

Livros em Revista

Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br)



Bel e a Origem de Tudo

Bruno Gualano – Rodrigo Visca (Ilustr) – Moah! – O autor é cientista da USP e criador da coleção "Bel: Ciência para crianças" . Nesta obra Bruno ensina, de maneira bastante natural, sem ofender a inteligência infantil, como surgiu o universo, sua evolução, algumas extinções e como deve ter surgido a vida humana na terra. Com ilustrações pertinentes, bastante agradáveis, Bel mostra para seus coleguinhas como tudo aconteceu, desde o Big Bang. Para infantes alfabetizados. Muito bom!



GEO – Decisões Influenciadas Pela IA

Rafael Rez - DVS – O Rafael é reconhecido como um excelente profissional de marketing digital há quase vinte anos, em plena atividade. Nesta obra, de maneira enfática, exaustiva, traz luzes sobre um tema absolutamente atual e que veio para ficar: Inteligência Artificial. Para alguns, um assombro, para outros uma ferramenta crucial para agilizar demandas e trabalhos. Não deixa de analisar o fator humano nesse sistema. Em tempo , GEO significa : Generative Engine Optimization . Uma obra de real valor na qual Rafael aponta caminhos, utilizações e seus "problemas". Oportuníssima!!



Expresso Havana

Ary Neto – L C – Ary participou de uma louca e longa jornada com destino à Havana. Seu relato, eivado de intensas emoções, dá conta do quanto vale a experiência e um bom projeto. Suas linhas não apresentam um glamour que todo jovem sempre idealiza em sua caminhada, todavia, tem o condão de prender o leitor até o fim, tão elevado foi o grau de sofrimento, agruras, aventuras e superação. Foram salvos pelas suas plenas e fortes juventudes, cada um com seu quinhão de atuação. A verdadeira amizade aflorou. Esse escriba enfronhou-se na leitura e "cansou-se" ao sentir – talvez com alguma "inveja" – o quão destemidos foram esses desafiantes da natureza. Uma aventura estonteante, admirável. Será que nosso heróis atrever-se-ão a nova viagem? Oremos!



O Fim do Sofrimento Emocional: Para quem cansou de fingir que está tudo bem e quer começar a se curar de verdade

Willian Sanches – Citadel – Com mais de duas décadas de vivência ambulatorial, conhecendo e reconhecendo síndromes neurológicas, Willian sentiu-se habilitado a explanar sobre queixa que habita cérebros e corações humanos: Sofrimento emocional . O seu subtítulo já escancara o mote da obra. Interessante como ele aborda o assunto com um senso de espiritualidade, não com viés religioso, antes, visando o autoconhecimento e consequente controle de emoções, momentos bons e maus, enfim, uma ode à vida. Criou cinco pilares que em seus ensinamentos acarretarão sustentação verdadeira e possibilitarão deixar para trás algo não real que não raro atravanca o bom viver. Extremamente factível!!

www.bcctelevision.com.br

Assista ao programa Livros em Revista. Um canal repleto de novidades do universo literário. Entretenimento garantido!



LIVROS EM REVISTA

Com apresentação de Ralph Peter.

IA pode ajudar empresas a gastar menos em marketing? Especialista explica

Pesquisa mostra que 70% dos líderes ainda não enxergam grande economia, mesmo com entregas mais rápidas e maior volume de conteúdo

A promessa de produzir campanhas em menos tempo ajudou a colocar a inteligência artificial no centro das operações de marketing. Textos, imagens, análises e variações de anúncios passaram a ser criados em poucos minutos. Quando a avaliação chega ao caixa, porém, a economia pode ser menor do que a velocidade sugere. Licenças, integrações, treinamento, revisão humana e retrabalho também entram nessa conta.



Vertigo3d_CANVA

Para Leandro Ferrari, especialista em marketing digital, o aumento da produtividade precisa ser separado do ganho financeiro. Uma equipe pode entregar mais peças durante o mês e ainda manter custos elevados, principalmente quando o volume adicional não melhora a conversão, a qualidade dos leads ou a receita.

O Relatório CMO 2026 da Dentsu Creative ouviu 1.950 profissionais seniores de marketing em 14 mercados, incluindo o Brasil. Entre os participantes, 71% afirmaram que a IA está aumentando a velocidade com que as ideias chegam ao mercado. Ao mesmo tempo, 70% ainda não perceberam grandes ganhos de eficiência de custos.

Os números mostram que rapidez e economia não caminham obrigatoriamente juntas. Uma campanha pode ser preparada em menos tempo, mas exigir várias rodadas de correção até respeitar o tom da marca. O problema aparece no próprio levantamento: 62% dos entrevistados consideram que a criatividade assistida por IA ainda não consegue reproduzir integralmente a linguagem e a identidade das empresas.

"Produzir mais rápido tem valor, mas essa vantagem desaparece quando a equipe precisa revisar tudo, corrigir informações ou refazer materiais que ficaram parecidos com os da concorrência. A economia precisa aparecer no processo completo e no resultado da campanha", afirma Ferrari.

Outro risco está na acumulação de ferramentas. Uma empresa pode contratar plataformas para redação, criação visual, análise de dados, automação e atendimento sem eliminar etapas anteriores. Nesse cenário, a tecnologia acrescenta mensalidades e novos fluxos de aprovação, enquanto a estrutura antiga continua funcionando em paralelo. O relatório mostra que 74% dos líderes consideram substituir parte das soluções usadas atualmente por ferramentas mais adaptadas às próprias marcas.

A dificuldade também alcança a mensuração. Reduzir o tempo necessário para produzir uma peça é um ganho operacional. Para saber se houve eficiência financeira, a empresa precisa comparar o custo total antes e depois da adoção da tecnologia. Essa análise inclui as horas de trabalho humano, as assinaturas contratadas, o retrabalho, o desempenho das campanhas e o custo de aquisição de clientes.

No Brasil, a cautela aparece com ainda mais força. Segundo a cobertura do Meio & Mensagem, 86% dos profissionais brasileiros ouvidos consideram que escutar consumidores reais se tornou mais importante com o avanço da IA. Outros 85% querem que a inovação seja aplicada aos problemas mais urgentes do negócio, em vez de funcionar como um projeto isolado.

O excesso de produção ajuda a explicar essa preocupação. Na pesquisa, 74% dos executivos concordam que uma quantidade maior de materiais não representa necessariamente mais impacto. Outros 76% temem estar produzindo mais conteúdo e alcançando menos visibilidade. A facilidade para gerar peças pode aumentar a concorrência pela atenção e tornar as campanhas mais semelhantes.

"Antes de contratar mais uma ferramenta, a empresa deveria definir qual gargalo pretende resolver. Pode ser demora na produção, dificuldade de analisar dados ou excesso de tarefas repetitivas. Sem essa clareza, a IA vira uma nova despesa dentro de uma operação que continua com os mesmos problemas", explica Ferrari.

Uma avaliação mais segura pode começar por um processo específico. A empresa registra quanto tempo e dinheiro gasta naquela atividade, testa a tecnologia por um período determinado e compara os resultados. Se a entrega ficou mais rápida, mas aumentaram as correções ou caiu a conversão, o ganho ainda não foi comprovado. Quando a ferramenta libera a equipe para decisões mais relevantes e mantém a qualidade, a adoção começa a apresentar valor econômico.

A inteligência artificial já consegue acelerar parte importante do trabalho de marketing. A redução de custos depende de escolhas mais criteriosas, integração com a operação e acompanhamento de indicadores comerciais. Para as empresas, o próximo estágio da adoção tende a ser menos guiado pela quantidade de conteúdo produzido e mais pela capacidade de relacionar tecnologia, eficiência e receita.

Igualdade salarial e o futuro do trabalho

Sonia de Almeida (*)

Da transparência à transformação da cultura organizacional.

Falar sobre o futuro do trabalho também significa discutir as condições que mulheres encontram para construir suas trajetórias profissionais, e a igualdade salarial é parte fundamental desse debate. Embora seja um princípio importante para relações de trabalho mais justas, ainda estamos longe de transformar a igualdade salarial em realidade. Dados do 5º Relatório de Transparência Salarial e de Critérios Remuneratórios mostram que as mulheres recebem, em média, 21,3% menos que os homens no setor privado, considerando empresas com 100 ou mais empregados. Essa diferença também aparece na remuneração média: enquanto as mulheres recebem R$ 3.965,94 o valor chega a R$ 5.039,68 entre os homens.

A transparência desses números é importante porque permite que uma desigualdade muitas vezes naturalizada seja identificada e discutida a partir de evidências, Tornar os dados públicos não é suficiente, visto que a diferença salarial também pode refletir uma trajetória profissional marcada por oportunidades desiguais de desenvolvimento, reconhecimento e promoção, sendo assim, o desafio das organizações não deve ser apenas cumprir uma exigência, mas compreender onde essas diferenças começam e quais práticas podem contribuir para mudar esse cenário.

Isso passa por rever critérios de crescimento profissional e garantir que oportunidades de capacitação, projetos estratégicos, promoções e posições de liderança sejam acessíveis de forma mais equilibrada. A cultura organizacional tem um papel central nesse processo porque são as decisões tomadas no cotidiano que definem quem avança, quem é reconhecido e quem participa dos processos de decisão. Quando a equidade passa a fazer parte desses processos, a discussão sobre igualdade salarial deixa de estar restrita à remuneração e passa a envolver toda a construção da carreira.

Também é preciso olhar para o início dessa trajetória. Preparar meninas e jovens para a vida profissional é uma forma de ampliar possibilidades, porém essa formação precisa encontrar ambientes capazes de reconhecer e desenvolver esses talentos. Na Afesu, acompanhamos de perto como o acesso à educação, à capacitação e ao desenvolvimento pessoal pode ampliar horizontes e fortalecer a autonomia. No entanto, para que essas oportunidades se convertam em crescimento profissional e liderança, as organizações também precisam estar preparadas para oferecer caminhos de desenvolvimento e reconhecimento.

O futuro do trabalho será também definido pela forma como as organizações lidam com igualdade, oportunidades e desenvolvimento profissional. A transparência salarial é um passo importante para identificar desigualdades, mas a transformação só acontece quando esses dados orientam decisões e mudanças concretas. Se queremos ampliar a presença de mulheres em posições de liderança, precisamos garantir que elas tenham condições de crescer, serem reconhecidas e avançar em suas carreiras. A igualdade salarial, nesse sentido, não deve ser vista apenas como um resultado a ser alcançado, mas como parte de uma cultura organizacional que valoriza trajetórias profissionais mais justas e equitativas.

(*) Diretora Executiva da Afesu.

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL
33º Subdistrito - Alto da Mooca
ILZETE VERDERAMO MARQUES - Oficial

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **MARCOS DA SILVA LEAL,** estado civil solteiro, filho de João da Silva Leal e de Anna Salete Silva Leal, residente e domiciliado neste Subdistrito Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **MARIANE SIMÕES PEREIRA,** estado civil solteira, filha de Antonio Marmo Pereira e de Maria Josefina Simões Pereira, residente e domiciliada neste Subdistrito Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **BRUNO COLAUTTI RAUCCI,** estado civil solteiro, filho de José Carlos Raucci e de Eliana Colautti Raucci, residente e domiciliado neste Subdistrito Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **CAROLINA CAMPOS MELO,** estado civil solteira, filha de Eleones da Silva Melo e de Adelgisa Bento de Campos Melo, residente e domiciliada neste Subdistrito Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **MICHAEL BENJAMIN PRADO MENDOZA,** estado civil solteiro, filho de Benjamin Felix Mendoza Saire e de Adela Olga Prado Castro, residente e domiciliado São Paulo - SP. A pretendente: **LESLY SHIOMARA FEBRERO CALLE,** estado civil solteira, filha de Miguel Angel Calle Escobar e de Dionica Febrero Guzman, residente e domiciliada em Itaquaquecetuba - SP.

O pretendente: **RENAN RAPOSO ALVES,** estado civil divorciado, filho de Alexandre Costa Alves e de Claudia Candida Raposo, residente e domiciliado neste Subdistrito Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **VANESSA FERREIRA LIMA,** estado civil solteira, filha de Wagner Alberto dos Santos Lima e de Sanderlandia Ferreira da Silva Lima, residente e domiciliada neste Subdistrito Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **PAULO CESAR CAVALCANTE DA COSTA,** estado civil solteiro, filho de Francisco Juca da Costa e de Lindaura Bezerra Cavalcante da Costa, residente e domiciliado neste Subdistrito Alto da Mooca - São Paulo A pretendente: **AMANDA CAVALCANTI DE ALBUQUERQUE,** estado civil solteira, filha de Wagner Cavalcanti de Albuquerque e de Eliana Domingues de Albuquerque, residente e domiciliada neste Subdistrito Alto da Mooca - São Paulo - SP.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local Jornal Empresas & Negócios

Este documento foi assinado digitalmente por Jornal Empresas E Negocios Ltda.
Para verificar as assinaturas vá ao site http://assinaturas.certisign.com.br e utilize o código 5A81-107C-ABB4-BDD4.

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Certisign Assinaturas. Para verificar as assinaturas clique no link: http://assinaturas.certisign.com.br/Verificar/5A81-107C-ABB4-BDD4 ou vá até o site http://assinaturas.certisign.com.br e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: 5A81-107C-ABB4-BDD4

Hash do Documento

AC8D410BE02E4F20FDA3C2F10A53B97267FE57ED49CF05B7D4346038D4686AE3

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 23/10/2026 é(são) :

☑ Lilian Mancuso - 05.687.343/0001-90 em 23/10/2026 19:33 UTC-03:00
Nome no certificado: Jornal Empresas E Negocios Ltda
Tipo: Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS LTDA - 05.687.343/0001-90

Evidências

Geolocation: Location not shared by user.
IP: 172.16.4.12
AC: AC Certisign RFB G5