

/ PALAVRA DO LEITOR

Projeto da CMPC

O governador Eduard-
do Leite prevê licença para
a nova fábrica de celulose
da CMPC em Barra do Ribe-
iro, projeto que deve totalizar
um investimento de R\$ 27 bi-
lhões, após a manifestação
da Funai (Jornal do Comércio,
edição de 04/09/2026). É in-
crível que neste País a Funai
possa determinar um investi-
mento bilionário e importan-
tíssimo para o Estado. Se o
órgão avaliar que vai atrapa-
lhar a comunidade indígena,
o que fazer? Isso não existe
em nenhum país do mundo. *(Márcio Castilhos)*



Projeto da CMPC II

Por isso o estado de Santa Catarina está avançando e o Rio Gran-
de do Sul ficando para trás. Aqui os órgãos públicos criam dificulda-
des em vez de facilitar, a ponto de um investimento do porte do Pro-
jeto Natureza da CMPC ter a possibilidade de sair do Rio Grande do
Sul. *(Paulo Dutra dos Santos)*

Banco Master

O ministro Alexandre de Moraes, do Supremo Tribunal Federal
(STF), fez edições em contrato de R\$ 131 milhões entre o escritório de
sua esposa, Viviane Barci de Moraes, e o Banco Master, de Daniel
Vorcara, antes de o documento ser assinado (JC, 01/09/2026). Isso
já não é mais um problema de Direito, é uma crise de caráter e de
legitimidade. Quando a confiança nas instituições se desfaz, o Direi-
to deixa de ser percebido como garantia e passa a ser tratado como
mera formalidade. E esse é o sinal mais grave de todos. O Direito já
se esvaiu. *(Mario Filho)*

PIB Brasil x outros países

O crescimento de 0,5% da economia brasileira na passagem do
primeiro para o segundo trimestre de 2026 coloca o País como dono
da quinta maior alta do Produto Interno Bruto (PIB) nessa compara-
ção entre trimestres imediatamente seguidos, à frente dos Estados
Unidos e China (JC, 01/09/2026). O Brasil continua sendo um país de
3º mundo. Se dividir esse PIB pela população, chegará a uma renda
per capita de R\$ 3,4 mil, 4 a 5 vezes menor que a dos países desen-
volvidos. *(Mario Preuss)*

PIB Brasil x outros países II

Se temos PIB é devido ao agronegócio, e não a bens e serviços. O
agronegócio é o único setor que está em pé ainda, mas com as novas
tarifas do governo e incentivando estrangeiros, vai piorar. *(Carine
Cunha)*

Competições na Expointer

As mulheres ainda são minoria nas competições de cavalo na
Expointer (JC, 03/09/2026). Assisti à 3ª Supercopa Jovem, foi lindo
ver a prova. Acredito que havia em torno de 40 mulheres nesta com-
petição. *(Fabiana Prates)*

Na coluna Palavra do Leitor, os textos devem ter, no máximo, 500 caracteres,
podendo ser sintetizados. Os artigos, no máximo, 2300 caracteres, com espa-
ço. É necessário indicar no título do e-mail se é “Artigo” ou “Palavra do Leitor”.
Os artigos e cartas publicados com assinatura são de responsabilidade dos
autores e não traduzem a opinião do jornal. A sua divulgação, dentro da possi-
bilidade do espaço disponível, obedece ao propósito de estimular o debate de
interesse da sociedade e o de refletir as diversas tendências.

/ ARTIGOS

Setembro amarelo: um alerta à saúde mental

Maria Cristina Perez* e Maria Silvana Tedesco**

Todo setembro os saguões amanhecem ama-
relos. Fita na recepção, laço no crachá, palestra
sobre autocuidado. Em outubro o banner sai e
a meta continua onde estava. A campanha tem
causa e, desde 2025, tem lei: o Setembro Amare-
lo é política pública nacional - Lei nº 15.199/2025.
Falar sobre suicídio, com responsabilidade, pro-
tege. Mas falar sem olhar para as condições de
trabalho é falar pela metade.

Em 2025, o País concedeu mais de 4 milhões
de afastamentos, e meio milhão deles por trans-
tornos mentais, recorde da série. Ansiedade e de-
pressão cresceram 15% e já são a segunda maior
causa. No Rio Grande do Sul, foram mais de 46
mil. O suicídio é multicausal, e nenhuma mor-
te se explica por uma planilha de metas. Mas o
sofrimento do trabalhador tampouco começa e
termina na porta de casa. Entre a causa simplis-
ta e a indiferença, há um terreno que o direito
conhece: o do risco.

Foi para lá que a norma se moveu. Desde
a Portaria do Ministério do Trabalho e Emprego
(MTE) 1.419/2024, os fatores psicossociais - so-
brecarga, assédio, metas inalcançáveis, falta de
autonomia - integram o Gerenciamento de Ri-
scos Ocupacionais e devem constar do Programa
de Gerenciamento de Riscos (PGR), no mesmo
ciclo do ruído e do agente químico: identificar,

avaliar, controlar e monitorar. A pergunta dei-
xou de ser como o empregado lida com a pres-
são e passou a ser o que a organização faz com
quem nela trabalha.

Quem julga conhece a sequência: a meta
que sobe sem que o quadro acompanhe, a chefia
que confunde cobrança e humilhação, o retor-
no ao mesmo posto que adoeceu. Quando o pro-
cesso chega, o dano está consumado: nenhuma
indenização devolve
a saúde.

O laço amare-
lo não é hipocrisia, é
insuficiência. Só terá
servido quando mi-
grar do crachá para o
inventário de riscos e
da palestra para o pla-
no de ação.

Onde, no PGR da
sua empresa, está es-
crito o que se faz com
a carga de trabalho e com o assédio? Se a res-
posta for a fita, ainda não começamos. Pedir
ajuda é ato de coragem. Falar sobre o sofrimen-
to salva vidas.

Juíza auxiliar da Direção e Desembargadora
Diretora** da Escola Judicial do Tribunal Regional
do Trabalho da 4ª Região (TRT4)*

Ansiedade
e depressão
cresceram 15% e
já são a segunda
maior causa de
afastamentos

Como a tecnologia reinventou a televisão

Felipe Saft Eugênio

Em um mundo onde a inovação avança em
ritmo acelerado, a sensação de estarmos em uma
transição constante se confirma a cada dia. Para
quem trabalha observando os movimentos da
sociedade, há um fundamento básico que dita
as regras: entender e estar atento ao comporta-
mento do consumidor. Hoje, uma das maiores

A tecnologia força
as marcas a serem
menos interruptivas
e mais inteligentes,
diversificando
formatos

mudanças de hábitos
acontece bem no cen-
tro das nossas salas de
estar: a televisão pas-
sou por uma revolu-
ção silenciosa.

Vivemos a era da
chamada Connected
TV (CTV), ou TV Co-
nectada. Trata-se de
qualquer conteúdo em
vídeo digital consu-
mido na TV por meio
da internet, desde as Smart TVs até consoles de
videogame. O que parecia um hábito de nicho
virou o centro do entretenimento. Segundo da-
dos da Comscore, 67% da população online no
Brasil já é definida como “espectadora de CTV”,
o que representa um universo de 88 milhões de
pessoas. Nós não mudamos apenas a tecnologia;
mudamos a forma como consumimos cultura.

Há alguns anos, a promessa do streaming era

a de uma liberdade total: infinidade de opções de
filmes e séries, com uma única assinatura e sem
comerciais. Contudo, com diversas plataformas
de streamings entrando no mercado, a conta das
múltiplas assinaturas chegou, e o comportamen-
to se ajustou à realidade. Hoje, conforme a mes-
ma pesquisa da Comscore, 56% dos espectadores
de TV Conectada preferem opções de streaming
que exibam anúncios, em vez de pagar por pla-
nos mais caros sem publicidade.

Para o mercado, esse cenário é desafiador
e exige reinvenção. Não basta replicar o velho
anúncio em uma nova tela; é preciso gerar co-
nexão. A tecnologia força as marcas a serem me-
nos interruptivas e mais inteligentes, diversifi-
cando formatos. A publicidade passa a integrar
a experiência.

Em paralelo, a TV aberta ou a cabo está lon-
ge de perder seu papel, mantendo-se eficiente
para garantir grandes coberturas e impactos em
massa. A TV Conectada atua como um comple-
mento perfeito, unindo o impacto da tela grande
com a precisão dos dados do digital.

Em um cenário de consumo de mídia frag-
mentado, as tendências mostram que, apoiadas
em dados, as empresas terão que conversar com
o público de forma muito mais autêntica em seus
momentos de lazer. O sofá continua o mesmo,
mas a experiência, definitivamente, é outra.

Head de Mídia da Agência Matriz

