



A Degradação do Congresso

Gaudêncio Torquato (*)

O recente episódio de obstrução da pauta legislativa na Câmara Federal, quando bolsonaristas promoveram um motim, impedindo, por dois dias, o trabalho regular do Congresso, sinaliza a continuidade da crise democrática que, há décadas, corrói a imagem de nossa representação política.

Mas, convém lembrar que a degradação do Congresso Nacional não é apenas um problema conjuntural, mas estrutural, revelando o esgarçamento do pacto democrático e a crescente distância entre representantes e representados.

A esfera política nunca foi tão mal avaliada. Pesquisas recentes sobre a imagem dos congressistas revelam uma percepção majoritariamente negativa da atuação do Congresso Nacional. A desaprovação do Congresso é alta, com números semelhantes à reprovação do governo Lula e com uma visão mais negativa entre os eleitores de Bolsonaro.

A maioria da população desaprova a atuação do Congresso Nacional, com 51% de reprovação, segundo a última pesquisa realizada. A última pesquisa sobre a imagem dos políticos, realizada pela Datafolha, mostra que 78% dos brasileiros acham que o Congresso age em interesse próprio. E mais: o Legislativo tem a pior avaliação entre os três Poderes da República.

Aproximadamente 42% aprovam o trabalho do Congresso. A pesquisa mostrou que os mais pobres tendem a aprovar mais o Congresso do que os mais ricos. Além disso, eleitores de Lula têm uma visão mais favorável ao Congresso do que os de Bolsonaro.

O fato é que o Congresso vem sofrendo um grave desgaste de legitimidade perante a opinião pública. A percepção geral é a de um parlamento tomado por interesses particulares, fisiológicos ou corporativos, desconectado das reais necessidades do povo. As figuras parlamentares cada vez mais se moldam à lógica das redes sociais. Deputados e senadores viram influencers, priorizando a viralização de falas agressivas ou "lacradoras" em detrimento da atuação legislativa substantiva. A política se reduz ao espetáculo, e o debate público é substituído por slogans e memes.

Além disso, o Congresso tem sido capturado por lobbies diversos: do agronegócio, das igrejas neopentecostais, das grandes empresas, de corporações arma-

das, entre outros. Comissões são loteadas e pautas são compradas ou negociadas em troca de vantagens. A agenda pública cede lugar à pauta de interesses.

A prática do "toma-lá-dá-cá" se institucionalizou de tal forma que cargos, verbas e emendas secretas tornaram-se moeda corrente para a manutenção do apoio ao governo da vez, independentemente de ideologias. A governabilidade passa pela barganha e não pelo convencimento democrático.

Casos de corrupção, rachadinhas, falsos pronunciamentos, manipulações regimentais e blindagem de aliados corroem a imagem institucional do Legislativo. O Parlamento, que deveria ser casa da transparência, é frequentemente visto como espaço de impunidade.

Em suma, o Congresso legisla menos e legisla mal. Muitas leis são aprovadas a toque de caixa, sem debates profundos ou audiências públicas. Outras vezes, renuncia a seu papel e delega competências ao Executivo, inclusive em temas sensíveis.

O que poderia ser feito para melhorar o conceito da instituição política? A resposta aponta para a educação política. Ao promover a educação política, é possível combater a descrença na política e na democracia, incentivando a participação ativa dos cidadãos na construção de um futuro melhor para todos. Essa meta inclui um conjunto de providências, entre as quais o debate de temas relevantes, a formação de jovens cidadãos, o investimento na formação de educadores e a criação de diálogo e participação.

Combater a corrupção, implementando mecanismos de controle e fiscalização eficazes, punindo exemplarmente os corruptos e promovendo a transparência na gestão pública. Fortalecer a democracia, estimular a participação cidadã em conselhos municipais, audiências públicas e outros espaços de discussão, além de garantir eleições justas e transparentes. Realizar reformas políticas, tornando as campanhas eleitorais mais justas e transparentes, além de garantir a representatividade e a governabilidade. Exigir conduta ética e transparente dos políticos, promovendo a responsabilização por seus atos e a punição de desvios de conduta. Reconhecer a importância da política como ferramenta de transformação social e promover o debate público sobre temas relevantes para a sociedade.

A educação política é um investimento no futuro da democracia, pois contribui para a formação de cidadãos conscientes, críticos e engajados, capazes de transformar a sociedade para melhor.

(*) Escritor, jornalista, professor titular da USP e consultor político

News @TI

BGS anuncia a participação do game Clash Royale na edição deste ano

@Clash Royale está confirmado na Brasil Game Show 2025. O famoso game mobile será uma das principais atrações da 16ª edição da maior feira de games das Américas. O título poderá ser jogado em um estande de 100 m² cheio de estações, ativações e atrações para os fãs. A Supercell, desenvolvedora do jogo, também participará do evento com uma área destinada ao game Brawl Stars e prepara grandes surpresas para os jogadores brasileiros. Em 2025, a Brasil Game Show será realizada entre os dias 9 e 12 de outubro no Distrito Anhembi, em São Paulo (<https://www.instagram.com/brasilgameshow/>).

José Hamilton Mancuso (1936/2017)

Laurinda Machado Lobato (1941-2021)

Responsável: Lilian Mancuso

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

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.

China abre um shopping center de robôs

A China abriu recentemente o primeiro shopping center totalmente dedicado a robôs, como parte de um esforço para levar essa tecnologia dos laboratórios de pesquisa para dentro das casas.

Vivaldo José Breternitz (*)

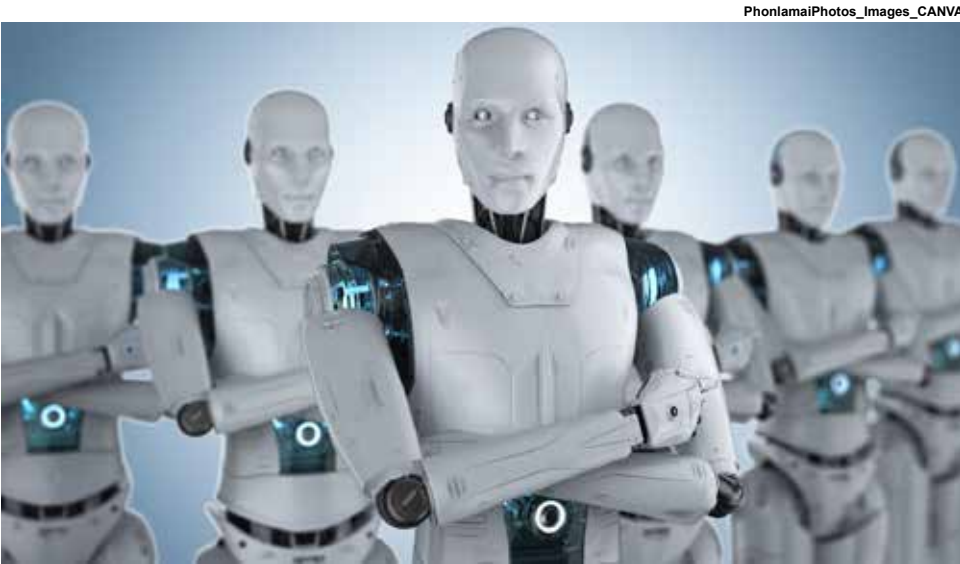
Local, batizado Robot Mall, com quatro andares, fica no distrito de alta tecnologia E-Town, em Pequim, e oferece cerca de 100 modelos de robôs de mais de 40 marcas, fornecidos por empresas chinesas como Ubtech Robotics e Unitree Robotics.

O espaço funciona como uma concessionária de automóveis, que além de vender fornece assistência técnica e peças de reposição.

Os preços variam de 2 mil yuans (cerca de R\$ 1.500) a vários milhões. Uma réplica humanoide falante de Albert Einstein, por exemplo, custa 700 mil yuans (cerca de R\$ 530 mil).

O complexo inclui ainda um restaurante temático, onde garçons-robôs servem pratos e bebidas preparados por chefs-robôs. Visitantes podem assistir a partidas de futebol e jogos de xadrez chinês entre robôs, interagir com cães-robôs ou conhecer versões robóticas de figuras históricas como Isaac Newton, o imperador Qin Shi Huang e o poeta Li Bai.

A inauguração coincide com um evento que aconteceu neste mês em Pequim, a Conferência Mundial de Robôs 2025, que reuniu cerca de 500 especialistas de mais de 20 países para debater as últimas ten-



PhonlamaiPhotos_Images_CANVA

dências do setor. Aproximadamente 200 empresas apresentaram novidades em mais de 1.500 estandes.

Acontecerão também entre 14 e 17 de agosto os Jogos Mundiais de Robôs Humanoides 2025, com 21 provas que vão de atletismo, futebol e dança até manipulação de materiais, triagem de medicamentos e outros desafios práticos e de desempenho. Mais de 100 equipes já confirmaram presença.

Essas iniciativas fazem parte de um ambicioso plano da China para liderar a corrida global da robótica. O país investiu

mais de US\$ 20 bilhões em subsídios no setor apenas no último ano e, segundo a Reuters, o governo chinês prepara um fundo de 1 trilhão de yuans (US\$ 137 bilhões) para apoiar startups de IA e robótica.

Reagindo a essas iniciativas, empresas americanas, como Tesla e Boston Dynamics, já pediram que o governo dos EUA desenvolva uma estratégia nacional capaz de competir com o avanço chinês.

É mais uma guerra tecnológica em pleno andamento.

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor e consultor – vinitz@gmail.com.

A corrida pela IA pode estar sabotando sua empresa

Nos últimos anos, a inteligência artificial se tornou um dos assuntos mais cobiçados do universo corporativo. A cada semana, surgem novas ferramentas, soluções e tendências prometendo revolucionar negócios, automatizar tarefas, reduzir custos e aumentar a produtividade. Diante de tantas promessas, criou-se uma corrida por implementação. E o problema é que, nessa corrida, muita empresa tem tropeçado.

Apesar dos altos investimentos e da enorme expectativa depositada sobre a IA, muitos projetos continuam falhando. O motivo não está na tecnologia em si, mas na forma como ela é introduzida nas empresas. Isso acontece porque, em vez de começar com um problema real e mensurável, muitas lideranças começam pelo fim: a busca por soluções genéricas e “milagrosas” que não dialogam com os desafios reais da operação. Quando isso ocorre, o que era para ser uma inovação estratégica se transforma em mais uma camada de complexidade, e não em uma solução.

Nesse sentido, um dos erros mais comuns é encarar a IA como uma ferramenta plug-and-play, como se bastasse contratar um serviço ou ferramenta para que os resultados apareçam automaticamente. Na prática, a inteligência artificial é um processo que exige alinhamento profundo entre pessoas, atividades e tecnologia. E quando esse alinhamento não existe, a adesão é baixa, a operação resiste, e o retorno simplesmente não vem.

Outro ponto crítico é a forma como muitos projetos são conduzidos. É comum ver a responsabilidade pela IA sendo jogada no colo de times de “inovação” que, embora tecnicamente competentes, muitas vezes estão distantes da realidade do chão de fábrica. Sem o envolvimento direto da liderança e da equipe operacional, a IA vira um projeto isolado, desconectado dos fluxos reais do negócio. O resultado?



Vertigo3d_CANVA

Chatbots que ninguém usa, assistentes que não se integram com os dados internos, e ferramentas que prometem muito, mas entregam pouco.

Esse movimento tem nome: a “corrida de curto prazo”. Uma pressão silenciosa e crescente por não ficar para trás diante da concorrência. Mas, ao tentar se mover rápido demais, muitas empresas acabam precisando parar tudo no meio do caminho para recomeçar. E o custo disso não é só financeiro, é de confiança, de tempo e, muitas vezes, de reputação interna.

É por isso que a pergunta mais importante não é “como implementar IA?”, mas sim “para resolver qual problema?”. Automatizar todo o negócio de uma vez é um erro estratégico. O ideal é começar pequeno, com foco em um caso de uso real, como automatizar preenchimento de CRM, reduzir o tempo de resposta em atendimentos ou qualificar leads de forma mais eficiente. Quando os resultados aparecem, o time ganha confiança e a escalabilidade se torna natural.

Mas nada disso acontece sem uma base sólida de cultura e governança. Se a equipe enxerga a IA como uma ameaça ou pior, como um substituto, a resistência será

imediate. Por outro lado, quando o time entende que a IA está ali para potencializar seu trabalho, as coisas mudam de figura. A adesão aumenta, as ideias fluem, e a tecnologia passa a fazer parte do dia a dia.

No Brasil, muitas empresas ainda estão no modo “projeto piloto”. Ou seja, já testaram a IA em áreas isoladas, mas não deram o passo seguinte: integrar a inteligência artificial de forma contínua ao core do negócio. O futuro está nos sistemas inteligentes que aprendem com a operação e ajudam os times a tomar melhores decisões todos os dias.

Para quem ainda tem receio de investir, o conselho é claro: comece com propósito. Não é preciso (nem recomendável) esperar por um cenário perfeito ou por respostas definitivas. O mais importante é dar o primeiro passo com responsabilidade, escolher parceiros que falem a linguagem do seu negócio, evitar soluções genéricas e envolver o time desde o início.

No fim das contas, a corrida que vale a pena não é a do hype, mas a da consistência. Não ganha quem chega primeiro. Ganha quem implementa melhor.

(Fonte: Thiago Hortolan, CEO da Tech Rocket).