OPINIÃO

A inteligência artificial está ficando adulta. O Brasil vai continuar olhando a demonstração?

Zé Lima (*)

Na mesma semana, três anúncios sobre inteligência artificial parecem contar histórias sem relação.

A AWS e a comunidade PyTorch abriram caminhos para executar modelos em aceleradores de fabricantes diferentes. A Tractian anunciou uma rodada de US$ 130 milhões para ampliar o monitoramento de máquinas industriais. E a Pathos AI captou US$ 237 milhões enquanto estruturava acordos para pesquisas biomédicas com Bristol Myers Squibb e Tempus. Juntos, eles expõem uma questão pouco confortável: talvez a inovação mais importante dos próximos anos não seja fazer a máquina parecer mais inteligente, e sim descobrir se ela consegue produzir valor verificável sem aprisionar quem a utiliza.

Em outubro, a AWS apresentou o TorchNeuron em beta público e o projeto TorchTPU teve seu código aberto. Ambas as iniciativas aproximam o PyTorch de diferentes aceleradores. Não eliminam incompatibilidades nem garantem o mesmo desempenho em todo ambiente. Mas colocam no centro uma discussão econômica: quanto custa trocar de tecnologia depois que uma empresa já depende dela?

Quando a migração exige meses de reescrita, a escolha do fornecedor deixa de ser apenas técnica. Torna-se parte do destino financeiro do negócio. A competição por infraestrutura não acontece só nos chips; acontece também na liberdade de sair de uma plataforma sem desmontar o produto. Para startups brasileiras, essa liberdade pode valer mais do que a corrida para utilizar a novidade anunciada na conferência da semana.

Em 22 de outubro, a Tractian anunciou uma Série D de US$ 130 milhões que avaliou a empresa em US$ 1,4 bilhão. A companhia trabalha com monitoramento e inteligência aplicada à saúde de máquinas industriais. O dinheiro captado é notícia, mas a pergunta que interessa ao comprador é outra: o alerta muda uma decisão a tempo de evitar uma perda?

Quem já tentou medir prevenção conhece a dificuldade. Uma máquina que não quebra não deixa um recibo do desastre evitado. É necessário comparar riscos, custos de intervenção, alertas equivocados e decisões que poderiam ter ocorrido sem o software. A boa métrica é menos chamativa do que um gráfico de acurácia, mas ajuda a separar tecnologia útil de um excelente material de vendas.

No dia seguinte, a Pathos AI anunciou rodada Série E de US$ 237 milhões, com avaliação pós-investimento de cerca de US$ 3 bilhões, e parcerias para pesquisa de Alzheimer e outros transtornos neurológicos. Um acordo com a Tempus prevê licenciamento de dados durante cinco anos, com pagamentos de até US$ 55 milhões vinculados a registros e atualizações, conforme documento da companhia apresentado à autoridade americana de valores mobiliários.

Esses anúncios representam capital, contratos e possibilidades de pesquisa. Não demonstram a descoberta de uma cura. A diferença é decisiva: uma base de dados pode ajudar a formular boas hipóteses, enquanto comprovar eficácia clínica exige outras etapas. A inteligência artificial acelera a exploração de possibilidades, mas não concede dispensa do método científico.

As três histórias têm a mesma estrutura. A primeira pergunta é se a empresa consegue trocar de infraestrutura. A segunda, se a previsão altera o mundo físico. A terceira, se os dados levam a uma conclusão que sobrevive aos testes. Em todas, a tecnologia é uma parte da resposta e não a resposta inteira.

No Brasil, o debate sobre inovação frequentemente começa por tecnologias que devemos adotar. Talvez devesse começar pelo problema que ninguém conseguiu resolver direito. Que informação está faltando? Qual decisão precisa melhorar? Quem arca com o erro? O comprador reconhece o benefício? A solução continua funcionando quando sai do ambiente preparado para demonstrações?

Construir empresas exige uma disposição pouco glamourosa para registrar fracassos, observar processos e abandonar hipóteses que pareciam brilhantes. Não há vergonha em descobrir que um produto não resolve o problema imaginado. O prejuízo aparece quando a empresa se apaixona tanto pela resposta que deixa de ouvir a pergunta.

A inteligência artificial amplia o conjunto de ferramentas disponíveis. Não substitui a responsabilidade de escolher o que merece ser construído. À medida que os modelos evoluem, teremos mais demonstrações extraordinárias. Algumas se transformarão em empresas relevantes. Outras terão vida longa em vídeos curtos e existência muito breve na planilha de custos. A diferença não será decidida apenas por parâmetros, investimentos ou manchetes.

O Brasil não precisa apenas assistir à tecnologia ficar mais capaz. Precisa aprender a exigir a prova de que ela funciona, de que resolve alguma coisa e de que o negócio continua fazendo sentido quando termina o entusiasmo. Se isso parecer pouco revolucionário, basta olhar quantos problemas antigos ainda estão esperando por alguém disposto a resolvê-los.

(*) Fundador da CRIIA e da boo..

Você sabe o que significa Wi-Fi?

Milhões de pessoas, e até mesmo muitos livros, afirmam que WiFi é a abreviação de "Wireless Fidelity". Não é. WiFi não é uma sigla e, na prática, o nome não significa absolutamente nada.

Vivaldo José Breternitz (*)

A história começa no fim da década de 1990. Em 1997, o IEEE, organização internacional responsável também por criar normas técnicas amplamente adotadas pela indústria de tecnologia, publicou o padrão de redes sem fio 802.11. Dois anos depois, em 1999, foi lançada uma versão mais rápida, o 802.11b, capaz de atingir velocidades de até 11 Mbps na faixa de 2,4 GHz.

A tecnologia funcionava bem, mas dificilmente um consumidor entraria em uma loja perguntando por equipamentos compatíveis com "IEEE 802.11b". Foi então que a Wireless Ethernet Compatibility Alliance (WECA) associação criada para promover a interoperabilidade de produtos de rede sem fio, decidiu procurar um nome mais simples e fácil de memorizar e em 1999, contratou a agência de branding Interbrand para a tarefa.

A Interbrand é conhecida por criar marcas como Prozac, Land Rover Discovery e Compaq. A agência apresentou uma lista com dez opções, e a escolhida foi "WiFi", uma referência deliberada a "HiFi", termo popularizado décadas antes para designar equipamentos de áudio de alta fidelidade. O novo nome transmitia associações de qualidade e simplicidade, sem descrever qualquer aspecto técnico da tecnologia. A Interbrand também foi responsável pelo desenvolvimento do famoso logotipo do WiFi, inspirado no símbolo yin-yang.

Mas de onde surgiu a confusão com "Wireless Fidelity"? Nos primeiros anos, alguns membros da WECA temiam que um nome sem significado explícito pudesse confundir o público. Para contornar o problema, passaram a usar o slogan "The Standard for Wireless Fidelity" ("O padrão para fidelidade sem fio").

Embora o slogan tenha sido abandonado, o equívoco permaneceu. Hoje, a ideia de que WiFi significa "Wireless Fidelity" é

vladru_CANVA



considerada um dos "backronyms" mais persistentes da indústria de tecnologia, ou seja, uma explicação criada posteriormente para dar significado a um nome que originalmente não era uma sigla.

Você sabia disso?

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

NEWS@TI

RICARDOSOUZA@NETJEN.COM.BR

Índice de Inovação dos Estados 2026: São Paulo segue na liderança e Centro-Oeste cresce

@Pelo sexto ano consecutivo, São Paulo segue como o estado mais inovador do Brasil. O dado é do Índice de Inovação dos Estados 2026, que está em sua oitava edição. Lançado nesta terça-feira (17/11), em Brasília, o estudo pioneiro registrou a liderança paulista em nove dos doze indicadores que compõem o ranking, mantendo-se no topo seguido por Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná. Outros destaques foram o crescimento de Goiás e Mato Grosso do Sul e o avanço do Centro-Oeste na classificação regional. Produzido pelo Observatório da Indústria Ceará, da Federação das Indústrias do Estado do Ceará (FIEC), e pelo Observatório Nacional da Indústria, da Confederação Nacional da Indústria (CNI), o Índice é um instrumento de referência para estudos e políticas públicas de inovação no Brasil. Confira o Índice de Inovação dos Estados (https://www.observatorio.ind.br/).

Voyager 1 alcança marco de um dia-luz da Terra

@A Voyager 1, da NASA, alcançou um novo marco na exploração espacial: a distância de um dia-luz da Terra, aproximadamente 25,9 bilhões de quilômetros. Um dia-luz é uma medida de distância e corresponde ao percurso realizado pela luz durante 24 horas. A Voyager 1 torna-se, assim, o primeiro objeto construído pela humanidade a alcançar essa distância do nosso planeta. Na prática, a distância também mostra o enorme desafio de comunicação com a sonda. As ondas de rádio utilizadas para enviar comandos viajam à velocidade da luz e passam a levar aproximadamente 24 horas apenas para chegar à Voyager 1; uma resposta enviada pela espaçonave demora outras 24 horas para retornar. "Isso significa que uma comunicação de ida e volta com a Voyager 1 exige aproximadamente dois dias, o que ajuda a compreender a verdadeira dimensão das distâncias no espaço", explica o Prof. Dr. Marcos Calil, responsável pelo Setor de Observatório da Urânia Planetário (https://youtube.com/live/8R9WMreahWE).

INFLEET conecta dados de frotas ao ChatGPT e Claude

@A INFLEET amplia a forma como gestores de frotas podem acessar e explorar os dados de suas operações com o lançamento do MCP INFLEET, capacidade que conecta as informações da plataforma a ferramentas de inteligência artificial, como ChatGPT e Claude. MCP, sigla para Model Context Protocol, que é um padrão que permite conectar ferramentas de inteligência artificial a fontes externas de dados. No caso da INFLEET, ele permite que ferramentas como ChatGPT e Claude consultem informações da operação da frota. Na prática, isso cria uma nova interface para acessar dados que já estão na INFLEET: em vez de começar pela navegação dentro da plataforma, relatórios ou planilhas, o gestor pode começar diretamente pela pergunta que precisa responder (https://infleet.com.br/).

Cirion anuncia Datrix, a nova marca de Data Centers para acelerar os negócios de IA

@A Cirion Technologies anunciou hoje o lançamento da Datrix, a nova marca do seu negócio de Data Centers. O marco representa um passo importante na estratégia de crescimento da empresa e reforça seu compromisso em atender às necessidades de infraestrutura digital da América Latina, que crescem em ritmo acelerado. O lançamento acontece em um momento em que a América Latina lidera o crescimento global de Data Centers: segundo a CBRE, o estoque regional cresceu 41,3% na comparação anual no primeiro trimestre de 2026, à frente de todas as demais regiões, impulsionado pela demanda por nuvem e IA (datrix.com) (ciriontechnologies.com).

Twitch lança ativações especiais para celebrar a chegada de GTA VI

@Depois de 13 anos de espera, GTA VI chegou e a Twitch preparou uma programação especial para movimentar as comunidades e celebrar o lançamento do jogo na plataforma. Entre 18 e 30 de novembro, espectadores e streamers poderão participar de uma série de ativações que incluem coleções de distintivos e emotes exclusivos, Hype Trains temáticos, retrospectivas de transmissões e distribuição diária de códigos do jogo. Entre as novidades está a Coleção de Distintivos de Luxo, que permite desbloquear seis distintivos de chat ao assistir a transmissões de GTA VI durante uma hora por dia, em seis dias diferentes dentro do período da campanha. Os espectadores podem escolher os dias, consecutivos ou não, para completar a coleção (https://blog.twitch.tv/pt-br/2026/11/17/the-wait-is-over-gtavi-is-live/).

Domínio de AI prompts ganha mais importância no Brasil do que na média global

@Novo estudo global "Squinting in the Sun" da monday.com, plataforma de IA para o trabalho, conduzido pela Nielsen, aponta que 62% dos líderes brasileiros que afirmam ter alterado seus critérios de avaliação de funcionários consideram que a capacidade de elaborar comandos eficazes para inteligência artificial, conhecidos como prompts, ganhou significativamente mais importância. O percentual supera os 46% registrados globalmente e aponta para uma transformação nas habilidades exigidas dos profissionais brasileiros. O estudo ouviu 1.701 diretores e gerentes seniores de empresas com pelo menos 500 funcionários em sete países, incluindo 200 executivos brasileiros. Os resultados mostram que o Brasil já apresenta um alto nível de adoção de inteligência artificial no ambiente de trabalho: 99% dos líderes brasileiros entrevistados utilizam IA no trabalho e, entre eles, 81% fazem uso diário da tecnologia, acima da média global de 73%. O relatório completo está disponível em https://monday.com/gp/ai-report-2026.

Autoinsp anuncia integração ao sistema SGA do Grupo Hinova durante a Fenaprove

@A Autoinsp – empresa de tecnologia que une engenharia automotiva e inteligência artificial (IA) para automatizar a análise de sinistros de automóveis – passa a integrar o Sistema de Gestão Associativa (SGA) do Grupo Hinova. O anúncio foi feito durante a Feira Nacional da Proteção Veicular (Fenaprove), que acontece no Expominas, em Belo Horizonte (MG). Com a novidade, a solução da Autoinsp passa a operar integrada ao SGA, dentro do fluxo de gestão de sinistros, levando ganhos expressivos de velocidade e redução de custos operacionais para as associações de proteção veicular de todo o país. Na prática, a integração permite que as entidades utilizem mais de 30 agentes de IA para conduzir o trabalho operacional dos eventos. O fluxo, que no modelo tradicional costumava levar até 30 dias, passa a ser concluído em poucos minutos, desde a abertura do aviso até a emissão de um parecer técnico completo e fundamentado. Integrada ao SGA, a tecnologia promove o cruzamento automatizado entre o relato do associado, os dados do Boletim de Ocorrência (B.O.), as imagens dos danos e a consulta de dados do veículo (https://autoinsp.com/).

Empresas & Negócios

José Hamilton Mancuso (1936/2017)

Responsável: **Lilian Mancuso**

Laurinda Machado Lobato (1941-2021)

José Leonil Lobato (1939-2026)

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.