



Heródoto Barbeiro (*)

Há um mar de lama sob o palácio do governo.

É desta forma que a mídia classifica as investigações sobre corrupção. O tema deixa de estar circunscrito a alguns estados da Federação e atinge de frente o Executivo federal. Há uma forte reação por parte do presidente da República, que nega com ênfase e reforça não haver provas sobre as acusações que percorrem o país de norte a sul. Há pelo menos duas narrativas antagônicas e isso contribui fortemente para a polarização política.

O chefe do Executivo nunca se caracterizou como um político de esquerda, mas é apoiado ruidosamente por ela, que defende uma aliança entre o Estado e o capitalismo tupiniquim. Os sindicatos se aliam ao presidente, uma vez que entendem que ele defende a soberania brasileira ameaçada pelo imperialismo americano. Dizem que o que está em jogo é a soberania nacional.

O cenário é a narrativa de que fortes lobbies internacionais querem se apropriar das riquezas naturais do Brasil e privilegiar o capital estrangeiro, principalmente os interesses norte-americanos. A esquerda não esquece de que o presidente dos Estados Unidos é republicano e tem uma política de intervenção na América Latina. Lembra sempre da Doutrina Monroe, que reivindicava domínio do continente apenas para os interesses dos Estados Unidos. A direita tem forte representação tanto no Congresso como na mídia.

Os debates entre deputados e senadores são acirrados e ocupam grande parte do noticiário político, não só na capital do Brasil, mas principalmente

em São Paulo, o estado mais industrializado do país e sede de sindicatos aguerridos, muitos controlados por lideranças de esquerda. O presidente acusa a direita de ser contra uma política social e a um aumento do salário mínimo. Apesar do apoio popular, não tem na mídia a mesma força que têm os seus opositores.

O escândalo do banco corróia a popularidade do presidente. Há suspeita de casos de corrupção, entre eles o financiamento de um jornal que defende o governo. A oposição consegue abrir uma CPI no Congresso e avança contra o chefe do Executivo. O líder da direita é o jornalista Carlos Lacerda, editor do cáustico jornal Tribuna da Imprensa. É apoiado por Roberto Marinho, que abre para ele os microfones da poderosa rádio Globo do Rio de Janeiro, de alcance nacional.

O presidente Getúlio Vargas é colocado contra as cordas. Nem mesmo a criação da empresa de capital misto, a Petrobras, e a vitória do movimento “O petróleo é nosso” aliviam a radicalização política. Lacerda diz que há um mar de lama sob o palácio presidencial do Catete. A suspeita paira também sobre um dos filhos de Vargas e o seu guarda-costas Gregório Fortunato. O jargão lacerdista é repetido à exaustão: “Vargas não deve ser candidato a presidente; candidato, não deve ser eleito; eleito, não deve tomar posse; empossado, devemos recorrer à revolução para impedi-lo de governar”.

O atentado contra Lacerda e a morte do seu guarda-costas, Major Vaz, levam o presidente ao suicídio em pleno mandato.

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

News@TI

Opera lança Paste Protect

@A Opera, companhia de navegadores e agentes de IA, lançou a ferramenta Paste Protect, uma solução abrangente de proteção da área de transferência para impedir ataques baseados nela, como “hijacking” e “pastejacking” (sequestro da área de transferência). Com a nova função, a empresa se torna o primeiro grande navegador a incluir um sistema nativo de proteção e alerta contra ciberataques baseados no ClickFix, que representaram mais da metade dos ciberataques com carregamento de malware em 2025. O recurso está integrado diretamente aos navegadores para desktop da Opera e vem ativado por padrão, de modo que os usuários ficam protegidos automaticamente, sem a necessidade de configuração (https://blogs.opera.com/).

Mastercard conquista o primeiro Creative Brand Lion da história de Cannes

@A Mastercard, empresa de tecnologia global no setor de pagamentos, foi anunciada nesta semana como vencedora da primeira edição do Creative Brand Lions, categoria inédita do Festival Internacional de Criatividade Cannes Lions. A nova categoria reconhece marcas que conseguiram construir capacidades criativas internas excepcionais e transformá-las em crescimento sustentável dos negócios e valor de marca de longo prazo (www.mastercard.com).

TeamViewer é nomeada Líder no Gartner® Magic Quadrant™ 2026

@A TeamViewer foi reconhecida como Líder no Gartner® Magic Quadrant™ 2026 para Ferramentas de Gestão da Experiência Digital do Funcionário (DEX). Desde a primeira edição do relatório, a companhia figura consistentemente na posição de liderança e acredita que sua estratégia está transformando a categoria — antes centrada em dashboards e telemetria — em um modelo de resolução proativa orientada por Inteligência Artificial em escala corporativa (www.teamviewer.com).

Physical AI, a inteligência artificial aplicada à indústria

Physical AI é a aplicação da inteligência artificial diretamente no mundo físico, em fábricas, robôs, veículos autônomos e sistemas industriais, permitindo que máquinas percebam, raciocinem e ajam de forma autônoma.

Vivaldo José Breternitz (*)

Physical AI deixou de ser uma promessa distante e já está transformando a forma como produtos são projetados, fábricas são administradas e soluções industriais são desenvolvidas.

Esse foi o tema central da terceira edição dos Siemens Tech Talks, realizada na Casa Siemens, em Milão, reunindo empresas e profissionais para debater a integração entre os mundos físico e digital.

Segundo Floriano Masoero, CEO da Siemens Itália, estamos vivendo uma revolução, com a inteligência artificial chegando ao mundo físico e tornando-se capaz de controlar fábricas inteiras; para isso, precisa ser absolutamente confiável e segura.

Entre os casos discutidos no evento está o da Ferrari: Gianmaria Fulgenzi, seu Chief Product Development Officer disse que “a tecnologia virtual nos ajuda a prever o futuro”; segundo ele, hoje é possível não apenas criar modelos 3D de seus carros, mas também desenvolver seus gêmeos digitais (digital twins), réplicas digitais dos carros que permitem antecipar testes em simuladores e em pista. Fulgenzi disse também que IA é indispensável também para as atividades fabris.



Funtap_CANVA

Na visão da Pirelli, também presente ao evento, a IA é uma revolução. Daniele Petecchi, seu Global Head of Data, AI and R&D Solutions disse que sua empresa vê cada vez mais a inteligência artificial como um estímulo à criatividade, eliminando tarefas repetitivas e liberando o potencial criativo das pessoas.

Para a Siemens, essa transformação não se restringe às grandes corporações. “A tecnologia é acessível a todas as empresas”, destacou Masoero. “Ferrari e Pirelli já desenvolveram modelos digitais que vão da concepção do produto até a operação,

mas isso também é uma possibilidade para pequenas e médias empresas.” Fulgenzi concorda: “A inteligência artificial fará as PMEs avançarem rapidamente, elevando competências que exigiriam recursos e estruturas que muitas vezes elas não têm”.

São visões otimistas que contrastam com outras que veem a IA como um instrumento que vai fortalecer as grandes organizações e colocar em risco a existência das pequenas, o que esperamos que não aconteça.

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

Mudança nas demandas das empresas acelera entrada de startups no mercado Enterprise

– O mercado brasileiro de software corporativo passa por uma mudança no perfil das demandas das empresas. Se antes a prioridade era automatizar processos e reduzir custos, agora cresce a busca por plataformas capazes de integrar dados, inteligência aplicada ao relacionamento, personalização em escala e operações cada vez mais complexas.

Esse movimento tem levado algumas startups de software a anteciparem sua entrada no mercado Enterprise. A DataCrazy é um exemplo desse processo, tradicionalmente direcionado a grandes organizações e projetos corporativos de maior complexidade.

A DataCrazy, startup brasileira especializada em CRM, automação de relacionamento e comunicação via WhatsApp, é um dos exemplos desse cenário. Fundada no fim de 2024, a empresa anuncia o lançamento de sua operação Enterprise após identificar uma mudança consistente no perfil das demandas dos clientes atendidos.

Sem receber aporte externo desde a fundação, a startup passou de 47 para 3.383 clientes ativos em cerca de 18 meses, ampliou sua equipe de 4 para 80 colaboradores e alcançou receita recorrente anualizada (ARR) superior a R\$ 16 milhões. Desde sua criação, a plataforma já transacionou mais de 920 milhões de mensagens entre empresas e consumidores e deve ultrapassar a marca de 1 bilhão ainda neste mês.

Para o CEO e fundador da DataCrazy, Andreone Ribeiro, o crescimento da empresa foi acompanhado por uma transformação nas necessidades dos clientes. “Nos últimos meses percebemos uma mudança importante no mercado. As empresas não buscam mais apenas automação. Elas querem inteligência aplicada ao relacionamento, capacidade de interpretar dados, personalização em escala e integração entre diferentes sistemas. O lançamento da operação Enterprise é uma resposta a essa transformação.”

Além do crescimento da operação, a empresa afirma que a decisão de estruturar



Andreone Ribeiro

uma frente dedicada ao mercado Enterprise também reflete o amadurecimento da própria base de clientes.

“Começamos atendendo principalmente pequenas e médias empresas. À medida que crescemos, passamos a identificar demandas cada vez mais sofisticadas e clientes com perfil corporativo. Hoje identificamos mais de 20 empresas em nossa base com perfil aderente à nova oferta Enterprise e entendemos que este é o momento adequado para dar esse próximo passo”, comenta.

A nova operação foi criada para atender empresas que demandam maior robustez operacional, governança de dados, integrações avançadas, projetos customizados e recursos de inteligência artificial voltados à tomada de decisão e relacionamento com clientes. O movimento também acompanha a evolução da própria plataforma para um modelo AI First. A empresa vem desenvolvendo agentes de inteligência artificial especializados para atendimento, pré-vendas, vendas, suporte, qualificação de leads e análise operacional, além de adotar arquiteturas baseadas em Model Context Protocol (MCP), tecnologia voltada à inte-

gração estruturada entre agentes de IA, sistemas corporativos e bases de dados.

“Acreditamos que o futuro das empresas não será definido por humanos ou por inteligência artificial isoladamente. Ele será construído pela combinação entre pessoas, agentes inteligentes, dados, processos e software trabalhando de forma integrada. É nessa direção que estamos construindo a DataCrazy e estruturando nossa próxima fase de crescimento”, diz.

A expectativa da companhia é consolidar sua presença entre empresas de médio e grande porte, transformando a operação Enterprise em um dos principais vetores de crescimento da empresa. “O nosso desafio agora não é apenas crescer em volume de clientes. É ampliar a profundidade das operações, gerar mais valor para cada negócio atendido e consolidar uma plataforma capaz de acompanhar empresas em diferentes estágios de maturidade”, finaliza.

(Fonte: Andreone Ribeiro, CEO e fundador da DataCrazy).

	José Hamilton Mancuso (1936/2017) Responsável: Lilian Mancuso	Laurinda Machado Lobato (1941-2021)	José Leonil Lobato (1939-2026)
Editórias <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		