



OPINIÃO

A Meta não criou um novo custo. Ela apenas colocou preço na ineficiência.

Sérgio Gwerzman (*)

As grandes transformações tecnológicas raramente começam pela tecnologia. Elas começam quando muda a lógica econômica que sustenta aquela tecnologia.

Foi assim com a computação em nuvem. Durante décadas, empresas investiram milhões em servidores próprios porque essa era a única forma de crescer. Quando a computação passou a ser cobrada conforme o uso, deixou de fazer sentido manter infraestrutura ociosa. O mercado inteiro precisou aprender a consumir tecnologia de forma mais eficiente.

O mesmo aconteceu com a publicidade digital. No início, importava gerar o maior volume possível de acessos. Depois vieram métricas como CAC, ROI, conversão e lifetime value, mudando a forma como as empresas investem em marketing.

A decisão da Meta de cobrar por cada mensagem enviada pelas empresas por meio da API oficial do WhatsApp me parece seguir exatamente essa lógica. O debate público tem se concentrado na tarifa anunciada para o Brasil: R\$ 0,035 por mensagem. É natural. Toda mudança de preço desperta atenção. Mas acredito que estamos olhando para o aspecto menos relevante dessa decisão.

O valor da mensagem não é a principal mudança. A principal mudança é que, pela primeira vez, conversar passa a ter um custo explícito.

Pode parecer um detalhe operacional, mas não é. Trata-se de uma alteração importante na lógica econômica de um dos principais canais de relacionamento entre empresas e consumidores.

Durante anos, organizações dos mais diferentes setores construíram operações inteiras sobre um pressuposto simples: o WhatsApp era um recurso praticamente ilimitado. Vendas, atendimento, pós-venda, relacionamento, suporte, recuperação de clientes, campanhas comerciais e programas de fidelidade passaram a acontecer dentro de conversas cujo custo nunca representou uma preocupação estratégica.

Como consequência, criamos uma cultura em que quase tudo era resolvido adicionando mais mensagens. Poucas empresas se perguntavam se aquele processo era realmente eficiente. Afinal, o custo da conversa permanecia invisível.

A partir de outubro, essa invisibilidade desaparece. E é exatamente isso que torna essa decisão tão interessante do ponto de vista empresarial.

A Meta não está apenas criando uma nova linha de despesa.

Ela está obrigando empresas a medir algo que nunca precisaram administrar: a eficiência das próprias conversas.

Nos últimos anos aprendemos a acompanhar obsessivamente indicadores como margem, CAC, ticket médio, produtividade e conversão. Talvez estejamos diante do nascimento de um novo indicador de gestão: a eficiência conversacional.

Durante muito tempo, a IA foi apresentada como uma ferramenta para automatizar processos, reduzir filas de atendimento e aumentar produtividade. Esse discurso continua válido, mas passa a ser insuficiente.

Quando cada interação possui um custo financeiro, inteligência artificial deixa de ser apenas uma tecnologia para fazer mais e passa a ser uma tecnologia para desperdiçar menos. Essa diferença parece sutil, mas muda completamente a forma como as empresas passam a enxergar esses investimentos.

No varejo farmacêutico, essa transformação tende a ser ainda mais perceptível.

Poucos segmentos incorporaram o WhatsApp de maneira tão intensa quanto as farmácias. Hoje, grande parte da jornada do consumidor acontece dentro de uma conversa. Receitas médicas são enviadas pelo aplicativo, medicamentos são pesquisados, orçamentos são solicitados, compras recorrentes são realizadas e entregas são acompanhadas sem que o consumidor precise entrar em um site ou visitar uma loja.

Na prática, o WhatsApp deixou de ser apenas um canal de atendimento para se tornar parte da própria operação comercial. Isso significa que pequenas ineficiências deixam de ser apenas um problema operacional e passam a produzir impacto financeiro direto.

Uma conversa que exige quinze mensagens para concluir uma venda talvez consiga gerar exatamente o mesmo resultado em cinco interações, desde que tenha sido desenhada de forma inteligente. Durante muito tempo, essa diferença representava apenas uma experiência melhor para o consumidor. Agora ela também representa menor custo operacional.

A história mostra que toda mudança na lógica econômica da tecnologia produz vencedores e perdedores. A computação em nuvem premiou empresas capazes de consumir infraestrutura com eficiência. A mídia digital premiou quem aprendeu a medir retorno sobre investimento. A inteligência artificial provavelmente seguirá o mesmo caminho.

(*) Fundador e CEO da Savia.

Perigo: o aquecimento global está acelerando

Todos sabemos que a Terra vem se aquecendo desde o início da Revolução Industrial.

Vivaldo José Breternitz (*)

Há muito tempo céticos argumentam que esse processo de aquecimento não teria relação direta com a queima de grandes volumes de combustíveis fósseis. Mas uma nova pesquisa publicada na revista Geophysical Research Letters sugere que essa tese pode estar com os dias contados.

O estudo revela que o aquecimento global não segue apenas um ritmo constante: ele está acelerando de forma surpreendente e preocupante. Entre 2015 e 2025, a temperatura média da Terra aumentou 0,35 °C, em comparação com cerca de 0,2 °C por década entre 1970 e 2015. Para chegar a esses números, os autores analisaram grandes conjuntos de dados referentes à temperatura global, eliminando efeitos de fenômenos como El Niño, ciclos solares e atividade vulcânica.

“Reduzimos o “ruído” dos fatores naturais, deixando claros os sinais de aquecimento no longo prazo”, explicou Grant Foster, estatístico coautor do estudo. Os resultados são contundentes: a aceleração tem mais de 98% de certeza estatística, a primeira evidência significativa de que o planeta não apenas está se aquecendo, mas o faz cada vez mais rápido.

O alerta é sério. Stefan Rahmstorf, oceanógrafo e climatologista, também coautor do estudo, advertiu que esse ritmo pode levar o mundo a ultrapassar o limite de 1,5 °C estabelecido pelo Acordo de Paris antes de 2030, um fato que especialistas associam a consequências devastadoras para o planeta. “Se a taxa de aquecimento dos últimos dez anos continuar, ultrapassaremos o limite de 1,5 °C antes de 2030”, afirmou Rahmstorf. “O futuro depende de quão rápido conseguiremos reduzir as emissões de CO₂ provenientes dos combustíveis fósseis até chegarmos a zero”, complementou.

Esse é um problema que afeta a sociedade como um todo; não podemos ignorá-lo, pois estaremos enfrentando cada vez mais eventos climáticos extremos se algo não for feito com urgência.

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



corelens_CANVA

Método de inteligência artificial para análise de imagens de biossensores conquista prêmio internacional

Uma linha de pesquisa iniciada durante a pandemia evoluiu por meio de um trabalho colaborativo para uma nova metodologia que combina inteligência artificial (IA) e imagens de biossensores para identificar, com alta precisão, amostras relacionadas à Covid-19 e ao câncer de próstata. Desenvolvido por pesquisadores do Laboratório de Inovação e Desenvolvimento em Inteligência Artificial (LIDIA-Unesp) e do Centro de Ciência de Dados para a

Indústria Inteligente (CDII), parceiro do Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação (ICMC) da USP, o trabalho recebeu o Best Paper Award da 26ª Conferência Internacional sobre Ciência Computacional e suas Aplicações (ICCSA 2026), realizada entre 30 de junho e 3 de julho, em Braga, Portugal.

O artigo premiado, From Random to Pre-trained ViT Backbones for Improved

Feature Extraction: Application to Diagnosis with Sensor Images, tem como um dos autores o professor Wallace Casaca, pesquisador principal do CDII. Além dele, assinam o estudo o docente Lucas Ribas e os pós-graduandos Luan Guerra e Ana Beatriz Silva Zerati, todos do Instituto de Biociências, Letras e Ciências Exatas (Ibilce), da Universidade Estadual Paulista (Unesp), campus de São José do Rio Preto.



News @ TI

ricardosouza@netjen.com.br

Usar a IA para transformar dados em decisões na educação pública

@A ACADY utiliza inteligência artificial para organizar o acompanhamento pedagógico, integrar indicadores e apoiar gestores na tomada de decisão. Com seis clientes na base, a empresa projeta expandir sua atuação e alcançar 15 novos contratos até o fim de 2026, totalizando um crescimento de 10 vezes e faturamento anual de R\$ 500.000 milhão, mirando em redes públicas municipais e estaduais. A startup funciona como uma camada de inteligência aplicada à gestão educacional, conectando planejamento pedagógico, inclusão e acompanhamento de desempenho em um único sistema. No centro da operação está o PEI (Plano Educacional Individualizado), tratado como um prontuário contínuo do aluno e que reúne informações sobre desempenho acadêmico, aspectos socioemocionais e necessidades específicas, permitindo um acompanhamento ao longo do tempo e orientando intervenções mais precisas por parte de professores, coordenadores e gestores (https://dome.ventures/).

Wicomm lança plataforma de SEO baseada em IA

@A Wicomm, consultoria especializada em e-commerce e performance digital, lança a Ártemis, nova plataforma de SEO baseada em inteligência artificial. Criada para centralizar automações, análises, relatórios e agentes inteligentes em um único ambiente, a Ártemis transforma processos manuais em fluxos escaláveis orientados por IA e um mascote exclusivo. A plataforma foi construída para acelerar operações, ampliar a capacidade dos times e otimizar estratégias de tráfego orgânico, permitindo análises mais rápidas e decisões mais assertivas. “A inteligência artificial vem mudando a forma como as empresas trabalham dados, identificam oportunidades e tomam decisões estratégicas. Com a Ártemis, reunimos tecnologia e inteligência para tornar as operações de SEO mais eficientes e preparadas para uma nova realidade do mercado digital”, afirma Felipe Coelho, CEO da Wicomm (https://www.wicomm.com.br/).

Empresa patenteia IA capaz de criar memória de longo prazo e relações mais personalizadas

@A Hal-AI acaba de anunciar uma plataforma capaz de manter memória adaptativa de longo prazo, permitindo que a IA registre informações ao longo de toda a jornada do usuário e personalize cada nova interação com base nesse histórico. A tecnologia, patenteada nos Estados Unidos, está no centro do sistema Human 360, integrado à plataforma Omega Agentic. A arquitetura do sistema e a tese tecnológica que sustentam a solução foram desenvolvidas sob a liderança técnica de Marcos Alves, CEO e fundador da Hal-AI, que atuou como arquiteto do projeto. Na prática, a plataforma reúne informações trocadas em diferentes canais de comunicação, como telefone, WhatsApp, mensagens de voz e imagens, para construir uma base contínua de conhecimento sobre cada consumidor. A proposta é tornar a experiência mais fluida e reduzir uma das principais queixas dos usuários, a necessidade de repetir informações sempre que entram em contato com uma empresa.

BGS 2026 terá TX3 apresentando nova identidade, com cadeiras gamer e ergonômicas

@O público da Brasil Game Show 2026 poderá conhecer os produtos mais novos da marca de cadeiras gamer TX3, que estará presente nos quatro dias do maior evento de games das Américas. A empresa vai apresentar seus principais lançamentos de 2026 e oferecer aos visitantes da feira preços e condições exclusivas para a aquisição de itens de seu portfólio próprio e em periféricos de marcas parceiras. A participação servirá de oportunidade para gamers querendo renovar os seus setups. Entre os destaques disponíveis na BGS estarão as cadeiras Solo 360 e Yama Neue, modelos que traduzem a evolução da marca em design, conforto, ergonomia e funcionalidade, e as linhas de Mortal Kombat e Harry Potter, licenciadas pela Warner Bros.

 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@agenteliterioralph.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	