excelência internacionalmente," afirma Bruno Pati, CEO do Ecommerce Brasil.

Mercado em expansão

O comércio eletrônico segue em ritmo de crescimento no Brasil e no mundo. Em 2024, o e-commerce global movimentou cerca de US$ 11 trilhões, com expectativa de crescimento médio de 10,7% ao ano até 2029, segundo dados da Euromonitor International. No Brasil, o faturamento do setor foi de R$ 204,3 bilhões em 2024, segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), com projeção de chegar a R$ 234,9 bilhões em 2025 e R$ 289 bilhões até 2029.

News @TI

CLM apoia a formação de jovens talentos em TI

@CLM, distribuidor latino-americano de valor agregado com foco em segurança da informação, proteção de dados, cloud e infraestrutura para data centers, anuncia seu apoio à Pulse Mais, organização que transforma a realidade de jovens de baixa renda por meio da educação e da inserção no mercado de TI. A parceria busca fortalecer programas que desenvolvem habilidades essenciais para o trabalho em tecnologia e geram oportunidades de emprego digno. Alinhada ao propósito da CLM, a iniciativa amplia o alcance de ações sociais da companhia, contribuindo para um ecossistema mais sustentável, diverso e conectado com o futuro. Para Eduardo Moura, CEO da Pulse Mais, a parceria nasceu de uma construção de relacionamento baseada em confiança. "A parceria com a CLM nasceu com pessoas que acreditaram no nosso impacto. Vai além de posicionamento de marca: é sobre acreditar e se comprometer com a transformação dos nossos jovens", afirma Moura (https://pulsemais.org.br/).

Empresas & Negócios **José Hamilton Mancuso (1936/2017)** **Laurinda Machado Lobato (1941-2021)** Responsável: **Lilian Mancuso**

Editorias
Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); *Ciência/Tecnologia:* Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); *Livros:* Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br);
Comercial: comercial@netjen.com.br
Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br

Webmaster/TI: Fabio Nader; *Editoração 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.

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.

Colaboradores: Claudia Lazzarotto, Eduardo Moisés, Geraldo Nunes e Heródoto Barbeiro.

ISSN 2595-8410