



A Outra Sala

Ana Luisa Winckler

Cassandra não era louca.
Era precoce

Eu lembro do começo da pandemia. Eu já estava inquieta. Lendo, acompanhando, percebendo padrão de contágio, curva exponencial, comportamento social. Enquanto isso, tinha gente indo em festa como se fosse réveillon permanente.

E eu dizia:
“Isso vai escalar.”
“Isso não está sob controle.”
“Isso vai fechar tudo.”

A resposta vinha com carinho, mas vinha:
“Você está exagerando.”
“Você sempre pensa no pior.”
“Não vamos viver com medo.”

Meses depois, hospitais lotados.

Curiosamente, ninguém voltou para dizer: “Você estava certa.”

Esse é o detalhe mais interessante da Síndrome de Cassandra. Ela não é sobre errar. Ela é sobre ver antes. Na mitologia, **Cassandra** recebeu de **Apolo** o dom da profecia. Quando recusou o Deus, foi amaldiçoada: continuaria vendo o futuro, mas ninguém acreditaria.

Repare na sofisticação da punição. Ele não tirou a inteligência dela. Ele tirou a credibilidade.

Não é genial - e assustador - que o castigo não tenha sido o silêncio, mas o descrédito?

Cassandra avisou sobre a queda de **Troia**. Falou do cavalo. Falou da invasão. Troia preferiu preservar o conforto. Troia caiu.

A Síndrome de Cassandra não é uma doença. É um fenômeno social.

Ela aparece quando alguém:
• identifica risco antes da maioria
• percebe padrão antes da estatística
• sente deslocamento antes do colapso

E é tratada como dramática, negativa ou ansiosa. Hoje, estamos cercados de Cassandras.

Quem alerta sobre os impactos psíquicos da inteligência artificial é chamado de alarmista. Quem aponta escaladas geopolíticas é visto como pessimista. Quem fala de feminicídio estrutural é acusada de exagero ideológico.

Até que os números crescem. Até que o relatório sai. Até que o desastre ganha nome próprio.

E aí a narrativa muda para: “Era imprevisível.”

Era?

Existe um viés cognitivo chamado “normalidade ilusória”. Nosso cérebro prefere acreditar que o futuro será uma extensão confortável do presente. Reconhecer o risco exige mudança. Mudança exige ação. Ação exige custo.

É mais barato chamar Cassandra de histérica.

E aqui entra a parte que dói.

Quantas mulheres disseram:
“Ele está diferente.”
“Isso está piorando.”
“Eu tenho medo.”

E ouviram:
“Você está exagerando.”
“Não cria problema.”
“Ele é assim mesmo.”

O feminicídio raramente começa com manchete. Começa com um alerta desacreditado.

Nas empresas, a cena se repete. A funcionária diz:
“Essa meta está adoecendo o time.”
“Essa cultura está ficando tóxica.”
“Isso vai dar problema.”
A resposta corporativa costuma ser elegante:
“Precisamos de mais resiliência.”
Meses depois: afastamentos por ansiedade, denúncias formais, turnover alto.

E alguém afirma, sério: “Ninguém poderia prever.”

Poderia. Mas estava na outra sala.

Talvez a maldição de Cassandra não esteja nela. Talvez esteja na nossa dificuldade de escutar o que ameaça nossa sensação de controle.

Porque validar Cassandra exige admitir que algo precisa mudar. E mudar desorganiza hierarquias, rotinas, privilégios. É mais confortável desqualificar. Eu aprendi uma coisa naquele início de pandemia. Ser Cassandra não é sobre estar certa. É sobre sustentar a solidão de ver antes.

E aprendi algo mais incômodo: Às vezes nós somos Troia. Às vezes também descredibilizamos quem está enxergando primeiro.

Talvez maturidade coletiva seja isso: escutar antes do colapso virar estatística. Porque o cavalo já está na praça. E ele não é de madeira. Ele tem Wi-Fi.

(*) - Psicóloga por formação e inconformada por vocação. Há mais de 25 anos atua na transformação de culturas organizacionais, desenvolvimento de lideranças e reinvenção de modelos que aproximem empresas das pessoas — e não o contrário. Já esteve à frente de áreas estratégicas de RH em grandes corporações nacionais e multinacionais, do chão de fábrica ao boardroom, do Norte ao Sul do Brasil.

Atendimento humanizado: além da gentileza em um mercado cada vez mais automatizado

O avanço tecnológico não elimina o fator humano: ele redefine

No ambiente corporativo B2B, muitas empresas ainda confundem atendimento humanizado com simples educação. Mas essa visão limitada pode custar caro em um mercado onde a concorrência é acirrada, a tecnologia avança rapidamente e a lealdade do cliente se torna cada vez mais volátil.

Segundo dados recentes de consultorias globais como a Salesforce e a Gartner, mais de 70% das interações B2B já contam com algum nível de automação ou inteligência artificial. Além disso, a expectativa é que, até 2027, cerca de 80% do atendimento inicial ao cliente seja realizado por sistemas automatizados, como chatbots, assistentes virtuais e plataformas integradas de CRM.

Esse avanço tecnológico não elimina o fator humano — pelo contrário. Ele redefine o que significa, de fato, um atendimento humanizado.

No mercado B2B, o que fideliza não é apenas gentileza. É entender profundamente o negócio do cliente. “Ser educado é fundamental, é o básico. Mas se você parar só aí, seu concorrente pode roubar seu cliente mesmo sendo menos simpático”, alerta Murilo Ventimiglia, CEO da Upp Tecnologia, empresa catarinense especializada em automação e inteligência artificial para o setor corporativo.

Para o executivo, humanizar o atendimento hoje significa antecipar neces-



sidades e usar dados para gerar valor real ao cliente. “É ligar avisando que vai atrasar antes de atrasar. É sugerir um produto melhor porque você analisou o histórico de compras dele. Isso é humanização de verdade”, afirma.

Esse conceito, que especialistas chamam de “empatia comercial”, vai além da simpatia. Trata-se de compreender o impacto de cada pedido ou atraso no negócio do cliente. “Se o pedido atrasa, pode parar a linha de produção dele. Se ele sempre compra determinados itens juntos, é preciso já oferecer as soluções completas. Quando você demonstra que entende o negócio do cliente, ele não te troca por R\$ 5 de desconto”, explica Luciano Bueno, CTO da Upp Tecnologia.

Contrariando a crença de que a automação despersonaliza o relacionamento, a tecnologia bem aplicada pode tornar o atendimento mais eficiente e estratégico. A chave está em usar inteligência artificial para liberar a equipe das tarefas repetitivas e operacionais.

estrutura não funciona. De que adianta o vendedor ser atencioso se o financeiro envia uma cobrança errada? O cliente percebe a desorganização e perde a confiança”, reforça Murilo.

Para ir além da cortesia básica e acompanhar a evolução do mercado, os profissionais apontam três passos essenciais:

Automatizar tarefas repetitivas: sistemas inteligentes assumem demandas operacionais e liberam a equipe para atividades estratégicas e consultivas.

Unificar informações: vendas, financeiro e logística precisam trabalhar com dados integrados e atualizados em tempo real.

Capacitar a equipe para o modelo consultivo: a meta deixa de ser apenas vender e passa a ser ajudar o cliente a crescer e performar melhor.

Em um cenário em que a automação se consolida como padrão e a experiência do cliente se torna diferencial competitivo, o atendimento humanizado de verdade deixa de ser discurso e passa a ser estratégia de negócio. Ele exige processos integrados, dados centralizados, tecnologia bem aplicada e equipes capacitadas.

Quando essa base existe, a gentileza deixa de ser apenas um gesto e se transforma em valor real — sustentado por eficiência, inteligência e entendimento profundo do cliente.

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: **JORGE VITOR TELES MONÇÃO**, profissão: estagiário, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Cangaíba, SP, data-nascimento: 24/06/2001, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Klaidson Fabiano da Silva Monção e de Giane Souza Teles Monção. A pretendente: **ANA PAULA MENEZES ARAÚJO**, profissão: auxiliar administrativa, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, Itaquera, SP, data-nascimento: 06/08/2005, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Fernando Pereira Araújo e de Maria Aparecida Menezes da Silva.

O pretendente: **BRUNO LODOVICH**, profissão: designer, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 12/10/1988, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Edison Lodovichi e de Giselle Aparecida Possidônio Lodovichi. A pretendente: **CAMILA CORDEIRO DOS SANTOS**, profissão: professora, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 02/11/1985, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Wagner Cordeiro dos Santos e de Marlene Maria Silva dos Santos.

O pretendente: **FERNANDO BURATTO FAVARETTO**, profissão: contador, estado civil: divorciado, naturalidade: nesta Capital, Vila Maria, SP, data-nascimento: 10/06/1971, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Ernando Favaretto e de Geraldina Buratto Favaretto. A pretendente: **GISELE BURATTO LUDUVICO**, profissão: aposentada, estado civil: viúva, naturalidade: em Guarulhos, SP, data-nascimento: 10/01/1972, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Arnaldo Buratto e de Ema Buratto.

O pretendente: **LUIZ GUILHERME SANTANA**, profissão: autônomo, estado civil: solteiro, naturalidade: em Guarulhos, SP, data-nascimento: 16/11/2001, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Dalton Santana e de Priscila dos Santos Dantas. A pretendente: **FERNANDA FERREIRA ALVES**, profissão: cirurgiã dentista, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, Vila Mariana, SP, data-nascimento: 19/06/2001, residente e domiciliada em São Paulo, SP, filha de Celso Antonio Alves e de Susana Ferreira da Silva.

O pretendente: **HIGOR GONZALEZ PEREZ**, profissão: nutricionista, estado civil: solteiro, naturalidade: nesta Capital, Penha de França, SP, data-nascimento: 20/09/1993, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Julio Gonzalez Perez Filho e de Elaine Cruz Gonzalez Perez. A pretendente: **KATHLEEN SILVEIRA CAMPOS**, profissão: gerente de academia, estado civil: solteira, naturalidade: nesta Capital, São Miguel Paulista, SP, data-nascimento: 21/08/1996, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Waldemar Silveira Campos e de Roseli Monteiro Souza.

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

Câmara aprova regras para comercialização de remédios em supermercados

A Câmara dos Deputados aprovou na segunda-feira (2) o Projeto de Lei 2158/23, que autoriza a instalação de um setor de farmácias no interior de supermercados—desde que em ambiente físico delimitado, segregado e exclusivo para a atividade. A proposta agora segue para sanção presidencial.

Para o relator, deputado Dr. Zacharias Calil (União-GO), a medida facilita o acesso da população a drogarias, sobretudo em cidades de pequeno porte.

“Existem dificuldades de acesso enfrentadas pelos consumidores que residem em pequenos municípios, nas regiões mais remotas do Brasil, devido à ausência de farmácias nesses locais”, argumentou o parlamentar.

Já para a deputada Maria do Rosário (PT-RS) a medida, além de representar um risco e um incentivo à automedicação, cede aos interesses da indústria farmacêutica. “A pessoa que pega o medicamento vai pegar também pão”, disse. “É um absurdo. É ceder ao interesse e lobby dos segmentos vinculados aos grandes laboratórios”, completou.

De acordo com o texto, embora a farmácia em questão possa operar sob a mesma identidade fiscal do supermercado ou por meio de contrato com drogaria licenciada e registrada nos órgãos competentes, ela terá que seguir as mesmas exigências sanitárias e técnicas vigentes (ABR).

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Certisign Assinaturas. Para verificar as assinaturas clique no link: <http://assinaturas.certisign.com.br/Verificar/AAC3-26D9-6C69-7CA2> ou vá até o site <http://assinaturas.certisign.com.br> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: AAC3-26D9-6C69-7CA2



Hash do Documento

DC8006FF85B88BED0D843A40E05DF0B4F2B4BBDD88BD3080CB5FF37C41D75CFB

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 03/03/2026 é(são) :

- Lilian Regina Mancuso - 05.687.343/0001-90 em 03/03/2026 19:40 UTC-03:00
Tipo: Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS LTDA - 05.687.343/0001-90

Evidências

Geolocation: Location not shared by user.

IP: 172.16.4.4

AC: AC Certisign RFB G5

