



Nova Fisionomia da Administração Pública

Gaudêncio Torquato (*)

Quem se der ao exercício de contemplar a fisionomia nacional vai deparar com imensos contrastes.

Há ilhas de excelência no meio de territórios feudais; há avanços de tecnologia de ponta ao lado de muralhas do passado; na própria seara da administração pública, uma burocracia altamente profissionalizada convive com largas fatias do mandonismo político, a denotar o esforço de uns para olhar adiante sob o solavanco de outros que teimam em olhar para trás. Por conseguinte, se há uma reforma que pode ser chamada de mãe de todas as outras, antes mesmo da área política, como normalmente se tem propagado, é a reforma do modelo de operação do Estado. Redimensionar a estrutura do Estado, conferindo-lhe dimensão adequada para a obtenção de eficácia, significa mudar comportamentos tradicionais, racionalizar a estrutura de autoridade, reformular métodos e, ainda, substituir critérios subjetivos e ancorados no fisiologismo por sistemas de desempenho.

A meritocracia é o instrumento adequado para oxigenar, qualificar e expandir a produtividade na administração. As levar de indicações partidárias acabam contribuindo para inchar estruturas, expandir a inércia e as teias de interesses escusos. A proposta começa com a substituição de milhares de cargos comissionados por uma carreira de Estado, à semelhança do que existe em sistemas parlamentaristas, nos quais quadros permanentes, qualificados e motivados são imunes às crises políticas. Mudam-se os dirigentes, mas as equipes continuam comandando a gestão pública.

Os males da administração pública advêm da errática mentalidade de seus ocupantes, para quem o modus operandi deve espelhar a visão (caolha ou fisiológica), e não as necessidades sociais. Consideram-se donos do pedaço que lhes coube na partilha do poder, não se sujeitando à ordem do mercado nem às leis da livre concorrência, como ocorre na iniciativa privada. Da

burocracia comprometida com o mérito deverão ser cobrados resultados dentro de metas preestabelecidas, reconhecendo-se as qualidades de cada perfil e implantando um modelo de premiação e promoção para motivar as equipes. Não será tarefa fácil alterar a fisionomia da administração pública.

O atual sistema de loteamento faz parte da velha cultura patrimonialista, que permeia as três instâncias federativas. Parte-se do princípio de que o governante, ao chegar ao poder, como forma de garantir as condições de governabilidade, terá de repartir espaços de Ministérios e autarquias pelos partidos, de acordo com o tamanho e influência de cada ente. Como mudar tal sistemática sem ferir bríos e perder apoio no Congresso?

Desenvolver áreas de formação, reciclagem e aperfeiçoamento de recursos humanos, voltadas para a operação do Estado, deve ser prioridade. Essas ideias parecem consensuais entre grupos de bom senso da própria administração pública. E por que não se aplicam? Por assimetria à lógica da organização do poder no Brasil. Como se sabe, quem dá o tom é a orquestra patrimonialista, para onde os integrantes são indicados pelos senhores do mando. O círculo vicioso da política gira mudando figuras e mandos, mas não o sistema. Há poucas brechas para se avançar. Mas é possível, sob pressão intensa da sociedade, fazer fluir oxigênio novo. Quando ideias transformadas em projetos chegam ao Congresso sob o empuxo social, ganham repercussão e acabam entrando em pauta.

Foi o que ocorreu com situações que caracterizam o ingresso do Brasil na modernidade: a pesquisa com células-tronco, a aprovação do Projeto Ficha Limpa e a Lei Maria da Penha, de violência doméstica e familiar contra a mulher, entre outras. Acontece que assuntos áridos como as reformas do Estado, tributária e política só vão adiante caso recebam a atenção do centro do poder. Ou mobilizem os partidos. Só dessa forma a roda viciosa da política poderá jogar a reforma do Estado na mesa do mandatário.

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

Crescem as vendas de CDs, mas os compradores não têm CDs Players...

No primeiro semestre de 2026, as vendas de CDs nos Estados Unidos cresceram 16%, alcançando 16,3 milhões de unidades.

Vivaldo José Breternitz (*)

O crescimento foi impulsionado principalmente por consumidores mais jovens, mas há um dado curioso: segundo a Luminate, a principal empresa global de análise de dados de entretenimento, cerca de metade dos compradores pertencentes às gerações Z e Millennials, não possuem aparelhos para reproduzir CDs.

Vale lembrar que a expressão “Millennials (ou Geração Y), refere-se a pessoas que nasceram entre o início dos anos 1980 e meados dos anos 1990. Já “Geração Z” refere-se às pessoas nascidas entre meados da década de 1990 e o início dos anos 2010; é a geração que cresceu já imersa em tecnologia digital, redes sociais e smartphones, e que hoje corresponde a adolescentes e jovens adultos.

Acredita-se que esse crescimento se deve à mudança da percepção sobre os CDs, que deixaram de ser vistos apenas como mídia e passaram a ser considerados itens colecionáveis a preços acessíveis. Em um mundo cada vez mais digital, os bens físicos tornam-se raros, e mídias como CDs e discos de vinil carregam o charme de uma era passada; para os jovens, possuir um objeto tangível significa poder apreciá-lo e mostrar aos amigos a qualquer momento, sem depender de conexão à internet.

Os números também mostram o tipo de música consumida por essas pessoas; a Luminate diz que 60% dos jovens entre 13 e 24 anos ouvem faixas dos anos 1990 ou anteriores, um salto expressivo em relação a 2021, quando apenas 18% afirmavam ouvir músicas antigas. Cerca de 55% admitiram que a nostalgia influencia diretamente suas compras de CDs.

O debate sobre o futuro da mídia ganhou força recentemente, após a Sony anunciar que deixará de produzir jogos físicos para PlayStation a partir de 2028, alegando a predominância do digital. A decisão causou controvérsia e levantou questionamentos sobre se o mercado não estaria subestimando o valor cultural e afetivo dos formatos físicos.



Maor_Attias_de_Pexels_CANVA

Embora o digital ofereça conveniência e vantagens inegáveis, os dados mostram que parte dos consumidores ainda não está disposta a se despedir da experiência de ver, ouvir, colecionar e preservar a mídia física.

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

Criador de Sites ou VPS: como saber a hora certa de evoluir sua infraestrutura digital

O início de um portal digital bem sucedido pode começar com uma ideia que passa para a prática por meio de uma ferramenta “arrasta e solta” na tela. A solução simples, conhecida como Criador de Sites, costuma ser a porta de entrada para quem quer começar no ambiente online de forma rápida, intuitiva e sem custos iniciais.

Na prática, a solução permite criar site grátis, validar um projeto, criar um portfólio ou lançar um pequeno negócio, podendo ser o começo da trajetória de uma plataforma. Mas para evoluir, é necessário escalar com a infraestrutura certa, ou seja, em um ambiente controlado. Saber como dar os próximos passos é importante para garantir o sucesso da plataforma.

“Um website é a porta de entrada digital do seu negócio, gera confiança, aumenta a visibilidade e pode ser o diferencial entre ganhar ou perder clientes”, destaca o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).

Conforme a audiência se multiplica e o volume de informações cresce, a exigência por velocidade, segurança e recursos personalizados aumenta. Esse crescimento orgânico faz com que uma transição seja necessária, abrangendo a migração para infraestruturas robustas e ambientes de desenvolvimento controlados.

O momento de migrar do Criador de Sites para um VPS costuma ocorrer quando o crescimento do tráfego começa a causar lentidão, instabilidade, indisponibilidade em picos ou limitações de processamento, memória e armazenamento.

A necessidade de instalar aplicações próprias, criar integrações avançadas, reforçar a segurança e automatizar tarefas também indica que a estrutura inicial pode não ser mais suficiente.

Otimização de velocidade e segurança
“Uma VPS com OpenClaw é especialmente útil quando o empreendedor deseja manter agentes de inteligência artificial, sistemas e automações funcionando continuamente. Como a migração pode exigir a reconstrução ou adaptação técnica do site, ela faz mais sentido quando os ganhos de controle, escalabilidade e automação compensam a maior complexidade de gestão”, explica o analista de SEO da HostGator, Rafael Souza.

Foto: César Gaviria/Pexels



O controle total de um VPS sobre o ambiente permite instalar aplicações próprias, configurar bancos de dados e integrar o site a sistemas como ERPs, CRMs, gateways de pagamento, APIs, ferramentas de automação e agentes de inteligência artificial.

“Assim, além de melhorar a performance, o VPS oferece a flexibilidade necessária para criar funcionalidades personalizadas, automatizar processos e adaptar a infraestrutura às novas demandas do negócio”, destaca Souza.

Site é indispensável para o sucesso de uma marca

De acordo com o CEO da The Skins Factory, Jeff Schader, um website bem projetado não só complementa, como também amplifica o impacto das indicações. “Ele oferece um ponto de contato confiável, profissional e de fácil acesso para clientes em potencial.” Schader enumera alguns motivos pelos quais um site é indispensável para o sucesso de uma empresa.

Validação de indicações

Quando um cliente em potencial recebe uma indicação, é provável que ele pesquise a empresa online antes de entrar em contato. Um site

profissional e bem estruturado pode validar a indicação.

Credibilidade e confiança

Um bom site demonstra que a empresa é profissional e séria, o que pode tranquilizar os clientes em potencial.

Central de informações

Um site funciona como um ponto central para todas as informações sobre sua empresa, incluindo serviços, preços, detalhes de contato etc.

Alcance ampliado

Um bom site ajuda a capturar oportunidades de negócios adicionais que podem surgir por meio de buscas orgânicas ou outros canais online. Ele expande alcance para além daqueles que recebem recomendações diretas.

Disponibilidade 24 horas por dia, 7 dias por semana

Um site está sempre disponível para apresentar serviços, estudos de caso e depoimentos. Ele funciona como uma ferramenta de marketing constante, fornecendo informações a clientes em potencial sempre que precisarem.

SEO e visibilidade

Um site bem projetado e otimizado para mecanismos de busca pode ajudar a alcançar novos clientes.

Vantagem competitiva

Um site bem desenvolvido ajuda a atrair atenção.

Profissionalismo e modernidade

Um site pode demonstrar que uma empresa é moderna e está atualizada com as tecnologias mais recentes. Isso demonstra profissionalismo, empenho e a vontade de proporcionar a melhor experiência aos clientes.

Construção de marca

Um website ajuda a estabelecer e reforçar a identidade da sua marca.

Eficiência e gestão

Com um bom website, é possível otimizar as interações com os clientes por meio de agendamento automatizado, disseminação de informações e processos de acompanhamento.

News@TI

TD SYNnex é incluída na lista TIME America's Best Companies 2026

@ A TD SYNnex foi reconhecida na lista TIME America's Best Companies 2026. Esta premiação é concedida em colaboração com a Statista, portal líder mundial em estatísticas e fornecedora de rankings do setor. A lista foi anunciada em 9 de julho de 2026 e pode ser consultada no site da TIME. A TD SYNnex prioriza o sucesso e o bem-estar de seus colaboradores por meio de oportunidades de desenvolvimento profissional em todos os níveis, programas internos de reconhecimento, benefícios abrangentes e reembolso educacional (<https://lac.tdsynnex.com.br/pt-br/>).

Microsoft apresenta o Project Perception e o novo modelo AI-Cyber-1-Flash

@ A Microsoft anunciou o Project Perception: um novo sistema de segurança agêntica criado para ajudar organizações a identificar, avaliar e reduzir continuamente riscos de segurança. A empresa também apresentou o Microsoft AI-Cyber-1-Flash: o primeiro modelo de IA da Microsoft especializado em cibersegurança (<https://news.microsoft.com/source/latam/noticias-da-microsoft/repensando-a-seguranca-para-a-era-da-ia/?lang=pt-br>).

Empresas & Negócios

José Hamilton Mancuso (1936/2017)

Responsável: Lilian Mancuso

Editórias
Economia: Nelson Tucci (nelson.tucci@netjen.com.br)
Mercado/Negócios/Tecnologia/Agronegócios/
Espaço empresarial: Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br);
Livros: Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br)
Comercial: comercial@netjen.com.br
Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br

Colaboradores: Ana Luisa Winckler, Carol Olival, Claudia Lazzarotto, Denise Debiasi, Fabiana Monteiro, Geraldo Nunes, Heródoto Barbeiro e Neiva Mendes

Empresas & Negócios

Laurinda Machado Lobato (1941-2021)

Webmaster/TI: Fabio Nader; Editoração Eletrônica: Ricardo Souza.
Revisão: Maria Cecília Camargo; Serviço informativo: Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.

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

ISSN 2595-8410

Empresas & Negócios

José Leonil Lobato (1939-2026)

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.