



OPINIÃO

Sua empresa não está atrasada em IA, mas está se enganando sobre o que a tecnologia significa

Samira Cardoso (*)

Nos últimos meses, tenho tido muitas conversas com gestores de marketing sobre inteligência artificial.

Em quase todas aparece a mesma tensão: a sensação de estar ficando para trás enquanto o mercado avança. Essa ansiedade tem um nome, FOMO, e ela está levando empresas a tomarem decisões que vão custar caro.

Os números contam uma história diferente da que domina eventos e LinkedIn. Segundo a Pew Research, apenas 34% dos adultos americanos já utilizaram o ChatGPT alguma vez. Dois terços da população do país tecnologicamente mais avançado do planeta nunca abriu a ferramenta de IA mais popular da história. O problema não é que o mercado de marketing esteja atrasado na adoção de IA, mas sim que a minoria que avançou, o fez sem estrutura, e os resultados estão chegando.

Empresas de tecnologia que distribuíram acesso irrestrito a ferramentas de IA relataram custos fora de controle em poucos meses, sem processo, sem monitoramento, e sem clareza sobre o que cada time estava fazendo com as ferramentas. A Microsoft precisou lançar uma missão interna para conter os gastos depois de liberar acesso para dez mil colaboradores. Já a Air Canada foi condenada na justiça depois que seu chatbot inventou uma política de reembolso que a empresa nunca teve. O tribunal decidiu que o que o sistema diz em nome da marca é compromisso dela. Esses não são casos isolados, mas são sintomas de um padrão: adoção sem governança.

Existe uma diferença fundamental entre usar IA e transformar a operação com IA, e o mercado de marketing confunde as duas coisas sistematicamente. Usar IA é abrir o ChatGPT em uma aba, gerar um texto, revisar e publicar. É útil, economiza tempo, e não tem nada de errado nisso. Porém, transformar a operação é construir uma arquitetura de agentes conectada a dados estruturados, com processos de validação humana, observabilidade de custos e governança sobre o que cada sistema pode ou não fazer. São projetos completamente diferentes, com investimentos, riscos e horizontes de resultado que não se comparam.

O que acontece quando essa distinção não é feita? A companhia distribui assinaturas

de ferramentas caras para o time inteiro, sem mapear quais processos se beneficiam de automação e quais exigem julgamento humano. Ou investe em um projeto de agentes sem documentar o estado atual da operação, quantas horas o processo consome, qual o custo, qual a taxa de erro, e seis meses depois não consegue provar nenhum retorno. Ou seja, projetos sem baseline não sobrevivem ao primeiro ciclo de revisão de orçamento.

O ponto de partida não é a tecnologia, mas sim o mapeamento. Antes de pensar em ferramentas, é preciso identificar quais processos têm volume alto, regra clara e baixo custo de erro. Esses são os candidatos naturais à automação: relatório de mídia, higienização de base de dados, e desdobramento de peças para endomarketing, por exemplo. Eles possuem resultado mensurável, risco controlado e aprendizado concreto. A partir desse primeiro projeto bem-feito, com ROI documentado, fica muito mais fácil expandir com consciência.

O que não funciona é querer ir do ChatGPT aberto em aba para uma operação com múltiplos agentes em paralelo sem passar pelos degraus do meio. Não porque a tecnologia não permita, mas porque a organização não está pronta, os dados não estão estruturados e a governança não existe. Agente de IA rodando sobre dado ruim, sem supervisão humana em pontos críticos, não entrega resultado - entrega problema.

Há uma frase que ouço muito nas apresentações sobre IA e que me preocupa cada vez mais: "delegamos isso para os agentes". Como se delegar fosse o fim do processo, e não o começo de uma etapa diferente, de monitoramento, validação e correção constante. A inteligência artificial é matemática, ela não tem julgamento cultural, não percebe nuances de contexto e não decide quando uma situação exige sensibilidade humana. Quem decide isso somos nós, essa responsabilidade não é delegável. Portanto, acredito que a corrida pela IA no marketing não vai ser vencida por quem adotar mais rápido, e sim por quem construir melhor.

(*) CEO e cofundadora da Layer Up, agência especializada em marketing orientado por dados, com cases em iFood, Vivo, Michelin, BRF e Aeroporto do Galeão. É criadora da metodologia Constelação de Marketing e palestrante nas principais conferências de marketing do Brasil.

Fitch alerta sobre bolha de inteligência artificial

A Fitch Ratings é uma das três maiores agências globais de classificação de risco de crédito, ao lado da Moody's e da Standard & Poor's. Ela avalia a capacidade de empresas, governos e instituições financeiras honrarem suas dívidas, atribuindo notas que vão de "AAA" (risco mínimo) até "D" (default).

Vivaldo José Breternitz (*)

Agora, a Fitch expressou uma das maiores preocupações do mercado, afirmando que uma possível correção no setor de inteligência artificial já desponta como um dos maiores riscos de crédito para a economia global; a empresa evita o uso da expressão "estouro de bolha", que circula pelo mercado.

O alerta aparece no relatório "Global Risk Outlook" referente ao terceiro trimestre, publicado há poucos dias, em um momento em que os fluxos de capital destinados à IA atingiram tal magnitude que qualquer tropeço trará impactos muito além do setor de tecnologia.

Segundo a agência, "a escala dos investimentos em IA é tal que a exposição da economia e do mercado de capitais a uma correção é significativa", acrescentando que a forma como os mercados se entrelaçaram com a tecnologia criou vulnerabilidades.

A preocupação já circula em diversos meios há meses e ecoa alertas do Banco de Compensações Internacionais (BIS), o "banco dos bancos centrais", que recentemente comparou um eventual colapso da IA ao impacto da crise de 2008 nos mercados de crédito.

Os números citados pela Fitch dão concretude ao risco: o índice CAPE do S&P 500 se aproxima dos níveis vistos na bolha das pontocom; esse índice avalia se o mercado de ações está caro ou barato em relação aos lucros. Além disso, a emissão de títulos corporativos nos EUA saltou 26% no primeiro semestre de 2026, sendo que grande parte



Minerva_Studio_CANVA

desse endividamento vem de gigantes como Amazon, Alphabet, Nvidia, Meta, Oracle e SpaceX, que juntas captaram cerca de US\$ 182 bilhões, inclusive em mercados europeus.

Com os gastos em expansão acelerada, o risco só aumenta. Alphabet, Amazon, Meta e Microsoft devem elevar seus investimentos em capital em 75%, alcançando US\$ 700 bilhões anuais, ritmo que já supera a geração de caixa dessas empresas.

O risco não é teórico. No início do mês, a Standard & Poor's rebaixou a nota da Oracle para BBB-, um degrau acima do grau especulativo, dado ao volume de caixa que a empresa vem consumindo para expansão de data centers.

A agência pondera que uma correção moderada seria absorvida, mas um ajuste

prolongado poderia trazer "efeitos mais amplos sobre mercados, macroeconomia e crédito, dependendo de sua escala, duração e contágio".

O fio condutor do pensamento da Fitch é claro: os benefícios reais da IA para o ambiente empresarial ainda são pequenos, difíceis de mensurar, enquanto os riscos se tornam cada vez mais visíveis.

Não se trata de falar em uma correção iminente, mas de reconhecer que boa parte da força recente dos mercados repousa sobre uma aposta cujo retorno permanece incerto. Nesse momento, vale lembrar o ditado latino: "prudencia mater securitatis", ou "a prudência é a mãe da segurança".

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

Do NOC reativo ao NOC proativo e a evolução da maturidade operacional

Manter a disponibilidade em arquiteturas modernas é um desafio complexo de engenharia. Em um cenário dominado por microsserviços e nuvens híbridas, a gestão da infraestrutura de TI não pode mais se apoiar em eventos isolados. O sucesso de uma operação não é medido pelo volume de alarmes gerados, mas pela capacidade técnica de mitigar riscos antes que qualquer degradação atinja o negócio.

O NOC tradicional ainda cumpre seu papel de governança, mas, atuando de forma isolada, seu modelo reativo se esgotou. Depender de um analista para notar um alerta em tela e iniciar uma investigação manual consome minutos valiosos do tempo médio de detecção (MTTD), comprometendo os acordos de nível de serviço (SLA). Mudar esse cenário exige migrar o foco para a proatividade através de quatro transformações estruturais.

A primeira mudança ocorre no desenho da operação, abandonando a monitoração fragmentada de ativos para focar em engenharia de serviços. Avaliar indicadores isolados de CPU ou latência mascara a real saúde do ecossistema. É preciso mapear a topologia lógica dos serviços críticos, compreendendo quais bancos de dados, APIs e microsserviços sustentam as transações de negócio. Sem clareza sobre essas dependências, a triagem de incidentes torna-se subjetiva, aumentando o ruído e atrasando o restabelecimento do ambiente.

Essa visão integrada ganha força com a consolidação da observabilidade e da



Foto: César Gavilán Pexelis

José Carlos Souza

“É preciso mapear a topologia lógica dos serviços críticos, compreendendo quais bancos de dados, APIs e microsserviços sustentam as transações de negócio.

correlação de eventos. Alternar entre múltiplos consoles durante uma crise gera silos de informação e atrasa o diagnóstico. A arquitetura contemporânea exige a centralização de métricas, logs e eventos em tempo real. Com motores de correlação adequados, a operação elimina alertas redundantes, silencia notificações secundárias e isola a causa raiz com precisão.

À medida que a operação ganha visibilidade, a maturidade evolui com a

automação apoiada em governança. Tarefas repetitivas, como checagens de integridade, coleta de logs e procedimentos conhecidos de contenção, devem ser delegadas a scripts e rotinas automáticas. No entanto, para evitar riscos de conformidade, essa automação precisa de rastreabilidade. A integração com frameworks consagrados, como o ITIL, garante que o ganho em velocidade não resulte na perda de controle sobre incidentes, mudanças e problemas.

Por fim, a inteligência analítica surge como um catalisador para a tomada de decisão, longe do conceito de "caixa-preta". Modelos preditivos analisam históricos para identificar anomalias no tráfego e antecipar desvios de desempenho, recomendando ações preventivas aos operadores. Trata-se de potencializar a capacidade analítica da equipe humana, garantindo que a segurança e o contexto do negócio sempre orientem a resposta operacional.

A transição do modelo reativo para o proativo representa um salto cultural. É a evolução do analista focado em conter colapsos para uma equipe de engenharia que antecipa o estresse da infraestrutura nos bastidores. No fim, essa previsibilidade é o que separa operações puramente burocráticas daquelas que atuam como parceiras estratégicas do crescimento, protegendo a experiência digital de ponta a ponta.

(Fonte: José Carlos Souza, Gerente de Serviços Gerenciados da N&DC).

News@TI

Shrek está disponível em Brawlhalla

@A Ubisoft, em colaboração com a Universal Products & Experiences, acaba de lançar o evento crossover Brawlhalla x Shrek da DreamWorks Animation. A parceria, que fica ativa até 19 de agosto, traz os inesquecíveis Shrek, Fiona, e o Gato de Botas para o universo de Brawlhalla como personagens jogáveis, além do Burro como Companheiro. A integração celebra o 25º aniversário de Shrek, vencedor do Oscar®, e chega antes do novo capítulo da franquia da DreamWorks Animation, com Shrek 5 previsto para estrear nos cinemas em 2027 (<https://www.ubisoft.com/en-us/company/about-us>).

	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		