

A ASCENSÃO DA GEOECONOMIA COMO VARIÁVEL CENTRAL DA ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

▶▶▶ [Leia na página 8](#)

DEIXOU DE SER ASSUNTO EXCLUSIVO DE GOVERNOS

A inteligência artificial é a nova recepcionista dos pequenos negócios

O primeiro atendimento sempre foi um dos principais gargalos dos pequenos negócios de serviços.

Enquanto o empreendedor está atendendo um cliente, novas mensagens chegam pelo WhatsApp com pedidos de orçamento, dúvidas ou solicitações de agendamento. Muitas vezes, as respostas ficam para depois e, quando finalmente são dadas, o cliente já encontrou outra opção. Em segmentos como beleza, estética e saúde, em que a agenda é a base da operação, perder esse primeiro contato significa perder receita.

A inteligência artificial vem mudando esse cenário de forma significativa. Além de automatizar respostas, ela permite que o atendimento ocorra imediatamente, em qualquer horário, conduzindo conversas em linguagem natural e resolvendo demandas que antes dependiam exclusivamente de uma pessoa. Para muitos pequenos negócios, isso deixa de ser um diferencial tecnológico ao garantir agilidade e oferecer uma experiência mais eficiente desde o primeiro contato.

Da automação à gestão inteligente

Grande parte das interações recebidas por salões, clínicas e barbearias envolve tarefas repetitivas, como agendamentos, remarcações, confirmações, dúvidas sobre serviços e lembretes. Hoje, soluções baseadas em inteligência artificial conseguem assumir essas atividades consultando agendas em tempo real, organizando horários e conduzindo conversas de maneira bastante natural. Na prática, funcionam como uma recepcionista digital disponível 24 horas por dia, reduzindo falhas operacionais e evitando que oportunidades sejam perdidas por falta de resposta.

Os primeiros resultados costumam aparecer rapidamente. A redução de faltas é um dos principais benefícios, graças

Africa_Images_CANVA



“ para substituir pessoas, o atendimento tende a se tornar frio e engessado. Outro erro recorrente é acreditar que a automação elimina a necessidade de acompanhamento.

aos lembretes automáticos enviados no momento adequado e pelo canal que o cliente já utiliza. Outro ganho importante é a conversão de clientes que entram em contato fora do horário comercial e conseguem agendar imediatamente, sem depender da disponibilidade da equipe no dia seguinte.

Além de automatizar o atendimento, a IA apoia a gestão do negócio. Algumas ferramentas analisam dados da operação para identificar clientes que reduziram a frequência de visitas, apontar oportunidades de faturamento ou sugerir ações para melhorar o relacionamento. Assim, decisões que antes dependiam apenas da experiência do gestor passam a ser apoiadas por informações concretas sobre o comportamento da própria base de clientes.

O atendimento do futuro será mais proativo

Apesar dos avanços, é comum encontrar empresas que utilizam a IA apenas como uma forma de reduzir custos. Esse é um dos principais equívocos. Quando a tecnologia é implementada para substituir

pessoas, o atendimento tende a se tornar frio e engessado. Outro erro recorrente é acreditar que a automação elimina a necessidade de acompanhamento. A IA pode assumir tarefas operacionais, mas a construção de relacionamento e de fidelização continua dependendo de estratégia e atenção ao cliente.

A recepcionista não deve desaparecer, mas seu papel mudará completamente nos próximos anos. O atendimento deixará de ser somente reativo para se tornar cada vez mais proativo. Em vez de esperar que o cliente entre em contato, os sistemas serão capazes de identificar padrões de comportamento, sugerir o momento ideal para um novo agendamento e até detectar sinais de desengajamento antes de abandonar o serviço. Dessa forma, pequenos negócios que ainda dependem da memória e da improvisação tendem a perder espaço para aqueles que utilizam a inteligência artificial como uma aliada para oferecer uma experiência mais eficiente e personalizada ao seu público.

(Fonte: Davi Iglesias – CEO da Gendo – E-mail: gendo@nbpress.com.br).

Brincar é crescer: O papel do brincar no desenvolvimento da criança

Brincar é uma atividade essencial na infância e vai muito além do simples entretenimento. É através da brincadeira que a criança aprende a compreender o mundo, a expressar as suas emoções e a relacionar-se com os outros. Brincar constitui um contexto privilegiado para o desenvolvimento cognitivo, emocional, social e motor.

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

Divulgação/ADE SAMPA



Programa de incentivo a negócios de moda recebe inscrições até dia 22 de julho

Empreendedores da moda sustentável de São Paulo têm até o dia 22 de julho para se inscrever na 3ª edição do Fashion Sampa: Acelerando Moda e Costura, programa da Prefeitura de São Paulo que oferece capacitação gratuita, orientação técnica e gerencial e um incentivo financeiro de R\$ 30 mil para fortalecer negócios do setor. A iniciativa já apoiou empreendedores que convertem criatividade, identidade cultural e reaproveitamento de materiais em negócios estruturados e geração de renda. Nas duas primeiras edições, o programa acelerou marcas e coletivos que atuam com moda autoral, geram impacto social e fortalecem a economia circular. Entre os exemplos está o Ateliê Transform, que utiliza resíduos de confecções do Brás para desenvolver novos tecidos e criar peças de moda urbana. À frente do negócio, a empreendedora Anny Soares relata os avanços após participar do programa: “Antes da aceleração eu tinha uma máquina de costura e um sonho. Agora tenho cinco máquinas e um negócio organizado”, afirma (<https://adesampa.com.br/fashionsampa/>). ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI

Divulgação: Marketing Research Day



Debate sobre pesquisa de mercado como ferramenta de decisão empresarial

@Em um ambiente de negócios cada vez mais dinâmico e competitivo, decisões baseadas apenas em percepções ou experiências tornam-se insuficientes. Com o propósito de ampliar o debate sobre o papel da pesquisa de mercado como ferramenta estratégica para tomada de decisão empresarial, o Marketing Research Day (MRD) reúne empresários, gestores, profissionais de marketing, especialistas em dados e líderes empresariais no dia 27 de agosto, em Porto Alegre (RS). O evento, idealizado pela Palco Inteligência de Negócios, promoverá três painéis com o objetivo de conectar visão estratégica, aplicação prática e operação das pesquisas, além de oferecer aos participantes uma compreensão ampla do processo de geração e utilização de inteligência de mercado (<https://www.sympla.com.br/evento/mrd-marketing-research-day/3463556>). ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 2](#)

Literatura

Livros em Revista

Por Ralph Peter



▶▶▶ [Leia na página 4](#)

OPINIÃO

Você conhece bem seu agente de IA?

Mentxu Trivino (*)

Por que a confiança atribuída aos agentes de IA vai definir a próxima era dos pagamentos

Durante décadas, a indústria de pagamentos operou sob uma premissa simples de que toda transação dependia da autorização direta de uma pessoa. Um cartão inserido na máquina, uma biometria, um código de autenticação ou um clique para concluir a compra. Mesmo com a evolução dos pagamentos por aproximação, das carteiras digitais e do checkout em um clique, esse princípio permaneceu praticamente inalterado.

O avanço da inteligência artificial, porém, começa a alterar essa lógica. No comércio baseado em agentes, o consumidor passa a delegar previamente a um assistente de IA a capacidade de pesquisar produtos, comparar ofertas e, em determinados casos, concluir compras em seu nome.

A questão deixa de ser apenas se um pagamento pode ser processado. O novo desafio é saber quem ou o que está autorizando aquela transação, quais são os limites dessa autorização e quem responde caso algo saia do previsto.

É justamente nesse contexto que surge um novo conceito: Know Your Agent (KYA), ou "Conheça seu Agente". Se o tradicional Know Your Customer (KYC) ou "Conheça seu Cliente", identifica quem está por trás de uma conta, o KYA busca validar a identidade, o mandato e os limites de atuação dos agentes inteligentes antes que eles iniciem uma transação financeira.

Essa discussão deixou de ser futurista. A IA já faz parte da jornada de compra de milhões de consumidores ao redor do mundo, principalmente nas etapas de pesquisa, comparação de preços e recomendação de produtos. O próximo passo é a conclusão autônoma da compra, um movimento que avança mais rapidamente do que a evolução das estruturas regulatórias e dos mecanismos de confiança.

Essa mudança também esbarra na confiança do consumidor. Um levantamento realizado pela Nuvei com consumidores norte-americanos mostra que 58% dos entrevistados consideram a IA útil para pesquisar produtos e comparar preços, mas apenas 27% afirmam que se sentiriam confortáveis em armazenar seus dados de pagamento em plataformas de inteligência artificial. Os resultados mostram que o maior desafio da próxima geração dos pagamentos não será apenas tecnológico, mas também de confiança.

O potencial desse modelo explica por que o tema ganhou prioridade na indústria. Segundo estimativas da McKinsey, o comércio realizado por agentes de inteligência artificial poderá movimentar trilhões de dólares no varejo global até 2030. Quanto mais rapidamente esse mercado crescer, maior será a necessidade de mecanismos capazes de validar identidade, autorização e responsabilidade nas transações realizadas por agentes autônomos.

Esse novo modelo de consumo também exige uma revisão da arquitetura dos pagamentos. As infraestruturas de pagamento foram desenhadas para um comprador humano, capaz de visualizar, reconhecer, autorizar e, posteriormente, contestar uma transação. Quando a compra passa a ser executada por um agente de IA, esse modelo deixa de responder a perguntas fundamentais.

Como verificar se aquele agente é legítimo? Em nome de quem ele está agindo? Quais limites o consumidor estabeleceu em relação a valores, categorias de produtos, estabelecimentos ou período de validade da autorização? E como comprovar a intenção do consumidor caso uma transação seja contestada?

Responder a essas questões exigirá uma nova camada de confiança na infraestrutura de pagamentos. Ela deverá validar a identidade do agente, interpretar seu mandato e garantir que cada transação seja encaminhada de acordo com as regras de risco, compliance e autenticação aplicáveis.

Ao mesmo tempo, outro desafio surge com a multiplicação dos protocolos utilizados pelos diferentes agentes de IA. Cada plataforma tende a desenvolver seus próprios padrões de comunicação, criando um ambiente fragmentado. Será papel da infraestrutura de pagamentos absorver essa complexidade, garantindo interoperabilidade entre agentes, comerciantes, instituições financeiras e redes de pagamento.

Embora a inteligência artificial opere em escala global, a experiência de pagamento continua profundamente local. Um consumidor brasileiro continuará esperando pagar com Pix, enquanto outros mercados seguirão priorizando seus próprios métodos de pagamento. É justamente essa adaptação ao contexto local que permitirá aos agentes de IA oferecer experiências realmente fluidas.

Por isso, confiança e execução passam a ser inseparáveis. Não basta que um agente seja identificado corretamente; ele também precisa operar dentro dos limites autorizados e utilizar os meios de pagamento adequados para cada mercado.

Durante muitos anos, o grande desafio da indústria foi ampliar a aceitação dos pagamentos digitais. A próxima etapa será construir mecanismos capazes de garantir que agentes inteligentes possam agir de forma segura, transparente e responsável em nome dos consumidores.

A transformação do comércio digital não dependerá apenas de inteligência artificial cada vez mais sofisticada. Ela exigirá uma nova infraestrutura de confiança, capaz de assegurar que a delegação de decisões financeiras ocorra com segurança, rastreabilidade e responsabilidade. A próxima geração dos pagamentos não será definida apenas pela inteligência artificial, mas pela capacidade de confiar nela.

(*) Vice-presidente de Parcerias de Pagamentos da Nuvei.

Trump pressiona jornalistas

Em 10 de julho passado a administração Trump intimou judicialmente jornalistas do New York Times, após o jornal ter publicado reportagens sobre preocupações de segurança envolvendo o novo avião presidencial, o Air Force One, doado pelo Catar.

Vivaldo José Breternitz (*)

As intimações para que os repórteres prestem depoimento perante um grande júri federal em Manhattan, representam uma escalada nos esforços de Trump para intimidar a imprensa independente; em alguns casos, agentes federais entregaram os documentos diretamente nas casas dos jornalistas.

O NYT condenou a medida. “A presença de agentes federais na porta de repórteres deveria chocar a consciência de qualquer americano que acredita na Constituição e na liberdade de imprensa”, afirmou David McCraw, advogado do jornal.

Segundo McCraw, “nossos jornalistas apenas relatam fatos e defendem o direito do público de saber como o governo opera e como os recursos dos contribuintes são usados. Este ato deve ser visto como nada além de uma tentativa de impedir que o público saiba o que acontece em seu país, intimidando jornalistas”.

Entre os jornalistas intimados estão Julian E. Barnes, Eric Lipton, Tyler Pager e Eric Schmitt, autores de reportagens que revelaram que Trump deixou a Turquia, onde participou de reunião da cúpula da OTAN, a bordo do antigo Air Force One por recomendação do Serviço Secreto, e que o novo avião, um Boeing 747-8, não possui alguns sistemas avançados



CANVA

de defesa, como proteção antimísseis.

Antes da publicação, um alto funcionário do FBI pediu ao jornal que não falasse sobre o assunto, alegando tratar-se de questão de segurança nacional, mas sem detalhar os riscos. Jornais brasileiros, como O Globo e O Estado de S. Paulo também noticiaram o fato.

Trump, crítico contumaz da imprensa, tem intensificado o uso da máquina federal para atacar veículos jornalísticos. Neste ano, o Departamento de Justiça já havia tentado obrigar repórteres do Wall Street Journal e do Washington Post a depor, mas recuou após os jornais terem ido à Justiça.

Embora investigações sobre vazamen-

tos de informações sigilosas não sejam inéditas, intimações contra jornalistas são raras e, segundo defensores da Primeira Emenda à Constituição americana, podem afetar a liberdade de imprensa.

O NYT também é parte de várias disputas judiciais contra Trump e seu governo, incluindo acusações de difamação e discriminação feitas por Trump. Já o jornal acusa o presidente de ataques à liberdade de imprensa, inclusive proibindo que repórteres acessem o Pentágono.

Naquela que se intitula a maior democracia do mundo, são lamentáveis os ataques sistemáticos à imprensa.

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

News @ TI

ricardosouza@netjen.com.br

Vagas remotas em Desenvolvimento, Dados e Arquitetura de Software

@A Zup, empresa de tecnologia do grupo Itaú Unibanco está com vagas abertas para posições como Pessoa Cientista de Dados, Pessoa Analista Sênior de Marketing Baseado em Contas (ABM), Pessoa Arquiteta Especialista em Soluções de Nuvem, Pessoa Desenvolvedora Back-end, Pessoa Engenheira de Software, entre outras. A empresa trabalha com o modelo de trabalho anywhere office, todas as vagas são remotas e podem ser ocupadas por pessoas de todo o Brasil. Entre os benefícios oferecidos estão: flexibilidade de horários, auxílio educação, planos de saúde e odontológico, plano de saúde pet, Wellhub, licenças maternidade e paternidade estendidas, seguro de vida, auxílio home office, auxílio creche, auxílio plano telefônico, entre outros (https://job-boards.greenhouse.io/zupinnovation).

Positivo Tecnologia traz a plataforma da Supermicro para criação de agentes de IA corporativos

@A Positivo Tecnologia, por meio da Positivo Servers & Solutions, unidade especializada em servidores, storages e infraestrutura de TI, anuncia a chegada ao mercado brasileiro da Super AI Station com NVIDIA GB300 Grace Blackwell Ultra (Supermicro GPU Super-Server ARS-511GD-NB-LCC). Trata-se de uma plataforma projetada para acelerar o desenvolvimento da nova geração de agentes de inteligência artificial corporativos. A Super AI Station foi concebida para permitir que empresas, universidades, centros de pesquisa e desenvolvedores construam, testem e operem agentes inteligentes capazes de interpretar informações, executar tarefas, tomar decisões e interagir com sistemas corporativos de forma autônoma (https://www.positivoseverns.com.br/).

Omie anuncia integrações com TikTok Shop para otimizar a operação de pequenas e médias empresas

@A Omie, líder em sistema de gestão (ERP) para PMEs, anuncia o lançamento de uma nova integração para o seu ecossistema de gestão: o TikTok Shop. A novidade visa facilitar o dia a dia do pequeno e médio empreendedor, consolidando a gestão de múltiplos canais de venda em uma única interface por meio do Omie.Hub, plataforma integradora de marketplaces e lojas virtuais da companhia. A estratégia reflete o compromisso da empresa em oferecer um backoffice completo e evitar erros que atrasam o crescimento das PMEs no e-commerce. A integração com o TikTok Shop, marketplace que contava com 134 milhões de usuários brasileiros ativos até maio de 2026, já está disponibilizada oficialmente. O grande diferencial oferecido pela Omie é o seu ecossistema de gestão completo (https://bit.ly/3Gqk6gE).

KaBuM! garante pré-download de GTA VI com uma semana de antecedência

@A contagem regressiva para o jogo mais aguardado de 2026 já começou e, para garantir que a comunidade gamer brasileira não perca nenhum segundo na hora de começar a jogar, o KaBuM! — maior e-commerce de tecnologia e games da América Latina — fechou uma negociação inédita com a Rockstar Games. A partir de 12 de novembro, os clientes que adquiriram o jogo na pré-venda do e-commerce começarão a receber seus acessos para iniciar o pré-download de GTA VI. Embora o jogo permaneça bloqueado para

jogar até o lançamento mundial, em 19 de novembro, a liberação antecipada traz uma vantagem fundamental para os jogadores e resolve o receio do congestionamento dos servidores. Ao concluir a instalação, os clientes do KaBuM! garantem acesso imediato assim que a Rockstar liberar o jogo.

ONLYOFFICE Documents 9.4 para Android amplia a experiência de criação e colaboração em documentos

@A ONLYOFFICE anuncia o lançamento do ONLYOFFICE Documents 9.4 para Android, uma atualização voltada a aumentar a produtividade de usuários que trabalham com documentos diretamente no celular ou tablet. A versão traz recursos para colaboração, melhorias de interface e otimizações de desempenho, incluindo colaboração assíncrona e uma nova coleção de modelos de slides para apresentações (www.onlyoffice.com/pt).

NeoSpace desenvolve IA baseada em Large Data Models

@A NeoSpace desenvolveu uma nova categoria de IA, chamada de Large Data Models (LDM). A solução foi criada para interpretar volumes massivos de dados de grandes empresas e transformá-los em inteligência, recomendações e decisões. Com a nova tecnologia, a empresa projeta faturar R\$ 300 milhões em 2026 e dobrar o faturamento anualmente nos anos seguintes. Até então inexistente no mercado, o modelo representa uma nova arquitetura em relação aos Large Language Models (LLMs), formato que popularizou a inteligência artificial generativa nos últimos anos em todo o mundo (https://www.neospace.ai/).

TD SYNnex é selecionada como distribuidora global da Fortinet

@A TD SYNnex foi escolhida como uma das distribuidoras globais da Fortinet, ampliando sua capacidade de apoiar integradores globais de sistemas (GSIs) e grandes parceiros internacionais que desenvolvem oportunidades da Fortinet em múltiplas geografias. A Fortinet selecionou a TD SYNnex por sua capacidade de combinar alcance global com expertise em estratégias de go-to-market, contribuindo para os parceiros navegarem por projetos multinacionais complexos e, ao mesmo tempo, se beneficiando de seu conhecimento em segurança e visão de mercados locais (https://lac.tdsynnex.com/br/pt-br/).

Vivo e Adobe anunciam parceria e oferta de seis meses grátis de Adobe Express Premium

@A Vivo anunciou uma parceria inédita com a Adobe para oferecer o Adobe Express Premium, plataforma de criação de artes e conteúdo visual com recursos de inteligência artificial, aos seus clientes. A iniciativa garante seis meses gratuitos da ferramenta para usuários elegíveis ao Vivo Valoriza, programa de relacionamento da marca. Com a novidade, a Vivo, pioneira na oferta de modelos de inteligência artificial gratuitos para seus assinantes, torna-se a primeira operadora do país a disponibilizar acesso complementar ao plano Adobe Express Premium para seus clientes. A estratégia busca ir além da conectividade e ampliar a entrega de experiências digitais completas, contribuindo também para a democratização do acesso à IA no Brasil.

 José Hamilton Mancuso (1936/2017) Responsável: Lilian Mancuso	Laurinda Machado Lobato (1941-2021)	José Leonil Lobato (1939-2026)
Editorias <i>Economia:</i> Nelson Tucci (nelson.tucci@netjen.com.br) <i>Mercado/Negócios/Tecnologia/Agronegócios/ Espaço empresarial:</i> Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); <i>Livros:</i> Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br) <i>Comercial:</i> comercial@netjen.com.br <i>Publicidade Legal:</i> lilian@netjen.com.br	<i>Webmaster/TI:</i> Fabio Nader; <i>Editoração Eletrônica:</i> Ricardo Souza. <i>Revisão:</i> Maria Cecília Camargo; <i>Serviço informativo:</i> Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA. Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.	Jornal Empresas & Negócios Ltda Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 – Vila Mariana – São Paulo – SP – CEP.: 04128-080 Telefone: (11) 3106-4171 – E-mail: (netjen@netjen.com.br) Site: (www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90 JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003) Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.
Colaboradores: Ana Luisa Winckler, Carol Olival, Claudia Lazzarotto, Denise Debiasi, Fabiana Monteiro, Geraldo Nunes, Heródoto Barbeiro e Neiva Mendes	ISSN 2595-8410	

Secovi abre foco para o mercado 60+

Senior Living Meeting debaterá tendências

Com o envelhecimento acelerado da população brasileira e o surgimento de novas demandas por moradias adaptadas à longevidade, o Secovi-SP (Sindicato da Habitação) realizará o “Senior Living Meeting”, encontro que reunirá especialistas, investidores, arquitetos e gestores para discutir oportunidades de negócio, modelos de operação e tendências deste mercado no Brasil. Evento será no próximo dia 20, em São Paulo.

O Senior Living já deixou de ser apenas uma resposta social ou assistencial. É uma oportunidade de negócio estruturada, que exige soluções imobiliárias, operacionais e financeiras afinadas com a nova realidade”, destaca Caio Calfat, vice-presidente extraordinário de Assuntos Turísticos Imobiliários do SecoviSP.

“Este evento é essencial para aproximar investi-



dores, desenvolvedores e operadores, alinhando estratégias que tornem os empreendimentos viáveis, sustentáveis e mais atraentes para a população 60+”, completa.

A programação inclui quatro painéis com profissionais que atuam em toda a cadeia de valor do segmento. A abertura do evento será feita pelo próprio Caio Calfat com a palestra “Oportunidades de investimento em Senior Living”, em que discutirá temas como avaliação

de valor em ambiente de spreads comprimidos; *cap rate vs.* custo de capital; estruturas inovadoras e engenharia financeira, entre outros assuntos.

Na sequência, Norton Mello, CEO da BIOENG Projetos comandará a discussão “Desenvolvimento imobiliário e arquitetura para longevidade”, colocando a arquitetura como um ativo fundamental para oferecer soluções e projetos voltados à acessibilidade, à segurança e bem-estar, além da inte-

gração entre tecnologia e a sustentabilidade.

Gestão

O terceiro painel será liderado por Luciano Zuffo, sócio-fundador do Grupo São Pietro Hospitais e Clínicas – São Pietro Sênior com o tema “Operação e gestão de empreendimentos Senior Living”, levando ao público os desafios de uma operação voltada ao público 60+, abordando tópicos diversos como gestão eficiente, oferta de serviços, experiência do morador e sustentabilidade do modelo de negócio

Encerrando o encontro, o painel “O consumidor sênior e o futuro da moradia para longevidade”, traz Martin Henkel, CEO da SeniorLab para discutir as transformações para este público, as novas demandas de consumo e serviço, e quais devem ser as tendências e formatos de moradia. Inscrições, gratuitas, pelo link <https://secovisp.com/4w19q0U>.

Tarifaço: Entenda a Lei da Reciprocidade

A decisão do governo dos Estados Unidos, agora oficialmente divulgada, de impor tarifas de 25% sobre produtos exportados pelo Brasil, trouxe uma reação imediata do governo brasileiro. Em resposta, o Palácio do Planalto afirmou que a Lei de Reciprocidade brasileira será acionada «imediatamente».

A lei, sancionada em 11 de abril de 2025, foi motivada também por decisões do presidente dos Estados Unidos, Donald Trump. Já naquela ocasião, Trump escalou em uma guerra comercial contra diversos países, inclusive o Brasil, e anunciou sobretaxas de importação.

A Lei nº 15.122 estabelece critérios para suspensão de concessões comer-

ciais em resposta a ações, políticas ou práticas unilaterais de outro país que impacte negativamente a competitividade econômica do Brasil.

Ou seja, se um país com o qual o Brasil tem relação comercial adota uma medida que o prejudique nessa relação, o governo pode adotar uma série de contramedidas. Dentre elas, impor tributos ou taxas, acabar com isenções ou redução de valores de tarifas de importação, ou restringir importações de bens ou serviços.

Essas contramedidas devem ser, na medida do possível, aplicadas na mesma proporção do prejuízo econômico causado por outro país ou bloco econômico ao Brasil.

A Lei da Reciprocidade destaca que cabe a suspensão de concessões comerciais, entre outras medidas, a países ou blocos de países que “interfirmam nas escolhas legítimas e soberanas do Brasil”.

Assim, a lei se aplica a um país que ameace aplicar ou aplique medidas comerciais na tentativa de interferir em atos específicos ou práticas no Brasil. A legislação também abre espaço ao diálogo e entendimento para que medidas retaliatórias não sejam tomadas obrigatoriamente. Em seu Artigo 4º, determina que a diplomacia entre em ação para reduzir ou anular a necessidade das contramedidas previstas (Abr).

Acertos e Erros do ESG: o amadurecimento de uma agenda que veio para ficar

Mayra Tavares Gil de Souza (*)

Por tempo, a sustentabilidade foi tratada como um tema paralelo às decisões estratégicas das empresas. Hoje, essa realidade mudou. O ESG (Environmental, Social and Governance) passou a influenciar investimentos, orientar a gestão de riscos e redefinir a forma como organizações medem seu desempenho. Ao mesmo tempo em que amadurece, porém, o conceito também enfrenta críticas e desafios que colocam sua efetividade à prova.

Um dos principais acertos do ESG foi aproximar sustentabilidade e estratégia de negócios. A agenda deixou de ocupar um espaço isolado no planejamento corporativo para se tornar um fator diretamente ligado à geração de valor, competitividade e resiliência. Empresas que incorporam critérios ESG à sua governança tendem a estar mais preparadas para lidar com mudanças regulatórias, exigências das cadeias globais de valor e expectativas crescentes da sociedade.

Outro avanço importante foi a conexão entre sustentabilidade e desempenho financeiro. Investidores passaram a considerar indicadores ambientais, sociais e de governança em suas análises, ampliando a visão sobre riscos e oportunidades. Essa mudança fortaleceu uma lógica de mercado em que resultados econômicos e impacto positivo podem caminhar juntos. Além disso, as finanças sustentáveis impulsionaram investimentos em áreas como transição energética, bioeconomia, agricultura regenerativa e soluções de baixo carbono.

A tecnologia também contribuiu para fortalecer a agenda. Ferramentas de gestão, plataformas de monitoramento e métricas mais sofisticadas permitiram maior precisão e transparência no acompanhamento de indicadores. Paralelamente, iniciativas globais como o ISSB e o GRI avançaram na criação de padrões para a divulgação de informações ESG.

Apesar dos avanços, os desafios permanecem relevantes. Em muitos casos, a implementação ocorreu de forma superficial, limitada a relatórios ou campanhas institucionais, sem mudanças efetivas na cultura organizacional. A pressão de investidores, consumidores e reguladores levou algumas empresas a adotarem práticas ESG mais por obrigação do que por convicção, comprometendo a autenticidade das iniciativas.

A falta de compreensão sobre o conceito também abriu espaço para interpretações equivocadas e para o greenwashing. Em alguns contextos, o ESG passou a ser associado de forma indevida a disputas ideológicas, desviando o foco de seu propósito original: promover uma gestão mais eficiente, responsável e sustentável. Quando compromissos socioambientais são exagerados ou distorcidos, a confiança de investidores, consumidores e da sociedade é enfraquecida.

O futuro do ESG dependerá menos de discursos e mais de resultados concretos. A agenda exige propósito, transparência e integração genuína às decisões empresariais. O desafio não é apenas demonstrar compromisso com práticas sustentáveis, mas comprovar, por meio de dados e impactos mensuráveis, que essas ações geram valor para os negócios e para a sociedade.

Mais do que uma sigla ou tendência, o ESG representa uma transformação na forma como empresas e lideranças entendem seu papel no mundo. Modismos passam, mas princípios como desenvolvimento sustentável, responsabilidade socioambiental e ética permanecem essenciais para a construção de uma economia mais resiliente e de uma sociedade mais equilibrada.

(*) Mayra Tavares Gil de Souzaé especialista em desenvolvimento sustentável, governança e estratégia, com mais de 20 anos de experiência. É sócia-fundadora da SEED Consultancy.



ABAG 25 anos

No dia 10 de agosto, acontece, em formato híbrido, a edição histórica de 25 anos do Congresso Brasileiro do Agronegócio, uma realização da ABAG - Associação Brasileira do Agronegócio e da **B3**, a bolsa do Brasil, cujo tema central é “*Agro & Indústria Integrando e Transformando o Brasil*”. A programação contará com duas mesas-redondas — “O Agro na Geopolítica” e “Novo Governo: Prioridades e Compromissos” —, além dos painéis. O evento também terá uma palestra de encerramento e a estreia do “Future Flash do Agro Brasileiro”, série de apresentações dinâmicas voltadas às tendências que devem impactar o setor nos próximos anos. O congresso terá solenidade de abertura conduzida por Ingo Plöger, presidente da ABAG e Luiz Masagão, Vice-presidente de Produtos e Clientes da B3.

Apex financia

Exportar para mercados internacionais é uma das principais metas do agronegócio, da indústria de alimentos e do setor mineral brasileiro. O que poucos sabem é que a ApexBrasil, agência federal de promoção de exportações, já financia até 100% do custo de participação em 11 grandes feiras internacionais realizadas na Rússia um dos maiores mercados importadores de produção agrícola, alimentos processados, máquinas e minerais do mundo. Os eventos fazem parte do portfólio do ITE Group, grupo internacional fundado em 1991, com experiência em feiras de grande porte em mercados emergentes. Por meio do programa de feiras internacionais da ApexBrasil, empresas brasileiras têm acesso a estandes montados, registro, seguro e energia elétrica incluídos com subsídio de 90% do investimento total em 10 eventos, e cobertura integral de 100% na WorldFood Moscow (35ª Feira Internacional de Alimentos e Bebidas • 15–18 de setembro de 2026,

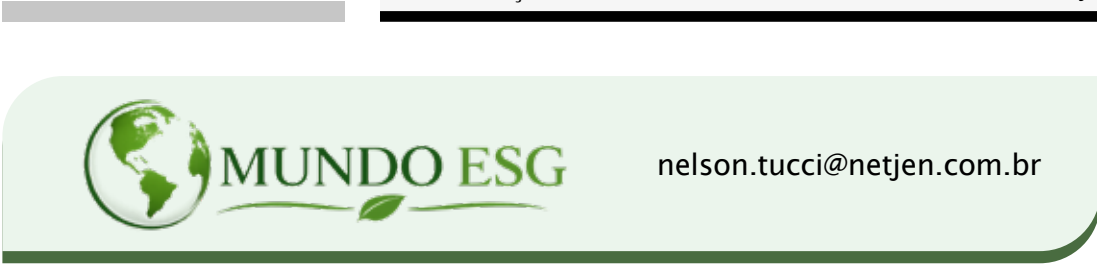
Moscou), uma das maiores feiras internacionais de alimentos e bebidas da Rússia.

WorldFood Moscow

“O Brasil tem produtos competitivos, tecnologia de ponta e capacidade produtiva de que o mundo precisa. As feiras internacionais são o caminho mais direto para conectar nossos expositores a compradores qualificados e o subsídio da ApexBrasil elimina o principal obstáculo: o custo de entrada”, diz Dmitry Zavgorodniy, CEO, do ITE Group. A quem interessar, o link do Programa de Feiras da Apex é: (https://apexbrasil.com.br/content/apexbrasil/br/pt/eventos/apexbrasil-feiras-worldfood-moscow2026.html?utm_source=ActiveCampaign&utm_medium=email&utm_content=ApexBrasil%20paga%20100%20%20do%20estande%20na%20WorldFood%20Moscow%202026&utm_campaign=WFM2026%20-%20F%26B%20Trends%20%28Copy%29)

Imóveis

O avanço de investidores estrangeiros no mercado imobiliário brasileiro passou a pressionar com mais força a disputa por imóveis em regiões turísticas e de alta valorização, especialmente em destinos como São Paulo, Rio de Janeiro, Nordeste e Santa Catarina. O movimento ocorre em um mercado que já vinha pressionado por oferta limitada. O preço médio de venda residencial no Brasil subiu 5,62% em 12 meses até março de 2026, acima da inflação medida pelo IPCA no período, de 3,69%. Em Florianópolis, a alta foi ainda mais forte, de 8,20%, com preço médio de R\$ 13.106 por metro quadrado, o 2º maior entre as capitais monitoradas. O cenário mostra que a entrada de capital estrangeiro não age isoladamente sobre os preços, mas intensifica uma pressão já existente. Para Alex Sales, fundador da Alumbra Empreendimentos Design, o estrangeiro “amplia a liquidez do mercado, mas não explica sozinho a alta recente dos imóveis”.



Energia

A Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT) deu um passo importante para se tornar referência em pesquisas sobre armazenamento de energia ao formalizar, na semana que passou, o recebimento de um sistema BESS (Battery Energy Storage System) doado pela empresa norte-americana Navvion Energy Storage Systems. A entrega ocorreu durante a visita da delegação da empresa e da parceira chinesa MANST Technology ao Estado, que também cumpriu agenda técnica na Centroação e na Trael Transformadores, dentro das tratativas para definir onde será instalada uma fábrica de baterias avaliada em mais de R\$ 1,1 bilhão. O equipamento doado é um sistema residencial NavvionZERO com capacidade de armazenamento de 16,1 kWh e inversor híbrido integrado de 10 kW. O projeto prevê investimento inicial de R\$ 110 milhões para implantação de uma unidade de montagem de sistemas de armazenamento de energia.

Chuvvas, El Niño...

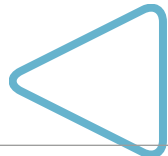
Previsão do Inmet aponta chuvas acima da média no Sul, calor recorde e risco de estiagem no Centro-Oeste, Nordeste e Norte. A Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) lança cartilha com uma série de orientações para os bares e restaurantes se prepararem. Segundo o Painel El Niño de junho, produzido pelo Instituto Nacional de Meteorologia (Inmet), há 90% de probabilidade do fenômeno permanecer ativo até, pelo menos, o início de 2027, com alta chance de atingir intensidade forte nos meses de julho, agosto e setembro. Os efeitos, no entanto, não são uniformes: cada região do país deve enfrentar um tipo distinto de risco, o que pode impactar diretamente e indiretamente a operação dos estabelecimentos do setor.

Vulnerabilidade

O lançamento de “Sinapses de um Líder Imperfeito — Neuroliderança, vulnerabilidade e resultados”, livro de Rogério Babler , CEO da mhconsult, tem repercutido no meio corporativo ao propor uma nova visão sobre liderança baseada em autoconhecimento, neurociência e inteligência emocional. A obra defende que líderes não precisam ser perfeitos para alcançar resultados consistentes, mas sim compreender seus padrões de comportamento, emoções e processos de tomada de decisão. “A liderança não nasce da perfeição. Ela nasce da consciência. Quando o líder entende seus padrões mentais, suas emoções e suas limitações, ele passa a tomar decisões mais claras e mais humanas”, afirma Babler. O lançamento reuniu cerca de 150 convidados em São Paulo e reforçou o interesse crescente do mercado por modelos de gestão mais humanizados e alinhados aos desafios do ambiente corporativo atual.

Status x Salário

Status e salário já não são garantia de nada, pois seis em cada 10 executivos esperam trocar de cargo em até 3 anos. Mesmo ocupando cargos de alta liderança, com remuneração elevada e poder de decisão, quase seis em cada 10 executivos esperam fazer uma mudança significativa, segundo levantamento da LHH (empresa do grupo The Adecco Group) realizado com mais de 4.600 líderes de carreira. O dado chama atenção por revelar que remuneração, benefícios e status já não são suficientes para garantir a permanência desses profissionais nas empresas. Pesquisas recentes mostram que líderes enfrentam níveis elevados de estresse, solidão e sobrecarga, enquanto as empresas seguem colocando o desenvolvimento de lideranças entre seus principais desafios.



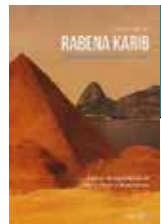
Livros em Revista

Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br)



O Cofre da Família

Eduardo Natale - Matrix – Eduardo é um influente advogado tributarista, membro da reconhecida Time Holding Brasil, uma comunidade de “eleitos” da área. Trouxe à baila uma obra que tem o condão de aquietar espíritos quanto à situação patrimonial amealhada por famílias, sabe-se lá a que ou quais custos. Em tempo: não se trata de conselhos que darão “jeitinho”, ou caminhos para burlar sistemas, antes, uma obra que clareia e palmilha caminhos para evitar eventuais tropeços em obstáculos que poderiam ser evitados. Extremamente útil!



Rabena Karib: Jornada entre o deserto e o mar

Cristina Seixas – Cândido – Rabena Karib é uma expressão de origem árabe que significa "Deus está próximo", naturalmente com a intenção de manter a fé e esperança para solucionar ou sair de uma situação ruim. A jornalista Cristina, mediante depoimentos de Vittorio e Teresa Ficara, expõe sem rodeios uma intensa história de amor e perseverança de duas famílias que atravessaram desertos e mares para chegarem ao Brasil e iniciar nova e nebulosa jornada. Documentos e fotos lastreiam sua escrita, cuidadosa e como de hábito, verdadeira. Não se trata de algo lacrimojante. Sua narrativa expõe almas fortes, cepas perenes que ensinam hábitos resilientes e envaidecem amigos e familiares. Exemplos a serem seguidos por nosso jovens!



A Arte da Negociação

Donald J. Trump e Tony Schwartz – Lúcia Brito e Mariana K. Marinho (Tradts) – Cidadel - Em compasso de mini biografia, Trump quando ainda não era político – obra foi editada em 1987 - abre sua “caixa de ferramentas” para expor-se e desmistificar situações e resultados que pareciam nebulosos, escusos. O homem nasceu para empreender. Ousado, sempre alerta, quando possível, até caridoso. Na obra veremos e sentiremos um Trump raiz, acima de tudo um patriota. Fotos e relatos não deixam dúvidas. Fadado ao êxito. Hoje, polêmico e arrebatador, sobrevivente, continua sua trajetória sem pruridos, enfrentando óbices sem vergar-se, todavia, sempre um negociador. Esse será seu legado!



Aqui Estou, Como Sou: Um H Q sobre saúde mental

Cara Bean – Kícila Ferregetti (Trad) – Latitude – Cara é professora de artes nos Estados Unidos. Convivendo com adolescentes e jovens adultos, percebeu algumas dificuldades que enfrentam no dia a dia, no relacionamento em ambientes vários, tais como: familiar; escolar, profissional e não raro, consigo mesmo. Tais problemas interferem diretamente em seu desenvolvimento. Um adolescente possui uma mente em franca expansão e não raro, perde-se na perspectiva de seu futuro. Cara, desenvolveu essa obra em forma de delicioso HQ, para explicar como funciona o cérebro de uma pessoa, particularmente do adolescente e jovem adulto. Com ilustrações da própria autora, o leitor recebe valiosas informações. Ações e reações são detalhadas, com profundo respeito e leveza. O leitor, de qualquer faixa etária, penetrará no universo da mente humana, recebendo informações preciosíssimas a cada capítulo, com prazer, sem “chatices”. Uma brilhante ideia que seguramente expandirá conhecimentos. Esclarecedor!!

www.bcctelevision.com.br

Assista ao programa Livros em Revista. Um canal repleto de novidades do universo literário. Entretenimento garantido!



Com apresentação de Ralph Peter.



Proclamas de Casamentos

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: **SALOM DAJIELOVSKI**, nascido em Israel, no dia (21/07/1951), profissão comerciante, estado civil solteiro, domiciliado e residente neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Joseph Dajjalovski e de Dina Dajjalovski. A pretendente: **YOCHYED CHANA DAJIALOVSKI**, nascida em Israel, no dia (28/12/1953), profissão comerciante, estado civil solteira, domiciliada e residente neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Arie Parasol e de Cipora Parasol.

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

Distrito de Jardim São Luís

Drª. Evanice Callado Rodrigues dos Santos - 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: **PEDRO HENRIQUE EVANGELISTA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 20/01/2003, analista de cloud, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Francinaldo Evangelista e de Maria Elizete de Souza Evangelista; A pretendente: **BEATRIZ COSTA MOLINA**, brasileira, solteira, nascida aos 17/03/2005, project management office, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Leonardo da Costa Molina e de Vanessa da Costa Molina.

O pretendente: **VICTOR HUGO SINFRONIO BRITO**, brasileiro, solteiro, nascido aos 22/11/1993, advogado, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Pedro Vieira de Brito e de Josefa Ivaneide Sinfronio; A pretendente: **RENATA FRENCL RIBEIRO**, brasileira, solteira, nascida aos 16/07/1995, professora, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Marcio Ribeiro de Oliveira e de Regina Celia Frencl Ribeiro.

O pretendente: **KAIO CEZAR BOSCO**, brasileiro, solteiro, nascido aos 24/04/1999, técnico de manutenção de celular, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Cesar de Souza Bosco e de Neide Aparecida dos Santos; A pretendente: **CAMILA NASCIMENTO CAMPANHOLLE HORTENCIO**, brasileira, solteira, nascida aos 08/04/2002, analista de negócios plena, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Joao Evangelista Campanholle Hortencio e de Solange Nascimento dos Santos.

O pretendente: **LUCAS FELIX LOPES**, brasileiro, solteiro, nascido aos 22/04/1998, farmacêutico, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de José Roberto Pereira Lopes e de Patricia Maria Felix; e **JENNYFER ALVES GOMES**, brasileira, solteira, nascida aos 21/04/2004, babá, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Janio Gomes Grigorio e de Liliane Alves dos Santos.

O pretendente: **PAULO CESAR PERES AMORIM**, brasileiro, divorciado, nascido aos 07/08/1987, motoboy, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Luiz Cezar Amorim e de Devanir Peres da Silva; A pretendente: **SIMONE RAMOS COELHO**, brasileira, viúva, nascida aos 06/03/1984, analista de sistemas, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Roseno José Aquina e de Maria Aparecida Ramos.

O pretendente: **RODRIGO DE OLIVEIRA GONÇALVES**, brasileiro, solteiro, nascido aos 19/03/1989, personal, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Oliveira Gonçalves da Conceição e de Clemencia de Oliveira da Conceição; A pretendente: **LISLEY DE OLIVEIRA SILVA**, brasileira, solteira, nascida aos 30/09/2001, caixa, natural de São Benedito - CE, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Francisco Sérgio Rodrigues da Silva e de Mirlane de Oliveira Silva.

O pretendente: **MARIO AUGUSTO BRAGA DA CONCEIÇÃO JUNIOR**, brasileiro, solteiro, nascido aos 11/12/1993, gerente operacional, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Mario Augusto Braga da Conceição e de Rosemeire de Fatima Matheus da Conceição; A pretendente: **REBECA ARAÚJO FELIX**, brasileira, solteira, nascida aos 27/09/2004, auxiliar de reposição, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de David Cassimiro Félix e de Maria Emilia Araújo Silva.

O pretendente: **AMARO DAVINO DOS SANTOS**, brasileiro, viúvo, nascido aos 05/09/1946, aposentado, natural de Cabo - PE, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Valdemar Davino dos Santos e de Amara Sofia dos Santos; A pretendente: **MARIA DA PAZ**, brasileira, divorciada, nascida aos 19/08/1953, aposentada, natural de Panelas - PE, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de João Antonio Saraiva e de Maria Jose Saraiva.

O pretendente: **MÁRCIO JOSÉ ALENCAR DE SOUSA**, brasileiro, divorciado, nascido aos 08/08/1994, geссеiro, natural de Teresina - PI, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Francisco José de Sousa e de Antonia Maria de Alencar; A pretendente: **MARTAMARIA CASTRO DE ALENCAR**, brasileira, divorciada, nascida aos 24/10/1996, atendente, natural de Beneditinos - PI, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Sebastião Fernandes de Alencar e de Maria da Cruz Castro.

O pretendente: **FELIPE CAVALCANTE DOS SANTOS**, brasileiro, solteiro, nascido aos 24/09/1999, técnico de informática, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Jezimiel Caetano dos Santos e de Andreia Cavalcante dos Santos; A pretendente: **ANA BEATRIZ DA SILVA**, brasileira, solteira, nascida aos 11/03/2000, professora de educação infantil, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Jose Aurivonaldo da Silva e de Maria Aparecida da Conceição.

O pretendente: **ELISEU DE CARVALHO NETO**, brasileiro, divorciado, nascido aos 07/08/1975, gari, natural de Picos - PI, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Manoel Felix Neto e de Maria Ribeiro de Carvalho; A pretendente: **VALENDEINE LEANDRO DA SILVA**, brasileira, divorciada, nascida aos 22/11/1971, aposentada, natural de Palmares - PE, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de José Leandro da Silva e de Josefa Leandro da Silva.

O pretendente: **VICTOR PEREIRA VICENTE**, brasileiro, divorciado, nascido aos 22/09/1995, motoboy, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Valtér Carlos Vicente e de Maria Silmar Pereira dos Santos; A pretendente: **THAYNA THAYSS DOS SANTOS ROCHA**, brasileira, divorciada, nascida aos 25/02/1998, gestora de serviços de entrega, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Davi Santiago Alves e de Vivian Santos Oliveira.

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL

3º Subdistrito - Penha de França

Albert Broday Rodrigues - Oficial do Registro Civil

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

O pretendente: **LUCAS EDUARDO DIAS PAIVA**, profissão: analista de planejamento, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 18/12/2002, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Eduardo Pereira Paiva e de Elisabeth Dias E Silva. A pretendente: **SUÉLLEN DA SILVA COSTA**, profissão: assistente de recursos humanos, estado civil: solteira, naturalidade: Diadema, SP, data-nascimento: 26/08/2004, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Valtér Boaventura Costa e de Elaine Maria da Silva Costa.

O pretendente: **GERSON DE CARVALHO COSTA**, profissão: executivo comercial, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 19/10/1990, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de José de Ribamar de Carvalho Costa e de Maria José Augusta Costa. A pretendente: **STEPHANIE CAROLINE RIBEIRO PORCEL**, profissão: advogada, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 14/12/1995, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Sandro Roberto Porcel e de Marli Nunes Ribeiro Ramalho.

USP oferece curso online e gratuito sobre educação aberta

Professores da educação básica podem se inscrever até 29 de julho em formação com atividades que terão foco na aplicação prática em sala de aula. É docente da Educação Básica e busca aprimorar suas práticas pedagógicas? O curso Abre-te, sésamo! Práticas e tecnologias educacionais abertas na Educação Básica propõe uma formação online e gratuita sobre o uso de recursos e tecnologias da Educação Aberta (https://uspdigital.usp.br/apolo/apoObterCurso?cod_curso=550300019&cod_edicao=26001&numseqofeedi=1).

Promovido pelo Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação (ICMC) da USP, em São Carlos, a formação está com inscrições abertas até 29 de julho, pelo sistema Apolo (<https://uspdigital.usp.br/apolo/inscricaoPublicaFormTurmaListar?codund=55&codcurceu=550300019&codedicur>

[ceu=26001&numseqofeedi=1&oriins=W](https://uspdigital.usp.br/apolo/inscricaoPublicaFormTurmaListar?codund=55&codcurceu=550300019&codedicur)). Ao todo, são oferecidas 100 vagas, destinadas a professores da Educação Básica.

O curso explora os princípios da Educação Aberta, um movimento que busca ampliar o acesso livre, flexível e gratuito às oportunidades de aprendizagem em sintonia com a cultura digital, e incentiva a experimentação de recursos e tecnologias educacionais abertas.

Também são incentivadas iniciativas de compartilhamento, colaboração entre docentes e reutilização de materiais educacionais para enriquecer os processos de ensino e aprendizagem. Além disso, o curso aproxima os participantes das Práticas Educacionais Abertas (PEA) e dos Recursos Educacionais Abertos (REA),

O pretendente: **MARCELO GABRIEL ARROBO VIDAL**, equatoriano, solteiro, nascido aos 21/12/1990, engenheiro comercial, natural de Equador, residente e domiciliado em Quito-Ecuador, filho de Gabriel Efrén Arrobo Narvaez e de Nelly Aurora Vidal Cordova; A pretendente: **FABIELLY PEREIRA RODRIGUES**, brasileira, divorciada, nascida aos 31/03/1995, administradora de empresas, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Francisco Gonçalves Rodrigues e de Berenice Noronha Pereira Rodrigues

O pretendente: **TIAGO DE OLIVEIRA SANTANA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 23/09/1998, aplicador de som, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Silvano de Jesus Santana e de Ana Paula Maria de Oliveira; A pretendente: **VITORIA FERREIRA BRANDÃO**, brasileira, solteira, nascida aos 03/02/2000, design de sobancelha, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Gilvan Rocha Brandão e de Vanusa Ferreira da Silva.

O pretendente: **JULIO CESAR SILVA CONCEIÇÃO**, brasileiro, solteiro, nascido aos 06/08/2004, auxiliar de produção, natural de Campinas - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de José Ivanildo Silva da Conceição e de Maria Marlene da Silva; A pretendente: **GISELE JESUS BACELAR DOS SANTOS**, brasileira, solteira, nascida aos 14/09/1989, ajudante de cozinha, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Givaldo Bacelar dos Santos e de Sirleide Rosa de Jesus.

O pretendente: **MARCOS ROGERIO NASCIMENTO DA SILVA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 28/06/2000, barbeiro, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Julio Cezar da Silva e de Claudia Ferreira do Nascimento; A pretendente: **STEFANI VITORIA DA CONCEIÇÃO**, brasileira, solteira, nascida aos 03/05/2001, vendedora, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Robson Pereira da Conceição e de Eunice Maria Lopes.

O pretendente: **JOSÉ RAMALHO LIMA FERREIRA**, brasileiro, divorciado, nascido aos 14/05/1983, ajudante geral, natural de Castelo do Piauí - PI, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de José Ferreira Lima e de Maria dos Santos Lima Ferreira; A pretendente: **ERICA SANTOS DE SOUZA**, brasileira, solteira, nascida aos 08/01/1995, do lar, natural de Salvador - BA, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Renato Barboza de Souza e de Maria Domingas dos Santos.

O pretendente: **EVERTON TADEU ASSUMPÇÃO ANNIBALI**, brasileiro, solteiro, nascido aos 28/04/1989, motorista, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Mauro Jose Dias Annibali e de Marisa de Moraes Assumpção; A pretendente: **LAISA AKEMY TANIZAKI**, brasileira, divorciada, nascida aos 26/10/1990, coordenadora administrativa, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Leoití Wilson Tanizaki e de Aparecida Gonçalves da Cruz Tanizaki.

O pretendente: **JOÃO VICTOR FERREIRA DE LIMA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 16/12/2000, atendente entregador pleno, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Josevaldo Antonio de Lima e de Derlene Ferreira dos Santos; A pretendente: **KAUANY SOUZA MELO**, brasileira, solteira, nascida aos 21/09/1999, atendente, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Manoel Raimundo de Oliveira Melo e de Maria D'Assunção Souza.

O pretendente: **FLÁVIO SILVA BRITO**, brasileiro, solteiro, nascido aos 26/11/2004, garçom, natural de Caraubal - CE, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Raimundo Nonato de Brito e de Antonia Zeneide Silva; A pretendente: **ANA BEATRIZ DE SOUSA NUNES**, brasileira, solteira, nascida aos 22/01/2007, garçonete, natural de São Benedito - CE, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Leandro Nunes da Silva e de Patricia de Sousa Silva Nunes.

O pretendente: **JOÃO VITOR CARVALHO SOBRAL**, brasileiro, solteiro, nascido aos 19/01/2004, porteiro, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Cicero Carvalho Barros e de Selma da Silva Sobral; A pretendente: **GABRIELA GOMES DE SOUZA**, brasileira, solteira, nascida aos 20/01/2000, analista de recebimento fiscal, natural de Santo Estêvão - BA, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Eliseu de Souza e de Idelma Gomes de Jesus.

O pretendente: **FABIO SILVA BERTHOLDO FEITOZA**, brasileiro, solteiro, nascido aos 12/10/2000, motoboy, natural de Itapeperica da Serra - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de José Damir Betholdo Feitoza e de Vera Lucia Maria Feitoza; A pretendente: **LARISSA TRINDADE CAMPOS**, brasileira, solteira, nascida aos 01/10/2004, auxiliar administrativa, natural de Itapeperica da Serra - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Odilrei Trindade de Campos e de Lais Regina Trindade Campos.

O pretendente: **LUCAS ALVES DOS SANTOS**, brasileiro, solteiro, nascido aos 06/03/2002, auxiliar técnico administrativo, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Luciano Luiz dos Santos e de Juliana Alves de Souza; A pretendente: **GABRIELA MACEDO LIMA**, brasileira, solteira, nascida aos 03/08/2004, auxiliar técnica administrativa, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Roberto Matias Lima e de Solange Alves de Macedo Lima.

O pretendente: **LEANDRO ARAUJO DOS REIS**, brasileiro, divorciado, nascido aos 25/02/1980, controlador de acesso, natural de São Paulo - SP, residente e domiciliado em São Paulo - SP, filho de Manoel Borges dos Reis e de Maria dos Anjos Araujo dos Reis; A pretendente: **MARLENE GONÇALVES PIRES**, brasileira, solteira, nascida aos 10/03/1979, arrumadeira, natural de Minas Novas - MG, residente e domiciliada em São Paulo - SP, filha de Paulino Pires Gonçalves e de Joana Gomes Pereira Gonçalves.

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

O pretendente: **LEANDRO LEONEL DE OLIVEIRA**, profissão: vendedor, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 01/08/1987, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Carlos Gonçalves de Oliveira e de Sandra Aparecida Leonel Afonso. A pretendente: **LETICIA FERNANDA SANTOS ALVES**, profissão: agente ocupacional, estado civil: divorciada, naturalidade: Bauru, SP, data-nascimento: 30/11/1994, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Luiz Franco Alves e de Roseli de Souza Santos Alves.

O pretendente: **EDMILSON REQUENA JUNIOR**, profissão: empresário, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 02/04/1994, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Edmilson Requena e de Melaine Ricardo dos Santos. A pretendente: **LILIANE INOUE DA SILVA SUTEMI**, profissão: empresária, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 06/11/1995, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Renato Inoue Sutemi e de Joeliza da Silva Sutemi.

O pretendente: **LUCAS DOS SANTOS COCCO DE OLIVEIRA**, profissão: atleta, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 26/12/1994, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Humberto Luciano Cocco de Oliveira e de Gislene dos Santos. A pretendente: **DANIELE OLIVEIRA**, profissão: do lar, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 01/07/1995, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Sebastião Jose de Oliveira e de Maria das Graças Morais da Silva.

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

explorando formas de incorporá-los ao cotidiano da docência.

Com carga horária de 34 horas, a formação será realizada na modalidade remota, de 3 de agosto a 19 de outubro. O curso inclui 10 horas de encontros síncronos via Google Meet, com aulas de até duas horas sobre os fundamentos da Educação Aberta, os REA e as tecnologias que viabilizam as PEA.

Além dos encontros ao vivo, os participantes desenvolverão 24 horas de atividades práticas ao longo de seis semanas. Nesse período, cada docente planejará, elaborará e aplicará uma atividade em seu contexto de atuação, de acordo com sua disponibilidade e com as demandas da prática profissional, permitindo que os conhecimentos adquiridos sejam incorporados ao trabalho pedagógico.

O mundo voltou a competir por infraestrutura

Durante anos, a infraestrutura saiu do centro das discussões sobre desenvolvimento econômico. O debate passou a girar em torno da inovação, da transformação digital, dos novos modelos de negócio e, mais recentemente, da inteligência artificial. Parecia que a base que sustentava essa evolução já estava garantida

Carlos Eduardo Sedeh (*)

Não estava.

Nos últimos anos, uma combinação de tensões geopolíticas, transição energética, digitalização acelerada e aumento da demanda por processamento de dados recolocou energia, conectividade e logística no centro das decisões econômicas.

O mundo voltou a competir por infraestrutura.

Essa mudança pode ser observada em diferentes regiões. Nos Estados Unidos, a expansão dos data centers e das aplicações de inteligência artificial já provoca discussões sobre a capacidade das redes elétricas de acompanhar o crescimento da demanda. Na Europa, a busca por maior autonomia energética ganhou força após os impactos provocados pela guerra na Ucrânia. Na Ásia, governos e empresas ampliaram investimentos para fortalecer conectividade, capacidade computacional e segurança operacional.

Embora os desafios variem de país para país, a lógica é a mesma: infraestrutura deixou de ser apenas uma condição para o crescimento econômico. Voltou a ser um diferencial competitivo.

Essa transformação também alterou a forma como investidores avaliam oportunidades de negócios. Durante décadas, fatores como mercado consumidor, disponibilidade de mão de obra e incentivos fiscais estiveram entre os principais critérios para a instalação de novas operações. Hoje, a qualidade da infraestrutura disponível passou a ter peso semelhante.



Energia confiável, conectividade de alta capacidade, acesso a rotas internacionais de dados, capacidade de processamento e resiliência operacional tornaram-se elementos decisivos para empresas que planejam investimentos de longo prazo.

O setor de data centers talvez seja um dos melhores exemplos dessa mudança. Segundo estimativas divulgadas pelo Ministério das Comunicações, os investimentos globais em infraestrutura para processamento de dados podem alcançar cerca de US\$ 3 trilhões nos próximos anos. A disputa para atrair parte desses recursos já mobiliza governos, investidores e empresas em diferentes mercados.

Ao mesmo tempo, cresce a preocupação com a capacidade de sustentar essa expansão. A Agência Internacional de Energia (IEA) projeta um aumento significativo do consumo energético associado aos data centers ao longo da próxima década, impulsionado pelo avanço da digitalização e pelo crescimento das aplicações de inteligência artificial.

O debate costuma concentrar atenção nas tecnologias que estão transformando a economia. Mas existe uma

realidade menos visível: nenhuma transformação digital acontece sem infraestrutura física.

Por trás de cada aplicação baseada em nuvem, de cada plataforma digital e de cada sistema conectado existe uma rede complexa formada por energia, conectividade, processamento de dados e transporte de informação. Quanto mais digital se torna a economia, mais relevante se torna a infraestrutura que a sustenta.

Essa é uma discussão particularmente importante para o Brasil.

O país reúne ativos que poucos mercados conseguem combinar. Possui uma das matrizes energéticas mais limpas do mundo, localização estratégica para conexões internacionais, mercado consumidor relevante e condições favoráveis para ampliar sua participação na economia digital global.

A conectividade também desempenha papel central nessa equação. Cerca de 99% do tráfego internacional de dados circula por cabos submarinos, infraestrutura que conecta continentes, sustenta operações empresariais e viabiliza o funcionamento da economia digital. Em um cenário cada vez mais dependente de dados,

a qualidade dessas conexões passou a ser tão importante quanto a disponibilidade de energia.

Isso não significa ignorar os desafios. O Brasil ainda precisa avançar em áreas como transmissão de energia, expansão de redes, simplificação regulatória e aceleração de investimentos estruturantes. Mas talvez o ponto mais importante seja outro: reconhecer que infraestrutura deixou de ser uma pauta setorial.

Ela se tornou uma pauta econômica.

Os países que liderarem a próxima etapa da transformação digital não serão necessariamente aqueles que desenvolverem as tecnologias mais sofisticadas. Serão aqueles capazes de criar as condições necessárias para que essas tecnologias operem em escala.

Durante muito tempo, acreditamos que a vantagem competitiva estava apenas na inovação. Hoje, fica cada vez mais claro que inovação e infraestrutura caminham juntas.

O mundo não voltou a competir apenas por tecnologia.

Voltou a competir por infraestrutura.

E os países que compreenderem essa mudança mais rapidamente estarão melhor posicionados para atrair investimentos, gerar empregos, ampliar produtividade e capturar as oportunidades econômicas das próximas décadas.

(*) Economista pela FAAP e com MBA em Gestão Estratégica e Econômica de Negócios pela FGV, é reconhecido por articular visão institucional, estratégia de mercado e execução operacional, especialmente em contextos de transformação, crescimento acelerado e alta complexidade e CEO da SAMM.

Por que os eventos corporativos estão migrando da logística para a cultura?

Aziz Camali Constantino (*)

Um evento corporativo revela muito sobre uma empresa. Mais do que transmitir conteúdo, ele expõe prioridades, estilos de liderança e a forma como uma organização escolhe construir relações entre suas pessoas. Por isso, a discussão sobre onde esses encontros ocorrem deixou de ser apenas operacional.

Durante muito tempo, a escolha de um destino esteve concentrada em critérios como infraestrutura, capacidade hoteleira, número de salas, equipamentos disponíveis e facilidade de acesso. Esses fatores continuavam relevantes, mas já não são suficientes para explicar as decisões de organizações que passaram a enxergar seus eventos como ferramentas de cultura.

A consolidação do trabalho híbrido, a crescente preocupação com engajamento e pertencimento e a necessidade de fortalecer conexões humanas fizeram com que os encontros presenciais ganhassem uma nova função. Quando a empresa reúne lideranças, equipes, parceiros ou clientes, ela não está apenas organizando uma agenda. Está criando um ambiente capaz de influenciar comportamentos, estimular trocas e reforçar valores que dificilmente são absorvidos por apresentações, campanhas internas ou comunicados institucionais.

Nesse contexto, o espaço físico precisa fazer parte da experiência. O ambiente influencia a qualidade das conversas, a disposição para colaborar, a criatividade e até o nível de atenção dos participantes. A escolha do destino passa a ter impacto direto sobre os resultados que a organização espera alcançar.

Assim, cidades tradicionalmente associadas ao turismo de lazer começam a despertar o interesse do mercado corporativo.

Infraestrutura pode ser construída em qualquer lugar. Hotéis, auditórios e equipamentos podem ser replicados. O que não se reproduz com a mesma facilidade é a combinação entre identidade local, natureza, cultura, hospitalidade e experiências autênticas.

Ilhabela ilustra bem esse movimento. A proximidade com São Paulo, sem a necessidade de deslocamentos aéreos, a rede de hospedagem consolidada, a gastronomia, as experiências ligadas ao mar, a Mata Atlântica preservada e a diversidade cultural criam um ambiente que favorece a presença, a interação e a conexão entre as pessoas. Não se trata de mudar o cenário do evento, mas de oferecer condições para que a experiência seja diferente.

Essa mudança também abre uma discussão importante sobre desenvolvimento econômico. Em muitos destinos turísticos, a ocupação de hotéis, restaurantes e serviços está concentrada em finais de semana, feriados e períodos de alta temporada. Fora dessas datas, existe uma estrutura pronta para operar, mas frequentemente subutilizada.

Essa oportunidade ganha ainda mais relevância diante da dimensão do setor. O ano de 2025 foi de recorde para o setor de viagens corporativas. O Levantamento de Viagens Corporativas (LVC), realizado pela Alagev em parceria com a FecomercioSP, mostra que, no acumulado do ano, o segmento encerrou o ano com faturamento de R\$ 147,8 bilhões, um crescimento de 6,3% e sendo o maior nível já registrado na série. Trata-se de uma demanda que busca cada vez mais experiências capazes de gerar engajamento, fortalecer relacionamentos e produzir resultados que vão além da agenda formal dos encontros.

A oportunidade não está apenas em atrair mais visitantes. Está em atrair visitantes que gerem valor

para diferentes setores da economia local ao longo de todo o ano. Para destinos turísticos, isso representa uma estratégia capaz de reduzir os efeitos da sazonalidade e distribuir melhor a atividade econômica ao longo do calendário. Mesmo uma participação pequena nesse mercado pode gerar impactos significativos para hotéis, restaurantes, transportadoras, receptivos e prestadores de serviço locais.

Todavia, existe uma condição para que esse modelo funcione. O território precisa deixar de atuar de forma fragmentada. Quando hotéis, restaurantes, operadores turísticos, espaços para eventos, profissionais locais e iniciativas culturais trabalham de maneira isolada, o potencial da experiência fica limitado. Quando atuam de forma coordenada, o destino passa a oferecer algo muito mais difícil de replicar.

Talvez esteja aí uma das transformações mais relevantes na indústria de eventos. Durante muito tempo, o mercado foi estruturado a partir da venda de ativos específicos. Um hotel precisava ocupar quartos. Um espaço precisava preencher datas. Um fornecedor precisava comercializar seus serviços. Hoje, cresce a demanda por experiências desenhadas a partir dos objetivos da organização e não dos produtos disponíveis.

Nesse modelo, a curadoria ganha protagonismo. Hospedagem, conteúdo, experiências locais, bem-estar, gastronomia e atividades de integração deixam de ser decisões isoladas para compor uma narrativa única. No lugar de uma sequência de atividades, o evento se torna uma experiência construída intencionalmente.

A vocação para eventos apoiados em experiências já pode ser observada em diferentes segmentos. Somente em 2025, Ilhabela sediou 237 casamentos, reunindo cerca de 32 mil convidados e movimentando aproximadamente R\$ 48 milhões na economia local. Mais do que os números, esse resultado evidencia a capacidade do destino de atrair pessoas em busca de vivências que combinam hospitalidade, território e conexões significativas.

Os sinais dessa nova proposta também podem ser observados em diferentes iniciativas espalhadas pelo país. Em Ilhabela, por exemplo, o TEDx Ilhabela reuniu mais de 300 participantes e foi considerado um dos eventos mais bem avaliados de seu ciclo. O Fórum de Afroturismo e Economia Criativa conectou lideranças nacionais para discutir desenvolvimento territorial, diversidade e novas economias. Mais do que eventos bem executados, iniciativas como essas mostram como conteúdo, território e relações humanas podem atuar de forma integrada para gerar experiências com impacto duradouro.

O que permanece na lembrança dos participantes raramente é o tamanho do palco ou a quantidade de telas instaladas, mas as conversas, os encontros e as relações construídas ao longo do caminho.

Talvez por isso o futuro dos eventos corporativos esteja menos relacionado à capacidade de reunir pessoas em um mesmo espaço e mais à capacidade de criar contextos que transformem a maneira como elas se relacionam. A infraestrutura continuará sendo importante, mas dificilmente será o principal diferencial.

Com os eventos se tornando uma ferramenta de cultura, a questão que começa a surgir para empresas, organizadores e destinos é outra: por que tantas decisões ainda são tomadas como se eles fossem apenas um desafio de logística?

(*) I realizador e cofundador do Oxigênio Ilhabela. E-mail: oxigenioilhabela@nbpress.com.br.

Edital de Citação Prazo 20 dias. Proc. 1002790-83.2018.8.26.0106. A Drª Diana Cristina Silva Spessotto, Juíza de Direito da 2ª VC do Foro de Caeiras/SP, Faz Saber a **Roberto Brolacci**, CPF: 382.289.118-69 que lres foi proposta ação de Monitoria requerido por **União Social Camiliana**, objetivando o recebimento da quantia de **R\$ 8.821,21**. Referente ao contrato de prestação de serviços educacionais firmado entre as partes e não foi cumprido, devidamente atualizada e, efetue o pagamento de honorários advocatícios correspondentes à 5% do valor da causa, ou apresente embargos ao mandado monitorio, nos termos do artigo 701 do CPC. O réu será isento do pagamento de custas processuais se cumprir o mandado no prazo. Caso não cumpra o mandado no prazo e os embargos não forem opostos, constituir-se-á de pleno direito o título executivo judicial, independentemente de qualquer formalidade. Estando o réu em lugar ignorado, foi deferida a sua Citação por edital, para que em 15 dias, a fluir após os 20 dias supra, conteste a ação sob pena de serem tidos como verdadeiros os fatos alegados na inicial. Ficando advertido de que será nomeado curador especial em caso de revelia. Será o edital afixado e publicado na forma da lei. Nada Mais.

Edital de Citação Prazo 20 dias. Proc. 1014069-06.2025.8.26.0564. O Dr. Carlo Mazza Britto Melfi, Juiz de Direito da 5ª VC do Foro de São Bernardo do Campo/SP, Faz Saber a **Roberto Brolacci**, CPF: 180.374.688-28, que **Momentum Empreendimentos Imobiliários Ltda**, ajuizou-lhe ação de Cobrança no valor de **R\$ 34.330,61**, referente à taxa de conservação e melhoramentos. Estando o mesmo em lugar ignorado, foi deferida sua Citação por edital, para que em 15 dias, a fluir após os 20 dias supra, conteste a ação sob pena de serem tidos como verdadeiros os fatos alegados na inicial. Ficando advertido de que será nomeado curador especial em caso de revelia. Será o edital afixado e publicado na forma da lei. Nada Mais. São Bernardo do Campo, 24 de Junho de 2026.



Os critérios do INPI para reconhecimento de marcas de alto renome: da fama à prova

Gabriel Prevot Couto (*)

Art. 125 da LPI para marcas famosas: a conversão de reputação em ativo econômico estratégico

Para alcançar o reconhecimento de marca de alto renome pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), é necessário responder: quando uma marca deixa de ser conhecida apenas no seu mercado e passa a merecer proteção em todos os ramos?

A resposta passa menos pela afirmação abstrata de fama e mais pela capacidade de transformar reputação em prova. O alto renome não é um prêmio simbólico concedido a marcas bem-sucedidas. É uma categoria jurídica excepcional, prevista no art. 125 da Lei de Propriedade Industrial. Em outras palavras: no alto renome, a fama importa; mas, diante do INPI, a prova decide.

O art. 125 da Lei nº 9.279/1996 dispõe que à marca registrada no Brasil considerada de alto renome será assegurada proteção especial em todos os ramos de atividade. O efeito jurídico é que a marca deixa a lógica ordinária da especialidade e passa a irradiar proteção de maneira transversal.

Isso não significa que qualquer marca famosa seja, automaticamente, de alto renome. Uma marca pode ser conhecida, ter forte presença comercial e boa reputação entre seus consumidores e, ainda assim, não alcançar o patamar jurídico exigido pelo INPI.

Em outras palavras, toda marca de alto renome é conhecida, mas nem toda marca conhecida é de alto renome. O ponto central está na amplitude do reconhecimento: o sinal precisa ultrapassar o seu mercado de origem e ser reconhecido por uma parcela expressiva do público brasileiro em geral, associado à qualidade, à reputação e ao prestígio.

A proteção é especial porque excepciona o princípio da especialidade: em regra, o registro protege a marca nos produtos ou serviços que identifica e em mercados próximos ou afins. No entanto, a proteção é ampla, mas não é ilimitada. O reconhecimento reforça a possibilidade de impedir imitações capazes de gerar confusão, associação indevida, diluição da distintividade ou aproveitamento parasitário.

Para comprovar que uma marca é de alto renome, é preciso observar as normas do INPI. A Portaria INPI/PR nº 25, de 23 de julho de 2025, alterou a disciplina administrativa do tema para reforçar os parâmetros de comprovação. A partir dela, o Manual de Marcas passou a detalhar as pesquisas de mercado e de imagem.

Assim, não basta dizer que a marca é forte. É preciso demonstrar, com método, quem conhece a marca, se essa pessoa a associa corretamente aos produtos ou serviços indicados no registro e se há uma percepção positiva de qualidade, reputação e prestígio.

Nesse cenário, o Manual estabelece parâmetros ob-

jetivos: a pesquisa deve ser quantitativa, nacional, representativa da população brasileira, com nível mínimo de confiança de 95%, com no mínimo 2.000 entrevistados e aplicação, no máximo, nos dois anos anteriores ao requerimento. Não pode ficar restrita a clientes, consumidores do setor, seguidores da marca ou canais controlados pelo próprio titular.

Portanto, a fama, para o INPI, precisa ser traduzida em método. Para que a prova de reconhecimento seja considerada reflexo de uma ampla parcela do público brasileiro, o percentual deve atingir, no mínimo, 61% da amostra, descontada a margem de erro para baixo. Entre 61% e 71%, o INPI exige um conjunto probatório complementar robusto. Acima de 71%, a pesquisa tende a ser suficiente para esse requisito, mas isso não significa deferimento automático.

Esse ponto merece cuidado. Os percentuais organizam a análise, mas não substituem o exame jurídico. Depois de comprovado o reconhecimento, ainda devem ser avaliados a reputação, a qualidade, o prestígio, a distintividade, a exclusividade do sinal e a consistência do conjunto probatório.

Mais do que uma blindagem jurídica, o reconhecimento do alto renome representa um ativo econômico estratégico para as companhias. Em um cenário de mercados hipercompetitivos e de rápida diluição de marcas no ambiente digital, a transversalidade da proteção assegura que investimentos milionários em branding não sejam parasitados por terceiros em setores diversos, mitigando riscos de desidratação da identidade corporativa.

Diante disso, a busca por essa chancela deixa de ser uma decisão isolada de marketing e passa a exigir uma governança jurídica preventiva. Empresas que almejam o topo da proteção intelectual precisam antecipar-se à burocracia, auditando continuamente seus portfólios e transformando o cotidiano de suas interações com o público em dados estatísticos auditáveis e juridicamente válidos.

O alto renome não começa no protocolo do INPI. Ele começa antes, na forma como a marca é registrada, usada e documentada. Assim, empresas que pretendem buscar essa proteção precisam cuidar do portfólio marcário, manter registros ativos, preservar dados de publicidade, presença nacional, mídia espontânea, pesquisas de mercado e evidências de reputação.

O alto renome representa a conversão jurídica de uma reputação socialmente consolidada. Não é mera fama, nem vaidade empresarial. Para titulares de marcas relevantes, a mensagem é clara: no alto renome, a fama pode abrir a discussão, mas é a prova que sustenta o reconhecimento.

(*) Advogado graduado pela UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro). Pós Graduando em Processo Civil na UERJ (Universidade Estadual do Rio de Janeiro). Membro da Comissão de Propriedade Intelectual da OAB/RJ.

Tarifaço chinês chega ao Brasil e frigoríficos já sentem o impacto

Embarques brasileiros já comprometem praticamente toda a cota anual de carne bovina, enquanto empresas reduzem operações e buscam novos mercados

O chamado “tarifaço chinês” já começa a produzir efeitos concretos no Brasil. Frigoríficos estão reduzindo abates, suspendendo embarques e concedendo férias coletivas diante do risco de ultrapassarem a cota estabelecida pela China para a carne bovina brasileira.

Para o professor universitário e mestre em Negócios Internacionais André Charone, o problema vai além da tarifa.

“O maior risco não está apenas no imposto cobrado pela China, mas na dependência brasileira de um único comprador. Quando quase metade das exportações de um produto está concentrada em um país, qualquer mudança nas regras comerciais pode afetar frigoríficos, pecuaristas, trabalhadores e cidades inteiras”, explica.

A China fixou para o Brasil uma cota anual de aproximadamente 1,106 milhão de toneladas. Dentro desse limite, a carne brasileira permanece sujeita à tarifa normal de importação. Acima dele, passa a incidir uma sobretaxa adicional de 55 pontos percentuais, elevando a tributação total para cerca de 67%.

Na prática, essa cobrança pode tornar comercialmente inviáveis os embarques que excederem a cota.

Brasil já ultrapassou o limite?

Osemarques realizados pelo Brasil até junho já alcançaram um volume equivalente ou muito próximo da cota disponível para todo o ano de 2026. Por isso, frigoríficos e analistas consideram que o limite está praticamente esgotado.

A ultrapassagem, no entanto, ainda pode não aparecer integralmente nos dados oficiais chineses.



Isso acontece porque o Brasil registra a exportação no momento em que a carga deixa o país, enquanto a China contabiliza a mercadoria quando ela chega e é desembarcada em seus portos. Como o transporte marítimo pode durar cerca de 40 dias, existe uma defasagem entre os dois registros.

Assim, a situação mais precisa é: o Brasil ainda pode não aparecer oficialmente acima da cota chinesa, mas os embarques já realizados e as cargas em trânsito comprometem praticamente todo o limite anual.

Novos carregamentos correm o risco de chegar à China depois do preenchimento da cota e serem atingidos pela tarifa adicional.

Frigoríficos já reduzem operações

Diante da incerteza, empresas do setor começaram a reduzir a produção, rever escalas e suspender temporariamente parte dos embarques.

A medida também pode atingir os pecuaristas. Com menos espaço para exportar, os frigoríficos tendem a diminuir a compra de animais, pressionando o preço da arroba e reduzindo a

Zelândia e Estados Unidos, sob a justificativa de proteger seus próprios pecuaristas.

O Brasil, contudo, é um dos países mais afetados porque a China recebe quase metade das exportações brasileiras de carne bovina.

“Relações comerciais não são relações de amizade. Os países defendem seus próprios interesses econômicos. Mesmo sendo uma parceira estratégica do Brasil, a China adotará medidas protecionistas sempre que considerar necessário proteger sua produção interna”, avalia o especialista.

Não existe substituto imediato

O Brasil pode ampliar as vendas para Estados Unidos, Europa, Oriente Médio e outros países asiáticos. Nenhum desses mercados, porém, possui isoladamente a mesma capacidade de compra da China.

A abertura de novos destinos também exige negociações sanitárias, habilitação de frigoríficos, adaptação dos produtos, contratos e estrutura logística.

Para André Charone, o episódio deixa uma lição importante para o comércio exterior brasileiro.

“Diversificar mercados precisa ser uma estratégia permanente. Uma empresa pode bater recordes de vendas e, ainda assim, estar em uma situação perigosa quando depende de um único cliente. A mesma lógica vale para um país.”

O tarifaço não encerra o comércio de carne entre Brasil e China. Mas o esgotamento da cota ainda no primeiro semestre mostra como a dependência de um grande comprador pode transformar rapidamente recordes de exportação em risco para toda a cadeia produtiva.

renda dos produtores.

Parte da carne que deixaria de ser enviada à China poderá ser direcionada ao mercado brasileiro. Isso pode aumentar a oferta interna e contribuir para uma redução de preços, mas não significa que o consumidor encontrará imediatamente carne mais barata nos supermercados.

“Entre o preço pago ao produtor e o valor encontrado na prateleira existem custos com transporte, energia, processamento, armazenamento, impostos e distribuição. A pressão de queda pode aparecer primeiro no campo e demorar a chegar ao consumidor”, afirma Charone.

Dependência da China amplia o problema

Em 2025, o Brasil exportou aproximadamente 1,7 milhão de toneladas de carne bovina para a China. A cota estabelecida para 2026 é, portanto, cerca de 35% inferior ao volume comercializado no ano anterior.

Apesar do apelido de “tarifaço chinês”, a medida não foi criada exclusivamente contra o Brasil. A China também estabeleceu limites para países como Austrália, Argentina, Uruguai, Nova

Pressões financeiras aumentam importância da inspeção de fim de garantia no setor fotovoltaico

Vinicius Gibrail (*)

O uso da energia solar aumenta no Brasil e segundo o Balanço Energético Nacional 2025 (BEN 2025), da EPE (Empresa de Pesquisa Energética), em 2024, a geração de energia solar cresceu 39,6% em comparação com o ano anterior, considerando o total gerado pela geração centralizada, formada por grandes usinas fotovoltaicas, e pela MMGD (Microgeração e Minigeração Distribuída). Ainda segundo o balanço, em 2024 a energia solar representava 9,3% da matriz elétrica brasileira, no ano anterior o percentual foi de 7%.

Paralelo ao aumento da geração de energia solar cresce também a pressão financeiro sobre as fazendas solares e usinas fotovoltaicas. Desde novembro de 2024, quando ocorreu o aumento na alíquota de importação de painéis solares, por meio da Resolução Gecex nº 666, que elevou a tarifa de importação dos módulos fotovoltaicos de 9,6% para 25%, o setor precisa otimizar cada vez mais sua operação para manter o equilíbrio financeiro.

Em 2025 o curtailment (restrição de geração) que o ONS (Operador Nacional do Sistema Elétrico) faz para preservar a segurança e confiabilidade do SIN (Sistema Interligado Nacional) afetou o segmento fotovoltaico. Segundo o próprio ONS, 20,6% de toda a energia solar e eólica gerada em 2025 não pode ser utilizada. De acordo com a consultoria Volt Robotics, o curtailment gerou um prejuízo de R\$ 6,5 bilhões para os agentes geradores, sendo que 72% da energia não usada, devido ao corte, foi de origem solar.

Ainda em 2025 foi sancionada a Lei 15.269, novo marco legal do setor elétrico brasileiro, com o veto ao dispositivo que garantia um ressarcimento amplo dos cortes de geração eólica e solar.

Já no fim de janeiro deste ano o Comitê Executivo de Gestão (Gecex) do Ministério

do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, aprovou em sua 233ª Reunião Ordinária a alteração na Resolução GECEX nº 512/2023, que prevê o regime de redução da alíquota do imposto de importação de bens de capital (BK) e bens de informática e de telecomunicações (BIT). A decisão na prática, elevou o preço de equipamentos importados para projetos de energia solar, como inversores, microinversores, sistemas de armazenamento de energia (BESS) e geradores fotovoltaicos com potência acima de 75kW. A alíquota de importação dos inversores solares, por exemplo, passou de 12,6% para 20% e dos BESS subiu de 16% para 20%.

O aumento das tarifas de importação é justificado pela necessidade de proteger a indústria nacional e a sanção ao dispositivo que garantia um ressarcimento amplo dos cortes de geração eólica e solar na Lei 15.269 visa não aumentar encargos aos consumidores. Mas também podem gerar aumento de custos para as empresas do setor que precisam ter mais planejamento e estratégia para manterem uma operação com equilíbrio financeiro.

Ao mesmo tempo o país ainda precisa de energia limpa, pois segundo o Caderno de Demanda e Eficiência Energética do Plano Decenal de Expansão de Energia 2034, da EPE, o consumo energético no Brasil deve crescer a uma média anual de 2,1% até 2034.

Papel da inspeção de fim de garantia

O desenvolvimento de um projeto de uma fazenda solar ou de uma usina fotovoltaica considera diversos fatores, entre eles a capacidade de geração de energia, o ponto de interconexão na rede, o CAPEX (Capital Expenditure) envolvido e o OPEX (Operating Expenditure) esperado.

Mas ao longo dos anos os módulos fotovoltaicos perdem a capacidade de gerar energia. A degradação acontece devido a fatores como

exposição à radiação UV, variações térmicas, excesso de unidade, estresse elétrico ou mesmo microfissuras nas células. A inspeção de fim de garantia (End of Warranty – EOW) promove a avaliação precisa do rendimento e da degradação dos módulos fotovoltaicos, o que o torna um documento vital para a tomada de decisão.

Este serviço pode ser utilizado como um registro técnico para eventuais correções e adequações durante a vigência da garantia ou ainda como um documento formal para reclamações quanto ao não atendimento de parâmetros contratuais, e pode ser ampliado a outros equipamentos como inversores, string boxes, skids, entre outros.

Alguns fabricantes podem realizar uma inspeção EOW como parte dos seus serviços, mas esta atividade pode gerar conflitos de interesses, segundo é descrito na norma internacional ISO/IEC 17020. Portanto, a execução destes serviços, por uma entidade de terceira parte, antes do vencimento da garantia, é essencial para assegurar que a degradação do módulo fotovoltaico aconteça conforme informado pelo fabricante.

A inspeção EOW também é uma ferramenta importante na gestão da qualidade, uma vez que minimiza o risco de possíveis correções em grande escala e de investimentos não esperados no ativo em questão.

O processo de verificação é importante para assegurar que os equipamentos estejam e se mantenham em pleno funcionamento. E diante do aumento da pressão de custos na aquisição de equipamentos e riscos operacionais, a vitória de final de garantia deve ser incorporada para promover a viabilidade econômica e a performance de fazendas e usinas solares.

(*) Diretor da Divisão de Produtos Solares e Comerciais da TÜV Rheinland na América do Sul.

A experiência virou o verdadeiro luxo

O conceito de luxo sempre esteve associado à exclusividade. Produtos raros, marcas de prestígio, objetos difíceis de conquistar e bens que simbolizavam status eram vistos como as maiores aspirações de consumo. Hoje, essa lógica começa a dar lugar a uma nova percepção de valor

Glaucia Fernandes (*)

Em um mundo onde praticamente tudo está a poucos cliques de distância, o verdadeiro luxo vem deixando de ser apenas aquilo que possuímos e está se tornando aquilo que vivemos. Essa mudança é especialmente evidente entre as novas gerações de consumidores. Inclusive, pesquisas conduzidas pela Mastercard mostram que a maioria dos brasileiros prefere investir em experiências a adquirir bens materiais. Isso significa que, mais do que comprar, as pessoas querem sentir, querem compartilhar momentos, construir memórias e viver histórias que permaneçam muito além do instante do consumo.

Essa transformação representa uma grande oportunidade para empresas de diferentes setores. Afinal, quando falamos em experiência, não estamos nos referindo apenas a entretenimento ou turismo, mas a toda interação entre pessoas e marcas. A experiência começa antes mesmo da compra e continua depois que ela termina. Na gastronomia essa realidade se torna ainda mais evidente.

Durante a pandemia, aprendemos o valor da conveniência. O delivery aproximou os restaurantes dos consumidores e mostrou que tecnologia e eficiência podem caminhar juntas. Porém, aprendemos uma outra importante lição: uma refeição pode ser entregue em casa, a experiência não. Isso, porque nenhuma embalagem consegue transportar o olhar acolhedor de quem recebe o cliente, o ambiente cuidadosamente preparado, a conversa ao redor da mesa, o tempo desacelerado,



Vista Separada, CANVA

o aroma que antecede o primeiro prato e pode despertar memórias afetivas, a surpresa da sobremesa, a celebração de uma conquista, o reencontro entre amigos, aquele jantar que, anos depois, continua sendo lembrado.

É justamente nesse conjunto de detalhes que nasce aquilo que considero o verdadeiro luxo contemporâneo. O mais curioso de tudo é que ele é acessível. Não depende de ostentação, não exige formalidades, tampouco está necessariamente relacionado ao preço da conta. Esse luxo está na capacidade de uma marca fazer alguém sentir que aquele momento foi especial.

É interessante, que esse movimento também muda a forma como as empresas precisam construir seus negócios. Durante muitos anos, a qualidade do produto foi suficiente para gerar diferenciação. Depois, vieram preço e conveniência. Hoje, esses fatores continuam importantes, mas deixaram de ser exclusivos. A tecnologia democratizou processos, que a inteligência artificial tende a democratizar ainda mais.

Produtos podem ser copiados, cardápios podem ser semelhantes, processos podem ser automatizados, mas as experiências continuarão sendo únicas. É por isso que tantas empresas passaram a investir em hospitalidade, atendimento, personalização e cultura organizacional.

A experiência não acontece por acaso. Ela nasce da forma como uma equipe é treinada, da autonomia concedida aos colaboradores, da cultura construída diariamente dentro da empresa, da atenção aos pequenos detalhes, do propósito compartilhado entre todas as pessoas envolvidas naquela operação. No setor de alimentação, por exemplo, isso significa compreender que servir um prato é apenas parte da entrega.

O cliente não escolhe um restaurante exclusivamente pela comida, mas pelo ambiente onde deseja comemorar um aniversário, pelo local onde fará um pedido de casamento, pela mesa em que reunirá a família depois de muito tempo, pelo espaço no qual fechará um importante negócio ou simples-

mente pelo desejo de transformar uma noite comum em uma lembrança especial. Em outras palavras, restaurantes deixaram de vender apenas refeições e passaram a entregar cenários onde histórias acontecem.

Esse entendimento também traz benefícios concretos para os negócios. Afinal, marcas que constroem experiências memoráveis tendem a aumentar a fidelização dos clientes, fortalecer sua reputação, gerar recomendações espontâneas, reduzir a dependência de promoções baseadas exclusivamente em preço e desenvolver conexões emocionais muito mais duradouras. Além disso, os colaboradores costumam se sentir mais engajados quando entendem que seu trabalho vai além da execução operacional e participam diretamente da construção dessas experiências.

Em um mercado cada vez mais competitivo, essa percepção faz diferença. Acredito que quanto mais automatizado se torna o mundo, maior passa a ser o valor das experiências genuinamente humanas. E, talvez, este seja o maior desafio - e também a maior oportunidade - para as empresas nos próximos anos: utilizar toda a eficiência proporcionada pela tecnologia para dedicar ainda mais tempo ao que nenhuma inovação será capaz de substituir, que é fazer as pessoas se sentirem acolhidas, valorizadas e felizes.

(*) **Diretora executiva do L'Entrecôte de Paris, rede de restaurantes fine dining que faz parte do Grupo SMZTO, é reconhecida por inovar no Brasil com o conceito de prato único e proporcionar a verdadeira experiência vivida nos mais tradicionais bistrôs parisienses - www.lentrecotedeparis.com.br/ @lentrecotedeparis.**

O vínculo de emprego e a uberização na mira do STF

Matheus Krizanowski (*)

empresa.

Uma decisão que reconheça automaticamente o vínculo em todos os casos parece pouco compatível com a diversidade dos modelos de plataforma. Ao mesmo tempo, a ausência de parâmetros uniformes mantém empresas e trabalhadores expostos a interpretações divergentes. A solução mais prudente tende a estar na fixação de critérios objetivos, capazes de orientar a análise de cada caso concreto.

A escala do mercado brasileiro aumenta o peso da decisão. Segundo dados atribuídos à fintech GigU, o Brasil concentra 1,4 milhão de motoristas cadastrados na Uber, o maior volume entre os países em que a plataforma atua. Em uma estimativa global de 7,8 milhões de condutores inscritos, quase 18% estariam no mercado brasileiro.

O caso será analisado no Tema 1291, a partir do Recurso Extraordinário 1.446.336, sob relatoria do ministro Edson Fachin. A Corte deverá definir se existe, ou em quais condições pode existir, relação de emprego entre trabalhadores de aplicativo e empresas administradoras de plataformas digitais. Como a matéria tem repercussão geral, a tese deverá orientar processos semelhantes em todo o país e reduzir a dispersão de entendimentos sobre essas relações.

O processo chegou a ser incluído na pauta do plenário em junho de 2026, mas foi retirado após a aprovação da Convenção nº 193 da Organização Internacional do Trabalho, voltada ao trabalho em plataformas digitais. O STF considerou a norma internacional como fato superveniente relevante e determinou a manifestação das partes e dos amici curiae antes da retomada do julgamento, atualmente previsto para 27 de agosto de 2026.

A análise jurídica deverá partir dos elementos clássicos da relação de emprego, especialmente subordinação, pessoalidade, habitualidade e onerosidade. A dificuldade está em aplicar esses critérios a modelos nos quais o comando empresarial nem sempre ocorre por ordens diretas, chefias presenciais ou controle tradicional de jornada.

Nas plataformas digitais, parte da organização do trabalho pode ocorrer por sistemas automatizados de ranqueamento, distribuição de chamadas, avaliações, bloqueios, precificação dinâmica e definição indireta das condições de prestação do serviço. Por isso, a chamada subordinação algorítmica tende a ganhar relevância no julgamento, pois o STF deverá avaliar se esses mecanismos, quando verificados em determinado grau, podem caracterizar poder diretivo empresarial.

A liberdade formal para aceitar ou recusar corridas, escolher horários e permanecer conectado à plataforma também deverá ser examinada com cautela. Esses elementos podem indicar autonomia, mas não encerram a análise jurídica quando há outros fatores capazes de revelar controle, dependência econômica ou organização do trabalho pela

Caso o STF reconheça a possibilidade de vínculo empregatício em determinadas situações, as plataformas poderão enfrentar aumento relevante de custos, com obrigações relacionadas a férias, décimo terceiro salário, FGTS, contribuições previdenciárias, jornada, descanso e demais encargos previstos na Consolidação das Leis Trabalhistas. Também poderá haver repercussão sobre passivos retroativos em ações individuais e coletivas que discutem a natureza da relação mantida com motoristas e entregadores.

Em razão do volume de profissionais cadastrados, uma mudança de entendimento poderá pressionar a sustentabilidade financeira de alguns modelos de negócio. A depender do alcance da tese, da eventual modulação de efeitos e do número de litígios, empresas poderão ter de rever preços, regras de operação, políticas de permanência na plataforma e estruturas internas de gestão. Em hipóteses mais graves, o impacto acumulado pode gerar risco de reorganização empresarial, inclusive com discussões sobre recuperação judicial.

Para os trabalhadores, eventual reconhecimento de vínculo poderá assegurar direitos típicos da relação de emprego, como férias, décimo terceiro salário, proteção previdenciária e maior previsibilidade remuneratória. A formalização, contudo, também tende a trazer maior controle da prestação dos serviços, com regras de jornada, fiscalização, deveres disciplinares e obrigações compatíveis com o regime celetista.

Os efeitos da decisão não devem ficar restritos às grandes plataformas de mobilidade e entrega. A tese poderá influenciar outras empresas que utilizam tecnologia para intermediar serviços e organizar trabalho, ainda que atuem em setores distintos. Por isso, negócios inseridos na economia de plataformas devem revisar contratos, políticas internas, sistemas de avaliação, critérios de bloqueio, distribuição de demandas e comunicações dirigidas aos trabalhadores cadastrados.

A preparação jurídica deve envolver compliance trabalhista, gestão de riscos e documentação consistente sobre o funcionamento da plataforma. Independentemente do resultado, o julgamento mostra que novos modelos de negócio precisam operar com regras previsíveis, capazes de reduzir conflitos, proteger direitos e oferecer maior segurança para empresas e trabalhadores.

(*) **Advogado da área trabalhista do Cisco Advogados Associados.**

Segurança em ambientes de IA: quem protege a IA que protege a sua empresa?

Thiago R. de Souza (*)

A Inteligência Artificial não é mais uma tecnologia experimental, hoje ela ocupa um papel estratégico dentro das organizações. Assistentes corporativos, copilotos de desenvolvimento, agentes autônomos e chatbots já participam de atividades críticas, acessando bancos de dados, documentos internos, APIs e sistemas corporativos para apoiar decisões, automatizar processos e aumentar a produtividade. Mas essa evolução traz uma pergunta que poucas empresas ainda fazem: quem protege a Inteligência Artificial que passou a proteger o próprio negócio?

Durante anos, as estratégias de segurança concentraram esforços na proteção de servidores, redes, aplicações e identidades. Agora, um simples prompt enviado a um modelo de IA pode consultar bases de conhecimento, acessar informações sensíveis, interagir com sistemas internos e até executar ações de forma autônoma. Em outras palavras, a IA passa a integrar a superfície de ataque da organização. Não por acaso, o Gartner aponta as AI Security Platforms (AISPs) como uma das principais tendências estratégicas para 2026. Essas plataformas surgem para oferecer visibilidade, governança e controles específicos sobre aplicações de Inteligência Artificial, sejam elas desenvolvidas internamente ou contratadas de terceiros. Apesar da crescente preocupação com o tema, a maturidade das organizações ainda é limitada. Segundo um levantamento da Check Point Software Technologies (2025), 68% das empresas consideram as ameaças relacionadas à IA uma prioridade para a segurança cibernética, mas apenas 25% afirmam estar preparadas para enfrentá-las de forma eficaz.

A preocupação faz sentido. Afinal, diferentemente das aplicações tradicionais,

modelos de IA estão sujeitos a riscos próprios, como Prompt Injection, vazamento de contexto, roubo de modelos, manipulação de respostas, envenenamento de dados (Data Poisoning) e exploração de agentes inteligentes. A relevância dessas ameaças é tamanha que a Open Worldwide Application Security Project (OWASP) mantém um projeto dedicado exclusivamente aos principais riscos envolvendo aplicações baseadas em Large Language Models (LLMs), evidenciando que proteger a IA exige controles diferentes daqueles utilizados em aplicações convencionais.

Outro fenômeno que acelera esse desafio é o crescimento do chamado Shadow AI. Assim como ocorreu com o Shadow IT, colaboradores passaram a utilizar ferramentas de Inteligência Artificial por iniciativa própria para resumir documentos, revisar contratos, desenvolver códigos, produzir conteúdo e analisar informações. Muitas vezes, esse uso acontece sem qualquer política corporativa ou supervisão da área de tecnologia. O problema é que informações estratégicas acabam sendo compartilhadas com plataformas externas sem que a empresa tenha conhecimento, aumentando o risco de vazamentos, exposição de propriedade intelectual e descumprimento de requisitos regulatórios, como a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

Esse cenário mostra que proteger a IA vai muito além de restringir quem pode acessar um chatbot. Um ambiente moderno de Inteligência Artificial envolve modelos de linguagem, bases vetoriais, pipelines de treinamento, APIs, mecanismos de recuperação de contexto (RAG), agentes inteligentes, integrações com sistemas corporativos e diversas credenciais distribuídas ao longo da operação. É justamente para administrar essa complexidade que surgem as plataformas

de AI Security, capazes de centralizar monitoramento contínuo, auditoria de prompts, prevenção de vazamento de dados, gestão de identidades, detecção de comportamentos anômalos e aplicação de políticas específicas para ambientes baseados em IA.

Para equipes de Cloud Computing, DevOps e Segurança, isso representa uma mudança importante de paradigma. Práticas já consolidadas, como Zero Trust, gerenciamento rigoroso de identidades (IAM), criptografia, observabilidade e monitoramento contínuo, passam a ser complementadas por novas disciplinas, como AI Red Teaming, testes adversariais e validação permanente do comportamento dos modelos. Na prática, o DevSecOps evolui para incorporar uma camada específica voltada à proteção da Inteligência Artificial.

Mas talvez a maior mudança não seja tecnológica. Nos próximos anos, executivos precisarão responder perguntas que até pouco tempo atrás sequer existiam, como: quais modelos de IA estão sendo utilizados pela empresa? Quais dados alimentam esses sistemas? Quem pode acessá-los? Como auditar decisões tomadas por agentes inteligentes? Como garantir que essas respostas sejam confiáveis e estejam em conformidade com normas regulatórias? Afinal, proteger a IA não significa apenas evitar ataques, mas preservar a confiança nas decisões que ela apoia, proteger ativos estratégicos e garantir que a inovação continue sendo uma vantagem competitiva, e não uma nova fonte de riscos para o negócio.

E na sua empresa: alguém já sabe responder quem protege a IA?

(*) **Senior Cloud/DevOps Engineer com mais de 9 anos de experiência em infraestrutura corporativa, AWS Community Builder e detentor de múltiplas certificações AWS nos níveis Professional.**



Niphon_subsri_CANVA

DEIXOU DE SER ASSUNTO EXCLUSIVO DE GOVERNOS

A ASCENSÃO DA GEOECONOMIA COMO VARIÁVEL CENTRAL DA ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Durante décadas, executivos aprenderam a tomar decisões olhando para os mesmos indicadores: inflação, juros, câmbio e crescimento econômico.

Mário Calfat (*)

Quando a inflação subia, os mercados reagiam. Quando os juros caíam, os investimentos aceleravam. Quando o PIB crescia, o otimismo tomava conta das empresas. Hoje, porém, a lógica mudou.

A decisão que pode impactar mais o resultado de uma companhia em 2026 talvez não esteja somente em um relatório econômico. Pode estar em uma reunião diplomática entre Washington e Pequim. Pode estar em uma tensão no Oriente Médio. Pode estar em uma nova restrição tecnológica imposta a exportações de semicondutores.

Pela primeira vez em décadas, a geopolítica deixou de ser assunto exclusivo de governos e passou a ocupar espaço permanente nas salas de reunião das empresas.

A globalização criou uma geração de líderes acostumada a buscar eficiência máxima. Produzir onde era mais barato. Comprar de quem oferecia o menor preço. Operar com cadeias globais altamente integradas.

Esse modelo funcionou enquanto o mundo caminhava na mesma direção, mas o cenário atual é diferente.

As maiores economias do planeta estão redefinindo suas prioridades. Segurança nacional, autonomia tecnológica, acesso à energia, controle de dados e domínio da inteligência artificial passaram a ser considerados ativos estratégicos.

O resultado é que as empresas começaram a trocar eficiência por resiliência.



Mário Calfat

“As cadeias produtivas continuam globais, mas agora obedecem a novos critérios. Empresas procuram parceiros politicamente alinhados. Governos incentivam a produção local de setores considerados estratégicos. Investidores avaliam riscos geopolíticos com a mesma atenção dedicada aos balanços financeiros.

O fornecedor mais barato já não é necessariamente o melhor fornecedor. O país mais competitivo já não é necessariamente o destino mais seguro para investimentos. O menor custo já não garante o menor risco.

Estamos testemunhando uma transformação profunda: a substituição da lógica puramente econômica por uma lógica geoeconômica. Isso fica evidente quando observamos os investimentos globais.

A corrida pela inteligência artificial não é apenas tecnológica. É geopolítica.

A disputa pelos semicondutores não é apenas industrial, é estratégica. A busca por minerais críticos não é apenas comercial, é uma questão de soberania. O mesmo vale para energia, infraestrutura digital, data centers e logística internacional.

As cadeias produtivas continuam globais, mas agora obedecem a novos critérios. Empresas procuram parceiros politicamente alinhados. Governos incentivam a produção local de setores considerados estratégicos. Investidores avaliam riscos geopolíticos com a mesma atenção dedicada aos balanços financeiros.

Essa mudança explica por que eventos aparentemente distantes têm impactos imediatos nos negócios.

Uma restrição comercial entre grandes potências pode alterar cadeias de suprimento em diversos continentes. Uma tensão militar pode afetar custos logísticos globais em poucos dias. Uma decisão regulatória sobre inteligência artificial pode movimentar bilhões de dólares em valor de mercado.

O que antes era visto como notícia internacional passou a ser variável operacional.

Nesse novo cenário, as empresas que prosperarão serão as mais adaptáveis. As organizações vencedoras serão aquelas capazes de compreender que o mapa geopolítico se tornou tão importante quanto a planilha financeira.

É preciso entender como as relações entre países estão moldando mercados, investimentos e oportunidades.

Durante décadas, empresas disputaram mercado. Hoje, também precisam interpretar o mundo, porque as decisões que definirão os vencedores da próxima década não serão tomadas somente dentro das empresas, mas entre governos, blocos econômicos e potências globais.

Quem compreender primeiro os movimentos da geopolítica terá uma vantagem que nenhum balanço financeiro será capaz de revelar.

(*) Co-Founder e Vice-Presidente da Buckler Fit.



Blue_Planet_Studio_CANVA