

PB

PROBLEMAS BRASILEIROS

MOBILIDADE URBANA:
CIDADES DO ATRASO

NOTÁVEIS: LEGADOS
DE QUEM FAZ O BRASIL

ENTREVISTA

Michel Alcoforado

“A desigualdade é cultural. Tudo o que a gente inventa, pode desinventar.”

HISTÓRIA

Juscelino Kubitschek

Há 70 anos, a eleição de JK marcava a virada do agrário para o moderno

Uma geração que incomoda

ANSIOSOS E
HIPERCONECTADOS,
OS JOVENS
REDEFINEM
PRIORIDADES E
IMPÕEM DESAFIOS
À SOCIEDADE



Procurando aprendiz?

Tem *jovem* no Senac!



**CONHEÇA O
PROGRAMA SENAC DE APRENDIZAGEM**

sp.senac.br/jovem-aprendiz

PRESIDENTE Abram Szajman

VICE-PRESIDENTE Ivo Dall'Acqua Júnior

SUPERINTENDENTE Antonio Carlos Borges

PB

revistapb.com.br

EDITOR Lucas Mota MTB 46.597/SP

SUBEDITORA Dimalice Nunes

REVISÃO Flávia Marques

DIRETORA DE ARTE Carolina Lusser

EDITORES DE ARTE Paula Seco,
Joélson Buggilla e Alberto Lins

DESIGNERS Annima de Mattos, Débora Faria,
Jônia Caon e Priscila Gonzaga

PROJETO GRÁFICO Paula Seco

CAPA Joélson Buggilla

COLABORAM NESTA EDIÇÃO Agência BORI,
Antonio Lanzana, Caio Magri, Camila Rodrigues
da Silva, Guilherme Meirelles, Gustavo Rossetti
Viana, Herbert Carvalho, Jean Galvão, Leandro
Garcia, Luciana Alvarez, Nanci Vieira, Oliveira Neto,
Pâmela Brito, Paulo Delgado e Thais Herédia

RELAÇÕES INSTITUCIONAIS Maria Izabel Collor de Mello

CONSULTORIA DE CONTEÚDO André Rocha

REDES SOCIAIS

CONTEÚDO Giovanna Costanti

DESIGN Lilian Doring

TRÁFEGO João Roz

Os artigos publicados são de inteira responsabilidade de seus autores e não refletem a opinião da PB. A publicação tem como objetivo privilegiar a pluralidade de ideias acerca de assuntos relevantes da atualidade.

FALE COM A GENTE

publicacoes@fecomercio.com.br

IMPRESSÃO Eskenazi



PB | #489

Os jovens não são um grupo isolado. Eles fazem parte do tecido social, convivendo com outras gerações, mas carregando consigo uma visão de mundo diferente da dos seus antecessores. Dos mais velhos, recebem rótulos nada estimulantes, como preguiçosos, distraídos e desinteressados — a geração “mi-mi-mi”. Mas, para começo de conversa, a data de nascimento pode ser a única coisa que defina a juventude como massa uniforme. Gênero, raça e origem social tornam os jovens um grupo etário heterogêneo em essência. E, contradizendo o senso comum, alimentam, sim, uma série de interesses, iniciativas e ambições.

A FecomercioSP acredita que a informação aprofundada é um instrumento fundamental de qualificação do debate público sobre assuntos importantes — não só para a classe empresarial, como também para toda a sociedade. É nesse sentido que a Entidade pública, bimestralmente, a Revista Problemas Brasileiros.

 revistapb.com.br

 [Revista Problemas Brasileiros](#)

 [@pbrevista](#)

 [@canalUMBRASIL](#)



CASA
BALAIO
ALÉM BELÉM

Amazônia que conversa, conecta e transforma

Encontros, oficinas e experiências
para além da COP 30.

Aqui, propósito se planta.
E se compartilha.



casabalaio.com.br

[@casabalaio.alembelem](https://www.instagram.com/casabalaio.alembelem)

REALIZAÇÃO:

ALIER

Jambo

PATROCÍNIO:

IPAM
Amazônia

APOIO INSTITUCIONAL:

ABERJE
Capítulo Amazônia

APOIO DE MÍDIA:

FUTURE CLIMATE
BRASIL

plurale
AMAZÔNIA

REVISTA PB



8 Entrevista
MICHEL ALCOFORADO: "ESSA COISA QUE É FUNDAMENTAL NA VIDA HUMANA, QUE A GENTE NÃO VÊ E NÃO RACIONALIZA, É A CULTURA"

12 Capa
O QUE PENSA (E QUER) O JOVEM DE HOJE?



18 Mobilidade
TRANSPORTE DO ATRASO

22 Artigo
"CRESCIMENTO E EMPREGO EM DESACELERAÇÃO",
POR ANTONIO LANZANA

23 Artigo
"RÍGIDA E FLÁCIDA AGENDA ELEITORAL",
POR PAULO DELGADO

26 Notas
SITE PB E OUTROS DESTAQUES

28 Legado
PROJETO NOTÁVEIS

32 Artigo
"O POTENCIAL DA IA NA
TRANSIÇÃO CLIMÁTICA",
POR CAIO MAGRI E OLIVEIRA
NETO (MANETO)

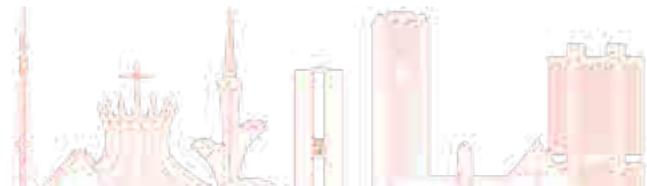
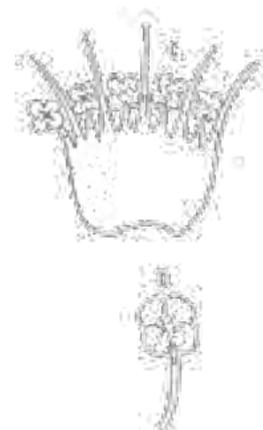
34 Sociedade
DESEMBARQUE
AFRICANO

38 Crise climática
"ADAPTAÇÃO DA AMAZÔNIA DEPENDE DE RESTAURAÇÃO,
ÁGUA E ALIMENTO", POR AGÊNCIA BORI

40 Ensaio
"UM IMPERADOR NA TERRA SANTA",
POR LEANDRO GARCIA

44 História
O 'PRESIDENTE BOSSA-NOVA'

46 Charge
O 'X' DA GERAÇÃO Z



N



Diálogo entre gerações

O Brasil tem, atualmente, 50 milhões de pessoas com idade entre 15 e 29 anos, um quarto da população. Esse grupo etário heterogêneo, com diferenças de gênero, raça e origem social, tem uma marca em comum: a chamada geração Z, de nascidos a partir do fim do século passado, cresceu imersa na tecnologia dos computadores, da internet e dos dispositivos eletrônicos de modo geral.

Mantidos sob constante fluxo de informações, esses jovens estão, de forma paradoxal, cada vez mais isolados socialmente do mundo real. Como não poderia deixar de ser, isso impacta diretamente o mundo do trabalho. Mesmo diante do menor desemprego da série histórica, a desocupação entre os jovens se mantém mais alta que em outras faixas etárias, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). No segundo trimestre de 2025, a taxa geral de 5,8% atingia 12% da população entre 18 e 24 anos.

Pesquisas de diversos institutos ajudam a entender a diferença. De acordo com uma delas, a quantidade de jovens que preferem ter carteira assinada em vez de trabalhar por conta própria caiu de 82% para 66%, entre 2022 e 2025. Além de eventual desconhecimento dos direitos trabalhistas, essa parcela da população associa o regime CLT à escala 6x1 e a passar horas num transporte público superlotado. Além disso, prioriza uma hipotética qualidade de vida, ao contrário de gerações anteriores, dispostas ao sacrifício em prol da carreira.

Essa característica se reflete em outra. Preocupados com a barreira do Enem e com o alto custo do ensino superior, um terço dos jovens brasileiros prefere trocar a faculdade por cursos de tecnologia, mais rápidos. Perseguem também a miragem do *influencer* digital, que vende pela tela do celular uma rotina flexível e de ganhos elevados.

A soma desses fatores se traduz em dificuldade de recrutamento para os empregadores, que começam a se preocupar com a falta de mão de obra. Desse modo, a empresa que conseguir integrar canais físicos e digitais terá mais chances de encontrar e manter bons trabalhadores. Atualmente, há quatro gerações atuando juntas. No ano que se aproxima, dirigir o olhar para o futuro significa conjugar a experiência da maturidade com o vigor da juventude, por meio de um diálogo permanente, livre de fórmulas gastas e ideias preconcebidas.

ABRAM SZAJMAN,

presidente da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP), entidade gestora do Sesc-SP e do Senac-SP





CULTURA DA DESIGUALDADE

entrevista THAIS HERÉDIA
edição de texto DIMALICE NUNES

“A DESIGUALDADE NO BRASIL É CULTURAL E FOI CONSTRUÍDA A PARTIR DE UM DETERMINADO ARRANJO HISTÓRICO QUE NOS COLOCOU AQUI. SÓ QUE QUAL É A GRAÇA? TUDO O QUE A GENTE INVENTA, A GENTE PODE DESINVENTAR.” É ASSIM QUE O ANTROPÓLOGO **MICHEL ALCOFORADO** VÊ OS ABISMOS SOCIAIS TÃO MARCANTES DA SOCIEDADE BRASILEIRA. NESTA ENTREVISTA, O AUTOR DO RECÉM-LANÇADO *COISA DE RICO: A VIDA DOS ENDINHEIRADOS BRASILEIROS* (TODAVIA, 2025), AVALIA O PESO DA CULTURA NA CONSTRUÇÃO DOS INDIVÍDUOS E DA SOCIEDADE, EXPLICANDO COMO O CONCEITO REGE TODAS AS INTERAÇÕES, DAS RELAÇÕES INTERPESSOAIS À CONSTRUÇÃO E À PERENIDADE DOS NEGÓCIOS.

O que é cultura?

É uma dessas palavrinhas que, de tanto a gente repetir, vão ficando gastas. Para um antropólogo, cultura nada mais é do que a lente que a gente usa para enxergar o mundo. No nascimento, um bebê, de qualquer lugar, enxerga o mundo do mesmo modo. Mas quando a mãe, o pai, a escola, a igreja, a televisão dizem o que é certo ou errado, como se comportar, a gente introjeta esse programa que nos permite ser o que a gente é. E, mais do que isso, nos permite ser sem precisar pensar muito antes de agir. Toda escolha, do ponto de vista dos antropólogos, é criada pelo viés cultural.

Como a cultura atua nas decisões da economia e dos negócios?

Qualquer modelo de negócio precisa atender à vontade ou à necessidade de alguém. E as vontades e necessidades dos consumidores ou das empresas são guiadas por esse caldeirão que é a cultura. Marshall Sahlins, antropólogo norte-americano, faz uma contraposição entre a razão prática e a razão cultural. Ele diz que, para os economistas, quando alguém chega a uma loja, faz o cálculo de custo e benefício que determina se o valor cobrado é apropriado. Mas a gente compra um bocado de coisa que, logicamente, no sentido prático, não faz sentido. E topa pagar caro por isso. Por exemplo, uma bolsa, em termos práticos, serve para quê? Carregar as coisas. Então, por que não saímos de casa com uma bolsa do supermercado, dado que ela tem uma função prática igual a de uma bolsa de luxo? Porque tem um simbólico, dado pela cultura, que faz com que uma bolsa, numa loja de luxo, faça muito mais por você do que só carregar objetos. Essa coisa que é fundamental na vida humana, que a gente não vê e não racionaliza, é a cultura. E não dá para fazer negócio sem isso. [É como] a frase típica de Peter Drucker [escritor e professor austriaco considerado o pai da administração moderna]: “Toda vez que a gente não leva em consideração a cultura, a cultura come a estratégia no café da manhã”. Então, não dá para inventar um produto vencedor sem levar em consideração a cultura por uma questão simples: toda vez que a gente compra feliz um produto, não é porque precisava dele. A gente fica muito feliz quando compra algo que nem sabia que precisava.



A ELITE BRASILEIRA
É SENSÍVEL À
DESIGUALDADE,
SE COMOVE. O
PROBLEMA É QUE
ELA, EM GERAL,
ACHA QUE ESSA É
UMA QUESTÃO MAIS
DO ESTADO DO QUE
DA SOCIEDADE.

Qual é a sua percepção da adesão ou da adoção da cultura como um valor para a tomada de decisão nos negócios?

A cultura, aqui, pode ser levada em consideração por dois pontos de vista. Primeiro, a bagagem cultural que esse empresário, esse grande CEO, precisa ter para tocar negócios eficientes. Por uma questão simples. Num mundo com 8 bilhões de pessoas e uma ameaça cada vez maior sobre os empregos, a única coisa a oferecer de diferente é autenticidade, que nada mais é que a mistura de “lé com cré” da experiência de vida, possibilitando novas respostas para o mundo que vão dizer, ou não, que você é único e tem algo a oferecer. Mas há o segundo aspecto, que olha para o arranjo cultural brasileiro e como inventar empresas que façam sentido para os nossos consumidores. Há uma enorme quantidade de fórmulas importadas dos Estados Unidos e da Europa que, quando chegam aqui, não funcionam. Os executivos estão se dando conta disso. Eles até não sabem direito o que é antropologia, mas sabem profundamente, sobretudo num país desigual como o nosso, que o desafio é que quem toca grandes empresas no Brasil não mora no Brasil. O que eu quero dizer com isso? Essas pessoas têm acesso a privilégios que as afastam de boa parte da população: 87% vivem com menos de R\$ 5 mil. Esse executivo tem um desafio que é criar canais ou caminhos para ter alguém que vai trazer esse ponto de vista do consumidor para a tomada de decisão. E os antropólogos fazem sentido nisso.

Temos, hoje, consumidores muito mais informados, mas o quanto a informação tem formado (ou deformado) o consumidor brasileiro?

O intenso processo de digitalização da vida e do consumo resultou num consumidor extremamente mais pragmático. Por exemplo, o grau de fidelização cai de forma drástica entre os *baby boomers*, nascidos no pós-guerra, se comparado com o da geração Z, nascida entre 1995 e 2010. Em alguns lugares, cai quatro vezes. No cenário brasileiro, 68% dos *boomers* dizem tranquilamente: “Deste sabão em pó eu não abro mão, porque minha mãe disse que é bom”. Na geração Z, só 20% têm alguma marca de fidelidade. Eles impõem um desafio enorme para a gestão de qualquer marca, porque aquele consumidor capturado não é o que estará sempre com a marca. A fidelidade é baixíssima porque dois elementos foram fundamentais nesse jogo. O primeiro são os ciclos de influência no processo de compra: pai e mãe tinham um papel muito importante na consolidação de alguns hábitos, sobretudo na gestão da casa, pois havia uma solidariedade intergeracional maior. Eu pegava o telefone e ligava para minha mãe para saber qual azeite comprar. A farinha, o sabão... Hoje, não. O seu filho, em vez de ligar para você, acessa o TikTok e pergunta aos jovens parecidos com ele o que estão falando sobre aquilo. Isso introduziu uma dimensão diferente dentro das atividades de consumo, porque não são mais só os grandes *speakers*, os grandes embaixadores de marca e os veículos de comunicação que chancelam que uma marca é boa. O que chancela uma marca, agora, é o que eu chamo de valor de conversa. É o quanto no entorno do consumidor as pessoas estão querendo falar e consumir conteúdos em torno de um produto. Então, a informação em demasia, ou esse valor de conversa que o produto tem, derrubou a fidelização. Não tem mais alguém que chega e diz: “Olha, isso presta”. É preciso muita gente dizendo que isso presta para se ganhar a preferência do consumidor.

O quanto essa mudança de referência atrapalha a perenidade dos negócios?

A única solução para a perenidade de uma marca é ser plástica, mantendo os pilares que fazem com que o consumidor a reconheça, mas sem deixar de lado a adaptação. Coca-Cola é um exemplo clássico. A Coca-Cola que minha avó tomou não é a mesma que eu tomo, apesar de a fórmula ser a mesma. Uma plasticidade que gere pontos de contato com esses novos consumidores é o único caminho para fazer com que negócios de muito tempo continuem sendo de muito tempo. E o grande problema, agora, é trabalhar na dimensão da entrega de autenticidade para o consumidor. Não precisa todo mundo ir para o TikTok fazer dancinha. Não precisa botar o CEO respondendo a perguntas de cliente em todos os setores. Não há fórmula pronta, cada um precisa achar o jeito certo para a sua marca se conectar com o mundo.

Como é a batalha pelo ensino dessa antropologia, dessa compreensão do mundo?

O que tem me motivado é botar antropologia na boca do povo. Que a gente consiga, em algum momento, entender como a cultura impacta as nossas escolhas e determina também os caminhos da história deste país. Ninguém é como é porque quer ser. Há razões culturais que determinam comportamentos, que fazem com que as pessoas façam o que elas fazem. E por que acho que a antropologia é a ciência do século 21? Porque o mundo está cada vez mais diverso, ou estamos cada vez mais nos dando conta da diversidade do mundo. E a única possibilidade de conviver é entendendo que cada um é de um jeito e que há outras possibilidades de ser. Se tivéssemos uma antropologia forte, o Brasil teria menos bolhas, mais capacidade de diálogo, menos grupos de WhatsApp com as famílias brigando por posicionamento político e entendendo que, no dia da eleição, cada um tem o próprio voto. É a cultura quem determina isso.

A desigualdade no Brasil é cultural?

A desigualdade no Brasil é cultural e foi construída a partir de um determinado arranjo histórico que nos colocou aqui. Só que qual é a graça? Tudo o que a gente inventa, a gente pode desinventar. A elite brasileira é sensível à desigualdade. A elite brasileira se comove. Agora, o problema é que a elite brasileira, em geral, acha que esse é um problema mais do Estado do que da sociedade. Isso faz com que, mesmo diante do tamanho do problema, a taxa de engajamento na solução ainda seja baixa. Meu trabalho tem um papel fundamental de mostrar que nós, ricos ou não, nas dinâmicas cotidianas, reforçamos padrões que vão determinar que essa sociedade continue com cada um no seu lugar, com pouca mobilidade e pouca chance para quem não nasce com privilégios.

Qual é a transformação que você quer estar vivo para acompanhar com o debate que promove?

Quero viver numa sociedade em que a diversidade — ou traços de raça, gênero e classe — não seja impeditivo para as pessoas serem aquilo que elas queiram ser. Eu acho possível. Vamos olhar para este país 30 anos atrás. Tenho uma visão otimista, veja tudo o que já foi feito. Minha vida é infinitamente melhor que a da minha avó. E a minha vida será infinitamente melhor que a da minha mãe. Então, olhando para o passado brasileiro, a gente só melhora. Na educação, é lento, é ruim, mas melhoramos, universalizamos. Na economia, estabilizamos a moeda. A inclusão de pessoas negras e pobres na universidade, a gente conseguiu. E vai mudar mais, vai mudar incluindo mais. O caminho é esse, incluindo, inclusive, no debate. E esta, talvez, seja a principal coisa para começar a fazer: sentar com quem pensa diferente (e é diferente) e entender como, dando um pouquinho daqui e dando um pouquinho daí, a gente inventa um negócio novo.

&



**ASSISTA À
ENTREVISTA NA
ÍNTegra POR
ESTE CÓDIGO QR**



O QUE QUEREM OS JOVENS?

A chamada geração Z, dos nascidos entre 1997 e 2012, inclui desde meninas e meninos nos primeiros passos da adolescência a jovens já estabelecidos no mercado de trabalho, mas ainda às voltas com o ser adulto. Em comum, cresceram imersos na tecnologia. Sentem os efeitos da conexão que os mantém num fluxo constante de informações, mas cada vez mais isolados socialmente do mundo real, em ansiedade incessante. Um desafio para eles – e para quem lida com eles nos mais diversos espaços.

texto LUCIANA ALVAREZ

Os jovens não são um grupo à parte. Eles fazem parte do tecido social e convivem com faixas etárias diversas, porém carregam consigo uma visão de mundo diferente da de gerações anteriores. Dos mais velhos, recebem rótulos nada estimulantes, como preguiçosos, distraídos, desinteressados, a geração “mi-mi-mi”. Mas, para começo de conversa, a data de nascimento pode ser a única coisa que defina a juventude como massa uniforme. Gênero, raça e origem social tornam os jovens um grupo etário heterogêneo em essência. E, contradizendo o senso comum, alimentam, sim, uma série de interesses, iniciativas e ambições.

Se em gerações anteriores o conflito geracional se dava especialmente dentro de casa, o mundo do trabalho pode ser visto como o atual campo de embate, seja nas divergências com chefias e autoridades — daqueles que já embarcaram na vida adulta —, seja nas ambições dos que ainda estão na escola. Trata-se de uma geração em que a antes tão desejada estabilidade do emprego formal vem perdendo popularidade, inclusive com o desprezo pela CLT.

Uma pesquisa do Datafolha indica que, entre os jovens de 16 a 24 anos, a quantidade de pessoas que preferem ter carteira assinada em vez de trabalhar por conta própria caiu de 82% para 66%, comparando medições nos anos de 2022 e 2025. Entretanto, o ponto que passa despercebido é que nem sempre a decisão de não buscar um emprego com carteira assinada é uma simples rejeição ao modelo. Rozana Barroso, de 26 anos, trabalha desde os 14 e nunca teve carteira assinada. “Comecei como camelô, depois fui vender títulos de capitalização. Eram, na verdade, subempregos. Por muito tempo, eu sonhava, sim, em ter mais estabilidade”, conta.

Na falta de boas oportunidades de emprego formal, acabou empreendendo e, hoje, é sócia de uma empresa de gestão de comunicação em redes sociais, a Odô Mídias, e de uma loja virtual de camisetas. “Acho que os jovens acabam associando o regime CLT à escala 6x1, a passar horas num transporte público superlotado e, muitas vezes, desconhecem os direitos trabalhistas. Não acho que o problema seja a carteira assinada, mas a falta de qualidade de vida, de direito à cidade”, argumenta a jovem. Muitos acabam, então, perseguindo uma miragem que

vem do outro lado da tela, de uma vida mais fácil, com altos ganhos e rotina flexível. “A figura do *influencer* digital, que vende a vida perfeita, tem grande apelo nessa geração. Mas vendem como se fosse uma coisa fácil. E não é”, pontua Rozana.

Mesmo diante do menor desemprego na série histórica, a desocupação entre os jovens mantém-se mais alta que em outras faixas etárias. No segundo trimestre de 2025, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a taxa geral era de 5,8% e de 12% entre jovens de 18 a 24 anos. Ainda assim, a idealização que vem das redes e a rejeição ao molde mais tradicional de trabalho vêm se traduzindo em dificuldade de recrutamento para os empregadores. A falta de mão de obra começa a preocupar, sobretudo no varejo, a porta de muitos para o mundo do trabalho. Na avaliação de Kelly Carvalho, do Conselho de Economia Digital e Inovação da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP), é mesmo difícil alinhar as expectativas dos dois lados. “Não é que os jovens sejam menos comprometidos. Eles buscam um equilíbrio entre vidas pessoal e profissional. Para o empregador conquistá-lo, é importante ter o foco mais em resultados do que em jornadas a serem cumpridas”, avalia.

Portanto, quem puder oferecer certa flexibilidade tem mais chances de encontrar bons trabalhadores. “Adotar um modelo híbrido pode ser difícil para as pequenas empresas, mas deve-se pensar que já existe uma integração entre canais físicos e digitais, o que pode permitir rotinas mais flexíveis”, pondera Kelly. Ela também recomenda atitudes que ajudam no relacionamento com a geração Z, como deixar claro quais são os valores da empresa e mostrar como cada trabalho impacta positivamente a sociedade. Dar *feedbacks* constantes, sem esperar as avaliações anuais, também faz sentido para esse grupo, que está acostumado ao imediatismo. “Os processos e a forma de viver desses jovens vieram para ficar. Cada vez mais eles serão a força de trabalho, assim como a clientela. Uma companhia que não conseguir se adaptar estará com os dias contados”, opina.

DESCONFORTÁVEL DESENCONTRO

O conceito de juventude ganhou força no fim do século 18, quando as transformações sociais consolidaram essa fase da vida como um momento de mudanças e definições em busca de felicidade e um modo autêntico de ser que, mesmo em outros tempos, sempre foi motivo de conflito com quem chegou antes. Em empresas mais tradicionais, os desencontros acabam sendo mais intensos. “É a primeira geração que se desenvolveu conversando por mensagens de texto, que manda *emoji* sem precisar mudar a expressão do rosto. A comunicação independe do que o corpo demonstra”, reforça Milena Brentan, psicóloga da consultoria MB People. “Quando esse jovem cai num ambiente corporativo formal, onde é preciso dar sorrisos ‘amarelos’, a chance de desconforto é grande”, observa.

Até hábitos mais saudáveis dos jovens deste começo de século 21 — que consomem menos bebidas alcoólicas, por exemplo — afasta-os dos clássicos *happy hours*, momento classificado pelas gerações mais velhas como fundamentais na vida corporativa. Segundo levantamento do Centro de Informações sobre Saúde e Álcool (Cisa), dois em cada dez jovens consomem álcool, no máximo, uma vez por mês e quase metade não bebe nunca. Segundo Milena, as empresas devem aprender

junto com os jovens como lidar com eles e seus hábitos. A psicóloga — que também é professora — conta que, recentemente, ao ver um aluno ao celular durante a aula, de início, viu a ação como insubordinação ou desinteresse. Mas ele estava pesquisando um conceito citado por ela. “Era, na verdade, um ato de interesse”, relembra.

Marcos Olliver, líder de Pessoas e Propósito da consultoria Deloitte Brasil, está à frente de uma pesquisa anual sobre geração Z e *millennials* (a geração Y, dos nascidos entre o início dos anos 1980 e meados de 1990) no mercado de trabalho. Ele ressalta que é importante conhecer o perfil dos trabalhadores e suas ambições para que o clima empresarial seja bom. “Nas gerações anteriores, havia um desejo claro de subir na carreira. Agora, eles desejam uma combinação que vai além da carreira — desenvolvimento, aprendizado, propósito e impacto com o que fazem. Eles querem mais equilíbrio com outras necessidades da vida”, afirma.

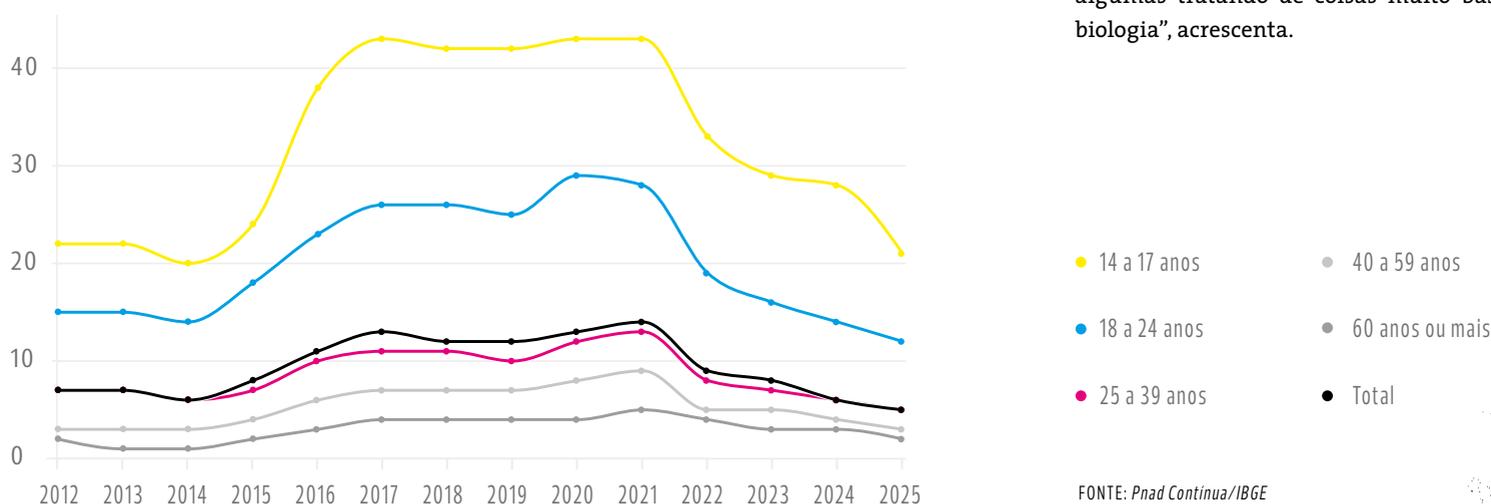
Se essa suposta falta de ambição pode parecer estranha para os mais velhos, é justamente a ambição da carreira pela carreira, do lucro pelo lucro, que não faz sentido para essa juventude. “Temos atualmente quatro gerações trabalhando juntas. E todos precisam se transformar. A vantagem dos Z e dos *millennials* é que eles es-

tão mais acostumados a transitar num mundo sem previsibilidade, sabem que precisam de atualização constante”, indica Olliver. Dentre os entrevistados brasileiros ouvidos pela Deloitte, um terço dos que não têm curso superior não pretende fazer uma faculdade atualmente. Não que não queiram se aperfeiçoar — o alto custo é a preocupação. “O compromisso financeiro de um curso longo pesa nesse desejo. Cursos de tecnologia mais rápidos, que não necessariamente são de graduação, mas que especializam o profissional, têm sido vistos como uma porta de empregabilidade”, sinaliza.

De fato, as instituições de ensino superior já começam a sentir a falta de interesse da geração Z, ao menos na forma tradicional da academia. O total de matrículas em cursos presenciais no Brasil, que eram de 6,15 milhões em 2013, caiu para 5,06 milhões em 2023. A Educação a Distância (EaD), em compensação, só cresce. Contudo, não se trata simplesmente do tipo de modalidade de ensino, mas da proposta pedagógica.

Depois de muito esforço para ser aprovado no vestibular e dois anos de curso, Jimmy Hanyu, de 24 anos, desistiu de cursar Biotecnologia na Universidade de São Paulo (USP), considerada a melhor instituição da América Latina, ao entender que queria ser empreendedor. “Quando entrei, meu sonho era fazer ciência, descobrir a cura para uma doença”, lembra. No entanto, começou a participar de atividades na empresa júnior da faculdade e logo se viu mais motivado pelos desafios dessa área do que pela proposta do curso. “Assumi um posto numa confederação mundial de empresas júnior, falava com gente de vários continentes, discutia estratégias de negócios. Mas, depois, tinha de ir para a aula, algumas tratando de coisas muito básicas da biologia”, acrescenta.

EVOLUÇÃO DO DESEMPREGO POR FAIXA ETÁRIA (%)



FONTE: Pnad Contínua/IBGE

Desistir do curso na USP não foi desistir de estudar, mas abrir mão de um diploma de renome para seguir um caminho alinhado com as suas ambições. “Meus colegas queriam ser acadêmicos, os professores eram todos pesquisadores. Não tinha com quem trocar. Por causa de um vídeo online, conheci a proposta de uma faculdade de Administração focada em empreendedorismo e decidi mudar”, prossegue Jimmy, que, agora, é sócio de um novo negócio e está no último ano da Link School of Business. “Estou empreendendo desde o primeiro semestre”, conclui o jovem, fundador do The Six, que tem a proposta de promover conexões entre desconhecidos na vida real.

MENTE EM XEQUE

Os jovens de 15 a 29 anos estão sendo moldados por uma realidade permeada pela tecnologia em todos os tempos e espaços. Definir a própria identidade e encontrar o seu lugar num mundo de circunstâncias tão incertas acaba provocando uma outra mudança importante em relação às gerações anteriores — esta é a juventude mais ansiosa e infeliz da história.

Pesquisas realizadas por várias décadas e em mais de 40 países mostravam que o “pico da infelicidade” costumava acontecer na meia-idade, por volta dos 45 ou 50 anos. Agora, porém, novos estudos mostram que essa infelicidade migrou na régua etária e atinge em cheio a geração Z. Dados coletados entre 2020 e 2025 encontraram, pela primeira vez, uma tendência crescente de tristeza e ansiedade, ou seja, os mais jovens têm a pior saúde mental e as pessoas vão ficando mais felizes conforme envelhecem. O estudo sobre a nova curva da felicidade foi publicado em agosto deste ano, no periódico *PLOS One* e é assinado por pesquisadores da University College London, do Institute for Fiscal Studies e da Dartmouth College.

A Organização Mundial da Saúde (OMS) também tem dados preocupantes indicando que 16% das doenças e lesões em pessoas com idade entre 10 e 19 anos ocorre por questões de saúde mental. No mundo todo, a depressão figura entre os principais motivos de doenças e incapacidades em adolescentes, enquanto o suicídio ocupa o terceiro lugar entre as causas de morte entre

jovens de 15 a 19 anos. “Tenho sugerido a pais e professores que se imaginem com 15 anos e recebendo apenas notícias negativas sobre o futuro, sobre o planeta, a segurança e os empregos que vão acabar por causa da Inteligência Artificial”, conta Gustavo Estanislau, psiquiatra do Instituto Ame Sua Mente. “Esse jovem vive em estado de alerta. Como mecanismo de sobrevivência, ele pode se esquivar e se conectar só com o presente. No fundo, ele deixa de planejar porque tem medo do futuro”, explica.

Não à toa, a juventude, antes retratada como rebelde e questionadora, passa a ser vista como acomodada e passiva. Cresce, ainda, o conservadorismo, um valor de aparente incoerência quando se pensa no estereótipo dessa faixa etária e as conquistas ligadas a ela em muitas décadas. Atualmente, encontram eco entre os mais novos movimentos misóginos como os *red pill*, que defendem uma masculinidade dominante, ou as *tradwives*, de mulheres que defendem um modo tradicional de viver ao optarem por ficar em casa para cuidar da família, sem ter trabalho remunerado, abrindo mão de carreira ou outras conquistas históricas pela autonomia feminina. “O diálogo está enfraquecido na nossa sociedade. As pessoas posicionam-se num papel estáti-

co, num personagem fechado, e não querem conversar, achar o meio-termo. Não querem passar por um processo de amadurecimento”, enfatiza Estanislau. Para evitar isso, o psiquiatra recomenda que os mais velhos — sejam pais, sejam professores, sejam empregadores — dialoguem com as gerações mais novas, mas sem ideias preconcebidas de que jovens são preguiçosos, estão na “aborrecência” e coisas do tipo. Até porque jovens deprimidos e ansiosos são um risco para eles mesmos e para a sociedade de forma geral. “Em fragilidade emocional, eles tendem a aceitar opiniões apenas para fazerem parte de um grupo, para serem aceitos. Com um nível de saúde mental mais preservado, o jovem consegue se defender melhor de chamados para coisas extremas”, aconselha.

Um verdadeiro mosaico de crises — ambiental, laboral, mental e de desinformação — molda a juventude atual. Marina Roale, chefe de Pesquisa da consultoria Consumoteca, destaca que a Z é a primeira geração que só conhece o mundo com internet, o que inclui os problemas que a rede traz. “Diferentemente dos *millennials*, que pegaram visão promissora da internet, otimista e até romântica, a Z chega na crise, com mais consciência dos problemas”, pontua. Viver conectado desde que se entende por gente gera outro problema que, para as

**“É A PRIMEIRA GERAÇÃO QUE SE
DESENVOLVEU CONVERSANDO POR
MENSAGENS DE TEXTO, QUE MANDA *EMOJI*
SEM PRECISAR MUDAR A EXPRESSÃO DO
ROSTO. A COMUNICAÇÃO INDEPENDE
DO QUE O CORPO DEMONSTRA.”**



MILENA BRENTAN, psicóloga da
consultoria MB People

gerações anteriores, estaria longe de se ligar a essa fase da vida: a solidão. “Eles criam menos vínculos, foram acostumados a exercer a sociabilidade no digital e têm dificuldade de criar intimidade na esfera física. No momento em que estão formando a psique adulta, acostumaram-se a se editarem o tempo inteiro, perdendo a espontaneidade”, analisa Marina. Com menos amizades e tanta incerteza à porta, o foco no dia a dia toma conta dos pensamentos e das ações dos mais novos. “Quando olhamos para a América Latina, os jovens estão soterrados pelas próprias questões individuais, estão no modo sobrevivência”. Ela cita, por exemplo, o sonho de sair da casa dos pais — desejo legítimo e compartilhado com gerações anteriores —, mas sabem do custo disso e duvidam serem capazes dessa conquista. A avaliação vem de dados de estudos realizados pela Consumoteca.

Sob a ansiedade de não saber se serão aptos a atingir objetivos de longo prazo, a efemeridade torna-se marca geral, perpassando tanto os relacionamentos interpessoais quanto as relações de consumo. “É uma geração que se assume consumista — e é difícil cobrar controle de um jovem que cresce num mundo de vitrines virtuais, *unboxings* [ato de desembalar encomendas compartilhado nas redes sociais por meio de vídeos] e

ostentação nas redes. Segundo Marina, é típico da geração Z consumir online como uma jornada de entretenimento, fazendo muitas compras de baixo valor, o que produz a sensação de novidade constante. “É um prazer rápido”, completa.

MÚLTIPLAS JUVENTUDES

Com tanta gente em busca de entender quem é a geração Z, há algo fundamental que liga os jovens de hoje aos de qualquer outro tempo: juventude não é uma massa única, logo, suas características, receios e desejos dependem de fatores que extrapolam a data de nascimento, como mostra a iniciativa Atlas das Juventudes, uma plataforma que reúne dados sobre elas. “Quando começamos, o nome seria Atlas da Juventude, no singular. No entanto, quanto mais mergulhávamos nas pesquisas, mais ficava claro que não se trata de um grupo homogêneo”, afirma Laura Boeira, articuladora de parcerias e redes do Instituto Veredas, que participou da elaboração do projeto. As linhas que demarcam as diferenças entre os jovens também variam de acordo com o olhar. “Se a gente pensar no acesso à saúde, se tem cuidados básicos, vai depender de qual parte do território nacional eles moram. Ao pensar em acesso a cultura e lazer, se vivem

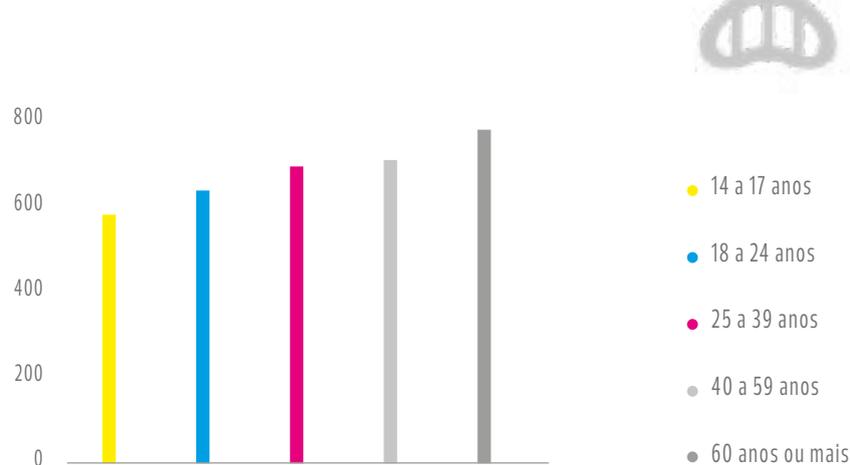
nas periferias ou no centro das cidades, isso muda. Se eu falo de educação e salário, aí o peso vem da classe social e da raça”, salienta.

O Brasil tem, atualmente, 50 milhões de pessoas com idade entre 15 e 29 anos, o que representa um quarto da população. Essas juventudes, numerosas e diversas, precisam ser olhadas como potência de desenvolvimento, defende Laura. “Há problemas reais de saúde mental. Temos de falar dos que não estudam nem trabalham, que já têm sido chamados de ‘sem-sem’, porque o que falta é perspectiva e oportunidade. No entanto, se focarmos só nas ausências, correremos o risco de desvalorizar os jovens. Então, fica difícil que eles acreditem em si mesmos”, pondera. Isso porque, apesar de todas as dificuldades do presente, as juventudes brasileiras mantêm a esperança. Na pesquisa do Atlas, a média de “felicidade futura” do brasileiro de 15 a 29 anos é de 9,3, índice superior ao de qualquer outra nação pesquisada. “Às vezes, parece que o País não acredita neles, mas eles têm o mérito de conseguirem acreditar”, reforça a pesquisadora.

No Brasil, a geração Z ainda representa um bônus demográfico que precisa ser bem aproveitado. Para isso, deve haver políticas públicas de apoio aos jovens e conscientização da sociedade. É esse apoio que permitirá que desenvolvam autoconfiança e cresçam. Com boas condições de base, eles podem alimentar desejos e realizá-los. Afinal, se existe algo único em ser jovem é ter tempo à frente para concretizar sonhos.

Os exemplos reais estão por toda parte. Jimmy conta que começou a produzir conteúdos por causa de uma ex-namorada, e o seu sonho de empreendedor nunca foi só pelo dinheiro. “Quando o meu primeiro vídeo viralizou, eu tinha só 14 anos, mas naquela época entendi que se fizesse algo com amor, tudo daria certo”, diz. Rozana tem certas ambições semelhantes às das gerações passadas, como ter uma casa própria, mas deseja, sobretudo, ajudar quem veio antes e a ajudou a conquistar o que tem hoje. “Meu grande sonho é ajudar a dar uma vida melhor para os meus avós paternos, que me criaram”, confessa. Esses jovens fazem parte de uma geração que aprende, resiste, se reinventa e ensina transformação e adaptação. Cabe aos mais velhos aprenderem.

SAÚDE MENTAL EM BAIXA*



FONTE: Índice Contínuo de Avaliação da Saúde Mental (ICASM), do Instituto Cactus

* Pontuação pode variar de 0 a 1.000; quanto mais perto de 1.000, melhor a saúde mental.



IMOBILIDADE URBANA

O analista de planejamento comercial Diego Patrick Oliveira trabalha em um renomado shopping center na região da Avenida Faria Lima. Sua jornada diária para chegar até lá, porém, está longe do glamour do estereótipo “Faria Limer” — adepto do patinete e da bicicleta como meio de transporte. Morador da Vila Carmosina, no extremo leste da capital paulista, Diego gasta, em média, uma hora e 50 minutos para percorrer os 30 quilômetros que separam a sua residência do local de trabalho. “Saio de casa às 6h10, sem tomar café da manhã. Sempre com uma espera de 10 a 15 minutos, pego um ônibus lotado até a estação Itaquera do Metrô, desço na estação Anhangabaú e tomo outro ônibus no Terminal Bandeira, que me deixa em frente ao shopping. Lá, tomo café da manhã antes do início do expediente, às 8h”, conta.

Duas vezes por semana, o analista tem aulas na Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (FFLCH-USP). “Caminho por 20 minutos até a estação Faria Lima do Metrô, desço na estação Butantã e pego o ônibus gratuito até a USP. As aulas vão até 22h30, mas saio uma hora antes para poder chegar em casa às 23h30”, continua Diego. Ele atribui o quadro a um descompasso histórico no desenvolvimento da cidade, que afastou as classes mais carentes do local de trabalho, e ao descalço do Poder Público em oferecer mais ônibus e novas linhas de metrô. “As condições são insalubres, mas é o único tempo para ler os livros da faculdade”, pondera.

O desconforto para percorrer as distâncias nas cidades atinge a sociedade de forma geral, em especial nas grandes metrópoles. Segundo pesquisa do Instituto Locomotiva, 87% dos paulistanos sonham em perder menos tempo no deslocamento diário, dos quais 6 em cada 10 prefeririam uma hora livre a mais por dia a uma renda 10% maior. A pesquisa revelou, ainda, que

as queixas por falta de tempo em razão da precária mobilidade urbana são mais latentes entre pessoas de baixa renda, mulheres e pessoas negras.

TÃO LONGE, TÃO PERTO

A pesquisa mostra também que 79% da população entende que muitas linhas de ônibus seguem rotas que aumentam desnecessariamente o tempo do trajeto. É o caso da diarista Edis Roma, moradora da Vila Fátima, no distrito de Sapopemba, zona leste paulistana, que trabalhou por dois anos numa casa em Cidade Tiradentes, bairro também localizado na zona leste. Em linha reta, são 15 quilômetros, que podem ser percorridos em 45 minutos de carro. Por falta de modais conectados, ela gastava cerca de duas horas em baldeações de ônibus para chegar ao destino.

Nas demais capitais brasileiras, a situação é semelhante. Em meados de setembro, a organização Rede Nossa São Paulo divulgou a pesquisa Viver nas Cidades: Mobilidade Urbana, desenvolvida pelo Instituto Cidades Sustentáveis em parceria com o Ipsos-Ipec, em dez capitais — São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Belo Horizonte, Recife, Salvador, Goiânia, Fortaleza, Belém e Manaus. No geral, 53% dos entrevistados disseram perder entre uma e quatro horas em deslocamentos diários no transporte individual ou coletivo, enquanto apenas 21% gastam até uma hora nos trajetos. A campeã é Manaus, com 57% dos entrevistados declarando gastar mais de uma hora em deslocamentos, seguida por Salvador, com 55%. São Paulo e Rio de Janeiro registraram índices de 54% e 53%, respectivamente.

A preferência pelo tipo de transporte varia de cidade para cidade. A média nacional de uso do carro é de 18%, mas em Goiânia é de 41%. Já o sistema de Bus Rapid Transit (BRT, na sigla em inglês, ou “trânsito rápido por ônibus”) é o preferido dos moradores de Belém (42%), Rio de Janeiro (41%) e Belo Horizonte (40%). O metrô é opção em apenas sete metrópoles — São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Belo Horizonte, Salvador, Recife e Fortaleza —, com destaque para a capital paulista, com 16% dos deslocamentos, ainda atrás do ônibus (31%) e do carro (20%).

Segundo Igor Pantoja, coordenador de Relações Institucionais do Instituto Cidades Sustentáveis e da Rede Nossa São Paulo, a superlotação, as longas esperas nos pontos de ônibus e o número crescente de atrasos e falhas, especialmen-

texto GUILHERME MEIRELLES

te nas linhas de metrô e trem concedidas à iniciativa privada, são os principais problemas enfrentados pela população da Grande São Paulo. “Nas maiores cidades globais, uma autoridade concentra as decisões sobre todos os modais. Na capital paulista, essas decisões são pulverizadas. Pelo modelo atual, a concessionária de uma rede de metrô tem regras próprias de funcionamento e não estão articuladas com as normas dos trens, tampouco das companhias de ônibus. Não há políticas que envolvam o Estado e as prefeituras”, pontua.

Diante desse descompasso, Pantoja ressalta que a privatização nem sempre é o caminho indicado. “A Cidade do México é o exemplo mais próximo de São Paulo. Mesmo com uma rede de metrô bem maior e barata, vive superlotado, tem paines constantes por falta de manutenção e não está integrada com outras soluções. Os ônibus são antigos e poluidores e não há corredores. Faltou investimento público”, lamenta. Soluções como o Veículo Leve sobre Trilhos (VLT) e o BRT podem ser viáveis, sustenta o especialista, mas, numa cidade com as características de São Paulo, devem ser complementares às redes de ônibus e de metrô existentes.

NA PONTA DO LÁPIS

De acordo com levantamento do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), a estrutura de transporte urbano brasileira necessita de investimentos de R\$ 500 bilhões até 2054. O estudo, que mapeou 194 projetos de transporte coletivo de média e alta capacidades, concluiu ser fundamental dobrar o tamanho do sistema de metrô e quadruplicar os de BRT e VLT.

A pesquisa do BNDES revelou, ainda, que 43% dos passageiros migraram, entre 2014 e 2023, do transporte público para o individual, principalmente para motos próprias e para aplicativos, de carros ou motos, em busca de deslocamentos mais rápidos. Em São Paulo, o prefeito Ricardo Nunes e a Uber Motos vivem uma queda de braço em torno da regularização do serviço, considerado de alto risco de acidentes pelas autoridades municipais.

Com 49 anos de experiência em mobilidade urbana, o engenheiro Sérgio Ejzenberg, mestre em Transportes pela Escola Politécnica da USP, é enfático: “A melhor solução é um metrô subterrâneo que permita conexões entre as linhas, sem passar pelas áreas centrais, com terminais de ônibus e modais complementares, como o BRT, e até mesmo ciclovias”, opina.

O cálculo existe, especialistas dizem o que deve ser feito, mas como fechar a conta? De acordo com Ejzenberg, o modelo indicado para as metrópoles é a Parceria Público-Privada (PPP), a exemplo do que ocorre na Linha 4-Amarela do Metrô ou nas linhas de trem 8-Diamante e 9-Esmeralda, que servem a Região Metropolitana de São Paulo (RMSP). No entanto, no momento atual, o engenheiro é cético quanto a fórmulas mágicas. “É fato que não há dinheiro público para transporte urbano. Investir em transporte de massa é um negócio de longo

O ideal são 50 quilômetros de metrô para cada um milhão de habitantes, ou 20 mil pessoas por quilômetro; em São Paulo, maior cidade do País e com a maior rede de trilhos, são 110 mil habitantes para cada quilômetro de metrô

prazo, com contrato de 30 anos — o equilíbrio vem a partir do décimo ano. E precisa haver um clima de segurança jurídica, confiabilidade política e ambiente de negócios. Hoje, nenhum grupo vai investir”, enfatiza.

Na mesma linha, André Sacconato, economista da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP), defende o investimento no metrô por meio de PPPs. “Pesquisas apontam que as pessoas não abandonam o carro pelo ônibus, mas trocam pelo metrô, que é mais seguro e previsível”, avalia. Com base nas últimas décadas, o economista entende estar claro “que o Poder Público não tem condições de fazer grandes investimentos em transporte de massa”.

Pantoja, da Rede Nossa Paulo, vê a falta de recursos públicos, mas discorda que o caminho seja o privado. “Antes de mais nada, é preciso haver governança por meio de uma única agência controladora. A maior fluidez vem pela conexão entre os modais, independentemente de ser público ou concessionado”, argumenta.

De qualquer forma, Ejzenberg defende que a infraestrutura de transporte deve ser pensada paralelamente ao planejamento urbano. Um exemplo é a Linha Azul do Metrô, que liga os bairros do Jabaquara, na zona sul, ao do Tucuruvi, na zona norte. “No trecho subterrâneo, houve revitalização da Avenida Jabaquara. Já no trecho norte, houve deterioração nas imediações da Avenida Cruzeiro do Sul”, pondera. Ações que priorizem o transporte individual, como o polêmico projeto de um túnel da Rua Sena Madureira, na zona sul, devem ser rechaçadas. “E o Minhocão [viaduto elevado que une o centro ao início da zona oeste] deve se demolido, com o espaço rearborizado e reaproveitado para corredor de ônibus e ciclovia”, propõe.

COBRAR DOS CARROS?

Praticado com sucesso em algumas cidades do mundo, o pedágio urbano é visto com restrições. “Implantar essa estratégia sem transporte público decente é simples extorsão da população, que vai pagar por não ter alternativa viável”, observa Ejzenberg. Pantoja, por sua vez, até manifesta simpatia pela ideia, mas “não dá para cobrar de uma hora para outra, sem redesenho do trânsito da cidade”, ressalta.

Segundo Clarisse Cunha Linke, diretora-executiva do Instituto de Políticas de Transporte e Desenvolvimento (ITDP), a ideia é positiva, mas com condicionantes. “É uma forma de obter receitas a serem transferidas, obrigatoriamente, para investimentos no transporte coletivo, como é feito em Londres, Estocolmo e Singapura”, afirma.

Além da fluidez na mobilidade, acrescenta Clarisse, as propostas devem contemplar o impacto ambiental, o que inclui uma nova cultura na redução do uso de carro, seja particular, seja por aplicativos — com alta considerada preocupante pela especialista —, tanto por causa da poluição quanto por disputar o espaço das vias com ônibus e bicicletas. “O aplicativo é fruto da precarização do sistema de transporte”, destaca. No curto prazo, sugere, o BRT é a solução mais adequada para conectar os moradores das regiões mais afastadas aos bairros centrais, porque o sistema permite um cronograma rápido de implantação. As vantagens são mais fluidez, previsibilidade e segurança do usuário na plataforma de embarque, apesar de os veículos utilizarem diesel. Essa questão, sinaliza a executiva, pode ser resolvida gradualmente com a troca dos veículos a combustão por elétricos.

INVESTIMENTO QUE NÃO ANDA

A rede de metrô da capital paulista, incluindo o monotrilho da Linha 15-Prata, tem 104,2 quilômetros. Somados aos trens integrados da Companhia Paulista de Trens Metropolitanos (CPTM), o sistema conta com 270,6 quilômetros de trilhos, que transportam, diariamente, cerca de 8,5 milhões de pessoas por 18 municípios da RMSP, segundo a Secretaria dos Transportes Metropolitanos (STM) do Estado de São Paulo. É mui-

to pouco para um território de 8 mil quilômetros quadrados e mais de 21 milhões de habitantes.

Para compensar o atraso histórico, o governo estadual anunciou o que chama de “maior investimento na história” na expansão da rede. Segundo a assessoria de imprensa da STM, atualmente, 19,3 quilômetros de linhas estão em construção pelo metrô, incluindo a expansão das linhas 2-Verde e 15-Prata, além da implantação da Linha 17-Ouro. Também estão em andamento projetos como as linhas 19-Celeste, que ligará os centros de São Paulo e Guarulhos (com abertura de propostas de obras neste trimestre), e 20-Rosa, cujo projeto básico foi iniciado neste ano para ligar a capital à região do ABC [*formada pelas cidades de Santo André, São Bernardo do Campo e São Caetano do Sul*], além de novas ampliações da Linha 2-Verde até Guarulhos (em projeto executivo) e da Linha 15-Prata até Cidade Tiradentes.

Quando concluídos, os investimentos ainda serão insuficientes para que o município de São Paulo mude de patamar. Segundo estudos internacionais, a relação ideal é que haja 50 quilômetros de metrô para cada 1 milhão de habitantes, ou 1 quilômetro para 20 mil pessoas. Só na capital paulista, com 11,45 milhões de pessoas, a rede deveria ter mais de 600 quilômetros de metrô. Hoje, a relação é de cerca de 110 mil habitantes para cada quilômetro de metrô, proporção cinco vezes maior que a de Paris e 12 vezes maior que a de Madri. Em outras palavras, o drama vivido por Diego e Edis está longe de ter um fim.

PEDAL REMUNERADO

Desde agosto, 1,2 mil ciclistas estão circulando por São Paulo devidamente monitorados por um aplicativo desenvolvido no Instituto de Matemática e Estatística (IME) da USP. No projeto Bike SP, os dados coletados são encaminhados para análise da prefeitura e de ONGs para que possam gerar políticas públicas de incentivo às bicicletas. “Registramos 23 mil viagens no primeiro mês, com cerca de 40 mil quilômetros rodados”, relata Fábio Kon, professor no IME e responsável pela iniciativa, que envolveu três anos de pesquisa. Para estimular as adesões, o Bike SP remunera os ciclistas com créditos no Bilhete Único, o cartão de acesso ao transporte coletivo da cidade. Segundo Kon, os resultados iniciais devem ser divulgados ainda em 2025. “Já recebemos consultas de outras capitais, como Fortaleza”, comemora.

&



Os indicadores disponíveis mostram uma clara desaceleração do nível de atividade da economia brasileira no fim do primeiro semestre e início do segundo. Além do crescimento anualizado de apenas 1,6% registrado no segundo trimestre (contra 5,3% no primeiro), a evolução dos dados macroeconômicos e setoriais confirmam que essa tendência se intensificou: as importações caíram 2% em agosto, contra o mesmo mês de 2024, enquanto a produção de automóveis encolheu 4,8% para a mesma comparação, além da perda de fôlego do Comércio e da Indústria. Apenas o setor de Serviços vem mantendo o ritmo de expansão.

Além disso, observou-se, no mesmo mês de agosto, forte retração dos índices de confiança empresarial em todos os segmentos, principalmente no Comércio e na Indústria. Esse cenário está levando a reduções nas projeções do crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) para 2025, que deverá se situar em torno de 2% (contra uma expansão média de 3,2% nos últimos três anos).

Essa desaceleração pode ser explicada pela manutenção de juros elevados por longo período e mais cautela por parte dos bancos na concessão de empréstimos às pessoas físicas — em razão do aumento da inadimplência e da elevação do nível de endividamento do consumidor —, além das incertezas geradas pela situação fiscal do País e pela conjuntura internacional, o que tem afetado as decisões de investimento.

O processo de redução do ritmo de crescimento da atividade econômica não tem gerado, até o momento, impactos negativos sobre o mercado de trabalho. Ao contrário, nota-se que a taxa de desemprego (de 5,6%, no trimestre encerrado em julho) é a menor desde 2012. O rendimento médio trimestral cresceu 3,8% sobre o mesmo período do ano passado, enquanto a

CRESCIMENTO E EMPREGO EM DESACELERAÇÃO

massa real de rendimentos cresceu 6,9% nos últimos 12 meses findos em julho.

Considerando que a demanda dos Serviços está fortemente associada ao nível de renda, esse comportamento do mercado de trabalho explica a manutenção do ritmo de alta do setor e a forte elevação dos preços (de 6,5%, em 12 meses findos em agosto).

Não se pode esperar, porém, de forma realista, que esse quadro positivo do emprego vá se manter no fim deste ano e em 2026. Essa expectativa pode ser explicada pelos seguintes fatores: a) há um efeito defasado do aperto monetário sobre indicadores de emprego; b) projeções da pesquisa Focus apontam um crescimento do PIB de apenas 1,8% em 2026; c) dado o elevado custo de admissão e contratação, os ajustes efetuados pelas empresas referentes ao emprego ocorrem de forma defasada, na expectativa de que a desaceleração possa ser revertida (em alguns setores, esse ajuste é realizado inicialmente nas horas trabalhadas e, depois, no emprego); d) o salário real médio não pode crescer sistematicamente acima da produtividade, como ocorre hoje.

Sinais de desaceleração já começam a ser observados nos dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged). Considerando a geração de vagas formais nos últimos 12 meses, verifica-se que, em fevereiro, foram criados 1,8 milhão de empregos, número que caiu para 1,5 milhão em julho.

É importante observar que a expectativa vigente tanto para o fim de 2025 como para o próximo ano é de desaceleração do nível de atividade, e não de recessão. Como consequência, também não se espera contração no nível de emprego, mas geração menos pronunciada de vagas, com a evolução dos salários compatível com os ganhos de produtividade.

&



ANTONIO LANZANA,
presidente do Conselho Superior de Economia, Sociologia e Política da FecomercioSP e professor na Universidade de São Paulo (USP) e na Fundação Dom Cabral (FDC)

RÍGIDA E FLÁCIDA AGENDA ELEITORAL

A eleição é um cavaleiro veloz. Fim de ano, mas a sucessão presidencial de 2026 já começou. O tabuleiro é de silêncio e rumor com as movimentações e tensões dentro do Executivo, do parlamento e do Supremo. Leis constitucionais de um dia no Congresso; emendas parlamentares pescadas em água suja; palavrosas declarações de juízes sobre delitos e penas de políticos; ações policiais cinematográficas sobre combustível e falsos bancos; inundação de propaganda oficial ensinando ao povo quem é seu guardião. Ao dar eco aos desejos de cada ator, a profusão de pesquisas eleitorais — e o empenho ativo dos meios de comunicação — quer monitorar o eleitor. E consolidar, desde já, em qual eixo partidário está o vitorioso.

A esperança é que não predomine o jargão profissional da política que chama interesse privado de interesse público. Três virtudes em política ajudam a enfrentar dificuldades sem contrariedade: princípios, paciência e espírito de sacrifício. Todos os outros atributos podem ser expressos no plano de governo.

A metáfora de Trump sobre a “ótima química” com Lula deve ser compreendida como o interesse dos Estados Unidos nos 17 elementos químicos que compõem a reserva de terras raras brasileiras e demonstram como interesses estratégicos enterram o mau humor conjuntural. É o futuro que está em jogo, e não o presente parado no ponto-morto do fervor sem substância.

Vivemos a era do escrutínio político e do controle da autonomia da vontade. Ninguém é mais manipulável do que o eleitor emotivo. Quem tem poder não quer a concorrência do livre-pensamento e busca credibilidade nas pesquisas de opinião — certos de que ninguém percebe que essas pesquisas são boatos estatísticos que usam simulações para dizer ao cidadão o que ele pen-

sa. Com o modelo de governabilidade assentado na distribuição de benefícios, a política social indexada e a não restrição de despesas públicas, praticar o equilíbrio de contas e modernizar o Estado é um suicídio para o governo.

A eleição é um fenômeno da sociologia política útil para quem não aceita o caráter estático e irreversível das coisas. País dividido em campos definidos, aquém de seu potencial, vive a incógnita sobre o que será no mundo. Qual real senso de possibilidade o eleitor vai exigir do futuro presidente?

O símbolo da resolução dos problemas brasileiros não tomou, ainda, a forma eleitoral de uma campanha. Quem vai soltar as rédeas da economia? Pois andar para frente é enfrentar, especialmente, a superação dos mecanismos de inércia que produzem baixo crescimento e impossibilidade de superar a pobreza. Quando distorções adquirem o apelido de “progressistas” — simbolizadas pelos privilégios em funções estatais, pelo egoísmo orçamentário dos três poderes e pela indexação que domina a economia e a política social —, será preciso oferecer ao eleitorado outro caminho para esse conceito de progresso. E, assim, mudar o modelo burocrático atual que não privilegia o trabalho e a produção de riqueza.

O desejo de permanência, quando é legítimo, se reflete na eleição muito antes dela. Na disputa, cabe à oposição sentir se a sociedade aceita prescindir da personalidade do seu governante atual. Aos governistas e oposicionistas, não é aconselhável ser astucioso ou apressado, mas ter o senso de dever ao formar o próprio governo, tendo conhecimento de limitações e proporções na avaliação e na execução dos fatos. As virtudes e os tropeços das campanhas podem alterar o rumo, mas vence melhor quem atrai, desde o início, o apoio que precisa para executar o que propõe.



PAULO
DELGADO,
*sociólogo,
cientista
político e diretor
de Relações
Institucionais da
FecomercioSP*



Play na tela.

Replay na página.

As opiniões mais marcantes.
As análises mais contundentes.
Os momentos mais transformadores.

Ideias, histórias e reflexões que surgem diante das câmeras do **Canal UM BRASIL** ao longo da última década também seguem vivas em nossas publicações.



Quer dar um replay conferindo
nossas páginas e capítulos?

**Baixe gratuitamente
seus exemplares, com o código QR.**



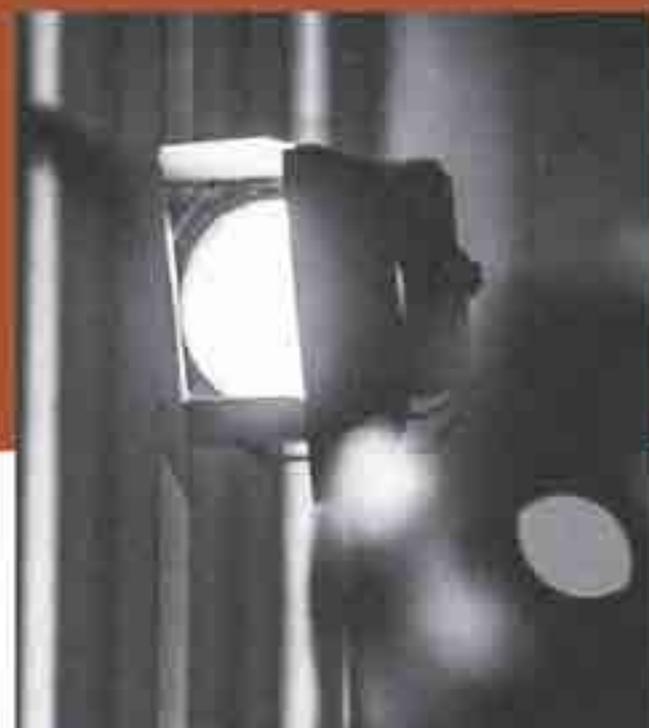
UM BRASIL



@canalumbrazil

UMA REALIZAÇÃO

FECOMERCIO 





A busca pela inteligência

As empresas sabem que a Inteligência Artificial (IA) chegou para mudar os negócios, mas ainda têm dificuldades para adotá-la no dia a dia. É o que mostra uma pesquisa inédita realizada pela FecomercioSP. Idealizado para compreender como a ferramenta tem sido implementada no cotidiano, os dados do estudo mostram que a adoção da tecnologia varia de acordo com o porte das empresas. Quando perguntadas sobre a presença da IA nas atividades, 36% dos negócios médios e grandes responderam que há ao menos um processo automatizado pelo recurso. Já entre as micro e pequenas, a taxa foi de apenas 24%. O levantamento aponta também que 62% das companhias menores admitem nem sequer terem planos de implementar rotinas com a IA, número que cai para 40% entre médias e grandes.



Ilustrações: Débora Faria

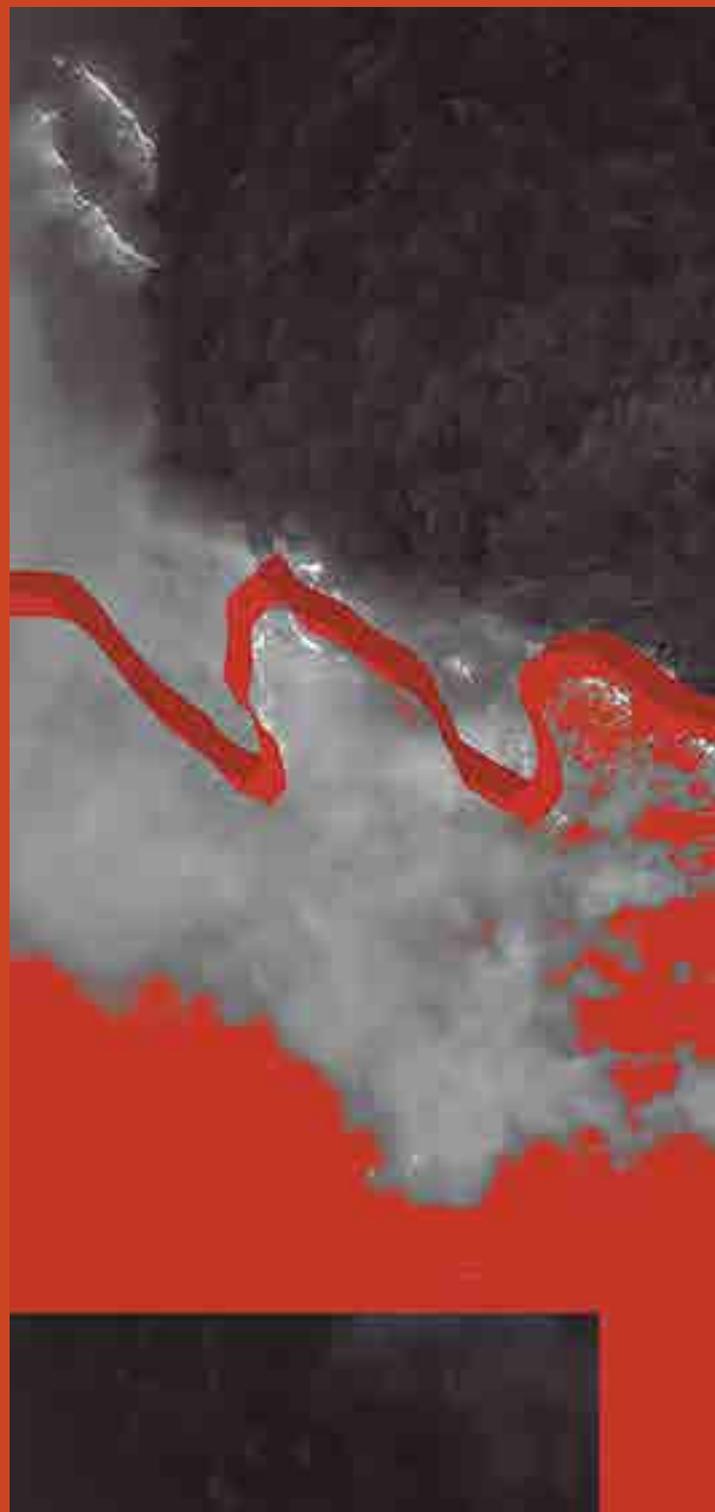
Novas famílias, novas leis

A sociedade se transforma, as relações mudam e nem sempre as leis se modernizam na mesma velocidade. Quando se trata de novos formatos familiares e direito a heranças, a reforma do Código Civil, que tramita no Congresso Nacional, tem o objetivo de atualizar a legislação, incorporando questões que já acontecem na prática do Judiciário, reduzindo a burocracia. Dentre as principais mudanças propostas, está o reconhecimento legal do casamento homoafetivo, além da substituição do estado civil de “solteiro” por “convivente” em situações de união estável. Outro ponto é a equiparação da união estável ao casamento. O projeto também prevê a possibilidade de divórcio unilateral, o fim da separação obrigatória de bens para maiores de 70 anos e a criação da família parental, que reconhece lares formados por parentes como irmãos ou tios e sobrinhos.

Caldo de ‘fake news’?

Você certamente já ouviu esta história, cheia de contornos românticos: antigos senhores descartavam para os escravizados as carnes menos nobres dos porcos, que eram aproveitadas em um cozido de feijão. Estaria, aí, a origem da feijoada, considerada o prato nacional. É mentira. Mas uma mentira que não reduz em sabor ou importância a comida que se tornou ícone da culinária nacional. Até porque, tirada a *fake news* desse caldo riquíssimo, ainda ficam as miscigenações cultural e histórica que nos fazem brasileiros.





CICATRIZES INVISÍVEIS

Uma floresta queimada pode até voltar a ser verde, mas isso não significa recuperação. Estudos recentes indicam que os efeitos de incêndios na Amazônia, e em outros ecossistemas tropicais, se estendem por décadas — e, em muitos casos, podem ser irreversíveis. É como se um fogo invisível continuasse consumindo a mata por anos depois de ter se apagado, com perda de biodiversidade e empobrecimento do solo. Estabelece-se, assim, um ciclo que impede a total regeneração do que o fogo destruiu.

BRASILEIROS NO TÁ VEIS



PROJETO CELEBRA A TRAJETÓRIA
DE FIGURAS INFLUENTES POR
MEIO DE BIOGRAFIAS E UMA
PLATAFORMA DIGITAL COM
VÍDEOS, FOTOS E DOCUMENTOS

texto GUSTAVO ROSSETTI VIANA



Quatro brasileiros com trajetórias singulares, unidos pela vocação pública e pelo compromisso com o desenvolvimento nacional. Um empresário, um jurista, um físico e um sociólogo. Em comum, contribuições marcantes para a formulação de políticas públicas com impactos social e econômico.

Abram Szajman, Ives Gandra da Silva Martins, José Goldemberg e José Pastore são os protagonistas da primeira temporada do projeto Notáveis, uma iniciativa da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP) dedicada a preservar, valorizar e compartilhar as experiências, as memórias e as contribuições de personalidades marcantes para as realidades socioeconômica, jurídica, cultural e intelectual do Brasil.

Assim como uma nação é construída de personagens e suas trajetórias, jogar luz sobre a maneira como o legado dessas pessoas visionárias influencia as gerações seguintes é um dos focos do projeto, que oferece um olhar aprofundado sobre temas como liderança, inovação e superação no ambiente empresarial.

A iniciativa visa retratar o impacto dessas quatro lideranças para os seus respectivos campos de atuação, evidenciando não apenas as suas conquistas profissionais, mas também os obstáculos enfrentados e os princípios que as conduziram. Trata-se de um mergulho nas histórias de vidas inspiradoras que ajudaram a moldar o País, retratando experiências, valores, memórias e contribuições para o desenvolvimento do Brasil.

Por causa do trabalho e da representatividade que tiveram, e ainda têm, ao longo de suas trajetórias — cargos ocupados, projetos liderados, instituições criadas etc. —, os Notáveis são testemunhas oculares da história nacional. Conviveram com praticamente todos os presidentes da República e governadores do Estado de São Paulo nas últimas décadas, além de ministros, secretários, personalidades e artistas. Além disso, os seus próprios percursos também se cruzaram na FecomercioSP, como presidentes de conselhos, sob o convite e a batuta do presidente Abram Szajman.

mercioSP, como presidentes de conselhos, sob o convite e a batuta do presidente Abram Szajman.

AMPLO ALCANCE

Em meados de 2025, entrou no ar o *hotsite* de pré-lançamento do Notáveis, que antecipou ao público uma amostra dos conteúdos que compõem a iniciativa, bem como o perfil no Instagram (@projeto_notaveis), que também veiculou fotos, vídeos e curiosidades dos biografados.

O próximo passo será o lançamento de uma plataforma digital complementar, pensada para ampliar o acesso ao conteúdo e democratizar a sua disseminação. Esse ambiente virtual reunirá um acervo exclusivo, com vídeos inéditos, fotografias e documentos pessoais e históricos, além das entrevistas completas realizadas para a produção editorial. É um convite ao público para uma experiência imersiva, transformando as jornadas dos biografados em fontes vivas de memória, pesquisa e valorização do setor produtivo brasileiro.

Serão lançados, ainda, quatro livros biográficos assinados pelo jornalista e escritor Jorge Okubaro. Dezenas de entrevistas foram realizadas ao longo dos últimos dois anos, tanto com os Notáveis como com outras personalidades e familiares, para traçar o perfil mais completo e fidedigno dos biografados. O primeiro dos quatro livros e a plataforma digital estão programados para serem lançados em dezembro deste ano.

Com o Notáveis, a FecomercioSP reafirma o seu papel como curadora de conteúdos de excelência acerca da cultura empresarial nacional, ampliando a presença no campo editorial. A Entidade é responsável por projetos como a Revista *Problemas Brasileiros* (PB) — com mais de seis décadas dedicadas à reflexão sobre os grandes desafios estruturais do País — e o Canal UM Brasil, uma plataforma multimídia composta por entrevistas, debates e documentários com figuras de destaque dos meios acadêmico, intelectual e empresarial.

INICIATIVA BUSCA PRESERVAR, VALORIZAR E COMPARTILHAR
EXPERIÊNCIAS, MEMÓRIAS E CONTRIBUIÇÕES DE PERSONALIDADES
MARCANTES PARA AS REALIDADES SOCIOECONÔMICA, JURÍDICA,
CULTURAL E INTELECTUAL DO BRASIL

ABRAM SZAJMAN, IVES GANDRA DA SILVA MARTINS, JOSÉ GOLDEMBERG E JOSÉ PASTORE SÃO OS PROTAGONISTAS DA PRIMEIRA TEMPORADA DO PROJETO NOTÁVEIS, HISTÓRIAS QUE SE CRUZAM POR SUAS AÇÕES EM PROL DO BRASIL

HISTÓRIAS CRUZADAS

A primeira temporada de Notáveis apresenta quatro personagens que se cruzaram ao longo das décadas na história institucional da FecomercioSP: Abram Szajman, empresário e presidente da Federação; Ives Gandra da Silva Martins, jurista e pensador do Direito; José Goldemberg, físico; e José Pastore, sociólogo e referência em estudos das relações do trabalho. Quatro brasileiros com percursos singulares, unidos pela mesma vocação pública e pelo compromisso com o desenvolvimento do País.

ABRAM SZAJMAN

O empresário Abram Szajman é considerado um dos homens de negócios mais bem-sucedidos e influentes do Brasil, sendo fundador da Vale Refeição (VR), empresa de referência no mercado de refeições conveniadas. Como presidente da FecomercioSP, ampliou a representatividade dos setores de Comércio, Serviços e Turismo. À frente do Conselho Regional do Sesc e do Senac no Estado de São Paulo, garantiu a expansão das atividades de ambas as instituições, reconhecidas pela eficiência e pela qualidade.

Durante a gestão de Abram, houve a afirmação da imagem, da credibilidade e da reputação da Federação, que passou a ser mais reconhecida, ouvida e respeitada perante a imprensa, os empresários e a opinião pública. Contundente apoiador da modernização do Estado, defendeu os princípios da economia de mercado, a liberdade para empreender, a simplificação tributária, a redução

da burocracia, a abertura comercial, o tratamento diferenciado para Pequenas e Médias Empresas (PMEs), a modernização das leis trabalhistas (com a preservação de direitos e garantias) e uma agenda de reformas estruturais focadas em mais eficiência estatal e melhoria dos serviços públicos. Sob sua condução, a Entidade incumbiu-se de uma agenda de pleitos fundamentais para o ambiente de negócios, contribuindo para a formulação da Constituição de 1988; a elaboração da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa; as criações do Simples Nacional, do Código de Defesa do Consumidor (CDC) e da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD); a extinção da Contribuição Provisória sobre a Movimentação Financeira (CPMF); e as reformas da Previdência e Tributária.



POR TRÁS DAS CÂMERAS

Uma equipe formada por editores, produtores, jornalistas, pesquisadores, designers, fotógrafos e cinegrafistas trabalha nos bastidores para levar ao público o projeto Notáveis, que registrou 67 entrevistas e 45 horas de gravações. Foram diversas visitas à sede da FecomercioSP e a unidades do Sesc e do Senac – como o Centro Universitário Senac de Santo Amaro, o Senac São Miguel Paulista e o Sesc 14 Bis –, além de sessões de pesquisas de fotos e documentos realizadas no Sesc Memórias e no Centro de Memórias Senac.

Estádio do Morumbi, Igreja Nossa Senhora do Brasil, USP e a sede da Orquestra Sinfônica de Heliópolis, localizada no Instituto Baccarelli, na comunidade de Heliópolis, foram alguns dos cenários paulistanos utilizados para as gravações das entrevistas. Dentre os entrevistados, personalidades renomadas dos universos da política, da cultura, da advocacia e da academia, como Antônio Penteado Mendonca, José Roberto Mendonça de Barros, Luiz Flavio Borges D'Urso, Michel Temer, Júlio Medaglia, Fabio Pietro e João Carlos Martins, além de Bernardo Cabral, Ignacio de Loyola Brandão, Eduardo Giannetti e Isaac Karabtchevsky, entre outros.



JOSÉ PASTORE

Sociólogo e professor, José Pastore é um dos criadores da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe) e da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), além de ser referência em pesquisas no campo trabalhista. De olhar sereno, voz calma e pausada, Pastore é a prova viva de que não é preciso perder a ternura para marcar o nome na história. Como sociólogo, professor, formulador de políticas públicas e criador de instituições de pesquisa, o paulistano do bairro da Lapa é um dos intelectuais mais relevantes do Brasil.

Formado pela Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo (FESPSP), foi professor na Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária da Universidade de São Paulo (FEA-USP), onde realizou diversas pesquisas nas áreas de Relações do Trabalho e de Desenvolvimento Agrícola. Os conhecimentos adquiridos em anos de estudo levaram Pastore a colaborar em projetos da Organização das Nações Unidas (ONU), especialmente no Conselho de Administração da Organização Internacional do Trabalho (OIT). A sua outra paixão, a música clássica, levou-o a integrar os conselhos da Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo (Osesp) e do Instituto Baccarelli. É presidente do Conselho de Emprego e Relações do Trabalho da FecomercioSP.

JOSÉ GOLDEMBERG

Um dos cientistas mais influentes do mundo, ganhou notoriedade pelas suas pesquisas nos campos da física nuclear e da energia. A vida do físico e professor gaúcho José Goldemberg daria um filme digno de Oscar. As suas pesquisas em física nuclear, energia, planejamento energético e meio ambiente renderam notoriedade mundial.

Exerceu importantes papéis na política nacional, transitando entre ministérios e secretarias nos governos federal e estadual paulista. Foi reitor da USP, sendo responsável por importantes mudanças estruturais na instituição universitária. Goldemberg é presidente do Conselho de Sustentabilidade e do Comitê Energia, ambos da FecomercioSP.

IVES GANDRA DA SILVA MARTINS

Advogado, professor universitário e escritor com 44 títulos acadêmicos lançados no Brasil e no exterior, Ives Gandra Martins é um homem de grandes paixões — o Direito, a vida acadêmica, a fé, a literatura, o futebol e a família, personificada na devoção pela esposa, Ruth. Gandra Martins conviveu, e convive, com personalidades do Brasil e do exterior. Não foram poucos os encontros com políticos, artistas e empresários. Foi presidente da Academia Paulista de Letras (APL), eleito em votação unânime. Tem livros e artigos publicados em 21 países, com mais de 500 em coautoria e 100 de forma individual, além de mil estudos.

Como advogado, há décadas é reconhecido por elaborar pareceres jurídicos sobre a realidade político-jurídica do País. Começou a carreira de advogado na área do Trabalho, em 1958, mas ganhou notoriedade como tributarista e constitucionalista. Assessorou informalmente o relator-geral da Constituinte de 1988, o então deputado Bernardo Cabral, e os presidentes das comissões que discutiam o texto constitucional. É presidente do Conselho Superior de Direito da FecomercioSP.



CONHEÇA
AQUI O
PROJETO
NOTÁVEIS



CONSELHOS DA FECOMERCIO-SP

Notáveis, na sua primeira temporada, realça o trabalho de três conselhos da FecomercioSP: de Sustentabilidade (e do Comitê Energia); de Emprego e Relações do Trabalho; e Superior de Direito, nas figuras, respectivamente, de Goldemberg, Pastore e Gandra Martins, liderados pelo presidente Szajman.

A Entidade conta com diversos conselhos que atuam em segmentos específicos do Comércio, dos Serviços e do Turismo, buscando o desenvolvimento desses setores e a defesa dos interesses das empresas associadas. Esses órgãos são formados por representantes de diversos sindicatos e por especialistas, cujas atividades incluem a análise de questões relevantes para a categoria, a proposição de soluções e a realização de debates sobre temas como economia, trabalho, tributação e sustentabilidade, entre outros.

Por meio dos seus conselhos, comitês e outras áreas de atuação, a FecomercioSP busca promover o desenvolvimento do Comércio, dos Serviços e do Turismo no Estado de São Paulo, defendendo os interesses das empresas e contribuindo para o crescimento econômico.





O POTENCIAL DA IA NA TRANSIÇÃO CLIMÁTICA

Desafios e compromissos do uso ético, responsável e transparente da Inteligência Artificial (IA) pelas empresas

O enfrentamento das mudanças do clima é um dos maiores desafios globais do século 21, o que exige respostas inovadoras, integradas e urgentes — tanto do setor público quanto do privado. As empresas brasileiras estão no centro dessa transformação, tendo a responsabilidade (e a oportunidade) de liderar a transição para uma economia redutora de desigualdades, de baixo carbono, resiliente e inclusiva.

Nesse contexto, a Inteligência Artificial (IA) surge como um instrumento capaz de acelerar esse movimento, ao mesmo tempo que exige uma reflexão profunda sobre riscos e implicações éticas e sociais. Não se trata apenas de reconhecer o potencial tecnológico da ferramenta, mas de compreender o seu papel estratégico no apoio às metas ambientais do País, em consonância com compromissos internacionais como os que serão firmados na 30ª Conferência sobre Mudanças Climáticas (COP30) da Organização das Nações Unidas (ONU).

Este artigo é, acima de tudo, um convite para que lideranças empresariais incorporem a IA como eixo central de suas estratégias climáticas, assumindo compromissos sólidos que tragam benefícios ambientais e sociais duradouros.



A IA tem capacidades extraordinárias para transformar as formas tradicionais de enfrentar os desafios climáticos, especialmente pela sua habilidade de processar grandes volumes de dados em tempo real e identificar padrões complexos invisíveis a análises convencionais. No âmbito corporativo, isso se traduz em várias frentes essenciais. Sistemas inteligentes monitoram e otimizam o uso de energia em instalações, ajustando processos produtivos e sistemas prediais para maximizar a eficiência e reduzir desperdícios. Na cadeia de valor, a IA identifica pontos críticos de emissão, favorece fornecedores de menor impacto e apoia o design de produtos com ciclo de vida sustentável, fortalecendo a economia circular.

A integração da IA às fontes renováveis também é crucial para a gestão eficiente das redes elétricas, ao permitir superar a intermitência das energias solar e eólica, acelerando a transição para uma matriz limpa e confiável. Além disso, a capacidade preditiva da IA possibilita antecipar eventos extremos — como inundações, secas e incêndios — e avaliar seus efeitos financeiros e operacionais. Algoritmos apoiam a elaboração de estratégias de adaptação, resiliência e continua-

de dos negócios, reduzindo perdas e protegendo colaboradores, fornecedores e comunidades.

Ademais, tecnologias de Processamento de Linguagem Natural (PLN) viabilizam o monitoramento de mudanças regulatórias, as tendências de mercado e a percepção pública, facilitando a conformidade e a gestão dos riscos da transição para uma economia de baixo carbono. Ao quantificar reflexos financeiros e riscos climáticos, a IA apoia decisões estratégicas de investimentos, planejamento de capital e alocação de recursos. Essa análise de cenários complexos fortalece as governanças ambiental, social e sustentável, bem como abre caminho para a inovação em produtos e serviços sustentáveis. O resultado é a criação de valor compartilhado para empresas e sociedade.

Mas, apesar dos benefícios, o uso da IA traz questões associadas à ética, à transparência e ao impacto social. A implementação do seu uso deve vir unida a princípios claros para o uso responsável da tecnologia, que inclua auditorias, mitigação de vieses e prevenção de decisões discriminatórias. Não menos importante é que seja garantido que os avanços tecnológicos contribuam para reduzir desigualdades, contemplando diversidade e acessibilidade — e que isso seja comunicado de forma clara.

No Brasil, como meio de garantir o uso ético, responsável e inclusivo da IA, há iniciativas que reforçam esse compromisso por meio de políticas progressistas, como o Plano Brasileiro de Inteligência Artificial (PBIA), do governo federal. O documento enfatiza o uso ético e soberano da IA para o desenvolvimento sustentável. As companhias que incorporam essas diretrizes alinham-se com as melhores práticas globais, fortalecendo a competitividade internacional e contribuindo para a credibilidade ambiental do País. Na medida em que a COP30 e outros fóruns internacionais ampliam o debate sobre sustentabilidade e tecnologias emergentes, o momen-

to exige das lideranças empresariais uma postura cada vez mais proativa, integrando a IA como vetor essencial de suas estratégias climáticas.

É urgente que as companhias incorporem a gestão de riscos climáticos e a governança de IA em seus processos decisórios, estabelecendo metas claras, ambiciosas e baseadas na ciência para redução de emissões, com transparência e responsabilização. Também precisam investir em capacitação, pesquisa e inovação em IA aplicada a impasses ambientais, fomentando parcerias colaborativas, sempre com princípios éticos e ações concretas para garantir justiça climática, inclusão social e respeito aos direitos humanos.

Por fim, que atuem como agentes ativos na formulação de políticas públicas e no diálogo com a sociedade civil, mobilizando toda a cadeia produtiva. Ao adotarem a IA não apenas como tecnologia, mas como um compromisso integral com o planeta e com as pessoas, as empresas brasileiras podem transformar o imperativo climático em uma poderosa alavanca de inovação, resiliência e geração de valor de longo prazo.

&

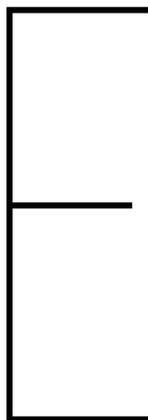


CAIO MAGRI,
diretor-presidente
do Instituto Ethos

OLIVEIRA NETO
(MANETO),
consultor associado
do Instituto Ethos







Era noite de sexta-feira, 25 de julho, quando 13 músicos e seis dançarinos africanos se apresentaram juntos pela primeira vez. Instrumentos de percussão, roupas cheias de identidade e uma harmonia de ritmos coloridos e vibrantes marcaram a estreia do African Live Experience, no Sesc Pompeia, em São Paulo. O grupo é recente, formado por artistas de Moçambique, Nigéria, Senegal, Angola, Benin e África do Sul que estão vivendo no Brasil. “A gente sabe do trabalho um do outro e já conversava sobre os nossos desafios enquanto artistas africanos aqui, como imigrantes. Entendi que, mais do que seguir com projetos individuais, seria interessante criar uma força única para acessar lugares que, até então, artistas africanos residentes no Brasil não acessam”, conta o cantor e percussionista moçambicano Otis Selimane, que lidera o grupo. A iniciativa, segundo ele, é uma forma de enfrentar “uma força muito grande que tende a nos colocar na margem”, já que é comum que artistas africanos abram mão de suas carreiras para, por questão de sobrevivência, trabalhar em outras áreas.

Assim como Selimane e sua equipe, o artista plástico angolano Paulo Chavonga é outro exemplo de que o propósito da imigração africana nem sempre está relacionada a guerras e outros tipos de sofrimento. No Brasil desde 2017, ele chegou para investir na formação em artes plásticas. O desenho está presente na sua vida desde os 8 anos. Em 2015, aos 18, fez a primeira exposição individual com a ajuda de professores do Núcleo de Jovens Pintores, em Luanda. “Depois, tive a oportunidade de participar da 7ª Bienal de Jovens Criadores da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP), em Moçambique. É um evento que reúne diplomatas e ministros de países lusófonos no mundo inteiro”, conta o artista, sobre o evento que lhe deu desta-



que internacional. Em 2016, com a segunda exposição individual rendendo-lhe “uma boa grana”, chegou a hora de investir na carreira: a formação em artes visuais. “Fui pesquisando sobre os países ideais para se fazer isso, e apareceram Estados Unidos, Itália e Brasil — na universidade Belas Artes. Como já conhecia algumas pessoas aqui e, claro, também por causa da língua, acabei optando pelo Brasil”, relembra.

FLUXO TRANSATLÂNTICO

Chavonga, Selimane, os músicos e dançarinos da banda e outros tantos africanos que vivem no Brasil fazem parte de um movimento de migração crescente. De 2010 a 2024, o País registrou a entrada de 1,7 milhão de imigrantes — 61,9 mil deles africanos —, segundo Sistema de Registro Nacional Migratório (Sismigra). Eles representam apenas 3,5% do total de pessoas que entraram em território nacional no período, em maioria formada por venezuelanos e outros sul-americanos. No entanto, apesar de pequeno, o número de africanos tem aumentado. Foram mais de 8 mil registros de entrada somente de janeiro a julho deste ano. Para fins de comparação, em todo o ano de 2024, o Sismigra contabilizou pouco mais de 4 mil registros de africanos. São pessoas de mais de 50 países, com culturas e idiomas diversos. Além disso, chegam pelos mais variados motivos, como trabalho, estudo qualificado e, sim, também em busca de refúgio relacionado a guerras.

Historicamente, a maioria dos africanos que chegam ao Brasil vem de países de língua portuguesa. No primeiro semestre de 2025, por exemplo, 46% dos registros foram de pessoas nascidas em Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Guiné Equatorial, Moçambique ou São Tomé e Prínci-

PONTE ÁFRICA-BRASIL

texto CAMILA RODRIGUES DA SILVA

pe. Imigrantes de países não lusófonos — como Senegal, Nigéria, República Democrática do Congo e Gâmbia — sofrem com barreiras mais duras para acessar emprego e serviços públicos básicos, explica Silvana Queiroz, demógrafa e professora-adjunta na Universidade Regional do Cariri (Urca), no Ceará. “Muitos acabam inseridos em nichos econômicos precarizados, como o comércio informal, além de estarem mais vulneráveis à discriminação e ao racismo, fatores que dificultam a construção de redes de pertencimento e integração”, afirma.

Durante o primeiro mandato do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, no início dos anos 2000, o Brasil aproximou-se mais da África, especialmente dos países que falam português. O demógrafo Luís Felipe Aires Magalhães, pesquisador no Núcleo de Estudos de População Elza Berquó da Universidade de Campinas (Nepo/Unicamp), explica que essa articulação aumentou as participações diplomática, técnico-científica, empresarial (sobretudo por empreiteiras) e militar (como acordos de cooperação) do Brasil em países como Angola e Moçambique. “Esses processos correspondem à estratégia nacional de angariar maior poder na geopolítica mundial, particularmente no Sul Global, para a obtenção de um assento permanente no Conselho de Segurança da ONU”, analisa o pesquisador. Além da disputa institucional, o País se coloca como um destino possível — “mas certamente não o mais desejado” — nas opções de rotas migratórias dos países africanos que falam português.

IDIOMA COMO VÍNCULO

Magalhães reforça que é justamente a língua que permite a construção de vínculos históricos entre o Brasil e esses países. A proximidade brasileira com nações falantes do português a partir de iniciativas de governo não é recente. “É a proximidade linguística que explica, por exemplo, a maior adesão dos lusófonos da África a iniciativas do governo brasileiro voltadas para a atração de estudantes estrangeiros”, reforça, lembrando do Programa de Estudantes-Convênio de Graduação (PEC-G), de 1965, e o Programa de Estudantes-Convênio de Pós-Graduação (PEC-PG), de 1981. O demógrafo acrescenta que, na década de 1990, houve forte chegada de angolanos para estudar no País, sobretudo para o Rio de Janeiro. Hoje, a cidade concentra a segunda maior população de angolanos em território nacional, atrás apenas de São Paulo.

A socióloga e jornalista angolana Silvia Mungongo está entre esses estudantes que vivem na capital paulista. Doutoranda em Ciência Política na Universidade Federal do ABC (UFABC), ela entende que o Brasil é um destino habitual aos angolanos porque, desde a infância, os jovens consomem conteúdo brasileiro pela televisão. “Angola não tem tanta produção audiovisual quanto o Brasil. Minha mãe conta que, ainda nos anos 1980, já assistia a programas brasileiros”, relata.

Ela menciona as novelas da Globo, além do SBT, da Record e da Band, ou seja, todas as grandes emissoras transmitem para o país africano. “E se não é por meio da grande mídia, é pelas redes sociais, porque os angolanos também seguem influenciadores brasileiros”, revela Silvia. A socióloga também aponta causas políticas. “O Brasil foi o primeiro país a reconhecer a independência da Angola [em 1975], e o presidente Lula sempre fez questão de fortalecer as relações com as nações africanas, sobretudo as de língua portuguesa. É uma relação próxima não só pelo passado colonial, mas por tudo o que se desenvolveu mais tarde”, analisa.

EXPERIÊNCIA UNILAB

Como se nota, a educação é uma antiga força de atração de imigrantes africanos lusófonos, o que se acentuou com a criação da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (Unilab), em 2011, concebida como um

projeto de reparação histórica com os povos negros e indígenas. Fruto de uma demanda do movimento negro, a universidade foi estabelecida em Redenção, no Ceará, a primeira cidade brasileira a abolir a escravidão, em 1883, cinco anos antes da Lei Áurea. Mas a instituição dispõe de uma estrutura multicampi, com unidades em outros municípios cearenses (Redenção, Acarape e Baturité) e na Bahia (São Francisco do Conde).

Segundo a vice-reitora da instituição, Elaine Gonçalves, a meta é que o corpo discente seja composto por 40% de africanos e 60% de brasileiros. Atualmente, os estudantes africanos representam cerca de 35% no campus Malês, na Bahia, e 25% nos campi do Ceará. A Unilab oferece 600 vagas para estudantes estrangeiros, com uma taxa de ocupação média de 80%. O processo seletivo é realizado presencialmente nos países africanos da CPLP, porém, de acordo com a vice-reitora, a universidade está no processo de migrar a seleção para um formato virtual a fim de reduzir custos e ampliar o alcance.

Um dos egressos, o professor universitário Calido Mango, de Guiné-Bissau, conta que soube da Unilab quando, em 2013, se inscreveu em um curso de literatura brasileira no Centro Cultural Brasileiro, hoje Instituto Guimarães Rosa (IGR), órgão governamental nacional voltado para as diplomacias cultural e educacional. “Conheci uma moça que tinha passado na Unilab e estava no percurso de conseguir o visto para obtenção de bolsa. Fui à embaixada do Brasil e soube que podia me inscrever no vestibular”, relembra. Ele se preparou para a prova no começo de 2014 e, em maio do mesmo ano, já estava no País.

ACOLHIMENTO E PRECARIIDADE

A chegada de estudantes estrangeiros é marcada por uma forte receptividade por parte dos próprios africanos já estabelecidos. Alguns deles ganham uma “bolsa-acolhimento” de R\$ 150 para receber novos colegas — mesmo depois de 15 anos, a Unilab ainda não oferece moradia estudantil. “No geral, eles se juntam em grupos de seis a oito pessoas para alugar casas precárias e superlotadas, projetadas para apenas duas pessoas”, diz a vice-reitora, Elaine. Há, ainda, o choque de realidade: muitos chegam com uma imagem do Brasil construída pelas novelas ambientadas em metrópoles como Rio de Janeiro e São Paulo. A realidade encontrada em cidades pequenas e com infraestrutura deficiente, como Redenção e São Francisco do Conde, frequentemente gera frustração. Além disso, a bolsa de R\$ 500 é insuficiente, e os municípios oferecem poucas oportunidades de emprego. Com isso, os estudantes são forçados a aceitarem trabalhos precários. A situação financeira é tão crítica que o funcionamento do Restaurante Universitário (RU) é vital para evitar a insegurança alimentar dos alunos.

Apesar das adversidades, a Unilab apresenta uma alta taxa de formandos, principalmente entre os estudantes que vêm de fora. “Boa parte fica para mestrado e doutorado. Temos estudantes que chegam aqui e, depois, vão para outros Estados, onde a empregabilidade é maior”, conta Elaine. A universidade também tem se mostrado um sucesso na missão de formar quadros qualificados para os países da CPLP. Muitos egressos assumem cargos de alta responsabilidade, como diretores em ministérios, professores universitários e diplomatas em Guiné-Bissau, São Tomé e Príncipe e Cabo Verde.

Um exemplo é Mango, que hoje leciona na Universidade Amílcar Cabral, em Bissau, capital do seu país de origem. Entre 2014 e 2019, ele fez o bacharelado em Humanidades e a licenciatura em Ciências Sociais na Unilab. “Não é necessário traduzir diploma brasileiro”, aponta. Outros formandos da Unilab permanecem no Brasil e buscam programas de

mestrado e doutorado em universidades no Sul e no Sudeste, como a Universidade de São Paulo (USP), a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e a UFABC.

Ficar foi a escolha do cabo-verdeano Emanuel Semedo. Bacharel em Relações Internacionais pela Unilab, ele emendou com o mestrado na Universidade do Estado da Bahia (Uneb) e, atualmente, cursa o doutorado em Ciência Política na Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ). “Acho que, nesse quesito, minha expectativa foi atingida”, comemora. Mango acabou retornando posteriormente ao Brasil para ampliar a formação acadêmica. “Fiz mestrado e especialização em 2022”, revela. Ele conciliou o mestrado em Ciência Política na Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), no Rio Grande do Sul, com uma especialização a distância em Direitos Humanos e Movimentos Sociais na Universidade Estadual do Piauí (UEPI).

CULTURA COMPARTILHADA, MAS NEM TANTO

É comum ouvir de nascidos em países lusófonos sobre o quanto a cultura brasileira é presente nas suas formações, especialmente a música e a televisão. “A gente se identifica muito com o Brasil em todas as esferas culturais, vemos o carnaval pela televisão. Somos quase culturalmente colonizados pelo Brasil e, por essa razão, nós nos identificamos”, avalia o artista plástico Chavonga. No entanto, Silvana, da Urca, aponta diferenças culturais significativas que podem gerar estranhamento. “Nas questões de gênero, por exemplo, muitos imigrantes relatam choque entre os papéis tradicionais de homens e mulheres em seus países de origem e o debate mais intenso sobre igualdade presente no Brasil”, ressalta.

Na Unilab, Elaine avalia que os estudantes africanos são politicamente mais atuantes, organizando-se em associações e fóruns, um modelo mais coletivo e menos burocrático que o nosso tradicional Diretório Central dos Estudantes, o DCE. “Essa diferença dificulta a integração e a participação dos alunos brasileiros na política universitária.” As organizações comunitária e étnica são outros pontos de contraste. Enquanto em vários países africanos a identificação é fortemente marcada por etnia e linhagem, no Brasil, por causa do modo de socialização escravagista dos negros, predomina uma vivência mais miscigenada e menos segmentada.

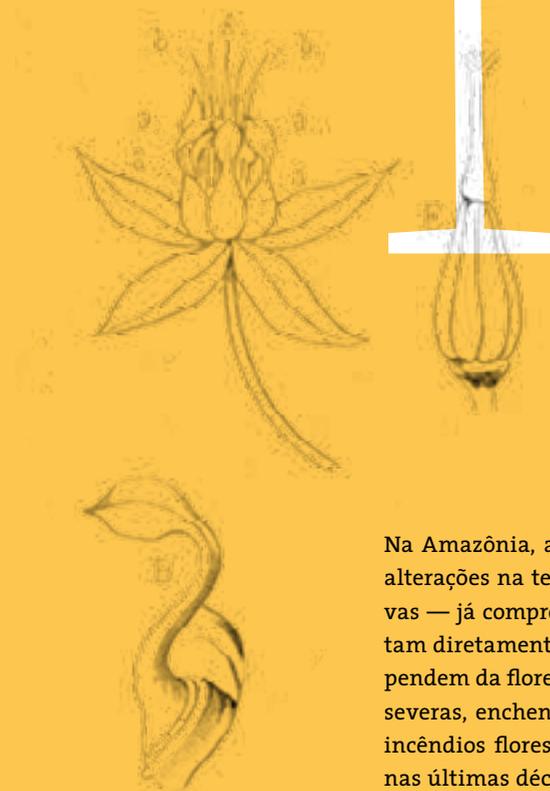
A despeito dessa percepção clara dos africanos acerca das nossas semelhanças, de cá, os africanos ainda são vistos como um povo único, como se o continente fosse um só país sobre o qual muito pouco se sabe. “Para muitos brasileiros, a África é Wakanda [*país fictício presente nas histórias em quadrinhos da Marvel Comics*], é *O Rei Leão*. É aquela fantasia, as selvas, as florestas. Não pensam muito que o continente tem vida, uma juventude sagaz e tecnologia. Temos edifícios altos e rodovias. Enfim, também temos modernidade”, ressalta Silvia.

**O BRASIL RECEBEU 8 MIL IMIGRANTES
AFRICANOS ENTRE JANEIRO E JULHO DE
2025, DE MAIS DE 50 PAÍSES. EM TODO O ANO
PASSADO, FORAM POUCO MAIS DE 4 MIL**



Adaptação da Amazônia depende de restauração, água e alimento

texto AGÊNCIA BORI*



Na Amazônia, as mudanças no clima — como alterações na temperatura e no regime de chuvas — já comprometem a biodiversidade e afetam diretamente a vida das populações que dependem da floresta. Estudos apontam que secas severas, enchentes cada vez mais frequentes e incêndios florestais se tornaram mais comuns nas últimas décadas, intensificados pela degradação ambiental e pelo desmatamento. Diante desse quadro, especialistas defendem que a adaptação deve atuar em diferentes frentes: a valorização da natureza e dos conhecimentos tradicionais, a restauração florestal em larga escala, a proteção dos rios e mananciais e o fortalecimento da segurança alimentar baseada em espécies resilientes ao clima.



É o que propõe o *policy brief* Estratégias de Adaptação Climática Visando o Bem-Estar das Populações Amazônicas, lançado no fim de agosto e elaborado por pesquisadores do Instituto Tecnológico Vale Desenvolvimento Sustentável (ITV) em parceria com autores da Universidade de São Paulo (USP), do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe) e de outras instituições nacionais e internacionais. Antecipado à imprensa pela Agência BORI, o documento reúne um conjunto de recomendações para orientar políticas públicas capazes de proteger tanto a floresta quanto as populações que dela dependem, especialmente povos indígenas e comunidades ribeirinhas e quilombolas, além de moradores de áreas rurais e urbanas da região.

As propostas partem de uma constatação: a crise climática já está em curso, e seus efeitos sobre a Amazônia não podem ser revertidos apenas com ações de mitigação, como a redução de emissões. Segundo Tereza Cristina Giannini, pesquisadora no ITV e coordenadora da publicação, adaptar-se significa garantir a resiliência dos ecossistemas e, ao mesmo tempo, fortalecer as condições de vida das populações locais. “Acredita-se que a mudança climática é unidirecional, mas não é. Trata-se de um mosaico de impactos muito amplos e que envolve as comunidades humanas de forma complexa”, pontua Tereza.

VEGETAÇÃO NATIVA, ALIMENTO DO FUTURO

O documento destaca as importâncias da proteção e da restauração dos serviços ecossistêmicos.

cos, como polinização, dispersão de sementes, regulação hídrica e fertilidade do solo, que são a base da produção de alimentos. Como proposta, destacam-se a criação de bancos de sementes, o fortalecimento de redes de coletores comunitários e o mapeamento da diversidade genética de espécies de interesse alimentar. A publicação também sugere a incorporação dessas espécies resilientes nas políticas de nutrição — por exemplo, a alimentação escolar.

Outro foco é a segurança hídrica, apontada como condição essencial para a saúde e a produção de alimentos na região. O relatório recomenda investimentos em sistemas de captação e reaproveitamento de água da chuva e proteção das rotas fluviais usadas para transporte de mercadorias.

A restauração florestal também ocupa lugar de destaque. Recuperar áreas degradadas com espécies nativas pode garantir sequestro de carbono, proteger nascentes e gerar renda a partir de cadeias produtivas sustentáveis da socioeconomia, apontam os cientistas. O documento defende que planos de restauração sejam articulados entre governos, empresas e comunidades, com incentivos financeiros, acesso a crédito e pagamento por serviços ambientais.

O *policy brief* destaca, ainda, a importância de mapear as chamadas plantas do futuro — espécies vegetais tradicionalmente consumidas por populações amazônicas e que apresentam maior potencial de resistência às mudanças climáticas. Esses vegetais podem se tornar fundamentais em cenários de escassez, mas muitos ainda são pouco conhecidos fora de seus contextos locais.

Segundo os autores, a conservação de animais polinizadores e dispersores de sementes também é vital para manter a produção de alimentos e a biodiversidade da floresta. O documento recomenda campanhas educativas, programas de ciência cidadã e investimentos em pesquisa e capacitação científica para reduzir lacunas de conhecimento sobre fauna útil.

CONHECER PARA PROTEGER

A pesquisadora Tereza afirmou, em entrevista à BORI, que a elaboração do material foi motivada pela constatação, em estudos anteriores do grupo, de cenários negativos para cerca de 200 espécies de plantas alimentares nativas — como a castanha-do-pará, muito afetada por alterações nos ciclos de floração e frutificação. A preocupação se soma a evidências de que comunidades in-

dígenas e tradicionais já enfrentam mais vulnerabilidade alimentar em consequência do clima.

As pesquisas que sustentam o documento seguem em andamento. Dentre os próximos passos, estão a análise do impacto das mudanças climáticas sobre polinizadores agrícolas fundamentais para a produção de cacau, açaí e castanha; o mapeamento da vulnerabilidade alimentar de povos indígenas, identificando áreas de maior risco; e a conclusão de um estudo sobre o genoma do cacau, que deve indicar adaptações genéticas úteis tanto para a conservação quanto para a agricultura.

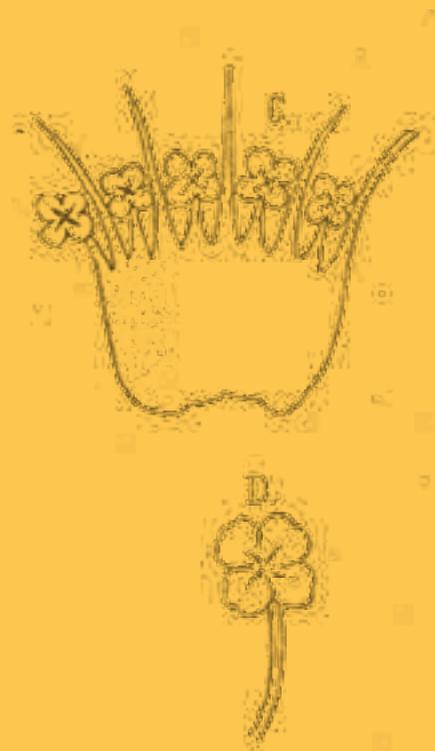
“O *policy brief* foi uma grande síntese do conhecimento multifacetário que existe sobre o impacto das mudanças climáticas no que diz respeito à alimentação. Essa, talvez, tenha sido a maior contribuição: reunir pontos de vista diversos e qualificados para expor a complexidade do tema e traçar caminhos possíveis”, conclui Tereza. Segundo ela, o desafio é transformar esse conhecimento em políticas efetivas que unam ciência, saberes tradicionais e ação governamental.

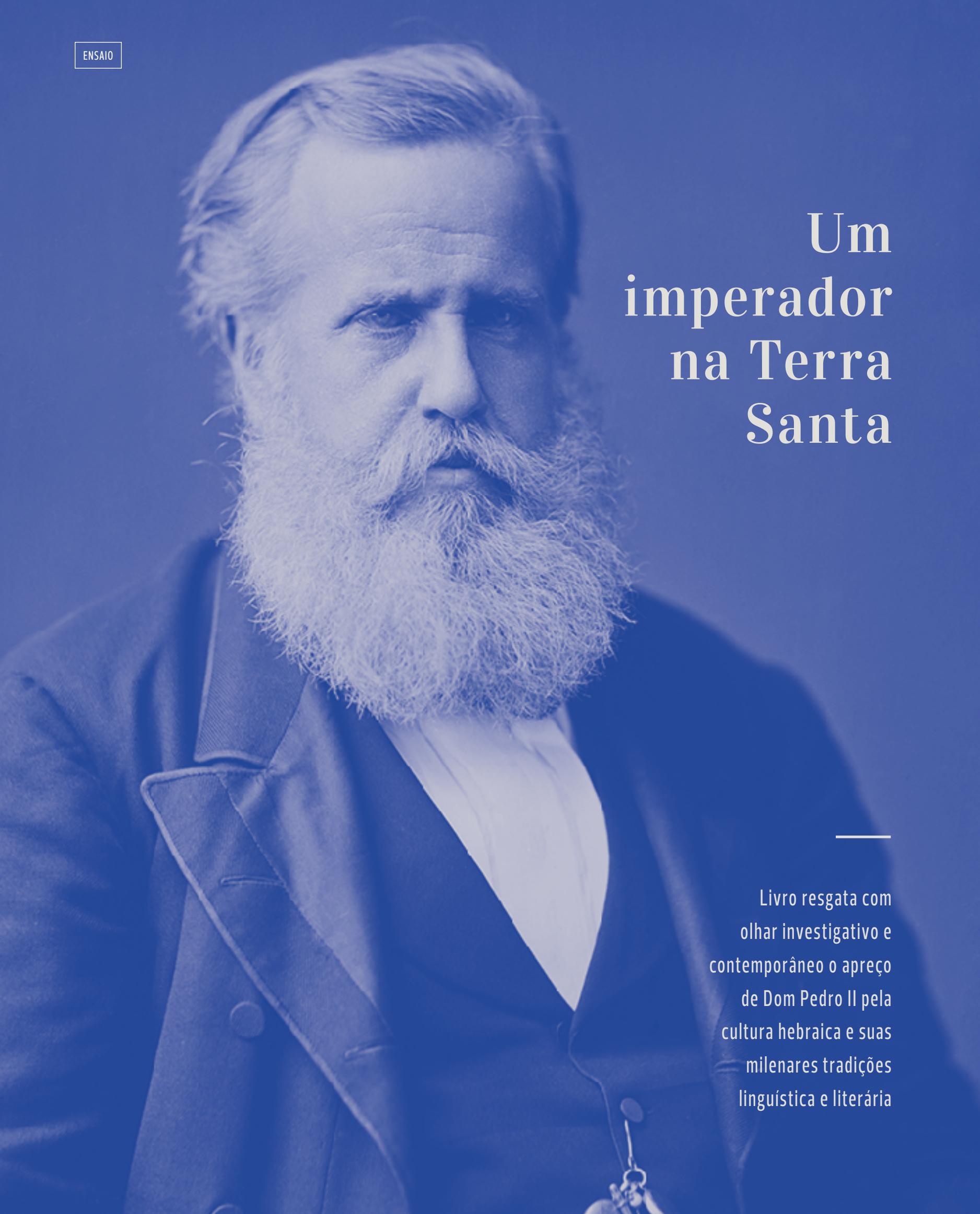
&

—

*A Agência BORI é um serviço único que conecta a ciência a jornalistas de todo o País. Na BORI, a imprensa encontra dados confiáveis e pesquisas científicas inéditas e explicadas, além de materiais de apoio e contatos de cientistas de todas as partes do Brasil, preparados, pela agência, para atender os jornalistas. Acesse www.abori.com.br.

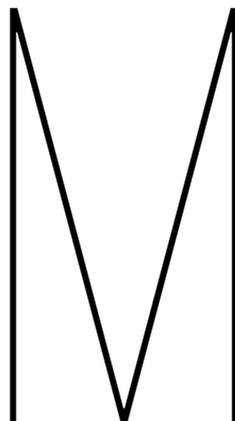
RELATÓRIO PROPÕE ESTRATÉGIAS PARA FORTALECER A RESTAURAÇÃO DA FLORESTA, A PROTEÇÃO HÍDRICA E A SEGURANÇA ALIMENTAR DAS POPULAÇÕES AMAZÔNICAS



A monochromatic blue-toned portrait of Dom Pedro II, the Emperor of Brazil. He is shown from the chest up, wearing a dark suit jacket over a white shirt and a dark vest. He has a full, white beard and mustache, and his hair is also white. He is looking directly at the camera with a serious expression. The background is a solid, dark blue.

Um imperador na Terra Santa

Livro resgata com
olhar investigativo e
contemporâneo o apreço
de Dom Pedro II pela
cultura hebraica e suas
milenaes tradições
linguística e literária



Muitos foram os interesses culturais do segundo imperador do Brasil, e tal fato é largamente conhecido pelos seus biógrafos e por aqueles que, nos dias de hoje, atualizam os estudos ao seu respeito. Neste ano em que celebramos o bicentenário do seu nascimento, várias publicações buscam apresentar as diferentes faces de Dom Pedro II: tradutor, poeta, epistológrafo, colecionador, monarca etc. Pessoalmente, minha contribuição é a publicação do livro *Dom Pedro II e a cultura hebraica*, pela Editora Francisco Alves, sobre o qual, aqui, faço algumas reflexões e compartilho informações que julgo interessantes para os leitores.

Fruto de uma longa e complexa pesquisa iniciada em 2022, quando fui convidado para ser professor visitante na Universidade Hebraica de Jerusalém, em Israel, onde organizei conferências e lecionei um curso sobre as relações de Dom Pedro II com o Oriente Médio. Durante os dias na Cidade Santa, pude investigar nos diversos arquivos locais e, para minha imensa surpresa, encontrei inúmeros documentos alusivos à visita que o monarca brasileiro fizera à região, em 1876.

Na verdade, Dom Pedro II chegou a Jerusalém após uma rápida passagem por Beirute, capital do Líbano, e foi recebido com todas as honras dignas de um chefe de Estado. No caso dele, era o primeiro estadista latino-americano a visitar

aquela região, um fato em si inusitado e que despertou curiosidades e debates sobre as suas motivações e interesses. Sabe-se que sua comitiva tinha aproximadamente 200 pessoas, um número que desperta a nossa curiosidade e nos obriga a pensar na logística de tantas pessoas se deslocando pelos desertos e pelas cidades que compõem o que, genericamente, chamamos de Terra Santa. Ele foi acompanhado pela imperatriz Dona Teresa Cristina, as damas de companhia dela e alguns membros da nobreza brasileira, como o Visconde do Bom Retiro, que foi o responsável pela complexa organização — inclusive diplomática — dessa jornada.

Passaram por várias cidades importantes e citadas nas narrativas bíblicas: Jericó, Cafarnaum, Belém, Nazaré, Betânia, Galileia e Jerusalém — isso sem mencionar outros lugares igualmente significativos, tais como o Lago de Genesaré, a Montanha das Tentações, o Moab e a região da antiga Samaria. Visitou igrejas cristãs — latinas e ortodoxas —, mesquitas e sinagogas, num imenso interesse por tudo o que dissesse respeito à história e à arqueologia locais, com especial interesse pelos textos bíblicos do *Antigo Testamento* e do *Novo Testamento*, da *Torá* hebraica e também do *Alcorão* islâmico. Isto é, Dom Pedro II não vivenciou sua viagem apenas na perspectiva de turismo, algo tão comum hoje em dia, mas no sentido de “vilegiatura” — uma verdadeira viagem de conhecimento e de produção de inteligência. Prova disso foi o seu minucioso e detalhado *Diário de viagem à Palestina*, no qual ele registrou os lugares visitados e as pessoas que conheceu, além das sensações e das emoções sentidas e despertadas.

Pois bem, o meu livro busca resgatar, com um olhar investigativo contemporâneo, todo esse périplo imperial e o especial apreço do segundo imperador do Brasil pela cultura hebraica e suas milenares tradições linguística e literária.

TESOUROS DO MUSEU IMPERIAL

De volta ao Brasil, após ter acessado inúmeros documentos nos arquivos de Jerusalém e Tel Aviv (também em Israel), fui conferir no arquivo do imperador, salvaguardado no Museu Imperial, em Petrópolis, no Estado do Rio de Janeiro, o que havia de hebraico e relacionado à viagem de 1876. Para a minha grata surpresa, encontrei uma imensa quantidade de cartas, diários, ca-

LEANDRO GARCIA, professor na Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), membro titular do Instituto Histórico de Petrópolis e presidente da Academia Petropolitana de Letras (APL). É autor de *Dom Pedro II e a cultura hebraica* (Editora Francisco Alves, 2025)

dernetas, manuscritos, desenhos, fotografias e outras tipologias documentais que relacionavam — direta ou indiretamente — Dom Pedro II e a aquela milenar cultura. Foi quando descobri que o imperador teve quatro professores do idioma, isso sem dizer das várias traduções que fizera de textos do *Antigo Testamento*, com especial destaque para alguns salmos, determinados capítulos do *Livro de Gênesis*, o *Livro de Rute* e fragmentos proféticos.

Avançando na minha investigação, descobri que o imperador produziu um álbum de imagens (fotografias) acerca da sua jornada. Ao passar por Beirute, contratou os serviços de Félix Bonfils, importante fotógrafo francês radicado na capital do Líbano, onde montou um considerável estúdio fotográfico, especializado em imagens do Oriente Médio. Tal álbum encomendado pelo monarca se encontra, atualmente, na nossa Biblioteca Nacional, no Rio de Janeiro.

A bem da verdade, não sou o primeiro a lidar com tal temática, pois sempre digo que figuras como Dom Pedro II — o personagem mais pesquisado da nossa história — não pertencem a um único pesquisador. Isso sem contar que um determinado objeto pode ser investigado e abordado por diferentes olhares e objetivos, algo muito sadio na ciência, o que a revitaliza, inclusive. Digo isso pois encontrei com importantes pesquisas e publicações já realizadas por figuras como o historiador argentino Reuven Faingold e a escritora brasileira Sonia Sales, que me antecederam nesse assunto e deram ótimas contribuições bibliográficas.

Conhecedor de todos esses detalhes e das diferentes fontes documentais, processei tais dados e montei uma espécie de roteiro contendo os passos e o conteúdo da minha investigação, já pensando na publicação de um livro em 2025, no claro intuito de aproveitar e contribuir para as celebrações do bicentenário de nascimento do imperador.

Interessante notar que 90% dessa documentação original estava escrita em francês, numa clara demonstração da força cultura do idioma, que sempre foi a língua oficial das comunicações diplomáticas. Tal fato trouxe uma certa dificuldade inicial, resolvida com a contratação de um tradutor especializado em francês do século 19. Todo esse esforço foi operado no sentido claro de obter traduções fidedignas que respeitassem o estilo (nem sempre simples e fácil) próprio da escrita de Dom Pedro II.

Com o avanço da investigação, deparei-me com outra interessante surpresa: o livro *Poesias hebraico-provençais do ritual israelita Comtadin*, organizado e publicado pelo monar-

ca, em 1891, três meses antes do seu falecimento, ocorrido em Paris, na França, durante seu exílio. Na verdade, trata-se do único livro publicado por ele durante a vida, o qual traz uma seleção de poemas da literatura hebraica devidamente traduzidos pelo próprio Dom Pedro II, ressaltando-se um interessante prefácio crítico, em que explica, com boa metodologia, o processo de escolha e tradução de tais poemas.

E por falar em surpresas, uma figura única e fundamental para essa história foi o frade franciscano Liévin de Hamme, que o imperador conheceu em Nazaré, em Israel. Na verdade, o frei trabalhou como uma espécie de guia local, levando e acompanhando o imperador em todos os seus passeios e visitas pelos diferentes locais da Terra Santa. Em virtude do seu talento e imenso conhecimento da história — e, principalmente, da arqueologia bíblica —, logo despertou o apreço e a amizade do nosso imperador. Frei Hamme foi o autor do *Guia indicador dos santuários e lugares históricos da Terra Santa*, um importante e fundamental guia de viagem escrito e pensado para os peregrinos em visita àqueles lugares sagrados. Dom Pedro II não apenas foi um entusiasta desse livro, como também adquiriu 50 exemplares e, de Jerusalém, remeteu a familiares, amigos e colaboradores mais próximos. As várias cartas de Hamme ao imperador estão traduzidas e publicadas no meu livro, servindo como uma espécie de diário político-religioso da Terra Santa, tamanha a quantidade de notícias e informações remetidas para o monarca brasileiro sobre o governo e os grupos religiosos locais, algo que verdadeiramente o fascinava.

A ESTRUTURA

Já estávamos avançando de 2023 para 2024 e precisei definir o conteúdo final do livro, o que era realmente difícil, dada a complexidade de toda essa história, de seus detalhes e curiosidades e das descobertas a cada visita a um arquivo e a cada documento lido e traduzido. O livro ficou assim estruturado:

- ▶ *um ensaio introdutório;*
- ▶ *os diários de viagem — do imperador, da imperatriz e do Visconde do Bom Retiro;*
- ▶ *o álbum de fotografias da viagem à Terra Santa;*
- ▶ *a correspondência trocada entre Dom Pedro II e seus familiares e amigos mais próximos;*
- ▶ *o livro Poesias hebraico-provençais do ritual israelita Comtadin com as respectivas traduções;*
- ▶ *documentos gerais — poemas, traduções, textos bíblicos etc.;*
- ▶ *mais de 200 imagens espalhadas ao longo do livro, no sentido de ilustrar e embelezar a publicação.*

Num total de 560 páginas, em edição de luxo, o livro já surge como uma obra de referência para os estudos interdisciplinares entre biografia, história, literatura, diplomacia, hebraísmo, linguística histórica, tradutologia, orientalismo, exegese bíblica, arqueologia e geografia histórica aplicada ao Oriente Médio. Não exagero ao destacar todas essas diferentes áreas do saber, e a leitura do livro confirmará a minha afirmação.

Sabemos que o processo de investigação é complexo e dinâmico, sempre suscetível ao tempo e às suas ações e particularidades. Digo isso porque, em caráter de curiosidade, revele um fato complicado e até curioso que me ocorreu no ano passado, quando estava na fase de conclusão da pesquisa e preparação dos arquivos finais da obra.

VISITANDO O CENÁRIO

Organizei e planejei meu retorno a Israel, no sentido de conferir e até obter mais documentos que comporiam a minha obra. Pensei de forma minuciosa nos detalhes da viagem, nos lugares, na instituições que visitaria — principalmente arquivos locais — e nas muitas imagens que gostaria de produzir, especialmente fotografando regiões e documentos. Chegou o dia do embarque para Tel Aviv, saindo do Aeroporto Internacional do Galeão, no Rio. Passei pelo *check-in* da companhia aérea, fiz todo o trâmite imigratório da Polícia Federal, dirigi-me à sala de embarque e, enfim, entrei na aeronave que me levaria à cidade, com uma conexão no Aeroporto de Roma, na Itália.

Já acomodado, cintos afivelados e uma imensa demora na decolagem, qual não foi a minha tristeza ao ouvir — pela voz do piloto — o meu nome e de mais 27 passageiros cujo destino final era Tel Aviv. Motivo: em razão do acirramento bélico entre Israel e o grupo terrorista Hamas, o espaço aéreo israelense fora fechado para pousos e decolagens, com um sinal de alerta emitido para todas as companhias aéreas do mundo (inclusive a minha) e para o meu voo. Fomos todos obrigados a desembarcar da aeronave e, com enorme frustração, a viagem foi cancelada.

Felizmente, contei com a boa vontade dos funcionários da nossa embaixada em Tel Aviv, que, gentilmente, ofereceram-se para identificar e digitalizar vários documentos por mim indicados, os quais eu mesmo resgataria não fosse todo esse tumulto e esse problema provocado pelas questões geopolíticas do Oriente Médio, sempre tensas e em ponto de constante explosão. Registro aqui o meu grande agradecimento àquela equipe diplomática que muito bem nos representa.

RESULTADO FINAL

Eis, em linhas gerais, o meu *Dom Pedro II e a cultura hebraica*, que será lançado em novembro deste ano, em diferentes eventos e cidades, os quais apresento a seguir, já divulgando e convidando todos para participarem e prestigiarem esta minha obra.

Agenda de lançamentos

13 DE NOVEMBRO

NA LIVRARIA DA TRAVESSA DE LISBOA, EM PORTUGAL.

26 DE NOVEMBRO

NA SEDE DO INSTITUTO HISTÓRICO E GEOGRÁFICO BRASILEIRO (IHGB), NO RIO DE JANEIRO/RJ.

2 DE DEZEMBRO

ANIVERSÁRIO DO IMPERADOR, NO MUSEU IMPERIAL, EM PETRÓPOLIS/RJ.

7 DE DEZEMBRO

NA FUNDAÇÃO MARIA LUÍSA E OSCAR AMERICANO, EM SÃO PAULO/SP.

Todos esses eventos de lançamento serão antecidos por um debate comigo e um convidado, no sentido de ampliar um pouco mais o conhecimento sobre o conteúdo da obra, bem como os detalhes metodológicos da pesquisa, as curiosidades e os objetivos principais.

Enfim, celebrar a vida e o legado do imperador Dom Pedro II é um imperativo, especialmente neste ano de 2025, quando comemoramos o bicentenário do seu nascimento. Um homem do seu tempo, cheio de avanços e retrocessos, portanto sensível às vicissitudes da própria condição humana. É assim que prefiro identificar e considerar a sua personalidade, sem canonizações da sua pessoa, tão comum hoje em dia.

MUITAS FACES DO IMPERADOR

Entretanto, sem medo da hipérbole, considero o segundo imperador do Brasil uma das figuras mais cativantes da nossa história, um homem também à frente do seu tempo, aberto às inovações científicas e sempre atento aos talentos que floresciam na literatura brasileira e nas diversas literaturas estrangeiras. Um grande tradutor, polímata, estudioso que dominava com maestria mais de 15 idiomas — inclusive os mais antigos, como hebraico, árabe, sânscrito, sumério, latim e grego clássico. Possuiu uma das maiores bibliotecas particulares do século 19, que abrigava mais de 30 mil livros, atributo surpreendente para a época. Interessava-se por tudo e tinha apreço cultural e investigativo pelas mais diferentes áreas do saber. Além disso, sempre colocava o Brasil no primeiro plano dos seus interesses, não apenas de governante, mas também de entusiasta dos nossos talentos e das nossas riquezas culturais.

Neste meu livro, que marca a sua admiração pela cultura hebraica, o leitor não verá apenas um imperador curioso, mas também um sujeito ávido pelo conhecimento, pelas tradições e pela identidade de outros povos e dos seus sistemas particulares de tradição e identidade. Um verdadeiro estadista e um intelectual próprio do seu tempo, que muito orgulha a nossa história pátria.





VISIONÁRIO E ACELERADO JK

Há 70 anos, Juscelino Kubitschek (JK) foi eleito presidente do Brasil, com um mandato que se iniciou no ano seguinte. A euforia desenvolvimentista, resumida no lema “Cinquenta anos em cinco”, fez surgir em tempo recorde uma nova capital do País, rasgando estradas de Norte a Sul e de Leste a Oeste para que nelas transitasse o produto da recém-implantada indústria automobilística. A virada do agrário para o moderno, porém, não se resumiu aos feitos econômicos e às transformações geopolíticas.

texto HERBERT CARVALHO

A história do Brasil no século 20 registra uma saga de rara unanimidade, evocada até hoje pelos diferentes matizes do espectro político. No governo de JK (1956–1961), o País — até então predominantemente agrário, periférico e atrasado — começa sua vigorosa caminhada rumo à modernidade por meio do Plano de Metas, que teve a industrialização acelerada como base e a construção de Brasília como síntese.

Eternizados como “Anos Dourados”, esse período de transição e otimismo trouxe também mudanças profundas nos costumes e nas mentalidades, que resultaram em novas formas de expressão cultural — como a bossa nova, o Cinema Novo, o Teatro de Arena e o Centro Popular de Cultura da União Nacional dos Estudantes (UNE). A conquista da primeira Copa do Mundo, em 1958, transformou o Brasil no país do futebol e craques como Pelé e Garrincha, em símbolos do orgulho nacional.

Todos esses avanços e conquistas, porém, talvez não tivessem ocorrido se uma tentativa de golpe para “melar” as eleições de 3 de outubro de 1955 e impedir as posses de JK e do vice-presidente eleito, João Goulart, não fosse frustrada pela espada do então ministro da Guerra, General Henrique Teixeira Lott.

O episódio nos recorda que, há exatos 70 anos, uma parcela do espectro político decidiu ignorar a soberania popular, expressa pelo voto em eleições livres, para tentar chegar ou se manter no poder, exatamente como voltaria a ocorrer com a trama golpista que envolveu o pleito presidencial de 2022.

CRUZADA DA OPOSIÇÃO

Desde o momento em que as urnas foram abertas, com a vitória de JK, a oposição deixou claro que estava disposta a qualquer coisa para impedir que a coligação getulista entre o Partido Social Democrático (PSD) e o

Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) voltasse ao poder. Carlos Lacerda, jornalista que se elegera deputado federal com grande votação pela União Democrática Nacional (UDN), deflagrou uma cruzada para impugnar a posse dos eleitos e impor ao País, com o apoio das Forças Armadas, um governo de emergência. Participava da sedição o então presidente da República, Café Filho, além de oficiais da Marinha e da Aeronáutica.

Os golpistas não contavam, porém, com a posição legalista de Lott, militar profissional com incontestável liderança no Exército que, em 11 de novembro de 1955, colocou tanques na rua e provocou uma debandada geral dos que atentavam contra a democracia. Assim, em 31 de janeiro de 1956, Kubitschek chegou à presidência coroando uma carreira meteórica — deputado federal, em 1934, prefeito de Belo Horizonte, em 1940, e governador do Estado de Minas Gerais, em 1950.

Nascido em 1902, em Diamantina, a sua mãe, a professora primária Júlia Kubitschek (de ascendência tcheca), após ficar viúva em 1905, dedicou-se exclusivamente a criar os dois filhos. O caçula, médico formado em 1927, entraria para a política pelas mãos do então interventor federal no Estado mineiro, Benedito Valadares, tornando-se o 21º presidente da República.

GIGANTE DO SUL DO MUNDO

Com amplo mercado interno, formado à época por 60 milhões de habitantes, o Brasil era o terreno ideal para a implementação dos estudos e projetos da Comissão Econômica para a América Latina (Cepal), que tinha o objetivo de substituir importações por meio de investimento maciço na infraestrutura e na indústria de base e de bens de consumo duráveis, como os automóveis.

Numa época de petróleo barato, parecia fazer sentido a opção pelo transporte rodoviário, que resultou na construção de 20 mil quilômetros de estradas, unindo Brasília a todo o território nacional e possibilitando a futura expansão acelerada do Agronegócio no Brasil central. A produção de petróleo saltou de 2 milhões de barris, em 1955, para 30 milhões, em 1960. No mesmo período, a produção de aço mais que dobrou, atraindo o capital estrangeiro para a instalação da indústria automobilística.

Em ritmo nunca visto, nem antes nem depois, o País industrializava-se, urbanizava-se e volta-

va-se para a sua imensa e secularmente esquecida porção Oeste. A fim de coroar essa aceleração histórica, que fazia a economia crescer na ordem de 7% ao ano, às 9h do dia 21 de abril de 1960, sob o aplauso dos cariocas, JK fechava solenemente os portões do Palácio do Catete — a então sede do Poder Executivo federal, atual Museu da República — e voava para inaugurar a “Capital da Esperança”, como a chamou o escritor francês André Malraux.

ARQUITETURA DO NOVO BRASIL

Construída em apenas três anos e seis meses, Brasília nasceu como uma exposição de arte a céu aberto, dispondo sobre o Plano Piloto, idealizado pelo urbanista Lúcio Costa, os principais monumentos projetados pelo arquiteto Oscar Niemeyer: o Palácio do Planalto, os edifícios do Congresso Nacional e do Supremo Tribunal Federal (STF), a Catedral de Brasília e o Palácio da Alvorada, residência oficial do presidente da República.

Após passar a presidência, em 1961, para o eleito Jânio Quadros (na época, não havia reeleição), Kubitschek esperava voltar ao cargo em 1965, o que certamente aconteceria se os mili-

tares não tivessem usurpado o poder em 1964, permanecendo em regime ditatorial durante 20 anos. No auge da popularidade, o “Presidente bossa-nova” — assim caracterizado no título da música que a ele dedicou o menestrel Juca Chaves — teve os direitos políticos cassados naquele mesmo ano do golpe, e até mesmo a menção ao seu nome foi proibida no rádio e na televisão.

Vítima de acidente automobilístico em 1976, seus restos mortais repousam no Memorial JK, construído em Brasília nos anos 1980. A cidade que fundou despediu-se dele com 300 mil pessoas entoando *Peixe vivo*, cantiga popular que se eternizou vinculada a Nonô, como Kubitschek era conhecido nas serestas da sua Diamantina.

Tombada pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), em dezembro de 1987, como patrimônio histórico e cultural da humanidade, a arquitetura modernista da capital brasileira seria alvo, no dia 8 de janeiro de 2023, da fúria de uma turba de vândalos que invadiu a Praça dos Três Poderes, deixando um rastro de destruição. O legado de JK — assim como a própria democracia que ele simbolizou como ninguém — sobrevive (e sobrevive) a duras penas. Mas... até quando?

&



GERAÇÕES

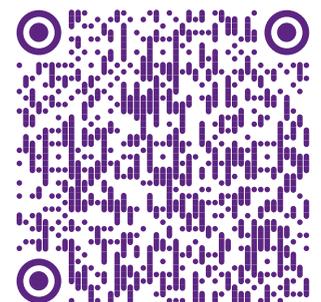


**A ciência
transforma
a sociedade.**

**Fortaleça
decisões,
impacte
vidas.**

bori

soluções para um conhecimento
científico acessível



abori.com.br

#É ASSIM QUE A GENTE FAZ!

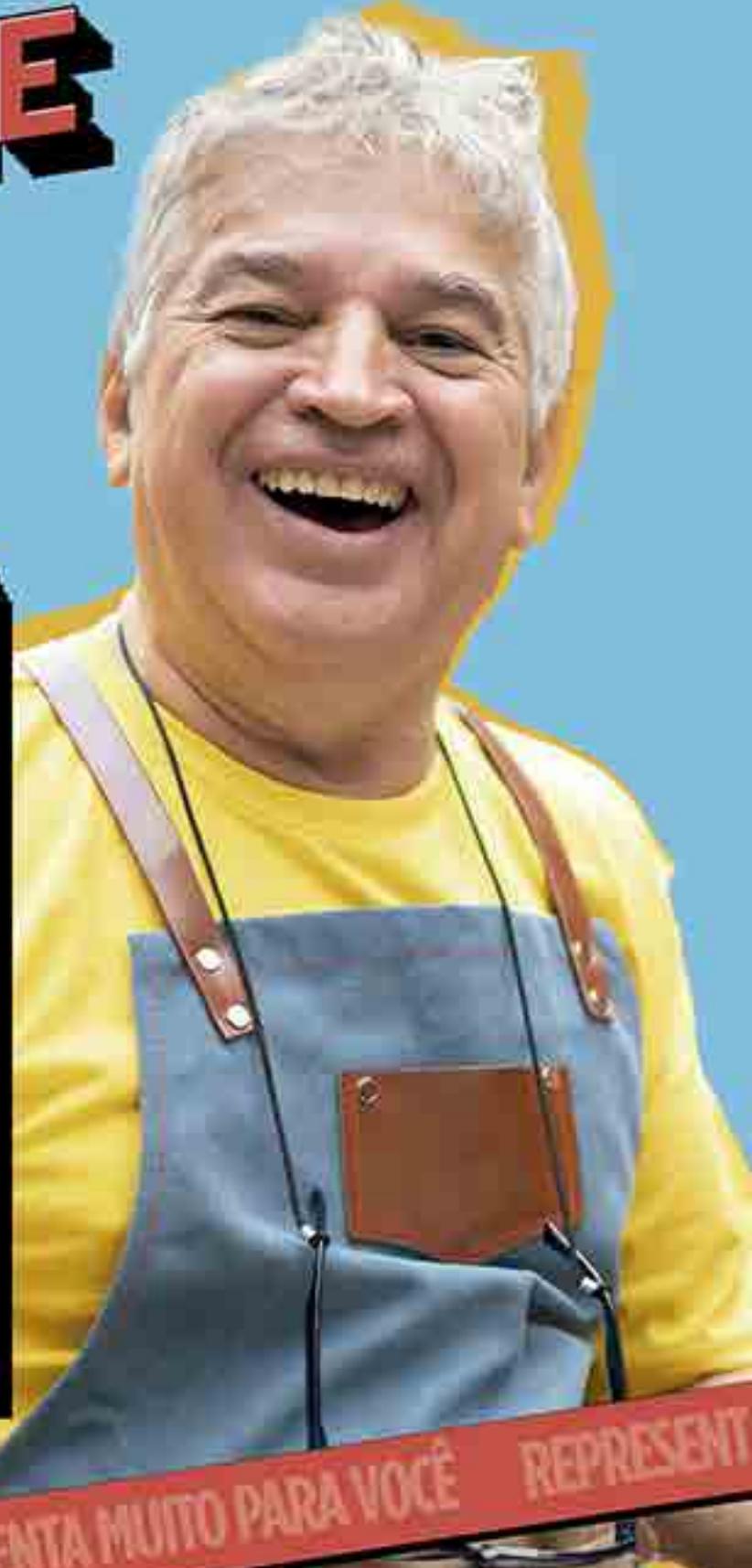
EMPREENDEDOR, O SEU SINDICATO FAZ O QUE VOCÊ PRECISA!

Sim! Você sempre pode contar com o apoio do seu Sindicato Empresarial.

Nas negociações coletivas, nos produtos e serviços que fazem a diferença (com as melhores condições)...

...E na orientação, nos materiais com dicas sobre os temas que afetam os seus negócios e em muitos outros momentos do dia a dia.

Quer saber mais? Contate o Sindicato Empresarial do seu setor e da sua região.



REPRESENTA MUITO PARA VOCÊ REPRESENTA MUITO PARA VOCÊ REPRESENTA MUITO PARA VOCÊ