

OPINIÃO

Pare de gerenciar o passado e comece a construir o futuro da TI

Ashesh Badani (*)

Continuamos navegando por uma mudança fundamental na infraestrutura digital.

Nos últimos 18 meses, a previsibilidade da camada de virtualização perdeu quase 20 anos de estabilidade impulsionada por uma crise de custos incessante. Mas isso é apenas um sintoma de um desafio arquitetural muito mais profundo. A realidade é que a camada de infraestrutura está sendo solicitada a executar tarefas para as quais nunca foi originalmente projetada. Não estamos apenas gerenciando máquinas virtuais ou mesmo máquinas virtuais com containers; trata-se de um equilíbrio simultâneo entre sistemas legados, aplicações nativas da nuvem e as crescentes demandas de inteligência artificial intensiva em GPU.

Para sobreviver a essa mudança, você vai ouvir a expressão “basta modernizar” sendo usada. No entanto, esse é um termo carregado de significado — como você deve lidar com todos os investimentos existentes? E se uma aplicação não puder ser “modernizada” ou não justificar o custo?

Em vez de adicionar mais jargão a um léxico já saturado, pense nisso como unificar sua stack de TI. Máquinas virtuais, containers e cargas de trabalho de IA existem isoladamente uns dos outros, pelo menos na maioria das organizações. Mas gerenciar cada uma dessas stacks separadamente fragmenta recursos, habilidades e tempo — simplesmente não é sustentável. A resposta está em uma abordagem de plataforma unificada — um único modelo operacional que permite que máquinas virtuais, containers e IA operem lado a lado com uma postura de segurança consistente.

Quais desafios existem além da plataforma

Além da plataforma, o obstáculo mais significativo é humano. Atualmente, os times de engenharia têm a missão quase impossível de manter disponibilidade total no ambiente antigo enquanto simultaneamente arquitetam o novo. Espera-se que realizem essa transição sem aumento de equipe e sem deixar de cumprir um único acordo de nível de serviço.

Esse, mais do que qualquer problema de plataforma, é o motivo pelo qual esforços de modernização estagnam; a migração é vista como uma troca técnica, em vez de um risco de negócios complexo e abrangente. O sucesso exige mais do que apenas um novo hipervisor. Exige visibilidade profunda dos sistemas existentes e opções de contingência em cada etapa da jornada. Você não está apenas migrando de uma plataforma de máquinas virtuais para outra; trata-se de uma mudança fundamental em direção à agilidade de longo prazo.

Os serviços de nuvem oferecem um atalho atraente para esse desafio, além de serem acessíveis e rápidos de implementar. Mas apostar tudo em uma única stack de nuvem pública sacrifica características críticas do sistema, principalmente consistência e independência operacional. Essa

pode nem sequer ser uma opção devido a restrições regulatórias ou de soberania. Você pode perder a portabilidade das cargas de trabalho à medida que as necessidades de negócio mudam, e agora existe um novo desafio de alinhar ambientes existentes com ambientes em nuvem, que frequentemente utilizam ferramentas e padrões diferentes. Você não quer substituir o desafio da virtualização pelo mesmo problema com outra embalagem; você quer escolha e inovação reais. Você quer a flexibilidade da nuvem híbrida.

A opção híbrida é uma opção controlável

A nuvem híbrida oferece a escolha de que você precisa sem sacrificar o controle, seja por uma questão regulatória ou por uma exigência de negócio. Você ainda pode contar com serviços e recursos de nuvem quando necessário, como para executar modelos avançados de IA; mas cargas de trabalho sensíveis, como agentes internos de IA, podem ser mantidas internamente, em seus próprios sistemas. Acima de tudo, a nuvem híbrida apoia a unificação de stacks distintas, o problema inicial que a maioria dos CIOs está tentando resolver. Essas máquinas virtuais legadas, aplicativos nativos da nuvem em produção e workloads de IA preparados para o futuro podem coexistir no mesmo plano.

A atual crise da virtualização precisa ser resolvida, mas também é um catalisador para mudanças necessárias. Este é um convite para parar de gerenciar o passado e começar a construir uma plataforma capaz de sustentar a próxima década de inovação.

A Red Hat já está ajudando nossos clientes a resolver esse desafio: no último ano, o número de máquinas virtuais (VMs) executadas no Red Hat OpenShift Virtualization aumentou mais de 400%. Revisamos mais de um milhão de VMs para migração, com mais de 400 mil efetivamente migradas. Esses são números enormes, mas, mais do que isso, por trás deles estão clientes que não buscam apenas gerenciar o passado, mas construir um futuro sustentável.

Clientes de diferentes setores estão assumindo o controle de suas stacks de tecnologia e de seus próprios roadmaps de inovação. ARSAT, BNP Paribas, EUROCONTROL, NASA JPL, Telenet e muitos outros escolheram a Red Hat para acelerar esses esforços, seja migrando VMs para uma plataforma flexível e preparada para o futuro, seja se preparando para o ponto de inflexão da IA.

Precisamos deixar de ser consumidores de tecnologia para nos tornarmos provedores de nossos próprios serviços soberanos e escaláveis. Não podemos controlar as forças de mercado ou as dinâmicas globais, mas podemos controlar nossos destinos tecnológicos. O caminho adiante não está em um único produto, mas em um modelo operacional que conecta onde seus dados vivem hoje com onde sua empresa precisa estar amanhã.

(*) Vice Presidente Senior e Diretor de Produtos da Red Hat.

Neste ano, o El Niño deve ser terrível

Como se não bastassem a escassez de petróleo, as guerras intermináveis e a insegurança gerada pelo crescimento da inteligência artificial, há um novo fator de tensão no horizonte: o El Niño, que deverá ser um dos mais severos em mais de um século.

Vivaldo José Breternitz (*)

O próximo El Niño, fenômeno caracterizado por temperaturas anormalmente elevadas nos oceanos e que ocorre a cada 2 a 7 anos, com duração média de 12 a 18 meses, pode, de acordo com diversos modelos climáticos, se tornar o mais intenso da era moderna

Segundo o *Wall Street Journal*, o aquecimento pode elevar a temperatura das águas em até 3°C, provocando secas devastadoras em algumas regiões, enchentes em outras e, talvez o mais assustador, um colapso nas cadeias globais de abastecimento de alimentos.

Para encontrar algo semelhante ao que se acredita deve ocorrer neste ano, cientistas voltaram a 1877, quando um El Niño implacável desencadeou uma catástrofe sem precedentes. A seca prolongada culminou em uma fome global que matou ao menos 50 milhões de pessoas; algumas estimativas falam em até 60 milhões, cerca de 3% da população mundial da época. Pesquisadores classificaram o episódio como o pior desastre ambiental já enfrentado pela humanidade e uma das maiores calamidades dos últimos 150 anos, comparável às Guerras Mundiais e à epidemia de gripe de 1918/19.

Especialistas veem eventos como o de 1877 como verdadeiros testes de estresse para a civilização, revelando fragilidades políticas e econômicas. No século XIX, a pobreza generalizada e a exploração colonial agravaram os efeitos da fome e a humanidade falhou nesse teste.

Hoje, apesar dos avanços tecnológicos e científicos, os desafios persistem. O El Niño de 2026 chega quando já estão ocorrendo



secas generalizadas, cadeias de suprimento fragilizadas e recordes sucessivos de aquecimento dos oceanos.

No Brasil, os maiores riscos são de enchentes no Sul e secas no Norte e Nordeste; pessoal ligado ao agronegócio já vem se movimentando tentando limitar os danos, que também deverão ocorrer por aqui.

Se este ano entrará para a história com mais um episódio de desastre evitável dependerá de como a sociedade utilizará os recursos, o conhecimento e a tecnologia disponíveis.

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

Quatro aplicações práticas da IA na publicidade digital

Com adoção massiva no marketing, tecnologia deixa de ser ferramenta de apoio e passa a redefinir mídia, performance e tomada de decisão nas marcas.

A inteligência artificial deixou de ser uma aposta futura para se tornar peça central da publicidade digital. Em meio à pressão por eficiência, personalização e mensuração em tempo real, a tecnologia passou a ocupar um papel estratégico nas decisões de mídia e performance das marcas, transformando desde a compra de anúncios até a forma como campanhas são criadas, otimizadas e direcionadas em um ecossistema cada vez mais fragmentado entre plataformas, formatos e jornadas de consumo.

Para Bruno Almeida, CEO da US Media, a discussão do mercado já não está mais na adoção da tecnologia, mas na capacidade das empresas de integrar IA de forma eficiente e sustentável às operações. “A IA deixou de ser um experimento. Hoje, ela está diretamente ligada à eficiência da mídia, à velocidade de tomada de decisão e à capacidade das marcas competirem por atenção em escala”, afirma.

Segundo o executivo, para anunciantes que buscam ganho real de performance, a aplicação da inteligência artificial tende a se concentrar em quatro pilares principais:

Da eficiência operacional à estratégia

No campo da mídia digital, a inteligência artificial tem sido aplicada para otimizar in-



vestimentos e reduzir desperdícios. Sistemas automatizados conseguem processar grandes volumes de dados em tempo real, ajustando campanhas, criativos e alocação de orçamento de forma dinâmica.

Esse cenário desloca o papel das equipes de marketing. “A automação permite tirar o humano da operação repetitiva e reposicioná-lo na estratégia, onde está o maior valor”, explica Almeida.

Personalização em escala individual

Outro impacto direto da IA está na forma como marcas se comunicam com seus públicos. A lógica de segmentação ampla dá lugar à hiperpersonalização, baseada na análise aprofundada de dados comportamentais.

Na prática, isso significa entregar mensagens específicas para cada usuário, no momento mais relevante da jornada. “Transformar dados em inteligência acionável é o que garante que

a comunicação seja precisa e eficiente, sem ruídos”, diz o executivo.

Nova lógica de mensuração

O avanço da IA também está mudando a forma como resultados são medidos. Em vez de análises retrospectivas, cresce a demanda por modelos capazes de orientar decisões em tempo real.

Esse é o princípio por trás de soluções como o Media Ad Performance (MAP), que organiza a operação de mídia a partir de objetivos de negócio, como aquisição de usuários, geração de leads ou conversões, e utiliza modelos de compra atrelados a resultados, como CPI, CPL e CPA.

“Já não basta consolidar informações ou acompanhar indicadores depois da campanha rodar. O valor está na capacidade de usar esses dados para direcionar decisões enquanto a operação acontece”, afirma Almeida.

Transparência e limites éticos

Apesar dos ganhos em eficiência e performance, o avanço da IA também traz desafios importantes. O uso responsável de dados e a transparência em relação a conteúdos gerados por inteligência artificial, como deepfakes, passam a ser questões centrais para o mercado.

Manter a confiança do consumidor, segundo Almeida, será um dos principais diferenciais competitivos nos próximos anos. “O futuro da IA na publicidade está em potencializar o talento humano com responsabilidade. Sem transparência, não há construção de marca sustentável.”

News @ TI

ricardosouza@netjen.com.br

TelCables recebe delegação internacional de físicos e astrofísicos

A TelCables recebeu, no dia 18 de maio, uma delegação internacional formada por físicos e astrofísicos participantes do encontro da South American-African Astronomy Coordination Committee (SA3CC), evento que acontece até sexta-feira (22), em Fortaleza (CE). A visita ao AngoNAP faz parte da programação oficial do evento, que marcou a abertura das atividades da conferência. O grupo realizou uma visita técnica às instalações do AngoNAP, operado pela TelCables, como parte da programação oficial do evento “South American – African Astronomy Coordination Committee (SA3CC) Meeting 2026”, uma iniciativa voltada à colaboração científica e tecnológica entre instituições de pesquisa, observatórios e redes acadêmicas internacionais (<https://telcables.com.br/>).

ASUS Business e Arklok firmam parceria

O mercado corporativo de tecnologia no Brasil atravessa uma mudança de rota. A lógica de imobilizar capital na compra de equipamentos cede espaço, de forma crescente, para contratos baseados em uso, desempenho e serviços. É nesse contexto que a ASUS Business e a Arklok anunciam uma parceria estratégica para expandir a oferta de soluções de Hardware as a Service (HaaS) no país, convertendo a linha de notebooks corporativos ExpertBook em contratos gerenciados de locação e suporte técnico. A Arklok, referência em outsourcing de TI no Brasil, integrou os equipamentos ASUS Business ao seu portfólio a partir de critérios que incluem robustez de hardware, consistência no roadmap de produtos e compatibilidade com ambientes corporativos que exigem governança de TI, previsibilidade de performance e facilidade de gestão do parque tecnológico.

Editorias

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

Comercial: comercial@netjen.com.br

Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br

Webmaster/TI: Fabio Nader; *Editoração Eletrônica:* Ricardo Souza.

Revisão: Maria Cecília Camargo; *Serviço informativo:* Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.

Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.

Jornal Empresas & Negócios Ltda

Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 – Vila Mariana – São Paulo – SP – CEP: 04128-080

Telefone: (11) 3106-4171 – E-mail: (netjen@netjen.com.br)

Site: (www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90

JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003)

Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.