

Indianópolis recebe nova loja da Giuliana Flores

A Giuliana Flores abre mais uma loja física (Alameda dos Jurupis - 1110 - Indianópolis). O empreendimento é uma Loja completa da marca, com mix de produtos que inclui flores preservadas, flores naturais, presentes, entre outros. O tradicional bairro da zona sul paulista foi escolhido devido à região ter alto fluxo, excelente visibilidade de marca e fácil acesso a importantes vias da cidade (www.giulianaflores.com.br).

PARTE 2





CAMINHOS DO COMBATE AO ABUSO INFANTIL

▶▶ Leia na página 8

ALGORITMO

A nova era do boca a boca: como fidelizar clientes no mundo digital

Durante décadas, o sucesso de um pequeno negócio dependia do famoso “boca a boca”.

Um bom atendimento, um cliente satisfeito e a recomendação pessoal eram suficientes para garantir novos fregueses. Mas, nos últimos anos, essa dinâmica mudou. O boca a boca não desapareceu: ele foi digitalizado. Hoje, quem decide quais negócios aparecem primeiro não é mais a conversa entre amigos, e sim o algoritmo.

O novo boca a boca acontece no Google, onde os clientes são atraídos pela nota de avaliação e pela proximidade geográfica, e não mais apenas por indicações diretas. A escolha de um salão, clínica ou barbearia muitas vezes começa com uma busca “perto de mim”, seguida pela análise das notas e dos comentários. Essa combinação de visibilidade, localização e reputação se tornou o novo formato de recomendação, em que o algoritmo amplia o alcance do boca a boca tradicional, sem substituí-lo. Os novos influenciadores do consumo local não são apenas criadores de conteúdo, mas clientes comuns. Cada avaliação, comentário e foto publicada em um perfil de negócio tem o poder de influenciar dezenas (às vezes centenas) de decisões de compra. Para os negócios locais, isso significa que cada atendimento é também uma oportunidade de conquistar destaque nas buscas e atrair novos clientes.

O algoritmo, nesse contexto, atua como um megafone: ele amplifica a experiência positiva (ou negativa) de cada cliente. Por isso, um perfil bem avaliado, com respostas rápidas e atualizações constantes, vale tanto quanto uma boa vitrine física. A confiança continua sendo o ativo central, mas agora é construída publicamente. O consumidor atual é mais exigente, criterioso e racional. Ele busca evidências



Davi Iglesias

“A presença digital deve ser planejada com o mesmo cuidado que o atendimento presencial, pois é ela que hoje constrói credibilidade antes mesmo do primeiro contato.

antes de escolher: lê avaliações recentes, observa fotos reais, compara preços e prioriza conveniência. Um estudo da IEOM Society (2020) mostrou que a qualidade percebida e a confiança explicam mais de 70% da fidelidade do cliente em serviços. Já uma pesquisa da FGV EAESP (2022) apontou que os brasileiros valorizam empresas transparentes e consistentes, mais

do que aquelas que apenas se comunicam bem. A confiança, portanto, é conquistada por meio da experiência e mantida pela coerência. Fidelizar clientes hoje vai muito além do bom serviço. Envolve oferecer uma jornada digital sem atrito: agendamento fácil, lembretes automáticos, respostas rápidas no WhatsApp e pós-atendimento atencioso. Esses pequenos gestos digitais constroem a percepção de profissionalismo e cuidado. Na prática, isso se reflete em menos faltas, mais retornos e melhores avaliações. É a gestão eficiente transformando o relacionamento em reputação e fidelização.

Ainda assim, muitos pequenos negócios e autônomos tratam a presença digital como algo secundário. Perfis desatualizados, ausência de respostas e fotos reais e falta de integração entre canais são erros que minam a confiança. A presença digital deve ser planejada com o mesmo cuidado que o atendimento presencial, pois é ela que hoje constrói credibilidade antes mesmo do primeiro contato.

A próxima etapa da fidelização será marcada por três pilares: inteligência artificial, personalização e automação. A IA permitirá identificar padrões de comportamento, sugerir ações em períodos de baixa demanda e personalizar comunicações de acordo com o histórico do cliente. A automação, por sua vez, garantirá constância e eficiência, mantendo o relacionamento ativo sem perder o toque humano.

No fim, fidelizar clientes na era digital continua sendo sobre confiar, ouvir e cuidar, mas agora com a ajuda de dados, algoritmos e automação. O boca a boca nunca foi tão poderoso. Só que, hoje, ele fala a língua do digital.

(Fonte: Davi Iglesias é CEO da Gendo, plataforma de agendamento online e gestão voltada para micro, pequenas e médias empresas).

Conheça as principais moedas digitais e saiba como investir com segurança

Bitcoin, Ethereum, stablecoins e redes emergentes ganham espaço entre investidores brasileiros; país alcançou a 5ª posição mundial em adoção de criptoativos. ▶▶

Como cada geração se relaciona com múltiplas mídias no digital

Estudo da Conversion e mLabs mostra nova jornada de compra de Baby Boomers, Geração X, Millennials e Geração Z, e expõe o que muda na confiança e no consumo digital em 2026. ▶▶

Terceirização 4.0 exige IA e segurança de dados nos novos contratos de facilities

O setor de Facility Management movimentará R\$ 350 bilhões e quase a totalidade da atividade é formada por empresas de terceirização de serviços. ▶▶

Cinco motivos para digitalizar a gestão e vender mais

A Black Friday 2025 será em 28 de novembro, e o mercado deve movimentar R\$13,6 bilhões, um crescimento de 16,5% em relação a 2024, segundo estudo. Com as oportunidades em alta, o gerente comercial da GestãoClick, empresa especializada em soluções tecnológicas de gestão empresarial, Lucas Sousa, destaca que muitos varejistas erram em continuar usando planilhas manuais ao invés de agregar inovação aos negócios através de um sistema de planejamento de recursos empresariais (ERP). ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

Faça Digital: WhatsApp para Negócios



25 NOVEMBRO



Faça a sua inscrição! Palestra Presencial e Gratuita

Leia o QR Code ou acesse: bit.ly/Sebrae-Nov25

ACISA e Sebrae promovem palestra sobre Whatsapp Business

Com a proposta de auxiliar empreendedores na utilização de ferramentas digitais para ampliar seus negócios, a ACISA – Associação Comercial e Industrial de Santo André, em parceria com o Sebrae-SP, promoverá a palestra Faça Digital, WhatsApp para Negócios. Durante a palestra, os participantes aprenderão desde a criação da conta até a inserção dos dados da empresa, além da configuração de mensagens de ausência, catálogos de produtos, listas de transmissão, respostas rápidas e outras funcionalidades iniciais que tornam o atendimento mais eficiente e profissional. O interessado deverá fazer gratuitamente a sua inscrição por meio do link: bit.ly/Sebrae-Nov25. ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

News@TI



Comscore University

Capacitação gratuita para profissionais de marketing e mídia digital

@Na próxima quarta-feira (12/11), a Comscore, empresa líder em medição de audiência digital, realiza a última edição de 2025 do Comscore University, programa educativo gratuito criado para aprimorar o conhecimento de profissionais sobre mensuração digital e social media, explorando as ferramentas e soluções da Comscore. Conduzido pelo time de Client Insights da companhia, o treinamento oferece uma imersão completa nas plataformas MyMetrix e Comscore Social, principais ferramentas utilizadas pelo mercado para mensuração de audiência e desempenho de conteúdo em diferentes canais digitais. Voltado tanto para clientes quanto para profissionais que desejam se aprofundar na análise de dados digitais, o programa não exige conhecimento prévio. Além disso, serão sorteadas 10 certificações gratuitas para clientes que permanecerem até o final desta edição do treinamento (https://www.comscore.com/por/drafts/Comscore-University2). ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

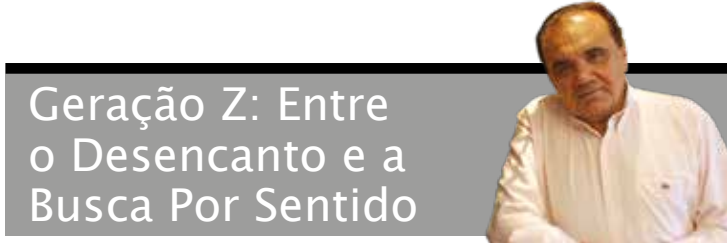
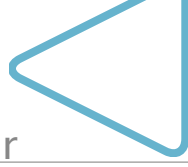
Política

Geração Z: Entre o Desencanto e a Busca Por Sentido

Por Gaudêncio Torquato



▶▶ Leia na página 2



Geração Z: Entre o Desencanto e a Busca Por Sentido

Desemprego, afastamento da política, frustração, desilusão e descrédito nas instituições são traços que atravessam a juventude em todos os continentes.

A geração Z, nascida entre 1997 e o início de 2010, está impulsionando mudanças disruptivas em diversas áreas. É a primeira a viver inteiramente na era digital — hiper conectada, globalizada e, paradoxalmente, profundamente insegura quanto ao futuro.

Enquanto seus pais acreditavam na ascensão social e na estabilidade profissional, os jovens de hoje enfrentam um horizonte de incertezas. Estudam mais, ganham menos e vivem num mercado coróido pela automação e pela informalidade. São avessos a burocracias e hierarquias verticais rígidas. Buscam ambientes de trabalho mais abertos e transparentes, onde possam expressar suas opiniões e serem valorizados como indivíduos completos. Demonstram coragem e ousadia em suas escolhas, não se limitando a modelos preestabelecidos. São menos consumistas do que as gerações anteriores, preferindo marcas que estejam alinhadas com seus valores pessoais. São mais abertos e vulneráveis sobre questões de saúde mental, esperando que empregadores e a sociedade em geral abordem esses desafios de forma proativa.

A economia global, que prometia integração, trouxe precariedade. Daí nasce o desencanto estrutural: a sensação de caminhar sem chão. O fenômeno é planetário. No Quênia, multidões de jovens tomam as ruas de Nairóbi contra o aumento de impostos e a corrupção. No Marrocos, estudantes marcham denunciando o contraste entre os investimentos bilionários em estádios para a Copa do Mundo e o abandono da saúde e da educação. Em Madagascar, protestos contra apagões e desemprego terminam em confrontos violentos. No Nepal, jovens reagem à censura digital (que levou a protestos que ganharam impulso com denúncias de corrupção) e à falta de oportunidades; no Togo, enfrentam reformas constitucionais que perpetuam elites no poder.

Na Europa, a inquietação também cresce. Na Sérvia, estudantes transformam uma tragédia local — o desabamento de uma estação de trem — em catalisador de um amplo movimento cívico contra o autoritarismo e a corrupção. Na França, o movimento juvenil "Bloquons tout" (Bloqueemos tudo) expressa a exaustão de uma geração diante da austeridade econômica e da perda de horizontes. A juventude europeia, mais instruída e mais conectada, já não acredita que a política seja o caminho para mudar o mundo.

Na América Latina, a onda de descontentamento segue o mesmo ritmo. No Peru, jovens desafiam o estado de emergência para exigir reformas políticas e previdenciárias, se mobilizam e levam à destituição da presidente Dina Boluarte, simbolizando o colapso da confiança nas instituições. No Chile, as manifestações estudantis dos últimos anos seguem vivas em movimentos que pedem um novo pacto social. Mesmo nos Estados Unidos, onde o voto jovem foi de-

Gaudêncio Torquato (*)
cisivo em eleições recentes, cresce a frustração com o bipartidarismo e a lentidão das transformações.

Sofia Ong'ele, diretora de estratégia da organização americana Gen Z for change, em depoimento ao jornalista Gabriel Barnabé ("Geração Z usa redes sociais para ir às ruas e derruba governos pelo mundo" (FSP/3/11/2025), constata: "nunca houve tantos movimentos sem liderança acontecendo ao mesmo tempo. Isso é novo e estamos aprendendo em tempo real o que vem depois".

O fato é que a política, para essa geração, perdeu o poder de sedução. Cresceram vendo escândalos, promessas quebradas e líderes que falam uma língua morta. O ceticismo virou instinto de sobrevivência. A descrença, forma de autodefesa. Ainda assim, não são apáticos: protestam, mas de outro modo.

A rebeldia se manifesta nas redes. O protesto é feito de hashtags, boicotes, ironias e vídeos de poucos segundos. É uma política de causas, não de partidos; de valores, não de ideologias. Lutam por meio ambiente, diversidade, equidade e ética digital. A emoção substitui o discurso. Significa que, na era das redes sociais e da cultura digital, a aprovação e a rejeição sociais assumiram novas formas de expressão e impacto, desvinculando-se, em parte, de suas origens práticas para se tornarem instrumentos de validação e julgamento moral em massa.

O paradoxo é evidente: essa geração, moldada pela tecnologia, começa a rebelar-se contra ela. Desativa notificações, denuncia manipulações, abandona redes. É um protesto contra o próprio sistema que os formou — um grito por autonomia e silêncio num mundo saturado de ruído.

O desencanto político tem, contudo, um lado positivo. Ao rejeitar as velhas formas de poder, a geração Z abre caminho para novas experiências de cidadania. Surgem coletivos locais, startups sociais e comunidades digitais que testam modos de convivência mais éticos e colaborativos. O engajamento migra do palanque para o cotidiano, da ideologia para a prática.

O desafio das democracias sugere reconectar-se a esses jovens. Governos e instituições precisam falar a língua da transparência, da verdade e da coerência. Caso contrário, continuarão perdendo o que mais importa: a confiança.

Trata-se de uma geração que quer justiça, sentido e coerência. Por trás das telas, pulsa a energia de quem não quer apenas consumir o mundo, mas reinventá-lo. O futuro político dependerá de transformar esse descontentamento em força criadora — e de ouvir, com humildade, o que o silêncio dos jovens anda dizendo nas ruas de Katmandu, Casablanca, Lima, Santiago e até em Nova Iorque, onde a futura primeira-dama, Rama Duwaji, de 28 anos, esposa do recém eleito prefeito, Zohran Mamdani, é pertencente à geração Z.

A geração é o paradigma de um novo tempo, por estar redefinindo as normas sociais, os valores e o mercado de trabalho.

(*) Escritor, jornalista, professor titular da USP e consultor político.

Collins escolhe “vibe coding” como a expressão do ano

O dicionário online Collins English contém cerca de 750 mil palavras, tendo até 2018 publicado edições em papel.

Vivaldo José Breternitz (*)

Sua editora mantém o Collins Corpus, um banco de dados linguístico com mais de 4,5 bilhões de palavras em diversos idiomas, extraídas de jornais, revistas, rádio, TV, redes sociais etc.

Seus linguistas e lexicógrafos analisam constantemente o Corpus para detectar novas palavras e expressões cuja frequência cresceu rapidamente e novos significados para aquelas já existentes. Com base nessa análise, criam uma lista de 10 a 12 termos que capturam o “espírito do ano” e a partir da qual a equipe editorial escolhe a expressão do ano, que é divulgada em novembro.

Neste ano, foi escolhida a expressão “vibe coding”, uma expressão da área de TI cujo uso disparou desde fevereiro, quando o termo surgiu, cunhado por Andrej Karpathy, ex-diretor de IA da Tesla e fundador da OpenAI, e que descreve como a inteligência artificial permite que uma pessoa crie um aplicativo com pouco ou nenhum conhecimento de programação.

Entre os outros termos, ainda da área de tecnologia da informação, foi escolhido “clanker” expressão depreciativa para se referir a computadores, robôs ou sistemas de inteligência artificial, originária da série “Star Wars: The Clone Wars” e difundida recentemente pelas redes sociais como expressão de frustração e desconfiança em relação a essas tecnologias.

Já do ambiente corporativo, foram escolhidas diversas expressões, como “glaze”,



charles_taylor_CANVA

usada para indicar o ato de elogiar ou bajular alguém de forma exagerada ou imerecida, “taskmasking”, prática de fingir produtividade e “micro-retirement”, uma pausa temporária entre empregos para se dedicar a interesses pessoais.

Dentre outros termos constantes da lista estão “biohacking”, a prática de modificar processos naturais do corpo humano com o objetivo de melhorar a saúde e prolongar a vida, “aura farming”, à criação deliberada de uma autoimagem carismática e estilosos -essencialmente “a arte de parecer interessante”, “henry” - sigla para high earner, not rich yet (“profissional de alta renda, mas ainda não rico”) e “coolcation” - férias em destinos de clima frio, tendência oposta ao turismo de verão.

Falando sobre “vibe coding”, o diretor-geral do Collins, Alex Beecroft, afirmou que a escolha da expressão “captura perfeitamente a maneira como a linguagem evolui junto com a tecnologia”, pois o termo representa “uma grande mudança no desenvolvimento de software, tornando a programação mais acessível” e evidencia “a integração entre criatividade humana e inteligência de máquina, que está transformando a forma como interagimos com os computadores”.

As expressões escolhidas nos trazem uma interessante visão de como a linguagem e as posturas evoluem ao longo do tempo.

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas – vjntiz@gmail.com.



News@TI

ricardosouza@netjen.com.br

Conquistou os prêmios de Distribuidora Global e Regional do Ano no Cisco Partner Summit 2025

A TD SYNnex foi premiada como Distribuidor do Ano globalmente e nas Américas, por suas conquistas no mercado dos EUA, durante o Cisco Partner Summit 2025. Também foi reconhecida como Distribuidor do Ano na região América Latina, pelos resultados obtidos no Brasil e no México; como Distribuidor do Ano na região Europa/Oriente Médio, por seus esforços na Noruega, e como Distribuidor do Ano na Alemanha e na Noruega, além de reconhecida como Parceiro do Ano em Impacto Social no Canadá. Os prêmios concedidos no Partner Summit da Cisco reconhecem os parceiros de melhor desempenho, capazes de entregar soluções para que os clientes obtenham sucesso de modo inovador (<https://lac.tdsynnex.com/br/pt-br/>).

Globant e Riot Games anunciam uma parceria

Globant e Riot Games anunciaram uma parceria estratégica plurianual para apoiar algumas das principais iniciativas de inovação da Riot e fortalecer suas comunidades de fãs de League of Legends e VALORANT Esports. Essa colaboração une as experiências de e-sports de classe mundial da Riot com a ampla expertise global da Globant em reinvenção digital. Como novo parceiro de transformação digital, a Globant apoiará algumas das iniciativas tecnológicas mais importantes da Riot Games, incluindo futuras explorações em inteligência artificial voltadas para aprimorar as experiências de visualização de e-sports e o desenvolvimento de capacidades de integração mobile. Ao longo dessa parceria plurianual, as empresas trabalharão juntas para levar a tecnologia a um novo patamar, permitindo que as equipes ofereçam experiências mais personalizadas e envolventes para milhões de jogadores e fãs em todo o mundo (www.globant.com).

Plataforma Valorize

A Valorize Projetos, empresa especializada na elaboração de projetos, captação de recursos e prestação de contas, anunciou o lançamento da Plataforma Valorize. Trata-se de uma ferramenta digital que chega para transformar a maneira como projetos sociais são concebidos, financiados e executados no Brasil, prometendo um novo patamar de eficiência e impacto para todo o ecossistema social. Já está disponível gratuitamente. O Terceiro Setor brasileiro enfrenta desafios complexos que frequentemente limitam seu potencial de transformação. “A fragmentação de informações, a dificuldade na captação de recursos e a complexidade na prestação de contas são barreiras significativas que impedem muitas iniciativas valiosas de saírem do papel ou de escalarem seu impacto”, explica o diretor Comercial da Valorize Projetos, Vinicius Alves (<https://www.valorizeprojetos.com.br/>).

Track transforma a jornada digital do hóspede e impulsiona vendas diretas na hotelaria

Com ferramentas tecnológicas inteligentes e uma visão estratégica sobre o processo de tomada de decisão do consumidor, a Track chega para promover uma revolução no mercado da hotelaria no Bra-

sil. Parte do MCM Group, holding que reúne negócios de tecnologia, consultoria e capital voltados ao turismo, a Track busca transformar a jornada digital do hóspede em uma experiência contínua e altamente rentável para os hotéis, gerando um impacto real nas vendas diretas. Fundador e CEO da Track, Jaimes Patrick acumula mais de 10 anos de experiência no setor de turismo e hotelaria e conhece bem os atuais desafios dos hoteleiros em relação à tecnologia. Segundo Jaimes, mesmo quando o site do hotel tem um bom número de visitantes, são poucos os que realmente concluem a reserva. Isso leva à dependência de canais de terceiros, que cobram comissões altas e tiram o controle do relacionamento com o hóspede (<https://trackbr.com/>).

Platform Science leva soluções de inteligência artificial à 3ª edição da Fetranslog

A Fetranslog, maior feira de transporte e logística da região Sul e segunda maior do país, receberá, pela primeira vez, a participação da Platform Science, líder em soluções de segurança para o setor de transporte no Brasil e América Latina. A marca irá expor no estande 26a/27 no Pavilhão 1, sua plataforma integrada de gestão de frotas, que utiliza inteligência artificial para unificar dados, condutores e operações logísticas, visando aumentar a segurança rodoviária. O evento, marcado para os dias 11, 12, 13 e 14 de novembro, reunirá grandes players do setor de transporte da América do Sul. A programação deste ano é focada em negócios que aceleram a logística e tecnologias para caminhões. Segundo Rony Neri, diretor executivo da Platform Science da América Latina, o diferencial da empresa no evento será apresentar a inteligência artificial como software que conecta as principais necessidades das frotas. Para isso, foram escolhidos dois ativos: a videotelemetria (voltada para segurança do condutor) e a meta “Zero Acidentes” (onps.com).

Nexxt Cloud e Petz exploram futuro da inovação em cloud no AWS re:Invent

Em um momento em que a transformação digital acelera e a adoção de soluções em nuvem se torna estratégica para empresas de todos os setores, a Nexxt Cloud, empresa brasileira especializada em soluções de gestão e modernização de infraestrutura em nuvem, anuncia sua participação no AWS re:Invent 2025, maior conferência global da Amazon Web Services (AWS), que acontece de 1 a 5 de dezembro em Las Vegas (EUA). A novidade deste ano é que a empresa levará como convidada a Petz, maior rede de pet shops da América Latina e um de seus clientes estratégicos. O movimento ocorre em meio a uma agenda cada vez mais crítica para o setor: a pressão por eficiência, redução de custos e uso de inteligência artificial aplicada aos negócios. Ao lado da Petz, a Nexxt Cloud pretende transformar o aprendizado do re:Invent em projetos práticos de inovação no Brasil, com impacto direto na experiência do consumidor, automação e expansão digital. O AWS re:Invent reúne executivos, engenheiros e especialistas de todo o mundo em torno de lançamentos e práticas que moldam o futuro da computação em nuvem (<https://nexxtdigital.cloud/>).

COP30: financiamento, transição e adaptação são centro das negociações

Desde ontem (10), Belém passou a ser a capital temporária do Brasil e o centro mundial das negociações sobre mitigação e adaptação frente às mudanças climáticas, e os investimentos necessários para atingir esses objetivos

A 30ª Conferência das Partes (COP30) da Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima (UNFCCC, na sigla em inglês) prossegue até o próximo dia 21.

Realizada pela primeira vez na Amazônia - bioma com a maior biodiversidade do planeta e um regulador do clima global -, a COP30 tem o enorme desafio de recolocar o tema das mudanças climáticas no centro das prioridades internacionais. Delegações de 194 países mais a União Europeia (UE) se inscreveram para participar, segundo informações da presidência da COP30. A capital paraense estima receber mais de 50 mil visitantes, entre negociadores diplomáticos, observadores, cientistas, representações de governos, organizações



Realizada na Amazônia, a COP30 tem o desafio de recolocar o tema das mudanças climáticas no centro das prioridades internacionais.

da sociedade civil e movimentos sociais.

O evento ganhou impulso, nos últimos dias, com a realização, também em Belém, da Cúpula do Clima, com a presença chefes de Estado, de governo e representantes de alto nível de cerca de 70 países. Anfitrião, o presidente Lula buscou engajar as nações em torno do consenso

para ações práticas que possam frear o risco iminente do planeta passar a conviver de forma permanente o aumento de temperaturas de 1,5°C.

"A COP30 é a COP da verdade", destacou o líder brasileiro, que reafirmou, em diferentes momentos, a urgência da necessidade de financiamento para adaptação e transição energética,

de se afastar de forma planejada e acelerada da dependência dos combustíveis fósseis. "A cúpula de líderes foi bastante positiva porque tocou num ponto que é fundamental, quando a gente discute clima, que é o fim do uso de combustíveis fósseis", afirmou.

O presidente Lula disse que quer ver, no fim da conferência, os países acordando um mapa do caminho, uma espécie de roteiro de como a gente vai fazer a transição, porque ela não vai acontecer da noite para o dia. Como essa transição vai acontecer? Quais países começam primeiro? Qual é a linha de tempo disso, o tamanho do esforço, quanto de financiamento? Esse recado foi fundamental", afirmou o secretário executivo da Observatório do Clima, Márcio Astrini (ABr).

Ainda é impossível mensurar todos os danos do tornado

O ministro da Integração e do Desenvolvimento Regional, Waldez Góes, disse que ainda não é possível mensurar todos os danos causados pelo tornado na cidade de Rio Bonito do Iguaçu (PR), a mais afetada, e em pelo menos outras 11 cidades de região centro-sul paraense. A equipe do governo federal visitou áreas urbanas e rurais para avaliar a extensão do desastre.

Ele disse que, agora, o tempo é de solidariedade e ação para ajudar as pessoas e restabelecer os serviços públicos e privados para reconstruir o que foi destruído. "É preciso apoiar as famílias que estão precisando de assistência de saúde, alimentação e abrigo", afirmou o ministro. De acordo com a Defesa Civil, 90% da área urbana de Rio Bonito do Iguaçu sofreram estragos na infraestrutura. O tornado deixou seis mortos, cinco em Rio Bonito do Iguaçu e uma em Guarapuava, também no Centro-Sul do estado.

Embora ainda não tenha a extensão total do desastre, o ministro defendeu a necessidade de alocação de recursos emergenciais de infraestrutura para retomada dos serviços essenciais. "A minha equipe já pôde medir, por exemplo, a necessidade de pelo menos R\$ 15 milhões para construir uma nova escola e um ginásio".

Ele disse que as equipes do governo federal estão fazendo trabalho em campo para avaliar a quantidade de casas que foram destruídas, e também os outros patrimônios privados e públicos que precisarão de reconstrução. Segundo Góes, a orientação do governo é que as prefeituras devem solicitar recursos de emergência o quanto antes e não apenas depois de ser realizado o balanço total da destruição. O ministro ainda pediu união das três esferas de governo (União, Estado e municípios) para agilizar o atendimento das necessidades das pessoas (ABr).

Abstenção no primeiro dia do Enem 2025 chegou a 27%

O primeiro dia de prova do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem) 2025 teve 27% de abstenção, mantendo uma taxa semelhante à do ano passado (26,6%). A porcentagem é menor do que nos anos de 2023 (28,1%) e 2022 (28,3%). "A abstenção manteve a média e aumentou o número de participantes", disse o ministro da Educação, Camilo Santana, na noite deste domingo (9). Mais de 4,8 milhões de candidatos estavam habilitados a participar do Enem. Ele disse que houve 3.240 participantes eliminados por diferentes irregularidades. "Foi tudo tranquilo", destacou.

O ministro citou que foram eliminados candidatos que não atenderam as orientações dos fiscais, utilizaram materiais impressos, ausentaram-se dos assentos fora do horário permitido, portaram equipamentos eletrônicos ou deixaram o local da prova portando o caderno de questões antes de 30 minutos do final da

aplicação. O ministro informou que o gabarito oficial do primeiro dia de prova deve ser divulgado na próxima quinta-feira (13). Camilo Santana recordou que o exame foi aplicado em 1.805 municípios e envolveu mais de 300 mil pessoas de apoio.

Neste domingo, o exame cobrou questões de múltipla escolha das seguintes áreas do conhecimento: língua portuguesa; literatura; língua estrangeira (inglês ou espanhol); história; geografia; filosofia e sociologia, artes, educação física e tecnologias da informação e comunicação. Foram 90 questões além da redação. O ministro defendeu o tema da redação, sobre as perspectivas acerca do envelhecimento na sociedade brasileira. "Achei que foi um tema muito atual e que exige de todos nós brasileiros um olhar muito cuidadoso, porque o país começou a inverter a sua curva etária, aumentando o número de pessoas idosas" (ABr).

Você não está cansado. Está superestimulado

Renato Dolci (*)

Você não está exausto porque trabalha demais. Está exausto porque nunca mais descansou a própria mente

A sensação de cansaço permanente virou epidemia — e ela não nasce do esforço, nasce do excesso. O corpo pode até aguentar a carga de trabalho por um tempo. O cérebro não aguenta estímulo infinito.

O Brasil lidera o ranking mundial de tempo de tela: 9 horas e 32 minutos por dia conectados (DataReportal 2025). Um adulto médio toca no celular 2.617 vezes por dia (Dscout Research) e troca de tarefa mais de 1.100 vezes durante o expediente (RescueTime). Não chamamos mais isso de comportamento normal. Chamamos de rotina. Mas isso tem outro nome: hiperestimulação crônica.

Efeito prático: a capacidade de foco humano despencou para 47 segundos antes da próxima distração (Gloria Mark – University of California). Sessões de concentração profunda hoje duram em média 3 minutos e 42 segundos antes de serem interrompidas (Microsoft Human Attention Study).

Não é coincidência o crescimento da ansiedade: o Brasil é o país mais ansioso do mundo (OMS, 2024). O cérebro, exposto a estímulos constantes, entra em modo de dopamina artificial, cria tolerância e pede mais — mais notificações, mais vídeos, mais recompensas rápidas. Resultado: você não consegue desligar, mesmo quando está parado.

Essa fadiga não é física. É cognitiva. 75% dos brasileiros dizem sentir "cansaço

mental permanente" (IP-SOS 2024). E, ao contrário do que imaginamos, isso não melhora no descanso.

Pelo contrário: o ócio virou consumo de conteúdo. Descansar deixou de ser pausa e virou rolagem infinita. Em média, passamos 3 horas e 4 minutos por dia só em redes sociais (DataReportal). Isso equivale a 46 dias por ano. Um mês e meio inteiro da sua vida indo para a timeline. Passamos, atualmente, segundo o mesmo relatório, 1/3 do ano no celular. Sim, é assustador.

Enquanto isso, o trabalho perdeu potência. Perdemos 2h40 por dia em trocas de aplicativos e interrupções (Harvard Business Review). 61% admitem checar WhatsApp durante reuniões (Opinium 2024). 35% dizem abrir o celular automaticamente sem perceber (Deloitte). Não é falta de disciplina. É arquitetura tecnológica desenhada para sequestrar atenção. E funciona.

A consequência é invisível, mas brutal: há uma inflação de esforço e uma recessão de resultado. Trabalhamos mais horas, produzimos mais volumes, geramos mais movimento — e entregamos menos pensamento, menos profundidade, menos estratégia. Produtividade não caiu porque as pessoas ficaram preguiçosas. Caiu porque o mundo ficou barulhento demais para pensar.

Não é descanso que falta. É silêncio.

O que você sente não é preguiça. É abstinência de atenção. Seu cérebro nunca mais ficou sozinho. E ele está gritando.

(*) - Cientista político e mestre em Economia, é Diretor de Dados e Analytics da Timelens.



NEGÓCIOS em **PAUTA**
lobato@netjen.com.br

A – Capacidade Intelectual

Cerca de 250 crianças, adolescentes e adultos identificados com superdotação/altas habilidades vão se reunir em Florianópolis entre os próximos dias 15 e 16 para uma série de atividades culturais, intelectuais e sociais. Trata-se do Eital o novo encontro regional da Mensa Brasil, entidade que reúne pessoas com altas capacidades intelectuais no país e representante oficial da Mensa Internacional, principal organização de alto QI do mundo, focado na região Sul do país. Mais informações do evento: (https://www.even3.com.br/eita-571412/).

B – Setor Tecnológico

O ano de 2025 foi um período de grande relevância para o setor tecnológico, marcado por mudanças de comportamento e o desenvolvimento de novos paradigmas criados pela IA. Para explorar esse cenário de imprevisibilidade e as tendências emergentes, a Softtek, empresa global de soluções digitais e TI, realizará a 5ª edição do Softtek Day, evento anual, gratuito e aberto aos interessados. Com o tema "Do imaginário à inovação, o futuro é agora", neste ano o evento será no formato de roda de conversa, e acontece no dia 16 de dezembro, às 17h, com transmissão ao vivo. As inscrições podem ser realizadas no site (https://www.softtek.com/webinar-softtek-day).

C – Corretores Imobiliários

A incorporadora paraense GT Building, referência em empreendimentos de alto padrão e inovação no mercado imobiliário, acaba de lançar uma plataforma gratuita e exclusiva de treinamentos voltada a corretores de imóveis. A iniciativa integra o programa de educação corporativa da empresa e tem como objetivo contribuir para o aprimoramento profissional do setor, oferecendo conhecimento acessível e de qualidade. A plataforma já está disponível e pode ser acessada gratuitamente pelo link: (https://gtexpert.themembers.com.br/convite/curso-gt-linea/01k7s-wc0xqg771hn88w19tz8jz). Para participar, basta realizar o cadastro e iniciar os cursos disponíveis.

D – Fundo Amazônia

A Suíça anunciou, no domingo (9), durante a COP30, em Belém, uma nova doação de 5 milhões de francos suíços, o equivalente a R\$ 33 milhões, ao Fundo Amazônia, mecanismo gerido pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) em parceria com o Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima (MMA). Com esse novo aporte, o país dobra o valor total de suas contribuições, que agora ultrapassam R\$ 60 milhões, reforçando a cooperação com o Brasil na agenda de conservação da floresta e de transição ecológica global.

E – Gestão do Trabalho

Nesta sexta-feira (14), a FecomercioSP, por meio do Conselho de Emprego e Relações do Trabalho, realiza o seminário 'O Mundo do Trabalho na Era dos Algoritmos: Desafios Econômicos e Jurídicos', no auditório da sua sede, em São Paulo, a partir das 9h. Reunirá empresários, gestores, juristas, especialistas em Direito do Trabalho, dirigentes sindicais e pesquisadores para debater como a transformação digital e o uso de algoritmos na gestão estão redefinindo as relações laborais e o mercado de trabalho, trazendo uma nova perspectiva para questões já consolidadas pela legislação.

F – Eventos de Negócios

Campinas vem se consolidando a cada ano como um dos principais destinos de eventos de negócios do Brasil. No primeiro semestre de 2025, a cidade foi a 13ª colocada em reservas, com uma alta de 8,5% na comparação com o mesmo período de 2024. Os dados são da plataforma de reservas Ominbees, que divulgou um levantamento das cidades brasileiras com mais reservas em hotéis entre janeiro de junho. No caso de Campinas, a alta nas reservas está diretamente ligada ao chamado de turismo de negócios e eventos corporativos, que vem em forte expansão ao longo de todo o ano de 2025. Em 2024, por exemplo, a cidade esteve entre os cinco destinos de eventos internacionais no país no ranking global da International Congress and Convention Association (ICCA).

G – Polícia Penal

A Secretaria da Administração Penitenciária (SAP) abriu o concurso da Polícia Penal de São Paulo. O processo visa o provimento de 1,1 mil cargos de policial penal para o sexo masculino. O cargo exige nível superior de escolaridade. As inscrições para o concurso público vão até o dia 8 de dezembro. A remuneração inicial para a um policial penal no Estado de São Paulo é de R\$ 4.695,60. As inscrições devem ser realizadas somente pela Internet, no site do Instituto AOCP: (www.institutoaoep.org.br).

H – Jovens Talentos

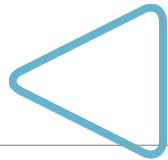
A Libbs Farmacêutica, empresa 100% brasileira, está com inscrições abertas para o Programa Jovens Talentos 2026, iniciativa que forma e capacita novos profissionais com base na Mentalidade de Excelência — filosofia que valoriza o aprendizado contínuo, a ética, a colaboração e o desejo de melhorar sempre. São oferecidas 90 vagas distribuídas entre o modelo presencial, na fábrica da Libbs em Embu das Artes (SP), e o modelo em teletrabalho, com encontros presenciais em São Paulo para a formação teórica. As inscrições podem ser feitas até o dia 16 de novembro, pelo site (https://jovenstalentoslibbs.com.br/).

I – Mulheres na Tecnologia.

Aprender a programar do zero, criar uma primeira página na web e ainda ter apoio de uma comunidade que incentiva a presença feminina na tecnologia. Essa é a proposta do grupo de extensão Code.laces, do Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação (ICMC) da USP, em São Carlos, que está oferecendo 60 bolsas integrais para o curso Front-End: Minha Primeira Página Web. A formação é promovida pela PrograMaria, uma iniciativa que há dez anos transforma o mercado para que mais mulheres e outras pessoas de gêneros minorizados ocupem seus espaços na tecnologia. As inscrições para o processo seletivo das bolsas seguem até dia 12 de novembro e podem ser realizadas neste link: (https://icmc.usp.br/e/u289o).

J – Conexão Imobiliária

O Secovi-SP realiza, no dia 11/11, a primeira edição do Conexão Imobiliária, evento inteiramente redesenhado para refletir sobre as transformações do mercado de compra, venda e locação de imóveis. Com formato dinâmico, programação paralela e foco em integração de profissionais, o encontro acontece no Milenium Centro de Convenções, em São Paulo, das 9 às 20 horas. Inscrições e mais informações: (https://secovi.com.br/evento/conexao-imobiliaria-secovi-sp/).



Todo profissional tem que ser um vendedor?

O vendedor pode trazer a imagem de alguém insistente, focado apenas em bater metas e empurrar um produto a qualquer custo

Mas, e se te dissesse que, em sua essência, todo profissional de sucesso precisa ser um excelente vendedor? Não no sentido de vender uma enorme quantidade de itens ou serviços de forma incômoda ao comprador, mas na forma como gera confiança na relação com a outra parte, pautando-se em uma excelente comunicação que traga resultados enormes que irão além do que apenas o lucro à organização.

Uma venda de sucesso nem sempre é apenas conquistada graças a um baixo custo de um produto ou serviço, mas sim em todo o discurso passado ao potencial comprador, fazendo com que ganhe interesse no item em si e, acima de tudo, ganhe confiança com quem o vendeu. Tudo isso, conduzido em um processo natural e amigável, ao invés de insistente e que não faça sentido às necessidades e perfil do cliente.

Se expandirmos esse comportamento para todo o mercado, fica clara a importância de qualquer profissional saber construir essas relações de confiança não somente com seu público-alvo, mas também com parceiros e stakeholders, como forma de fortalecer possíveis parcerias e fidelização à marca.

Essa visão ganhou força relevante com a pandemia, quando, diante de uma série de impactos nos modelos de trabalho e acordos comerciais, a comunicação clara a distância tornou-se uma das maiores prioridades de todas as empresas e, especialmente, seus líderes, para se fazerem entender com seus times, garantindo tanto o engajamento quanto as operações em dia.

Não à toa, as “100 Melhores Empresas para se Trabalhar na América” (onde a confiança é 60% do critério de avaliação) costumam ter, em média, retornos quatro vezes maiores do que os retornos do mercado mais amplo nos últimos anos, segundo informações do próprio GPTW. Mas, o que favorece a construção dessa confiança, na prática?

Isso pode ser conquistado através de ações simples tomadas no dia a dia de cada profissional, mas que, nem sempre, são lidadas de forma fácil por to-

Thiago Gaudencio (*)

dos. Podemos incluir aqui desde conversas francas com todos, seja a respeito do que está dando certo ou erros encontrados; até atitudes diárias que favoreçam o cumprimento do que foi prometido em suas atribuições. Tudo deve ser pensando sob o prisma de construção de confiança.

Uma boa comunicação envolve uma série de pontos de atenção cruciais para o sucesso da mensagem transmitida, abrangendo o tom de voz de quem fala, clareza em suas palavras, a forma na qual construirá sua linha de raciocínio e como irá pontuar as questões mais importantes a serem entendidas pela outra pessoa. Questões que não são fáceis, mas que fazem muita diferença naqueles que se destacarão em seu setor.

Isso porque, nem sempre, os planos estratégicos conseguem evoluir da forma que gostaríamos. Até porque, todos somos seres humanos imperfeitos que também lidam com uma série de empecilhos e problemas pessoais fora do ambiente de trabalho. Entretanto, quando há essa confiança na relação e transparência na comunicação quanto a qualquer problema ou dificuldade, é possível criar um espaço de segurança psicológica que, certamente, auxiliará no melhor rendimento possível de cada um.

Quando há esse incentivo internamente, há, consequentemente, o desenvolvimento de uma cultura de performance impulsionada pelo apoio contínuo entre todos, de forma que se sintam seguros e engajados a serem cada vez mais produtivos em seus entregáveis, com máxima qualidade. Um lugar onde os profissionais não vendem apenas para cumprir metas, mas se preocupam em como atingir esses objetivos, alinhando os esforços e comunicação nesse sentido.

No fim, um bom vendedor é, também, um bom profissional, não sendo somente aquele que empurra algo, mas que constrói o cenário que deseja conquistar. É quem gera demanda, entende o que está faltando (seja em cliente externo, interno ou em determinada área), como pode se autodesenvolver em conhecimentos técnicos e comportamentais nesse sentido, e planeja como suprir essas lacunas para atingir resultados crescentes.

(*) Headhunter e sócio da Wide Executive Search, boutique de recrutamento executivo focado em posições de alta e média gestão.

Projeto conecta COP30 a saberes populares na capital paulista

Programação gratuita acontece nos dias 13, 14, 15, 20 e 21 de novembro no Museu da Energia de São Paulo e valoriza soluções de comunidades brasileiras e promove vivências culturais

Durante a COP30, em Belém do Pará, o Museu da Energia de São Paulo, da Fundação Energia e Saneamento (FES), realiza uma programação gratuita paralela que evidencia como a transformação climática começa nos territórios. Os eventos ocorrem nos dias 13, 14, 15, 20 e 21 de novembro e são parte do projeto Fazendo a Diferença que conecta o debate global às iniciativas concretas desenvolvidas por comunidades do interior e do nordeste brasileiro, por meio de cinema, oficinas, experiências sensoriais, manifestações culturais e rodas de conversa, trazendo os saberes locais para a capital paulista.

Para Claudinéli Moreira Ramos, presidente do Conselho de Administração da Fundação Energia e Saneamento (FES), dar visibilidade às ações de pequenas comunidades é fundamental para ampliar o debate sobre soluções locais para desafios globais, eixo central da COP30. “O projeto é uma demonstração prática de como a cultura, a arte, a economia criativa e a educação ambiental podem transformar comunidades e preservar o meio ambiente”, afirma.

A iniciativa conta com parcerias de instituições como Sesc, Porto Seguro, organizações culturais e educacionais, coletivos artísticos e lideranças comunitárias.

Festival Fazendo a Diferença

A abertura do festival será no dia 13, quinta-feira, a partir das 10h, com foco em escolas e instituições de ensino. A programação inclui sessões especiais do Cine Fazendo a Diferença, rodas de conversa com educadores que participaram do projeto em diferentes cidades, atividades para estudantes e professores e visitas guiadas com enfoque em sustentabilidade.

Nos dias 14 e 15, sexta e sábado, das 10h às 17h, o festival ganha caráter comunitário e imersivo. Aberto ao público geral, oferece vivências culturais e sensoriais que valorizam os territórios do interior e do Nordeste, com área de alimentação com comidas típicas, shows no jardim do museu, exibição de relatos inspiradores no Cine Fazendo a Diferença e feira de economia criativa com artesanato e produtos naturais. Painéis visuais e visitas guiadas com abordagem socioambiental complementam a experiência.



Projeto Fazendo a Diferença.

Oficinas

Já nos dias 20 e 21, quinta e sexta, das 10h às 17h, o foco será a prática da educação socioambiental. O público poderá participar de oficinas de compostagem doméstica, sabão ecológico, hortas urbanas em pequenos espaços, criação artística com materiais recicláveis e elementos da natureza, além de uma formação para educadores sobre como trabalhar a temática ambiental em sala de aula. Um jardim sensorial e sessões contínuas do Cine Fazendo a Diferença ampliam a imersão ao longo do dia.

Toda a programação estará conectada, em tempo real, à COP30. Serão realizadas lives e transmissões com convidados diretamente da conferência, além da exibição de boletins informativos e conteúdos especiais sobre os temas centrais debatidos no encontro global.

Museu da Energia de São Paulo

Endereço: Alameda Cleveland, 601, Campos Elíseos, São Paulo
saopaulo@museudaenergia.org.br
Funcionamento: Quinta a sábado, 10h às 17h (bilheteria até às 16h)
Entrada: Gratuita
Festival Fazendo a Diferença

Foco em Escolas e Entidades Educacionais

Data: 13 de novembro
Horário: a partir das 10h

Foco no Território, Comunidade e Público Geral

Data: 14 e 15 de novembro
Horário: das 10h às 17h

Oficinas Fazendo a Diferença

Atividades práticas com foco socioambiental e educativo
Data: 20 e 21 de novembro
Horário: das 10h às 17h
Ações: Compostagem Doméstica, Sabão Ecológico, Hortas Urbanas, Arte e Natureza, Oficina de Educação Ambiental para Educadores, Jardim Sensorial e Sessões do Cine Fazendo a Diferença.

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL

3º Subdistrito - Penha de França Dr. Mario Luiz Migotto - Oficial Interino

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **RANDERSON ALVES ANDRADE**, profissão: ator, estado civil: solteiro, naturalidade: Embu-Guaçu, SP, data-nascimento: 01/09/1990, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Roberto Andrade de Medeiros e de Lusimar Alves Leite. A pretendente: **ANDRESSA SILVA SOUZA MAGALHÃES**, profissão: maquiadora, estado civil: divorciada, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 26/05/1980, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Mauricio Magalhães e de Vilma da Silva Souza Magalhães.

O pretendente: **ALEXANDRE AUGUSTO DE OLIVEIRA DA FONSECA**, profissão: técnico de instalação, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 19/08/1992, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Gilberto Silva da Fonseca e de Marlene Oliveira de Faria. A pretendente: **PRISCILA TORRES**, profissão: autônoma, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 03/12/1983, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Vagner Alvares Torres e de Tereza Niemietz Alvares Torres.

O pretendente: **ARNALDO CASAGRANDE**, profissão: operador de CFTV, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 10/07/1981, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de José Carlos Aparecido Casagrande e de Zilda Gomes Casagrande. A pretendente: **ANDRESSA DA SILVA LIMA**, profissão: administradora, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 08/09/1989, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Carlos da Silva Lima e de Maria Lucia de Fatima Sousa da Silva.

O pretendente: **MARCIO ROBERTO ALVES DE LIMA**, profissão: porteiro, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 27/02/1988, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Elvira Aparecida Alves de Lima. A pretendente: **KATIUSCIA MEDEIROS DUARTE**, profissão: agente de crédito, estado civil: solteira, naturalidade: Porto Alegre, RS, data-nascimento: 16/05/1985, residente e domiciliada em Florianópolis, SC, filha de Paulo Rene Duarte e de Maribel Duarte.

O pretendente: **KAÍQUE IENGO MARINHO**, profissão: autônomo, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 16/01/1996, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Clayton Rodrigues Marinho e de Adriana Aparecida Iengo Marinho. A pretendente: **GABRIELA NOGUEIRA DA COSTA**, profissão: jornalista, estado civil: solteira, naturalidade: Osasco, SP, data-nascimento: 16/02/1994, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Luiz Carlos da Costa e de Sandra Regina Nogueira.

O pretendente: **NAILTON SANTOS DE ALMEIDA**, profissão: agricultor, estado civil: solteiro, naturalidade: Valença, BA, data-nascimento: 01/10/1999, residente e domiciliado em Piracicaba, SP, filho de Jorge Santos de Almeida e de Maria Nair Santiago Santos. A pretendente: **ESTHEFANNE SILVA SANTOS**, profissão: secretária, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 11/02/2001, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Sabino Gonçalves dos Santos e de Ester Duarte da Silva Santos.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local
Jornal Empresas & Negócios

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL

33º Subdistrito - Alto da Mooca ILZETE VERDERAMO MARQUES - Oficial

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **JÚLIO CÉSAR FERREIRA LIMA**, estado civil solteiro, filho de Marcelino de Sousa Lima e de Joselia Ferreira Lima, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **KEILA APARECIDA PEDROSO MARTINS**, estado civil solteira, filha de Pedro Martins de Sousa e de Terezinha Pedroso Martins, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **VINICIUS GARCEZ DE LIMA**, estado civil solteiro, filho de Apolonio Felix de Lima Neto e de Leonice Martinz Garcez de Lima, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. A pretendente: **NATALIA FERNANDA DE MOURA**, estado civil solteira, filha de Tadeu Aparecido de Moura e de Marly Maria da Silva, residente e domiciliada no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP.

O pretendente: **OTÁVIO AUGUSTO TORRES**, estado civil solteiro, filho de João Antero Torres e de Iraci dos Santos Torres, residente e domiciliado no Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP. O pretendente: **OTÁVIO AUGUSTO DE OLIVEIRA**, estado civil solteiro, filho de Wanderley Fausto de Oliveira e de Helena Alves de Oliveira, residente e domiciliado na Mooca, nesta Capital - São Paulo - SP. Obs.: O pretendente Otávio Augusto Torres é residente à Rua Madre de Deus, nº 536, Alto da Mooca, neste subdistrito - São Paulo - SP e o pretendente Otávio Augusto de Oliveira é residente à Avenida Paes de Barros, nº 1236, Mooca, nesta Capital - São Paulo - SP. Em razão da revogação do parágrafo 4º do Artigo 67, da Lei 6015/77, pelo Artigo 20, Item III, alínea "b" da Lei 14.382/22, deixo de encaminhar Edital de Proclamas para afixação e publicidade ao Cartório de residência do pretendente Otávio Augusto de Oliveira.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local
Jornal Empresas & Negócios

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL

DE PESSOAS NATURAIS 15º Subdistrito - Bom Retiro Amanda de Rezende Campos Marinho Couto - Oficial

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **MARCOS SILVA DOS SANTOS**, nascido nesta Capital, Ipiranga, SP, no dia 28/03/1960, profissão empresário, estado civil divorciado, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de José Evangelista dos Santos e de Noemia Silva dos Santos. A pretendente: **SONIA CRISTINA MOURA QUINTINO**, nascida nesta Capital, Belenzinho, SP, no dia 11/06/1962, profissão padeira artesanal, estado civil divorciada, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Ely Quintino e de Elza de Moura Quintino.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local
Jornal Empresas & Negócios

IA aplicada aos negócios se torna condição para crescer em 2026

Especialistas apontam que empresas que ainda veem a IA como ameaça correm o risco de perder espaço em um mercado movido por dados e automação

A inteligência artificial (IA) já não é mais uma promessa de futuro, mas um componente essencial para a competitividade empresarial. Segundo relatório da consultoria McKinsey, 72% das companhias globais já adotam algum tipo de solução de IA em seus processos. No Brasil, levantamento da Associação Brasileira das Empresas de Software (ABES) indica que 98% das empresas planejam investir em automação inteligente até o fim de 2025. Os números evidenciam um ponto de virada, não há mais espaço, em 2026, para organizações que ainda enxergam a IA como uma ameaça.

“É impossível prosperar em um cenário de negócios que muda a cada minuto, mantendo a mentalidade de que a IA vai substituir pessoas. A inteligência artificial não elimina o fator humano, ela amplia a capacidade de entrega das equipes e cria tempo para o que realmente gera valor”, afirma Rafael Franco, CEO da Alphacode, empresa de tecnologia especializada no desenvolvimento de aplicativos e plataformas digitais.

A Alphacode tem aplicado inteligência artificial



em soluções desenvolvidas para diferentes setores, como food service, saúde e fintechs. Nos aplicativos criados pela empresa, os algoritmos analisam padrões de comportamento e ajustam automaticamente o conteúdo exibido ao usuário, recomendando produtos, personalizando ofertas e antecipando demandas. No setor de alimentação, por exemplo, a IA é utilizada para prever picos de pedidos, sugerir cardápios conforme o histórico de consumo e reduzir o desperdício logístico.

Em plataformas financeiras, a tecnologia ajuda a identificar transações suspeitas e a personalizar a jornada do usuário, ajustando limites, taxas e notificações com base em dados de uso.

Já na área da saúde, os sistemas inteligentes da Alphacode facilitam o agendamento automatizado de consultas e o acompanhamento do histórico médico, tornando a experiência mais fluida e precisa.

Para Franco, a IA se tornou o motor da eficiência operacional e da experiência digital. “A inteligência artificial já é parte do DNA das empresas mais competitivas. Quando bem aplicada, ela reduz custos, antecipa gargalos e melhora a tomada de decisão. Mas isso exige uma mudança de mentalidade. Quem ainda acredita que pode crescer sem IA está, na prática, abrindo espaço para quem já a domina”, diz.

A integração de IA em aplicativos empresariais

vai além da automação de tarefas. Ela permite cruzar grandes volumes de dados, identificar padrões de consumo e oferecer experiências hiperpersonalizadas. Segundo a IBM, 42% das empresas brasileiras que utilizam IA relatam aumento direto na produtividade e redução de erros operacionais.

Franco reforça que o segredo está no equilíbrio entre tecnologia e propósito. “A IA deve servir para facilitar a vida das pessoas e tornar os negócios mais inteligentes. É uma ferramenta de apoio, não de substituição. As empresas que entenderem isso antes de 2026 estarão à frente em inovação, eficiência e relevância”, conclui.

O uso estratégico da inteligência artificial, portanto, deixou de ser opcional. Em um mercado onde agilidade, previsibilidade e personalização definem o sucesso, resistir à transformação digital é perder competitividade. Para empresas que buscam prosperar no próximo ciclo econômico, adotar IA não é mais sobre acompanhar tendências, mas sobre garantir sobrevivência e crescimento sustentável.

Quando o normal vira alerta: o custo invisível da hipertensão nas empresas

Alexandre Vieira (*)

O que durante décadas simbolizava saúde perfeita agora acende um sinal de alerta. A nova Diretriz Brasileira de Hipertensão Arterial 2025, publicada pela Sociedade Brasileira de Cardiologia (SBC) em parceria com a Sociedade Brasileira de Hipertensão (SBH) e a Sociedade Brasileira de Nefrologia (SBN), reclassificou como pré-hipertensão os níveis de 120/80 mmHg a 139/89 mmHg, o antigo “normal alto”.

A atualização, alinhada às novas recomendações da American Heart Association (AHA), redefine o que é considerado ideal e amplia o número de pessoas que precisam de atenção médica e monitoramento. Estamos diante de uma mudança de paradigma. Pessoas que antes eram consideradas saudáveis agora fazem parte de um grupo que exige vigilância precoce e mudança de estilo de vida, e essa revisão reforça o valor do diagnóstico antecipado e da prevenção estruturada.

A hipertensão arterial deixou de ser um problema de gerações mais velhas e passou a se manifestar cada vez mais cedo. Uma análise conduzida pela Funcional, com base em 1,2 milhão de vidas ativas em seu Benefício Farmácia, mostra que 27% dos colaboradores em uso de medicamentos para controle da pressão arterial têm entre 30 e 40 anos, representando um aumento de 20% em apenas um ano.

O fenômeno revela uma tendência clara: estamos mapeando o risco cardiovascular mais precocemente para adultos jovens, impulsionado por uma série de possíveis causas, como estresse corporativo, longas jornadas, sono irregular e alimentação inadequada. Trata-se de um desafio silencioso, mas com alto impacto econômico. O controle da hipertensão não é apenas uma questão clínica, é um tema de sustentabilidade e produtividade.

O custo invisível do não controle

As doenças cardiovasculares seguem entre as principais causas de internações e afastamentos no Brasil. A sinistralidade média das operadoras médico-hospitalares chegou a 82,2% em 2024, segundo a Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), pressionando diretamente os reajustes dos planos empresariais.

Grande parte desses custos é gerada por condições evitáveis, como o acidente vascular cerebral (AVC), uma das consequências mais graves da hipertensão não controlada. Ele é a ponta mais visível de um problema que começa antes, e pode ser prevenido com acompanhamento médico e adesão ao tratamento. De acordo com o “Estudo econômico sobre o tratamento dos casos de acidente vascular cerebral no Brasil: revisão integrativa”, o custo médio de uma internação por AVC ultrapassa R\$55 mil em hospitais privados, e as sequelas costumam resultar em meses de afastamento e queda de produtividade.

Por outro lado, pacientes hipertensos que mantêm a pressão arterial controlada reduzem o risco de AVC em até 50% e o de infarto em cerca de 40%, o que significa menos internações, menos afastamentos e maior produtividade. A prevenção, nesse contexto, é um investimento com retorno mensurável, não um custo adicional.

A nova diretriz amplia o papel das empresas na promoção da saúde. Organizações que implementam check-ups baseados em dados, monitoram a adesão medicamentosa e incentivam programas de bem-estar contínuos passam a atuar antes da doença, onde o impacto é maior e o custo, menor.

Quando a empresa apoia o colaborador no cuidado com a própria saúde, ela fortalece vínculos, reduz custos e constrói um ciclo sustentável de cuidado.

(*) Diretor Médico da Funcional.

ABASTECE AÍ PARTICIPAÇÕES S.A.

CNPJ 48.983.336/0001-48 - NIRE 3530066957

Ata de Assembleia Geral Extraordinária

Data, Hora e Local: 01 de outubro de 2025, às 11 horas, na sede social. **Mesa:** Roberto Rubio Potzmann - Presidente; Tatiana Cirqueira Feltosa - Secretária. **Ordem do Dia e Deliberações:** 1. alterar o objeto social da Sociedade, que passará a empreender as seguintes atividades: (i) atividades de intermediação e agenciamento de serviços e negócios em geral, exceto imobiliários; (ii) atividades de processamento de dados, gestão de bancos de dados de terceiros, serviços de entrada de dados para processamento; (iii) atuar como clube de benefícios automobilísticos, permitindo o aproveitamento de benefícios e serviços por seus usuários, incluindo mas não se limitando a, conceder descontos vinculados ao clube; e (iv) a participação em outras sociedades como sócia ou acionista. 2. aprova a alteração da redação do Artigo 3º do Estatuto Social, descrito na íntegra desta ata. 3. reformar e consolidar o Contrato Social, que passará a vigorar com a nova redação conforme Anexo I. Esta ata foi lida, aprovada e assinada pelos presentes. A íntegra da ata está publicada no endereço eletrônico deste jornal nesta data. Registro JUCESP nº 383.356/25-8, em 12/10/2025. Marina Centurion Dardani, Secretária Geral.

ULTRA MOBILIDADE S.A.

CNPJ nº 47.170.439/0001-26 - NIRE: 35300668197

Ata de Assembleia Geral Extraordinária

Data, Hora e Local: 21 de julho de 2025, às 10 horas, na sede social. **Mesa:** Alexandre Mendes Palhares - Presidente; Denize Sampaio Bicudo - Secretária. **Ordem do dia e Deliberações:** 1. Aprova o aumento do capital social da Companhia no montante de R\$ 2.600.000,00, passando o capital social de R\$ 9.517.308.738,00 para R\$ 9.519.908.738,00, mediante a emissão de 2.600.000 ações ordinárias, nominativas e sem valor nominal, ao preço de emissão de R\$1,00 cada, totalmente subscritos neste ato pela Ultrapar Participações S.A., conforme Boletim de Subscrição (Anexo II). 2. Aprova a alteração da redação do Artigo 5º do Estatuto Social, descrito na íntegra desta ata. Esta ata foi lida, aprovada e assinada pelos presentes. A íntegra da ata está publicada no endereço eletrônico deste jornal nesta data. Registro JUCESP nº 383.002/25-4, em 23/10/2025. Marina Centurion Dardani, Secretária Geral.

Filóo Licenciamento de Software S.A.

CNPJ 13.509.469/0001-00 - Proc. nº 1125253-06.2022.8.26.0100

COMUNICADO AOS ACIONISTAS

Em razão de ordem judicial no processo acima, foram penhoradas as ações de titularidade do acionista Alexandre Dias de Souza (1.345 ações, 1,614% do capital social da Filóo). O Juízo determinou a apresentação de Balanço Especial e a verificação de preferência da comunidade acionária. Todavia, conforme o Balanço Especial (31/08/2025) e as Notas, o valor da Companhia é negativo e, por consequência, as respectivas ações têm valor “zero”. Diante disso, não se mostra viável oferecer a preferência. Comunicaremos tal circunstância ao Juízo da causa e, tão logo haja posicionamento, os acionistas serão atualizados. Síntese do Balanço Especial (31/08/2025): • PL - R\$ 17.413.367,67 (negativo); • AFAC (Passivo Não Circulante): R\$ 24.279.000,00; • Capital social (subscrito): R\$ 10.911.606,26 (-); a integralizar: R\$ 250.000,00; • VPA (art. 861/CPC): R\$ 0,00 por ação. Contato: financeiro@filoo.com.br (cc: rubem@filoo.com.br, marcos@filoo.com.br) São Paulo, 10/11/2025. Rubem Ariano Crespo Neto - CEO e Diretor Presidente. Filóo Licenciamento de Software S.A.

Edital de Intimação Prazo 20 dias. Proc. nº 0001953 87.2023.8.26.0100. O Dr. Sergio Serrano Nunes Filho, Juiz de Direito da 11ª VC do Foro Central da Comarca da Capital/SP, Faz Saber a **Oswaldo de Miranda Barbosa** (CPF nº 009.739.628-10), seu cônjuge **Maria Aparecida Lanza Barboza** (CPF nº 066.664.488-80) e terceiros interessados, expedido com prazo de 20 dias, que, por este Juízo e respectivo cartório, processam-se os autos do Cumprimento de Sentença instaurado por **Momentum Empreendimentos Imobiliários Ltda.** Encontrando-se o Executado e seu cônjuge em lugar incerto e não sabido, foi determinada sua intimação, por edital, quanto ao bloqueio de valores via sistema SISBAJUD (R\$ 35,60, vide fls. 79-80) e quanto à penhora do lote 18 da Quadra PY do empreendimento Terras de Santa Cristina - Gleba VII, objeto da matrícula nº 40.974 do Cartório de Registro de Imóveis de Avaré/SP, do qual foi nomeado depositário Oswaldo de Miranda Barbosa. O depositário não pode abrir mão do bem depositado sem expressa autorização deste Juízo, observadas as consequências do descumprimento das obrigações inerentes. Nada Mais. Transcorrido o prazo de leitura, inicia-se o prazo de 15 dias úteis para que, independentemente de penhora ou nova intimação, apresentem nos autos, sua impugnação. Será o edital, afixado e publicado na forma da lei. São Paulo, 29 de Agosto de 2025.



TRANSPARÊNCIA

A TRANSPARÊNCIA DA EMPRESA GERA CONFIANÇA AOS LEITORES. POR ISSO, AS PUBLICAÇÕES LEGAIS NOS JORNAIS SÃO ESSENCIAIS PARA A SEGURANÇA JURÍDICA.

AFINAL, O JORNAL É LEGAL.





Fórum da Autorregulação do Mercado Publicitário



ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS AGÊNCIAS E VEÍCULOS ESPECIALIZADOS EM PUBLICIDADE LEGAL



JORNAIS DO INTERIOR

Edital de Citação prazo de 30 dias. Processo Nº 0704407-65.2011.8.26.0020 O MM. Juiz de Direito da 7ª VC, do Foro Regional XII - Nossa Senhora do Ó, Estado de SP. Dr. Rodrigo de Oliveira Cavalho, na forma da Lei, etc. Faz Saber a **José da Silva Neves**, CPF 076.298.158-08, que lhe foi proposta uma ação de Procedimento Sumário por parte de **Momentum Empreendimentos Imobiliários Ltda.**, alegando em síntese: Cobrança no valor de R\$ 14.048,46, referente às taxas de conservação do lote 24 da quadra “BF” do empreendimento Terras de Santa Cristina - Gleba I. Encontrando-se o réu em lugar incerto e não sabido, foi determinada a sua Citação, por Edital, para os atos e termos da ação proposta e para que, no prazo de 15 dias, que fluirá após o decurso do prazo do presente edital, apresente resposta. Não sendo contestada a ação, o réu será considerado revel, caso em que será nomeado curador especial. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. NADA MAIS. SP, aos 25/09/2025.

Edital de Citação prazo de 20 dias. Processo Nº 1015218-24.2024.8.26.0127 O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 4ª VC, do Foro de Carapicuíba, Estado de SP, Dr(a). Marília Bonafe Froment, na forma da Lei, etc. Faz Saber a(o) **Reinaldo Baptista Da Silva** CPF: 070.***.***-72, que lhe foi proposta uma ação de Procedimento Comum Cível por parte de **Momentum Empreendimentos Imobiliários Ltda.**, referente às taxas devidas e não quitadas. Encontrando-se a ré em lugar incerto e não sabido, foi determinada a sua Citação, por Edital, para os atos e termos da ação proposta e para que, no prazo de 15 dias, que fluirá após o decurso do prazo do presente edital, apresente resposta. Não sendo contestada a ação, o réu será considerado revel, caso em que será nomeado curador especial. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. Nada Mais. Dado e passado nesta cidade de Carapicuíba, aos 06 de novembro de 2025.

Edital de Intimação prazo de 20 dias. Processo Nº 0004272-67.2024.8.26.0011 O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 5ª VC, do Foro Regional XI - Pinheiros, Estado de SP, Dr(a). Marco Antonio Chazaine Pereira, na forma da Lei, etc. Faz Saber a **ALFREDO FERREIRA**, CPF 028.425.438-07, que por este Juízo, tramita de uma ação de Cumprimento de sentença, movida por **Momentum Empreendimentos Imobiliários Ltda.** Encontrando-se o réu em lugar incerto e não sabido, nos termos do artigo 513, §2º, IV do CPC, foi determinada a sua intimação por Edital, quanto à penhora que recaiu sobre o lote 28 da quadra AS do empreendimento Terras de Santa Cristina - Gleba VI, objeto da matrícula nº 41.283 do CRI de Avaré/SP, bem como de que poderá, no prazo de 15 dias a partir do decurso do prazo do presente edital, apresentar impugnação. NADA MAIS. Será o presente edital publicado na forma da lei. NADA MAIS. Dado e passado nesta cidade de São Paulo, aos 23 de outubro de 2025.

Edital de Intimação prazo de 20 dias. Processo Nº 0003861-29.2016.8.26.0003 O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 3ª VC, do Foro de Santo Amaro/SP, Estado de SP, Dr(a) Laurence Mattos, na forma da Lei, etc. Faz Saber a **Sebastião Bonifácio**, CPF 898.886.858-72, que por este Juízo, tramita de uma ação de Cumprimento de sentença movida por parte de **Momentum Empreendimentos Imobiliários Ltda.** Encontrando-se o réu em lugar incerto e não sabido, foi determinada a sua Intimação, por Edital, da Penhora que recaiu sobre seu(s) bem (direitos aquisitivos sobre o lote 23 da quadra FI do empreendimento Ninho Verde - Gleba II), bem como da avaliação, conforme termo/auto de penhora ou certidão da ARISP disponível para consulta na internet. Fica advertido(a) de que poderá oferecer impugnação no prazo de 15 (quinze) dias úteis (artigos 513, caput e 917, § 1º do CPC), iniciando-se a contagem após o decurso do prazo de 20 dias deste edital. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. NADA MAIS. Dado e passado nesta cidade de São Paulo, aos 30 de setembro de 2025.

Edital de Citação prazo de 20 dias. Processo Nº 1112026 78.2024.8.26.0002. O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 3ª VC, do Foro de Santo Amaro/SP, Estado de SP, Dr(a) Fabiana Fehrer Recasens, na forma da Lei, etc. Faz Saber a(o) **MITIE YONEKURA** CPF: 268.001.748-07, **YURIE TAO**, CPF: 199.813.259-53 e **KASUE TAO**, CPF: 257.576.548-05, que lhe foi proposta uma ação de Procedimento Comum Cível por parte de **Momentum Empreendimentos Imobiliários Ltda.**, referente às taxas de conservação no valor de R\$ 34.561,75, devidas e não quitadas. Encontrando-se a(s) ré(s) em lugar incerto e não sabido, foi determinada a sua Citação, por Edital, para os atos e termos da ação proposta e para que, no prazo de 15 dias, que fluirá após o decurso do prazo do presente edital, apresente resposta. Não sendo contestada a ação, o réu será considerado revel, caso em que será nomeado curador especial. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei. Nada Mais. SP, 30 de Outubro de 2025.



Quando a tecnologia trava a inovação?

A tecnologia deveria ser um dos maiores motores da inovação, mas, ao invés disso, em muitas empresas, acaba se tornando um freio deste desenvolvimento. Em uma era intensa de transformações digitais, a corrida desenfreada pelo destaque competitivo impulsiona o investimento massivo desses recursos, muitas vezes, sem inteligência ou real conhecimento de como funcionam. E, o que acontece quando essa adoção é puramente reativa e carece de profundidade estratégica? A tecnologia, ao invés de alavancar, passa a travar a inovação.

Para entendermos melhor essa correlação, vamos utilizar o exemplo da inteligência artificial, um dos recursos que mais vem se destacando nesse sentido. Segundo uma pesquisa da McKinsey, a adoção de IA subiu de 55% para 72% globalmente entre 2023 e 2024. No Brasil, outro estudo da IDC apontou que 58% das empresas nacionais já utilizam esse recurso, além de 32% que se consideram preparadas para aproveitá-las nos próximos dois anos.

Essa virou uma das tecnologias mais presentes em nosso cotidiano, em soluções amplamente utilizadas pela população como o ChatGPT, Gemini e demais ferramentas de conversação. Mas, e se disséssemos que os exemplos acima não são, de fato, inteiramente desenvolvidos com base na IA? São classificados, na verdade, como modelos de linguagem de grande porte (LLM), os quais se utilizam de deep learning e redes neurais para processar e gerar linguagem natural.

Outro ponto crucial que poucos se questionam é a origem dos dados compartilhados por essas ferramentas. Muitos deles captam as informações provenientes das plataformas melhor ranqueadas nos buscadores online – porém, até que ponto são, realmente, verídicas e confiáveis? Tudo que está disponível online nesses sites pode ser totalmente acreditado? Quem os inseriu, e de onde também os capturaram?

Falta esse senso crítico quanto ao entendimento do que é, ou não, uma inteligência artificial, assim como a veracidade de tudo que é compartilhado por essas redes neurais. Sem esse olhar e critérios rigorosos, sua adoção massiva pela ansia em também contar com benefícios de uma IA poderá, certamente, gerar muito mais uma dependência perigosa do que um investimento inteligente e vantajoso ao crescimento corporativo.

Imagine esse movimento desenfreado dentro de cada vez mais organizações ao redor do mundo, direcionando essa tecnologia nos processos internos na busca por um maior lucro, destaque competitivo, e demais conquistas que elevem a imagem e reputação da marca em seu segmento. Ao invés de se tornar um apoiador fundamental nessa prosperidade, tenderá, na verdade, a engessar um planejamento realmente estratégico, assim como in-

Alexandre Pierro (*)

tensificar uma dependência tecnológica sem nenhuma geração de valor.

Comisso, ao invés de entendermos a tecnologia como um copiloto do ser humano, de forma que impulse nossa criatividade e desenvolvimento de produtos e serviços inovadores, muitas vezes, ela assume um protagonismo por completo nas tarefas de diversos profissionais, de forma que tome todas as decisões sozinha do que deve ser feito e, com isso, elevando os riscos de engessar processos e métodos que poderiam melhorar a eficácia das operações.

Para evitar esses riscos de utilizar a tecnologia como substituta do pensamento crítico e criatividade de cada um de nós, é essencial que, antes de tudo, haja um maior entendimento de que forma cada recurso realmente funciona, até que ponto suas informações são 100% verídicas e qual a melhor forma de explorá-los a favor de um melhor desempenho e produtividade. É como se fosse o copiloto de um avião: nunca irá comandar totalmente a aeronave, mas apoiar em um voo seguro que chegue ao destino.

Faça, também, diagnósticos periódicos nas empresas, em termos de cultura corporativa, aplicando métricas direcionadas a esse sentido que sinalizem de que forma os times estão compreendendo os pontos acima e o que ainda pode ser melhorado para que consigam gerar valor com as ferramentas investidas. A gestão de conhecimento é parte fundamental para o máximo proveito de cada tecnologia, de forma que as equipes saibam como manusear soluções disruptivas entendendo seu papel como auxiliaadoras, e não que substituirão o trabalho humano.

Ter tempo de qualidade fora das telas é outro fator importante. O brasileiro passa, em média, mais de nove horas navegando na internet, segundo dados da pesquisa Consumer Pulse, o que não apenas pode agravar transtornos mentais como a ansiedade, mas também prejudicar nosso poder criativo. Quanto mais tempo de ócio desconectados tivermos, maior será o descanso de nossas mentes e, consequentemente, as chances de termos ideias inovadoras.

O fato da tecnologia poder travar a inovação não é uma crítica às ferramentas digitais em si, mas sim à falta de entendimento e estratégia quanto a seus funcionamentos e aplicações. O futuro da inovação não será definido por quem investe mais em hardwares ou softwares robustos, mas sim por quem conseguir integrar a digitalização com real geração de valor. Em uma comparação, a tecnologia é como se fosse o motor de um veículo, e a estratégia o mapa. Sem este último, o motor apenas nos fará andar em círculos.

(*) Mestre em gestão e engenharia da inovação, engenheiro mecânico, bacharel em física e especialista de gestão da PALAS, consultoria pioneira na implementação da ISO de inovação na América Latina.

Três motivos para criar sua própria agência de IA

Com o mercado em alta, soluções permitem criar modelos para atuar desde o atendimento ao cliente até a gestão de processos e suporte técnico

O mercado de Inteligência Artificial (IA) vem se tornando um novo eixo de crescimento econômico do mundo digital. Estimativas indicam que o setor deve movimentar mais de US\$ 400 bilhões até 2027, segundo projeções internacionais, impulsionado pela corrida de empresas por automação inteligente e soluções sob medida. Até 2031, a IA deve se consolidar como uma indústria trilionária, de acordo com levantamento do Stocklytics.com.

Mas, enquanto gigantes da tecnologia disputam espaço no topo, um outro movimento ganha força na base. Estamos falando do surgimento de agências de IA, pequenas estruturas formadas por profissionais independentes, consultores e criadores digitais que estão aprendendo a construir, treinar e vender agentes inteligentes personalizados para empresas de todos os portes.

“Com a ascensão dos agentes inteligentes, nunca foi tão fácil estruturar uma operação lucrativa no setor de IA, mesmo sem um background técnico”, explica Jennifer Calvi, Head de Produto e Negócios da Irrah Tech. “Empreendedores digitais, consultores e agências estão descobrindo que é possível transformar conhecimento em produtos automatizados, e isso abre um novo mercado, criando novas fontes de receita”.

Plataformas como o GPT Maker, por exemplo, desenvolvido pelo grupo paranaense Irrah Tech, permitem que qualquer pessoa, mesmo sem experiência em programação, crie e gerencie múltiplos agentes de IA voltados para atendimento ao cliente, capacitação corporativa, estratégias de marketing ou suporte técnico. Na prática, é como se cada negócio pudesse ter um exército de assistentes virtuais es-



pecializados, treinados na sua linguagem, com os seus dados e propósito.

Calvi destaca que “a ferramenta opera como um ecossistema completo de gestão, personalização e venda de agentes de IA. As aplicações vão de treinamentos internos até campanhas de influência digital, em um modelo que combina escalabilidade e personalização, duas palavras que definem o estágio atual da revolução da IA”.

A Irrah Tech, com sede no Paraná, nasceu voltada para o varejo e o e-commerce, mas hoje amplia sua atuação para empresas que buscam autonomia tecnológica e querem reduzir a dependência de equipes humanas em tarefas repetitivas como serviços e varejo ou até mesmo que têm ou desejam criar uma agência para atuar com IA.

“Ao criar uma agência de IA, o profissional não oferece apenas consultoria, ele cria soluções replicáveis, que podem ser escaladas e adaptadas a diferentes clientes”, afirma Jennifer. “É um novo modelo de negócio, que combina automação e propriedade intelectual.”

A ideia reflete uma mudança estrutural: se antes o diferencial competitivo estava em dominar o código, hoje está em dominar a lógica da aplicação, entender onde a IA pode gerar valor e como

fazê-la conversar com os sistemas e fluxos já existentes.

“No fundo, trata-se de um movimento maior. A IA deixa de ser uma promessa de automação e passa a criar novos ofícios, novos tipos de empreendedores e uma nova economia criativa baseada em algoritmos”, reforça.

O que antes parecia ficção científica começa a ganhar estrutura de mercado e, talvez, no futuro, cada agência digital tenha também o seu “time” de agentes inteligentes, tão importante quanto o time humano que os programa.

A seguir, três razões apontadas pela especialista para considerar criar sua própria agência de inteligência artificial um modelo de negócio que promete unir autonomia, escala e inovação.

1) Custo-benefício competitivo - Montar uma agência de IA é mais acessível do que parece. O custo de operação é baixo, especialmente quando se trabalha com plataformas prontas e escaláveis, que oferecem agentes como produtos recorrentes.

“O investimento inicial é reduzido e o retorno vem da possibilidade de replicar soluções com alto valor agregado”, destaca Jennifer. Em outras palavras, o empreendedor não precisa de uma

equipe de programadores, apenas de visão de mercado.

2) Escalabilidade garantida - Enquanto uma consultoria tradicional depende da disponibilidade do consultor, uma agência de IA pode crescer de forma exponencial. Os agentes criados podem ser replicados, adaptados a diferentes empresas e atualizados sem necessidade de intervenção técnica.

Alógica é de startup, isto é, construir uma solução uma vez e multiplicá-la. Isso permite que profissionais independentes e pequenas empresas atuem em larga escala, atendendo a nichos específicos com agilidade.

3) Integração com ferramentas existentes - Um agente de IA eficaz não atua isoladamente, ele se conecta aos sistemas já usados por empresas e clientes, como WhatsApp, CRMs, plataformas de automação e e-mail marketing.

A integração é o que transforma automação em inteligência: “O GPT Maker foi desenvolvido para se conectar com diversas ferramentas do mercado, ampliando a eficiência e a personalização dos atendimentos”, diz Jennifer.

À medida que a tecnologia se torna parte do cotidiano empresarial, criar uma agência de IA deixa de ser uma promessa e se torna uma oportunidade real de negócio.

“Mais do que uma tendência, é o início de um novo setor, em que cada agente inteligente pode representar um novo produto, um novo serviço e, sobretudo, um novo mercado nascendo dentro das máquinas”, conclui.

Por que o mercado de eventos precisa de transparência

Com 94% dos fornecedores formados por micro e pequenas empresas, o estudo aponta até oito camadas de intermediação em eventos de médio porte. A Celebrar propõe rastreabilidade e automação como saída para equilibrar a cadeia

Um estudo conduzido por Camila Florentino, fundadora da startup Celebrar, identificou que 94% dos fornecedores do setor de eventos são micro e pequenas empresas e que um único evento de médio porte pode envolver até oito camadas de intermediação antes que o pagamento chegue ao profissional final.

O dado ainda expõe um gargalo estrutural, trata-se da pulverização da cadeia de suprimentos que, na prática, reduz margens, fragiliza pequenos empreendedores e cria distorções entre o valor contratado e o efetivamente recebido.

Camila lembra um caso emblemático que inspirou a criação da sua empresa, um trabalhador que recebia apenas R\$50 por um serviço vendido a R\$350. “Essa assimetria é o retrato da cadeia invisível dos eventos. Há uma distância imensa entre quem paga e quem executa o tra-

balho, e a tecnologia é o único caminho possível para reequilibrar essa relação”, afirma.

Fundada em 2017, a marca nasceu justamente para atacar essa ineficiência. A plataforma opera como um marketplace B2B que conecta mais de 7 mil fornecedores a grandes empresas, digitalizando desde o orçamento até o pagamento. Em 2025, a startup atingiu 90% de automação nos repasses via integração direta com a API de Pix de um grande banco, o que garante rastreabilidade e liquidação automática no CNPJ do fornecedor.

Segundo a fundadora, o impacto vai além da eficiência operacional. “Quando o pagamento acontece de forma transparente e rastreável, o patrocinador e o contratante têm segurança sobre para onde o dinheiro está indo, e o fornecedor passa a ter poder de negociação real. Isso é justiça financeira aplicada à cadeia de eventos”, explica.

Embora os grandes eventos estejam cada vez mais tecnológicos com experiências imersivas, ativações digitais e métricas em tempo real, a engrenagem que sustenta essa indústria ainda opera

com processos manuais e pouco conectados. Planilhas, orçamentos dispersos e repasses sem rastreabilidade compõem um sistema que continua a penalizar quem está na ponta da execução. Para especialistas, o desafio agora não é mais inovar no palco, mas nos bastidores, onde a falta de integração e transparência ainda freia o avanço de um setor bilionário.

A rastreabilidade financeira trouxe luz ao que antes era invisível. Com pagamentos automatizados e registros digitais, a Celebrar garantiu que o dinheiro chegasse com transparência a quem realiza o trabalho. O modelo já movimentou mais de R\$25 milhões em repasses diretos a micro e pequenos empreendedores, tornando a cadeia mais justa e alinhada aos princípios de inclusão produtiva defendidos pela ONU.

Para Camila Florentino, a transformação do setor passa por transparência e equidade. “A cadeia de eventos é uma engenharia complexa, com centenas de profissionais invisíveis. Torná-la justa é mais do que eficiência; é reconhecer o valor de cada entrega. A tecnologia só faz sentido quando humaniza o processo.”

Dez dicas para fugir das fraudes na Black Friday e manter suas compras online seguras

FICO, empresa global de tecnologia e prevenção à fraude, orienta consumidores sobre como evitar golpes durante o período de maior volume de transações do ano

Com a aproximação da Black Friday, cresce o número de ofertas, compras online e também as tentativas de fraude. De acordo com a FICO, líder global em software analítico e prevenção a fraudes, o período é um dos mais críticos do ano para o comércio eletrônico e para o sistema financeiro, já que o aumento do volume de transações costuma ser acompanhado por uma alta expressiva nas tentativas de golpes digitais.

Segundo a Federação Brasileira de Bancos (Febraban), o prejuízo com golpes financeiros no país chegou a R\$ 10,1 bilhões em 2024, um aumento de 17% em relação ao ano anterior. No e-commerce, o cenário não é diferente - entre a quinta-feira e o domingo de Black Friday de 2024, foram registradas cerca de 28,5 mil tentativas de fraude, com valor potencial de R\$ 45 milhões.

“Os criminosos aproveitam o aumento do movimento e o senso de urgência criado pelas promoções para aplicar golpes. Por isso, é fundamental que o consumidor adote medidas simples de proteção e desconfie de ofertas que parecem boas demais. A atenção redobrada, aliada à tecnologia, é essencial para garantir uma experiência de compra realmente segura”, explica Rafael Garcia, Partner Success Advisor da FICO.

Pensando nisso, a FICO reuniu dez dicas práticas para se proteger e aproveitar as promoções da Black Friday com segurança:



- Desconfie de ofertas muito abaixo do preço de mercado. Golpistas exploram o apelo emocional e o senso de urgência.
 - Compre apenas em sites oficiais. Digite o endereço diretamente no navegador em vez de clicar em links recebidos por e-mail, WhatsApp ou redes sociais.
 - Evite redes públicas de Wi-Fi. Conectar-se a redes abertas pode expor seus dados pessoais e bancários.
 - Ative notificações de transações. Configure alertas por SMS ou aplicativos para identificar movimentações suspeitas em tempo real.
 - Desconfie de mensagens inesperadas e links suspeitos. Golpistas imitam o visual de bancos e varejistas para roubar credenciais.
 - Utilize cartões virtuais para compras online.
- Eles reduzem o risco de clonagem e uso indevido.
- Mantenha seus dispositivos e aplicativos atualizados. Atualizações incluem correções de segurança importantes.
 - Verifique o destinatário antes de transferir via Pix. Pode parecer simples, mas na correria para não perder a promoção podemos deixar passar algo suspeito.
 - Habilite a autenticação em dois fatores. Um segundo passo de verificação dificulta o acesso de fraudadores às suas contas.
 - Use a tecnologia a seu favor. Instituições financeiras utilizam soluções baseadas em inteligência artificial que detectam padrões anormais e bloqueiam transações suspeitas em milissegundos.
- Rafael ressalta que a prevenção à fraude está evoluindo de sistemas reativos isolados para ecossistemas

inteligentes, colaborativos e em tempo real, onde a diversificação dos vetores de ataque exige plataformas capazes de processar e correlacionar dados de múltiplas fontes instantaneamente. Neste cenário, velocidade, inteligência artificial e compartilhamento de conhecimento tornaram-se fundamentais para proteger tanto instituições quanto clientes.

“As soluções da FICO estão por trás de bilhões de transações globais, ajudando bancos e empresas a combater fraudes antes mesmo que elas ocorram”, complementa. A plataforma unificada da FICO processa transações em milissegundos, integrando IA generativa para análise automática de casos, compartilhamento de inteligência entre instituições e orquestração dinâmica de workflows - capacidades que permitem às organizações não apenas detectar fraudes em tempo real, mas antecipar padrões emergentes e adaptar suas defesas continuamente, criando um escudo inteligente e evolutivo.

O sucesso de uma Black Friday segura depende de uma combinação essencial: a atenção constante do consumidor e o uso de tecnologia avançada pelas instituições. Ao adotar medidas proativas — como verificar cuidadosamente os links, utilizar cartões virtuais e desconfiar de ofertas exageradas — o cliente assume o protagonismo na transformação da Black Friday de um risco potencial em uma oportunidade segura e vantajosa para todos.

Wellness Inclusivo: bem-estar é direito, não privilégio

Vivian Muniz (*)

Nos últimos anos, o setor de wellness deixou de ser tendência passageira para se consolidar como parte essencial da vida contemporânea

À busca por saúde mental, nutrição balanceada, atividades físicas, mindfulness e longevidade se tornou pauta recorrente, impulsionada pela pandemia, pela valorização da autonomia no envelhecimento e pela percepção de que envelhecer bem é envelhecer com qualidade. Hoje, médicos prescrevem exercícios, atletas falam abertamente de saúde mental e a tecnologia oferece aplicativos de meditação, nutrição e monitoramento físico na palma da mão.

Mas há um paradoxo gritante: esse universo, que se vende como transformador e libertador, ainda é um território elitizado. A pergunta incômoda é: bem-estar para quem?

Falar em inclusão no wellness não significa apenas abrir portas para academias ou disponibilizar apps. Significa criar soluções que considerem realidades distintas: moradores de cidades pequenas sem infraestrutura, trabalhadores informais com menor acesso a recursos, pessoas com deficiência que precisam de práticas adaptadas, idosos que não se identificam com a linguagem jovem e hipermoderna da indústria. Inclusão é personalizar, traduzir e simplificar. É falar em múltiplos idiomas, reduzir custos e adaptar ambientes para diferentes corpos, cores e culturas.

Eu mesma já me vi desconfortável em lugares que, em tese, deveriam promover bem-estar. Lembro de quando entrei em uma academia badalada e me senti deslocada — como se aquele espaço não fosse feito para mim. Entre paredes espelhadas e corpos perfeitos, percebi que o mundo wellness havia se tornado um código social, um passaporte de pertencimento que exclui mais do que acolhe. Foi um daqueles momentos em que entendi, na pele, o quanto o bem-estar ainda é percebido como privilégio.

Mas nem tudo é exclusão. Há sinais de mudança. Em

muitas cidades, surgem alternativas mais humanas e coletivas, como o Baile Charme na Praça da Sé — onde pessoas se encontram para dançar, sem barreiras ou mensalidades; em grupos de corrida gratuitos, como o Corre Junto e o Quabrada Running Crew, para provar que saúde é direito de todos; ou em hortas comunitárias, como a Horta das Flores em Diadema, onde o cuidado com a terra se transforma em alimento, renda e pertencimento.

A tecnologia também tem um papel importante nesse processo: hospitais europeus têm utilizado a realidade virtual para integrar pacientes com mobilidade reduzida; chatbots de terapia operam em dialetos indígenas para romper as limitações da língua; e iniciativas de gamificação engajam populações vulneráveis, como na Índia. Também surgem aplicativos que oferecem recompensas reais, como créditos de celular, pontos de benefícios e até dinheiro na conta, como é o caso de Fully, em troca da adoção de hábitos saudáveis.

O verdadeiro desafio do nosso segmento é tirar o bem-estar da bolha e trazê-lo para o coletivo. Isso exige que empresas ofereçam programas de bem-estar adaptados a todos os colaboradores, incluindo os que estão longe dos escritórios de luxo, políticas públicas que garantam espaços comunitários, campanhas educativas e incentivos simples, como caminhadas orientadas em praças, e comunidades que se organizem em torno de soluções locais, criativas e inclusivas.

O wellness inclusivo não é uma utopia — ele já está acontecendo, nas calçadas, nas hortas, nos grupos de bairro e nas pessoas que redescobrem o prazer de se cuidar sem precisar caber em um molde. Talvez o próximo passo seja simples: reconhecer que cuidar de si também é cuidar do outro.

Afinal, de que adianta falar em autocuidado se ele não cabe na vida real da maioria?

(*) Vice-Presidente de Produto, Marketing e Customer Service na Fully Ecosystem, plataforma de bem-estar que oferece soluções integradas de saúde física, mental e financeira, e acredita que o bem-estar é um direito, não um privilégio.

O destino da sua marca é muito mais do que a soma das suas lives

Hellen Mundim (*)

Permita-me começar com um cenário, se não real, de uma obviedade gritante. Você, leitor, prestes a embarcar em uma viagem aérea, teria a chance de escolher o piloto. No cockpit, de um lado, um comandante com milhares de horas de voo, certificado, credenciado, que já viu o sol nascer e se pôr em todas as latitudes e longitudes, lidando com turbulências e aterrissagens em condições adversas. Do outro, o seu sobrinho, entusiasta, com incontáveis horas em um simulador de voo. A resposta? Elementar, meu caro. Ninguém, em sã consciência, colocaria a própria vida nas mãos de um amador, por mais apaixonado que seja.

No entanto, quando o assunto é a sobrevivência de uma marca, o que deveria ser um cálculo óbvio se transforma, inexplicavelmente, em um festival de insensatez e improviso.

O que não falta hoje é gente arriscando a criação de uma marca do zero, movida pela ilusão de que uma legião de seguidores no Instagram equivale a uma base sólida de consumidores dispostos a comprar “qualquer coisa”. Tratam o nascimento de uma marca como algo no estilo “faça você mesmo”, mais rápido do que miojo e, pasmem, mais fácil do que receita de gelo. A crença é simplória: eu sou uma autoridade, as pessoas gostam de mim, logo, elas amarão o meu produto.

Faça uma busca rápida e encontrará uma profusão de blogueiros que, ao transformarem sua “autoridade” em marca própria, acabaram por colecionar polêmicas e cancelamentos. Peguemos o caso recente de uma influenciadora que ousou construir uma “marca milionária do zero” em cerca de dois meses, focada em suplementos. A estratégia? Basear o lançamento em sua credibilidade pré-existente. A expectativa da audiência foi às alturas, mas o que veio depois foi um pouso forçado na vida real: problemas no pós-venda, falhas no suporte ao cliente e o inevitável ruído nas redes.



Então, a culpa, claro, recai sobre o público que “não entendeu” o projeto ou a “complexidade” de empreender. Um erro crasso, para dizer o mínimo. Seus clientes não podem e não devem ser sua sala de aula, seu laboratório de testes. O consumidor compra o seu sonho, mas exige sua competência.

Construir uma imagem é infinitamente mais difícil do que apenas vender. A venda pode ser um ato pontual. A marca, não. Ela nasce de um processo primoroso e complexo que vai da criação do nome ao e-commerce, passando pelo posicionamento e pela campanha de lançamento. Não é para o sobrinho, por mais entusiasta que seja, nem para o “faça você mesmo” de fim de semana.

Portanto, se você está prestes a tirar o seu sonho do papel e transformá-lo em uma marca, não se contente com o simulador. Chame quem entende de turbulência, quem sabe fazer o pouso e quem garante que sua mensagem não seja apenas verdadeira, mas inesquecível. A diferença entre a marca efêmera e o legado se chama profissionalismo. E isso, acredite, pode ser a sua chance de fazer história.

(*) Publicitária e fundadora e sócia da Kind Branding.



www.netjen.com.br

Para veiculação de seus Balanços, Atas, Editais e Leilões neste jornal, consulte sua agência de confiança, ou ligue para

TEL: 3043-4171



AFRICA_IMAGES_CANVA

PARTE 2



CAMINHOS DO COMBATE AO ABUSO INFANTIL

Empresas começam a se mobilizar contra a violência

Redação

Abuso e a violência infantil têm várias faces: uma delas é que pode marcar a criança tão profundamente que ela jamais esquece a dor e, quando adulta, esta emerge. Diferente do adulto, muitas vezes deixa transparecer que “está bem”, logo no dia seguinte à agressão, quando isto não é verdade. Mas este não é um problema localizado, e sim internacional, que por vezes leva um juiz da Infância e Juventude a ficar cara a cara com um “coiote” (indivíduo que se especializa em contrabandar pessoas através de fronteiras internacionais em troca de dinheiro). Viu algo estranho ou levemente suspeito? **Disque 100.** Esta é a segunda matéria da série *Caminhos do Combate ao Abuso Infantil*. Acompanhe.

Gentil, o juiz Paulo Roberto Fadigas recebe a reportagem do jornal *Empresas&Negócios* para entrevista sobre um tema com o qual lida diariamente: violência contra criança. Ele que é titular da Vara da Infância e da Juventude de Penha de França e do Setor Anexo de Atendimento de Crianças e Adolescentes Solicitantes de Refúgio e Vítimas Estrangeiras de Tráfico Internacional de Pessoas. Ali, na Zona Leste de São Paulo, cuida de esclarecer casos muitas vezes intrincados. Se em muitas ocasiões lidar com brasileiros é difícil, imagine quando chegam haitianos, afegãos, eritreus, somalis, e toda sorte de estrangeiros muitas vezes só de olho no “passaporte amarelo”, para emigrar a outros países. Para se fazer justiça a toda demanda, a experiência ajuda. O dr. Fadigas (como é conhecido) está há 30 anos neste ofício, metade dos quais trabalhando com crianças, jovens e também com adultos nos casos de violência sexual, violência física, violência psicológica e violência institucional, como ele próprio enumera.

“Eu não aceito os casos de estupro, fico profundamente indignado, mas não mais chocado”, responde de forma sintética à pergunta: “O sr. ainda fica chocado com os casos de estupro infantil?”. De acordo com o magistrado, formado em Direito pela USP e Líder Executivo em Primeira Infância pela Harvard University, os casos de estupro têm como agressor, em 99% dos casos, o pai, padrasto ou alguém muito próximo da família (amigo, tio ou avô). Em sua rotina de trabalho recebe um caso desses a cada dois meses, em média. Mas cabe recordar que há (muitos) casos não relatados/denunciados.

Depois de orientar para a observação constante da criança (ao menor sinal de estresse ou comportamento agressivo, por exemplo), ele afirma que a criança é diferente do adulto no quesito comportamento e muitas vezes “pode parecer estar bem, no dia seguinte à violência sofrida, mas não está”. É de autoria desse



Gianeh Borges

“O que está oculto não quer ser visto. Por isso, na terapia, eu ressignifico essa culpa, mostrando que quando criança você foi seduzida à força e agora você é adulta e pode se defender, impor limites.

juiz a proposta de criação de Varas de Crimes Praticados Contra Crianças e Adolescentes da Comarca de São Paulo com equipes especializadas e multidisciplinares de atendimento. A ideia surgiu em 2016 e hoje já existem três dessas Varas instaladas.

Divulgação

Foi parar na Penha de França, e nas mãos de Paulo Roberto Fadigas, o caso de um menino (menor de 10 anos) abandonado em estação da Linha Vermelha do Metrô. Isso foi em 2019/2020 e o caso deu pano pra manga, porque o jovem era haitiano, sua mãe estava refugiada em Caiena, na Guiana Francesa, e os “coiotes” no meio deste imbróglio. Fato é que o juiz resolveu o caso, devolveu a criança à mãe, não sem antes mobilizar os governos da Guiana e da França.

Não é simples também se fazer o filtro de estrangeiros que buscam tão somente o “passaporte amarelo”, que lhes dá direito de entrar em outros países, passando pelo Brasil, como refugiados. Enfim, coisas do ofício. O juiz aplica a lei e segue rituais, conforme o caso, de acionar Conselho Tutelar, polícia, hospitais etc. Mas isto depois de consumadas certas situações. O que fazer, então, de forma preventiva?

– Disque 100 – sentencia o juiz, orientando pessoas a fazer denúncias contra o abuso.

APOIO CORPORATIVO

Você consegue imaginar que tem gente sendo abusada e nem sabe que é qualificada como vítima de tais práticas? Isso pode acontecer, sim, especialmente por crianças. A afirmação é de Gianeh Borges, administradora de formação, consteladora e professora de direito sistêmico, que vem se dedicando à prática da terapia faz alguns anos.

Em algumas situações – “e isto não parece tão incomum -- , o trauma é tão grande que não há denúncia. É o caso de mulheres e meninas abusadas pelo tio, avô, pai de coleguinhas... A criança / adolescente guarda a agressão em silêncio, cresce traumatizada e quando faz terapia na fase adulta, tentando resolver uma síndrome do pânico, ou crise de ansiedade, surge o “fantasma” do estupro. “Geralmente entre o primeiro e o terceiro encontro as pessoas acessam o trauma, que reside dentro dela, em camadas mais escondidas”, revela Gianeh, acrescentando que existem situações em que a família culpa a vítima. “Eles não dão conta e isto vai explodir na fase adulta”.

– Como lidar com essa “culpa”?

– O que está oculto não quer ser visto. Por isso, na terapia, eu ressignifico essa culpa, mostrando que quando criança você foi seduzida à força e agora você é adulta e pode se defender, impor limites.

De acordo com a terapeuta, que mora e trabalha em Cuiabá/MT, a pessoa abusada fica vulnerável a várias situações. “É irreal pensar que tudo será esquecido”, diz Gianeh, acrescentando em seguida: “Eu tiro o fato da categoria ‘principal’, tornando-o ‘mais um episódio’ na vida do paciente e não mais o principal”.

Outra questão difícil de se evitar diz mais sobre a nossa cultura que propriamente o dia a dia. “Somos ensinados, desde pequenos, a amar os pais; de uma certa forma, somos até obrigados. E quando os pais são os abusadores? O que fazer”?, questiona.

Fundadora do Instituto OCA, Núcleo de Consciência Humana (<https://servicos.caamt.com.br/conveniosonline/convenio/1207/instituto-oca-nucleo-de-consciencia-humana>), Gianeh Borges, comentou o aspecto social que vem permeando organizações empresariais: “Temos uma grande empresa no Mato Grosso que decidiu apoiar uma comunidade do entorno, oferecendo apoio social e psicológico. Logo, o serviço ampliou-se para o quadro de colaboradores e hoje o entorno é a segunda preocupação e não mais a primeira...”

E depois de afirmar que muitas ocorrências de síndrome do pânico, doenças ginecológicas e até asma podem ter origem em violações que pessoas sofreram quando criança, conclui: “Há muito mais gente precisando de ajuda do que imaginamos”.

Acesse a entrevista de Gianeh Borges ao podcast “POD+ Empresas”, no início deste ano: <https://www.youtube.com/watch?v=9StkHvTYU8A>.



AFRICA_IMAGES_CANVA