

Quando o trabalho ocupa todos os espaços da vida

➔ ARTIGO

Imagine começar o dia respondendo mensagens às 7h da manhã e encerrar com uma reunião às 22h. Essa é a nova realidade de muitos profissionais ao redor do mundo. A linha entre vida pessoal e trabalho vem desaparecendo há algum tempo, mas dados recentes do Work Trend Index 2025, da Microsoft, mostram que essa tendência está se acelerando de forma preocupante.

Segundo o estudo, hoje um profissional é interrompido em média 275 vezes por dia por e-mails, chats e convites para reuniões. Isso representa uma interrupção a cada dois minutos durante o horário de trabalho. E os limites não param por aí: as

mensagens fora do expediente aumentaram 15% no último ano, enquanto as reuniões após as 20h cresceram 16%, impulsionadas por interações entre diferentes fusos horários.

Esses dados escancaram um problema crônico: o trabalho está ocupando todos os espaços da vida: o tempo, a energia e até o pensamento. E as consequências são visíveis. Metade dos líderes e colaboradores relatam sentir que o trabalho está caótico e fragmentado. Ao mesmo tempo, 80% afirmam que não têm tempo ou energia suficiente para realizar suas tarefas. Como exigir inovação, criatividade e performance em um ambiente que promove esgotamento como norma?

É nesse contexto que a



TATIANA PIMENTA
Fundadora e CEO da Vittude

Inteligência Artificial entra em cena. O mesmo relatório revela que 82% dos líderes planejam usar agentes de IA para expandir a capacidade produtiva das equipes nos próximos 12 a 18 meses. A promessa é aliviar a carga repetitiva, automatizar fluxos e permitir que os profissionais possam se dedicar ao que importa: decisões estratégicas, criação, relações humanas, ou seja, aquilo que nenhuma máquina substitui. No entanto, há um risco evidente: substituir a sobrecarga humana por uma sobrecarga digital.

Não é à toa que o estudo alerta que a velocidade dos negócios segue maior do que a capacidade de adaptação das pessoas. Se a IA for usada apenas para "produzir mais

com menos", sem repensar os fluxos, papéis e limites do trabalho, o resultado será ainda mais adoecimento. Por isso, a tecnologia precisa vir acompanhada de uma mudança cultural. Precisamos de líderes que entendam que a saúde mental não é um "extra", mas um pilar estratégico. O futuro do trabalho já começou, mas ele precisa ser construído com propósito. A era dos Frontier Firms, como define a Microsoft, só será positiva se cada avanço tecnológico for acompanhado por avanços humanos: mais empatia, mais escuta, mais limites saudáveis.

A IA pode ser uma grande aliada da saúde mental. Mas só se a gente deixar espaço para que as pessoas continuem sendo pessoas.

Marca fomenta cultura e negócios negros em Porto Alegre

➔ AGENDA

JÚLIA FERNANDES

juliaf@jcrs.com.br

Em pouco mais de um ano, a Batukbaile consolidou-se como uma das principais iniciativas de empreendedorismo criativo do Sul do País. Fundada por Anne Borges, e dirigida por ela, Dandara Abreu e Rafael Barcelos, a marca nasceu de um desejo de criar espaços de celebração, segurança e pertencimento para a população negra do Rio Grande do Sul, mais especificamente Porto Alegre. O que começou como uma festa tornou-se um projeto de marca com propósito e estratégia, que pensa o futuro para além da pista de dança.

Neste mês, a iniciativa realizou o Esquentar Batukbaile. "Esse formato nos lembra o início de tudo, um ambiente mais intimista, onde todo mundo se vê, se reconhece", comenta Anne. A nova versão, voltada para até 500 pessoas, foi uma edição complementar ao evento principal, que reúne cerca de 1 mil participantes.

A proposta é manter o grande baile de forma bimestral e, entre eles, realizar encontros menores, voltados à cena local. "O Esquentar tem um line-up 100% regional, o que reforça nosso compromisso com o fomento da cultura negra gaúcha", explica Dandara.

Criada em 2024, a Batukbaile surgiu em um cenário desafiador para a vida noturna de Porto Alegre, ainda em reconstrução após os impactos da pandemia e das enchentes. Mas foi jus-

tamente nesse contexto que o trio enxergou uma oportunidade. "Vimos uma lacuna. Não havia um evento no Natal, por exemplo, que falasse com a juventude negra, que criasse um espaço de celebração e encontro fora dos padrões tradicionais. Então, pensamos 'por que não construir esse lugar?', lembra Dandara.

Desde o início, a marca se posicionou de forma clara. "Somos feitos por e para pessoas negras", reforça Anne. A frase se tornou lema e norte de todas as decisões em relação ao projeto cultural. Esse princípio se traduz em toda a cadeia produtiva, onde 100% da equipe de contratação direta é composta por pessoas negras, assim como as atrações artísticas e fornecedores principais.

A festa também abriga uma feira de afroempreendedores, ampliando o impacto econômico de forma direta e simbólica. "Para nós, fomentar outros negócios negros é natural. Queremos que cada evento seja uma vitrine de talentos e serviços da nossa comunidade", explica Dandara.

A estratégia de gestão da Batukbaile combina visão de marca e sustentabilidade social. A equipe aposta em formação e desenvolvimento de profissionais. De acordo com as empreendedoras, parte da equipe atual começou sem experiência no setor, sendo capacitada internamente.

Além disso, a produção mantém parcerias com coletivos de dança, casas de ballroom e influenciadores locais, criando uma rede diversa de agentes culturais. "A gente não pega só



Dandara Abreu, Anne Borges e Rafael Barcelos comandam o projeto

quem já está pronto. Acreditamos em formar pessoas e em crescer junto", diz Anne.

Celebração de um ano e projeção para o futuro

Em um ano, a Batukbaile também conquistou visibilidade nacional, com colaborações e menções de produtores de outros estados. A parceria com o coletivo Batekoo, por exemplo, marcou um ponto de virada.

"Foi a realização de um sonho e também o reconhecimento de que esse movimento está acontecendo em vários lugares do Brasil. É um fortalecimento coletivo", destaca Anne. Mesmo com o crescimento, a equipe faz questão de se manter fiel à base regional e aos valores que motivaram a criação da marca.

O próximo passo já está em andamento, uma expansão para novas frentes de atuação, prevista para 2026. O plano é ampliar os encontros em "ritmos negros" para além da noite,

incluindo ações nas áreas de educação, saúde e bem-estar.

"Queremos oferecer encontros seguros e felizes para a população negra do Sul. E entendemos que isso vai além da festa, passa por outros terri-

tórios e formas de convivência", afirma Anne.

Essa visão reforça o propósito do empreendimento cultural, que se coloca como uma marca em movimento constante, com propósito, estratégia e comunidade.

"Não queremos ser a única. Queremos que existam várias Batuks, várias festas negras de qualidade, vários espaços de encontro", completa Anne.

Informações gerais

No dia 28 de novembro, acontece no Espaço Força e Luz, a Vitrine ao Vivo em parceria com a Batukbaile. Em dezembro, ocorre a celebração de um ano do projeto cultural. Para mais informações sobre a agenda acesse o perfil @batukbaile no Instagram.



Marca promove eventos que celebram a cultura negra no RS