

OPINIÃO

A poluição do ar no Brasil: entre queimadas, automóveis e soluções tecnológicas

Gabriel Amadei (*)

Diversas cidades brasileiras têm enfrentado um desafio ambiental colossal: a poluição do ar.

De acordo com o IQAir, empresa suíça de tecnologia de qualidade do ar, São Paulo registrou por cinco dias consecutivos, entre 120 cidades monitoradas, o pior ar do mundo. Este problema persistente também afetou várias outras regiões do país no último mês e é alimentado principalmente por duas fontes: as emissões de automóveis e a fumaça das queimadas.

As ruas da cidade estão perpetuamente cheias de carros, ônibus e caminhões. Cada um desses veículos libera, diariamente, uma quantidade significativa de gases poluentes no ar, incluindo monóxido de carbono, dióxido de nitrogênio e partículas finas. Esses poluentes degradam a qualidade do ar e contribuem para um amplo espectro de problemas de saúde, desde irritações respiratórias até doenças cardiovasculares.

Nesse contexto, a introdução de tecnologias de pós-tratamento de poluentes veiculares adotadas há alguns anos em outros países do mundo surge como uma alternativa para enfrentar esses problemas. Os catalisadores, por exemplo, são dispositivos que promovem a transformação química de gases poluentes em substâncias menos nocivas. Já os filtros de particulados são capazes de reter partículas finas presentes nos gases de exaustão, ajudando a reduzir a poluição atmosférica.

Em paralelo, as florestas brasileiras, especialmente a Amazônia e o Pantanal, têm experimentado um aumento alarmante nas queimadas nos últimos anos. A fumaça

das queimadas, carregada de poluentes e partículas finas, pode viajar longas distâncias e afetar a qualidade do ar em áreas densamente povoadas, como São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro e Bahia.

Essas duas fontes de poluição do ar interagem de maneiras complexas. Por exemplo, os gases emitidos por automóveis podem reagir com a luz solar para formar ozônio troposférico, um poluente perigoso. Quando combinado com a fumaça das queimadas, isso pode resultar em um "coquetel" tóxico de poluentes que reduz ainda mais a qualidade do ar, impactando diretamente na qualidade de vida e saúde das pessoas.

Além disso, ambos os tipos de poluição contribuem para a mudança climática, que, por sua vez, pode levar a um aumento na frequência e intensidade das secas, ondas de calor e enchentes. Essas condições extremas aumentam o risco de incêndios florestais, criando um ciclo vicioso entre poluição e mudança climática.

Para enfrentar efetivamente a poluição do ar, é urgente um esforço conjunto focado em reduzir as emissões de veículos, maquinários e prevenir as queimadas. Precisamos de leis mais rigorosas relacionadas ao tema, incentivos para o uso de transportes públicos ou de carros com tecnologias híbridas, adoção de tecnologias de pós-tratamento de poluentes e políticas de proteção florestal realmente eficazes. A saúde dos brasileiros, bem como do nosso planeta, depende de tais ações.

(*) Gerente de Vendas para Plataformas Automotivas da Corning na América Latina, uma das líderes mundiais em inovação da ciência de materiais que desenvolve produtos para as áreas de comunicações ópticas, eletrônicos móveis de consumo, tecnologias para displays, automóveis e ciências da vida

Crise da Intel pode ser oportunidade para Qualcomm

O Wall Street Journal informou que a Qualcomm vê as dificuldades de ordem financeira enfrentadas pela Intel como uma potencial oportunidade – a fabricante de chips com sede em San Diego teria expressado interesse em assumir a Intel, no todo ou algumas de suas partes.

Vivaldo José Breternitz (*)

Embora o jornal tenha dito que o negócio está "longe de ser certo", seria uma grande reviravolta na indústria de chips dos Estados Unidos, apesar de que questões ligadas à legislação antitruste possam tornar a venda um negócio muito complexo.

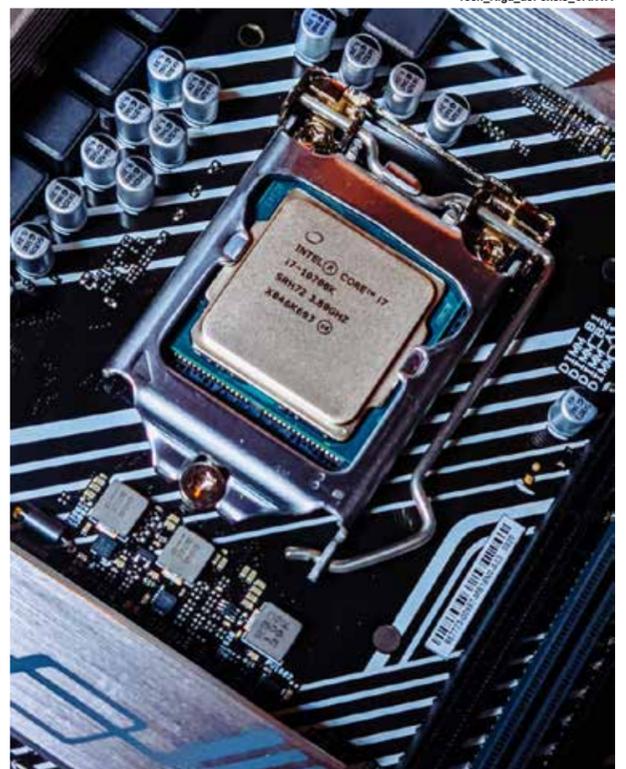
A Intel vive momentos muito difíceis, tendo, no mês passado, anunciado planos para cortar 15 mil empregos. A empresa teve prejuízos de US\$ 1,6 bilhão no segundo trimestre; sua área industrial gerou prejuízos operacionais de US\$ 2,8 bilhões no mesmo período, o que levou seu CEO, Pat Gelsinger, a anunciar planos para separar essa área da empresa.

Além disso, a Reuters disse que a Intel perdeu um contrato de US\$ 30 bilhões para fabricar os processadores da nova PlayStation 6 da Sony – o projeto do processador deve ficar com a AMD e a fabricação com a taiwanesa TSMC – esse é mais um golpe para a empresa.

Ainda neste ano, suas CPUs Raptor Lake, utilizadas principalmente por gamers, apresentaram sérios problemas técnicos, o que contribuiu para gerar novos problemas, não só de natureza financeira, como também de imagem.

A Intel e Qualcomm não comentaram o assunto, mas é triste ver a agonia de um gigante...

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



Linguagem online: cinco dicas para não parecer engessado ao se comunicar

Atualmente, nossa vida gira em torno da internet e das facilidades que a ferramenta nos proporciona, especialmente as redes sociais. Neste mundo globalizado em que vivemos, é cada vez mais raro dependermos de serviços físicos - com isso, não quero dizer que revistas, jornais e livros impressos, TV e rádio vão acabar, mas sim que conseguimos acessar esses conteúdos por meio de tablets e smartphones.

Um exemplo recente que posso trazer foi a transmissão dos Jogos Olímpicos de Paris: um dos canais mais procurados foi a Cazé TV, um serviço de streaming que, além de angariar milhões de visualizações com suas transmissões, ofereceu uma cobertura extensa e variada. Ainda sobre esse assunto, agências publicitárias têm direcionado suas ações para a internet; pela primeira vez, vê-se um aumento significativo nesse tipo de investimento: mais de R\$ 2,3 bilhões (equivalente a 39,6% dos investimentos) foram para plataformas digitais, enquanto o montante destinado à TV aberta ficou em pouco mais de R\$ 2,2 bilhões (37,4%).

Querendo ou não, a nossa realidade - e o futuro também - é virtual, como mostrou um estudo recente realizado por IAB Brasil e Kantar Ibope Media: entre 2020 e 2023, auge da pandemia da Covid-19, houve um aumento de 35% no número de anunciantes únicos em canais digitais. Apesar da internet proporcionar muitas facilidades, é verdade que as marcas encontram no marketing digital uma grande dificuldade, ainda mais quando as principais plataformas, TikTok e Instagram, são dominadas pela Geração Z, uma população que busca cada vez mais por conteúdos autênticos e relevantes.

Como melhorar a comunicação online

Antes de mais nada, quero destacar o relatório global de 2024 elaborado pela We Are Social em parceria com a Meltwater. Ele abordou várias tendências de comportamento importantes, incluindo um



aumento no tempo que as pessoas gastam online, mudanças nas plataformas de mídia social favoritas e um declínio na audiência de TV, entre outras.

Apesar de eu estar focando o texto em marketing e publicidade, as dicas que compartilho a seguir também podem ser aproveitadas por criadores de conteúdo e pessoas que apenas desejam melhorar a maneira como se portam online. Afinal, uma comunicação eficaz é a chave para se conectar com o público-alvo desejado.

1. Conheça seu público. O primeiro passo é conhecer e entender quem compõe o público que você deseja alcançar. Para isso, plataformas de análise de dados, como Google Analytics e Facebook Insights, são recomendadas para obter essas informações.

2. Adapte a linguagem ao canal de comunicação escolhido. Se sua plataforma de escolha for o Instagram, pesquise quais as principais tendências e o estilo de linguagem adotado por outras marcas e pessoas que estão fazendo nome nessa plataforma. Isso é corroborado por um estudo de 2023 da Sprout Social, no qual 80% dos consumidores consideraram a adaptação da mensagem ao canal importante para uma experiência de marca positiva. E lembre-se: nem sempre o que funciona no Instagram vai dar certo no TikTok.

3. Mantenha a autenticidade, a coerência e a interação com o público. Como comentado, as pessoas, em especial os jovens da Gen Z, valorizam a autenticidade e a originalidade - portanto, não deixe de lado uma comunicação constante que consiga ressoar com seu público-alvo, tanto para ganhar quanto manter a confiança dos seus seguidores. Além disso, responda aos comentários, participe de discussões e crie conteúdo que incentive a interação para construir uma comunidade engajada.

4. Utilize humor e emoção com sensibilidade. É importante saber como utilizar as tendências, especialmente memes, para engajar seu público. Isso não significa, contudo, que o senso de humor e a emoção sejam adequados a todo momento, então saiba analisar os contextos para evitar interpretações equivocadas e correr o risco de perder seguidores.

5. Monitore os conteúdos e ajuste-os continuamente. Por fim, não se esqueça de monitorar as métricas para otimizar suas estratégias de comunicação. É essa análise que vai auxiliá-lo na hora de ajustar as estratégias para manter a relevância e a eficácia da comunicação.

(Fonte: Mari Galindo é fundadora da Nice House, plataforma de entretenimento com foco em vídeos verticais e geração Z)

News @TI

Cartesi patrocina evento Modular House em São Paulo

A Cartesi, protocolo de blockchain modular que potencializa o espaço web3 com ambientes de execução Linux, anuncia seu patrocínio ao evento Modular House, que acontece no dia 4 de outubro de 2024, a partir das 14h, no Login House eXP, em São Paulo. O Modular House faz parte de uma série de eventos projetados para fortalecer as comunidades cripto no Brasil e impulsionar a adoção nacional da tecnologia blockchain. Durante o evento, a Cartesi visa reafirmar seu compromisso com a comunidade brasileira e com os desenvolvedores que se propõem a desbravar o universo Web3 por meio de seu protocolo. O Cartesi Talks, espaço reservado para a interação da Cartesi com o público, acontecerá às 16h, com Henrique Marlon (<https://lu.ma/cccm3ack>).

GoDeeP participa do Amazon Global Selling Day, em São Paulo

A GoDeep fará uma palestra no Amazon Global Selling Day, um encontro organizado pela Amazon com o objetivo de apoiar empreendedores e vendedores na expansão de suas operações para mercados internacionais por meio de sua plataforma. O encontro contará com palestras, workshops e painéis que discutirão estratégias de vendas em diferentes mercados. O evento será realizado no dia 1º de outubro, na sede da líder mundial em comércio eletrônico, na capital paulista, com início às 13h. As inscrições estão disponíveis online, com vagas limitadas. Entre os destaques do evento, estão o painel de cases de sucesso e o workshop Pesquisa de Mercado: Potencial de Venda nos EUA (<https://conteudo.godeep.global/amazon-global-selling-011024>).

Empresas & Negócios José Hamilton Mancuso (1936/2017)

Laurinda Machado Lobato (1941-2021)

Responsável: Lilian Mancuso

Editores
Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); Ciência/Tecnologia: Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); Livros: Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioph.com.br);
Comercial: comercial@netjen.com.br
Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br

Webmaster/TI: Fabio Nader; Edição 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.

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: Claudia Lazzarotto, Eduardo Moisés, Geraldo Nunes e Heródoto Barbeiro.

ISSN 2595-8410