

Protecionismo, não!!!



Heródoto Barbeiro (\*)

A maior potência do mundo dita os rumos do comércio mundial.

Não admite dividir as decisões econômicas. Impõe as suas leis como se todos os povos do mundo fossem obrigados a aceitá-las. Ela está acima do bem e do mal. Orienta-se na busca do melhor mercado para os seus produtos manufaturados, que têm maior valor no mercado mundial.

Aceita como pagamento produtos primários, como os agrícolas e minerais necessários para alimentar sua população e abastecer as fábricas famintas de matérias-primas.

O mundo tem que se adequar a essa realidade, uma vez que ela é a maior força militar do mundo e não hesita em recorrer ao forte poder militar, principalmente naval, para pressionar outras nações. É uma troca entre produtos com alto e baixo valor agregado.

O que orienta a economia da potência é o liberalismo econômico. É verdade que no passado adotava a prática protecionista, mas que abandonou devido às modificações que o sistema capitalista sofreu com o advento do industrialismo.

A partir dessa nova realidade, os países avançados industrialmente passaram a defender o livre-cambismo, ou seja, que as fronteiras fossem derrubadas para a entrada dos seus produtos manufaturados. A ideologia dominante é que a acumulação de riqueza deixou de ser pautada pelo protecionismo e passou a ser pela intensificação do comércio mundial, apesar dos entraves impostos por algumas nações, com leis e tarifas protecionistas. Estas, ao mesmo tempo, protegem

a produção local e garantem arrecadação de impostos aduaneiros com os quais o Estado se sustenta. Enfim, não há alternativa para as nações pobres do mundo.

Os navios de guerra viajam para as praias brasileiras. É mais uma demonstração do imperialismo nascente e que vai se consolidar ao longo do século. O governo se prepara para receber o enviado especial da potência, que já traz redigido os termos de um tratado comercial. Não é um tratado, é uma imposição.

Qualquer resistência pode resultar em um ultimato, o primeiro passo para um bloqueio naval e ameaça de bombardeio à capital do Brasil. O príncipe regente Dom João, e sua corte, alocados no Rio de Janeiro, não tem outra alternativa. São apenas dois anos desde que ele abandonou Lisboa e viajou para a Colônia brasileira, deixando seu povo à mercê das tropas napoleônicas. Lord Strangford e sua frota britânica de guerra não dá a menor chance para Portugal negociar.

Os portugueses devem derubar as barreiras comerciais e consolidar a abertura dos portos assinada em 1808. Dom João, sem saída, foi obrigado a admitir que as mercadorias inglesas pagariam apenas 16 por cento de imposto de importação. Tanto quanto pagam os produtos portugueses. Com os portos abertos, imposto derrubado, os ingleses inundam os trapiches com tecidos, ferramentas, armas, pólvora, alimentos, e até... patins de gelo.

(\*) - É professor e jornalista, âncora do Jornal Novabrazil, colunista do R7, do Podcast. Mestre em História pela USP e inscrito na OAB. Palestras e mídia training. Canal no Youtube (www.herodoto.com.br).

Para que as pessoas estão usando o ChatGPT?

Modelos de linguagem de grande porte ainda são, em grande parte, uma "caixa-preta", tanto no que diz respeito ao seu funcionamento, ao que gera suas respostas, quanto em relação a quem os utiliza e de que forma.

Vivaldo José Breternitz (\*)

Para tentar lançar luz sobre esse cenário, a OpenAI, em parceria com o National Bureau of Economic Research (NBER), conduziu um estudo para entender melhor o que seus usuários estão fazendo com o ChatGPT. O levantamento revelou um volume expressivo de uso pessoal e apontou para o fechamento da "lacuna de gênero" entre os usuários mais frequentes.

Os resultados do trabalho foram publicados em um artigo do NBER, mostrando que cerca de 80% do uso do ChatGPT se concentra em três categorias: "orientação prática", "busca de informações" e "escrita". A primeira, a mais comum, inclui atividades como tutoria e ensino, conselhos práticos sobre diferentes temas e ideação criativa. A busca de informações aparece como substituto da pesquisa tradicional, enquanto a escrita abrange desde a produção automática de e-mails e documentos até tradução e revisão de textos.

Entre os usos profissionais, a escrita foi a categoria mais relevante, representando, em junho de 2025, 40% das interações. Já a programação, ao contrário da percepção comum, respondeu por apenas 4,2% dessas interações. O levantamento também mostrou queda no uso corporativo: em junho de 2024, 47% das interações eram voltadas ao trabalho, proporção que recuou para 27% em 2025. O movimento coincide com a dificuldade de muitas empresas em extrair retorno prático de investimentos em inteligência artificial.



Icons8\_Photos\_CANVA

No uso pessoal, o estudo identificou que apenas uma pequena parcela das mensagens buscava companhia virtual ou apoio emocional: 2% dos diálogos tinham tom terapêutico ou de amizade, e apenas 0,4% abordavam relações e reflexões íntimas.

Outros levantamentos, no entanto, sugerem que esse tipo de uso é bem mais comum. A organização Common Sense Media, por exemplo, estima que um em cada três adolescentes recorre a chatbots de IA para interação social, e outro estudo aponta que metade dos adultos já utilizou esse recurso como forma de apoio psicológico no último ano.

O perfil etário também chama atenção: 46% das mensagens vieram de usuários

entre 18 e 25 anos, faixa que tende a empregar o ChatGPT mais para fins pessoais, enquanto o uso profissional cresce conforme a idade. Outro dado relevante é a redução do predomínio masculino: em 2022, cerca de 80% dos usuários tinham nomes tipicamente masculinos; em junho de 2025, esse percentual caiu para 48%.

Há, contudo, uma ressalva metodológica: a categorização das mensagens foi feita pela própria inteligência artificial. Para os mais céticos, esse detalhe pode se colocar sobre os números apresentados.

(\*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor, consultor e membro da Congregação da Faculdade de Medicina de Jundiaí - vjntz@gmail.com.

Quando a IA aprende a ouvir o consumidor: da automação à escuta ativa

A inteligência artificial (IA) já está presente em diversas etapas do e-commerce — da recomendação de produtos ao atendimento automatizado. No entanto, é crucial questionar: essas soluções estão realmente escutando o consumidor ou apenas reproduzindo padrões passados?

Neste artigo, exploramos como a IA pode - e deve - ser aplicada como ferramenta de escuta ativa ao longo da jornada de compra, transformando dados em insights acionáveis e melhorando a experiência do cliente.

O que é escuta ativa na jornada digital?

No varejo físico, escutar é observar o cliente circular, hesitar, perguntar, desistir. No e-commerce, escutar é entender o comportamento em tempo real e aprender com ele. Escutar não é apenas medir conversão ou abandono de carrinho, mas interpretar contexto, intenção e fricção — e transformar isso em adaptação de experiência.

IA pode escutar? Sim — mas depende de como é treinada

A maioria das soluções de IA aplicadas ao e-commerce ainda opera sobre dados históricos: "quem comprou X, também comprou Y". Mas "escuta ativa" exige modelos que aprendem em tempo real, com feedback explícito e implícito do usuário.

Por exemplo, algoritmos de IA podem segmentar consumidores com base em dados em tempo real, proporcionando recomendações altamente relevantes e personalizadas. Além disso, a IA pode antecipar demandas, ajustando estoques e campanhas de marketing conforme o comportamento esperado dos clientes.



Eduardo Freire

“A cultura da empresa deve valorizar feedback real, mesmo que negativo, e usar a IA como alavanca de escuta e adaptação — não como atalho.”

IA não é solução mágica - é reflexo da cultura da loja

Não adianta investir em tecnologia se a mentalidade é de "empurrar produto". Lojas que escutam com IA criam jornadas adaptativas, personalização ética e evolutiva, e não apenas mais um funil de automação com frases prontas. Escutar

com IA é diferente de automatizar com IA. Requer intenção, ajustes e métricas que valorizem a experiência - não apenas o clique.

Exemplos práticos de escuta ativa com IA no e-commerce

**Atendimento com NLP (processamento de linguagem natural):** bots que entendem frustração ou dúvida e escalam para humanos com contexto.

**Recomendações baseadas em intenção, não só histórico:** IA que identifica mudança de perfil (ex: compra para presente) e ajusta a experiência.

**Análise de navegação para melhoria contínua:** identificar onde há desistência silenciosa e testar micro ajustes com base em padrões não lineares.

O que o lojista precisa saber antes de aplicar IA com foco em escuta

IA não resolve problema de posicionamento ruim — ela pode amplificá-lo. É preciso ter inteligência estratégica no uso da tecnologia, não só plug and play. A cultura da empresa deve valorizar feedback real, mesmo que negativo, e usar a IA como alavanca de escuta e adaptação — não como atalho.

Conclusão

Aplicar IA ao e-commerce não é apenas sobre vender mais. É sobre escutar melhor — e transformar essa escuta em experiências de compra mais humanas, fluidas e sustentáveis.

Na próxima onda de transformação digital, sobreviverá não quem tiver mais dados, mas quem souber escutá-los com inteligência. E agir a partir disso.

(Fonte: Eduardo Freire é CEO da FWK Innovation Design e estrategista de inovação).

News @TI

Valid participa do Congresso da Cidadania Digital 2025

A Valid, multinacional brasileira de identificação segura, participa de mais uma edição do Congresso Cidadania Digital 2025, que acontece entre os dias 23 e 25 de setembro, em Brasília (DF). A empresa, que tem forte presença no mercado brasileiro de identificação e projetos sólidos de governo digital, leva ao evento situações reais do dia a dia que mostram a importância da interoperabilidade de dados em serviços públicos e privados, e o impacto positivo para cidadãos e órgãos públicos. Durante o Congresso, que tem como tema central "Integração Nacional", uma das situações reais apresentadas pela Valid é a simulação da chegada de um paciente grave a um hospital por conta de um acidente de trânsito. A jornada demonstra como dados interoperáveis podem melhorar a eficiência do atendimento médico. Após a identificação do paciente, será possível acessar informações relevantes para o momento, como prontuários anteriores, resultados de exames já realizados, histórico de vacinação, entre outros, dando uma visão geral do paciente (https://valid.com/en).

Odisseia AI lança Synthetos, solução de inteligência de dados

A Odisseia AI, startup catarinense especializada em agentes de atendimento baseados em inteligência artificial, lançou uma nova solução de inteligência de dados chamada Synthetos durante a participação na Fenabreve, maior feira da América Latina e a segunda maior do mundo no setor da distribuição de veículos automotores. O assistente inteligente voltado especialmente para apoiar a gestão de vendas traz análise de dados e gera relatórios e insights sobre o negócio do cliente, traduzindo informações complexas. Com um ecossistema completo de soluções, a Odisseia AI se diferencia de outras ferramentas do mercado (https://odisseiaai.com/).