Ganhou, mas não levou



Heródoto Barbeiro (*)

A eleição para a Presidência está, mais do que nunca, polarizada.

Os planejadores das campanhas apostam na conquista dos votos dos estados com maior número de eleitores, ou seja, São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro. O grupo no poder tem força política para apoiar um candidato cujo programa básico é manter a política que vem sendo praticada no Brasil há, pelo menos, 30 anos. Grupos ligados à esquerda acusam a elite de patrocinar o acúmulo da riqueza do país nas mãos de poucas pessoas e de manter a maioria da população em estado de miséria.

Isso se aplica tanto para os trabalhadores dos centros industriais como aos dos latifúndios cujos produtos estão voltados para o mercado externo. Contudo, ninguém – nem a mídia nem os partidos da direita – acredita que haja condições para uma revolução socialista, como já ocorreu em outros continentes. "Vamos deixar como está para ver como é que fica", dizem os caciques partidários.

Só mesmo se houvesse um racha entre as elites econômicas e políticas seria possível cogitar uma vitória da oposição. Segundo analistas, há um sério embate entre elas. Uma oligarquia dissidente tem-se fortalecido nas últimas eleições e ganhado o controle de alguns estados. Assim, o choque é entre as oligarquias tradicionais e as novas. Não há um programa que coloque em xeque a velha estrutura de privilégios nacionais, nem movimento popular urbano ou campesino capaz de impor mudanças estruturais no Brasil.

O que o eleitor espera é que os nomes dos candidatos à Presidência da República sejam oficializados por seus partidos e que eles saiam em busca dos votos espalhados por todo o país. Os poucos críticos do sistema, especialmente no jornalismo, arriscam-se a afirmar que tudo é um circo combinado, e que os eleitores serão, mais uma vez, levados a praticar o voto de cabresto. Ou seja, quem tem o poder econômico manobra o processo eleitoral como bem lhe aprouver.

O resultado é o esperado e previsto por nove entre cada dez quiromantes e adivinhos. É verdade que os estados São Paulo e Minas Gerais romperam a velha aliança da Primeira República, conhecida como a "Política do café com leite". O paulista Júlio Prestes, com o apoio do então presidente Washington Luís, tem quase 60% dos votos válidos e, com isso, derrota, em 1930, o candidato da Aliança Liberal e governador do Rio Grande do Sul, Getúlio Vargas.

O presidente proclamado reúne-se com seus apoiadores na capital do Brasil e, logo depois, embarca em uma viagem ao exterior, durante a qual é recebido como o futuro novo chefe do Poder Executivo em Washington, Paris e Londres. Uma viagem, naquele momento, de ida sem volta.

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

Uso de IA em empresas tem trazido resultados desanimadores

Nos últimos meses multiplicaram-se os relatos de empresas que, depois de embarcarem na corrida pela inteligência artificial, descobriram que a promessa de ganhos extraordinários de produtividade estava longe de se concretizar. Em muitos casos, o resultado foi justamente o oposto: mais gastos, mais ruído e pouco valor real entregue.

Vivaldo José Breternitz (*)

peshkov_CANVA



Agora, até mesmo gigantes da tecnologia começam a dar sinais de recuo nessa área. O motivo é simples: após incentivarem o uso massivo de ferramentas de IA, essas empresas perceberam que parte significativa dos seus funcionários passou a consumir recursos corporativos para gerar montanhas de conteúdo automatizado, frequentemente superficial e de qualidade questionável.

Segundo a agência *Reuters*, empresas como a Meta já vêm revendo planos ambiciosos que previam a substituição massiva de trabalhadores por agentes de IA. A Microsoft parece seguir caminho semelhante; o sinal mais evidente veio de Ryan Roslansky, alto executivo da companhia, que criticou publicamente o aumento do chamado "slop de IA", expressão usada para definir conteúdos produzidos em massa por inteligência artificial, mas sem substância ou originalidade. Lixo produzido por IA não está apenas nas redes sociais, mas também no cotidiano das empresas, escreveu Roslansky no LinkedIn.

A crítica escancara um problema cada vez mais visível dentro das corporações: funcionários usando IA para produzir documentos que serão lidos, resumidos e processados por outras IAs, criando uma cadeia de trabalho automatizado que muitas vezes gera volume, mas não aumento da produtividade.

Para Johnny Taylor Jr., CEO da Society for Human Resource Management, uma das maiores associações profissionais de recursos humanos do mundo, as empresas estão pagando o preço pela adoção precipitada de IA, impulsionada pelo medo de ficar para trás na corrida tecnológica.

Além da avalanche de conteúdo irrelevante, os riscos também são crescentes. Uma pesquisa da consultoria Ernst & Young mostrou que 36% dos executivos seniores responsáveis por IA em empresas com faturamento superior a US$ 1 bilhão, já enfrentaram pelo menos um incidente considerado catastrófico envolvendo a tecnologia. As consequências incluíram prejuízos financeiros, paralisações operacionais, perda de dados e danos à reputação corporativa.

O cenário ajuda a explicar por que tantas empresas começam a moderar o discurso triunfalista que marcou os primeiros tempos da febre da IA. Depois de acreditarem que a tecnologia substituiria trabalhadores e revolucionaria a produtividade quase da noite para o dia, muitas corporações agora se deparam com uma realidade incômoda: a inteligência artificial pode até automatizar tarefas, mas não elimina a necessidade de pensamento crítico, criatividade e conhecimento humano.

Também no que se refere à IA, cabe o velho ditado: cautela e caldo de galinha não fazem mal a ninguém...

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

Inteligência Artificial impulsiona uma nova geração de empreendedores solo

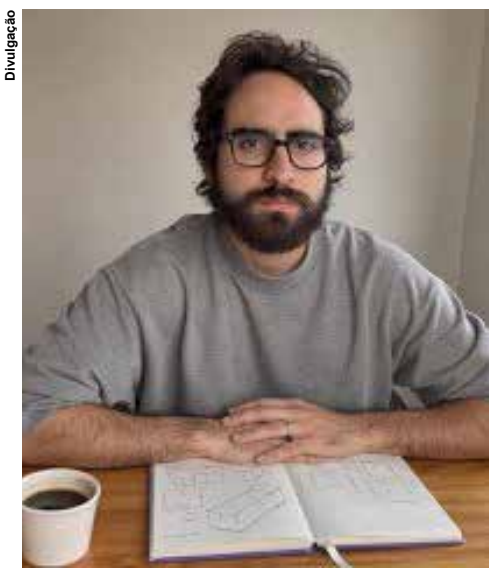
Durante muito tempo, empreender exigia dinheiro, equipe e conhecimento técnico. Era preciso contratar profissionais, buscar investidores ou encontrar sócios para transformar uma ideia em negócio. A inteligência artificial está mudando essa realidade e abrindo espaço para uma nova geração de empreendedores: aqueles que conseguem começar sozinhos, com baixo investimento e uma estrutura profissional.

Hoje, com uma assinatura de IA de aproximadamente R$ 100 por mês, é possível criar campanhas publicitárias, produzir conteúdo, desenvolver páginas de vendas, automatizar atendimentos e organizar processos financeiros. Na prática, a IA já permite que um empreendedor solo desempenhe funções antes distribuídas por uma empresa inteira: atende clientes, responde dúvidas, acompanha pedidos, apoia negociações e vendas, organiza cobranças e controla informações financeiras. Tudo isso com processos integrados e supervisão humana, sem precisar montar uma equipe para cada área.

O grande diferencial está na autonomia. A IA permite tirar projetos do papel com mais velocidade, testar ideias sem comprometer grandes investimentos e manter o controle sobre diferentes etapas da operação. Uma campanha que antes levava semanas pode ser estruturada em horas. Uma ideia pode ser colocada à prova no mercado em poucos dias.

Mas existe um ponto fundamental: empreender sozinho não significa ser amador. Uma empresa de uma pessoa só pode ter processos organizados, atendimento de qualidade, marketing estratégico e gestão

Divulgação



eficiente. O profissionalismo não está no tamanho da equipe, mas na capacidade de entregar resultados. Ser solo não é pensar pequeno, é usar a tecnologia para fazer mais com menos.

Essa transformação também não está restrita aos jovens ou aos especialistas em tecnologia. Profissionais experientes, consultores e pessoas que desejam começar uma nova atividade encontram na IA uma oportunidade de transformar conhecimento em negócio.

É claro que a inteligência artificial não resolve tudo. Por isso, o empreendedor continua sendo a peça central do negócio. A tecnologia executa, mas é a visão humana que direciona, avalia e decide.

Também é importante entender que começar sozinho não significa permanecer assim para sempre. A IA permite construir uma base sólida antes de ampliar a equipe. E quem conhece os próprios processos tem mais segurança para contratar, delegar e crescer. Costumo dizer que quem fez primeiro sabe cobrar qualidade. Quem nunca fez delega no escuro.

Vivo essa transformação na prática. Estou há quase nove anos no mercado digital e hoje utilizo agentes de inteligência artificial para administrar atividades do meu negócio, como atendimento, campanhas de marketing e processos financeiros, com operações que podem ser comandadas até pelo WhatsApp. É esse modelo que também ensino a profissionais que buscam mais autonomia e eficiência.

A inteligência artificial não garante sucesso, mas derruba barreiras que antes impediam muita gente de começar. O empreendedorismo já não depende apenas de quem tem dinheiro para investir, mas também de quem tem conhecimento, iniciativa e disposição para aprender.

A pergunta deixou de ser quem tem estrutura para empreender. Agora, é quem está preparado para transformar uma boa ideia em negócio. Porque a IA não substitui a coragem de começar, mas pode ser a ferramenta que faltava para dar o primeiro passo.

(Fonte: Euriler Jube é especialista em Marketing Digital com foco em Inteligência Artificial, conhecido como o "Tigre Branco" do marketing digital, construiu uma trajetória marcada pelo empreendedorismo, pela superação de desafios e por decisões ousadas que o levaram a alcançar o sucesso ainda jovem.

News@TI

Engage Experience 2026 reúne cerca de 2 mil profissionais de tecnologia

@Transformar tecnologia em resultados concretos para os negócios foi um dos principais temas abordados no Engage Experience 2026, realizado pela Ingram Micro Brasil no Transamérica Expo Center, em São Paulo. Em sua oitava edição, o evento reuniu mais de 2 mil profissionais do setor e conectou fabricantes, distribuidores, revendas, integradores e especialistas para discutir as principais mudanças do mercado de tecnologia e as oportunidades que se abrem para empresas e canais. Inspirado no conceito "Odyssey", o Engage Experience 2026 apresentou a tecnologia como uma jornada de descobertas, desafios e novas possibilidades. A programação foi organizada em dois palcos. O Terra trouxe temas e tecnologias que já estão transformando os negócios, enquanto o Lua apresentou tendências e soluções que começam a desenhar os próximos movimentos do mercado. A programação também abordou temas que impactam diretamente as empresas brasileiras, como a reforma tributária e as oportunidades relacionadas à expansão dos data centers.

Plataforma gratuita e permanente de cursos de IA

@A inteligência artificial já deixou de ser uma tendência restrita às áreas de tecnologia e passou a transformar a forma como diferentes profissionais trabalham. Para quem atua com Workplace, Facilities e Real Estate, no entanto, ainda existe uma lacuna entre o potencial da tecnologia e sua aplicação na rotina. Para ajudar a aproximar esses profissionais da IA, a Woba, ecossistema de soluções para gestão e contratação de espaços de trabalho, lança a Woba AI Academy, uma plataforma 100% gratuita e permanente de cursos diversos e com certificado, para aplicar no dia a dia dessas áreas. Para acessar os cursos, basta entrar no link. A iniciativa parte de uma mudança na demanda do mercado de trabalho. Segundo o Work Trend Index 2024, da Microsoft e LinkedIn, 71% das empresas preferem contratar um profissional com menos experiência, mas com habilidades em IA, do que alguém mais experiente sem esse conhecimento (https://woba-ai-academy.woba.com.br/).

Empresas & Negócios

José Hamilton Mancuso (1936/2017) | **Laurinda Machado Lobato (1941-2021)** | **José Leonil Lobato (1939-2026)**

Responsável: **Lilian Mancuso**

Editorias
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

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.

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

ISSN 2595-8410

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.