



Opinião Econômica

Bráulio Borges

Doutorando em economia da FGV EESP, mestre em economia na FEA-USP, é diretor da LCA Consultores e pesquisador-associado do FGV Ibre

banrisul

Economia ainda pesa na avaliação do governo?

Voto econômico parece estar perdendo importância para a agenda de costumes

Os economistas Laura Carvalho e Guilherme Klein publicaram um artigo bem interessante neste jornal na semana passada, tentando responder basicamente à seguinte pergunta: por que a avaliação do atual governo, Lula 3, é apenas mediana, a despeito do quadro econômico e social amplamente favorável?

Antes de tentar dialogar com o artigo deles, vale trazer alguns números: a chamada “taxa de infelicidade” (somatório da taxa de desemprego e da taxa de inflação) atingiu, nos últimos meses, os menores níveis desde o Plano Real; o percentual da população vivendo na extrema pobreza é o menor em mais de três décadas (4,8% em 2024, metade do nível pré-pandemia e muito abaixo dos

25% nos anos 1990); o número de mortes violentas vem recuando desde 2018 (a despeito de ainda se situar em nível elevado).

Apesar disso, atualmente, Lula é aprovado por pouco menos de 50% da população. No fim de seu segundo mandato, em dezembro de 2010, ele era aprovado por cerca de 80%. O que explicaria essa aparente dissonância entre economia e popularidade?

Laura e Guilherme elencam diversos elementos, para além daqueles que estão mais “na moda” (endividamento elevado e níveis de preços de produtos mais essenciais pressionados). Eles sugerem que outros fatores, como a comparação dos eleitores com a ascensão gerada pelo “milagrinho” dos dois primeiros

mandatos de Lula e um novo padrão de aspiração de consumo, globalizado e moldado por redes sociais, devem ser considerados.

Algo que eles não citaram no artigo é que, ao fim de 2010, a economia estava em um quadro insustentável, uma “bolha” mesmo. Minhas estimativas de hiato do produto a diferença entre o PIB efetivo e o potencial apontam para uma economia extremamente superaquecida em 2010, com um hiato positivo em quatro pontos percentuais (hoje ele está ligeiramente acima de zero).

Do mesmo modo, a taxa de câmbio estava extremamente valorizada algo que impulsiona a popularidade, por diversos canais. A preços de hoje, a taxa de câmbio média em 2010 foi de

R\$ 3,50/US\$, vinda de quase R\$ 7/US\$ na média de 2002/2003. Além de ter se valorizado em quase 50% ao longo dos dois mandatos iniciais de Lula, ela se situou muito abaixo do câmbio de equilíbrio brasileiro, de R\$ 5/US\$, entre o fim de 2005 e 2010/11, impulsionando a popularidade, mas gerando forte deterioração das contas externas e desindustrialização.

O próprio noticiário alimentava aquela bolha, com a descoberta do pré-sal em 2006/07, assim como a escolha do Brasil para sediar a Copa-2014 e as Olimpíadas-2016. Portanto, a avaliação de 80% atingida por Lula naquele momento era artificialmente inflada.

Contudo, há um outro fator

que eles não mencionaram, que não exclui os demais, que parece ter ganhado muita importância ao longo da última década. Trata-se daquilo que muitas vezes tem sido chamado de “guerra cultural”. Ao ser aprovado por 80% da população em 2010, Lula tinha apoio não somente da população mais à esquerda e ao centro mas também de uma parte relevante daqueles mais à direita.

Hoje, quando se observam as pesquisas de rejeição, o teto de aprovação de Lula parece ser de uns 50% ou 55%, já que uma parcela da população, de uns 40%, sempre vai achar o governo dele insatisfatório ou ruim. Isso também vale para Bolsonaro, com percentuais semelhantes. Dito de outra forma: o chamado “voto econômico”, embora ainda seja bem relevante, parece estar perdendo peso nas decisões dos eleitores para a chamada “agenda de costumes”.

banriway A vida financeira do seu filho começa aqui.

A nova conta para crianças e adolescentes do Banrisul.

Para eles terem **mais autonomia e segurança.**

banrisul
www.banrisul.com.br/banriway

Pequenas empresas têm vantagem no uso da IA, avalia executiva

/ MINUTO VAREJO

Patrícia Comunello

patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

Mesmo não sendo tema novo, a Inteligência Artificial (IA) ainda causa medo ou dúvidas, além de expor dificuldades das empresas em aproveitar o recurso para melhorar o negócio. Esse quadro foi descrito pela vice-presidente sênior para América Latina da ThoughtWorks (TW), gigante de tecnologia para gestão de processos, Juliana Velozo, trazendo, por outro lado, um alento a pequenos e médios negócios: “Pequenas e médias têm a vantagem de não ter de lidar com grandes legados e complexidades e estruturas de decisão e riscos das grandes”, observou Juliana.

“O custo da tecnologia caiu, e o pequeno e médio têm ainda o processo de decisão mais rápido e podem testar mais”, elencou a VP da TW, que abordou, em evento da Semana S, na Fecomércio-RS, na sexta-feira, um dos tópicos mais

em alta da tecnologia: os agentes de IA. O presidente da federação, Luiz Carlos Bohn, reforçou a tese da palestrante: “O empreendedor pequeno não tem a burocracia e a hierarquia do grande na hora de tomar decisões. Adorei o que ela disse e reforço: mesmo com o digital, o cliente continua no centro, e a loja física tem a vantagem de chegar nele.”

Juliana criticou a forma como a tecnologia também vem sendo inserida no contexto dos negócios: “Tem muito de discurso bonito e apocalíptico, o que gera muita ansiedade”. Para desmistificar o recurso dos agentes de IA, ela disparou: “A IA agêntica é a IA que age”, definiu singelamente, mas para sinalizar riscos que algumas ações podem gerar, como erros no atendimento de clientes, orientações sobre estoque, entre outros comandos. A executiva da TW orientou sobre integrações de sistemas e de dados. Em empresas menores, há menor complexidade, por isso pode ser uma vantagem frente a es-



Juliana Velozo mostrou aplicações práticas da tecnologia e ativou a plateia do evento a testar inovações

truturas maiores e que lidam com legados mais antigos. O uso não pode mais ser adiado ‘o recado recorrente sobre a IA, mas Juliana retoma o ponto de simplicidade, que também vira divisor da fronteira do que pode ser a complexidade de respostas e execução, parte decisiva e que, para a palestrante, envol-

ve muito da capacidade humana de tomar decisões. Além disso, ela alertou para a cultura dos empreendimentos e quanto o líder, que comanda as áreas, está entendendo e percebendo as oportunidades. “A pergunta começa como uma conversa. Qual é a dor, qual é o problema que a empresa quer resolver”,

exemplifica a executiva, com passagem também pela Salesforce. Os agentes de IA, tema da conferência da VP da TW, viraram a onda do momento. “Muitos agentes operam como se fossem funcionários, mas não conversam”, ilustrou ela, o que pode ser mais fonte de problemas que de soluções.

PATRICIA COMUNELLO/ESPECIAL/JC