OPINIÃO

EDITORIAL

O voto local precisa emplacar

Em política, o voto é mais do que uma escolha individual. É também uma decisão sobre quem terá legitimidade para representar a cidade, defender suas prioridades e prestar contas à população. Por isso, a campanha "Voto legal é voto local", encampada pelo Jornal Ribeirão, precisa ser levada a sério por Ribeirão Preto.

Levantamento recente aponta um dado que merece reflexão: entre os dez candidatos a deputado federal e a estadual mais bem posicionados nas intenções de voto, metade é de fora de Ribeirão Preto. De 20 nomes, são dez "forasteiros" - realidade já observada em pleitos anteriores.

O número não significa, por si só, que candidatos de outras cidades sejam incapazes de representar os interesses locais. Mas revela uma possível desconexão entre o eleitorado e a escolha de quem efetivamente conhece, vive e enfrenta os problemas da cidade.

Ribeirão Preto tem demandas próprias e urgentes. Saúde regional sobrecarregada, mobilidade urbana, segurança, infraestrutura, geração de empregos, desenvolvimento tecnológico, educação e fortalecimento dos serviços públicos exigem parlamentares que compreendam a realidade local — não apenas durante o período eleitoral, mas ao longo de todo o mandato.Deputados eleitos com votos de Ribeirão Preto precisam ter compromisso permanente com Ribeirão Preto.

A cidade não pode ser lembrada apenas como um reduto eleitoral conveniente, visitado em época de campanha e esquecido depois da apuração. O eleitor precisa perguntar: esse candidato conhece nossas necessidades? Já atuou em defesa da região? Tem propostas objetivas? Estará acessível depois de eleito? Prestará contas de sua atuação?O voto local também é uma forma de fortalecer a representação regional.

Quando a cidade elege candidatos comprometidos com suas pautas, amplia sua capacidade de reivindicar recursos, obras, programas e políticas públicas. Quando distribui seus votos sem considerar a relação do candidato com a comunidade, corre o risco de eleger representantes que não terão a mesma disposição — ou a mesma responsabilidade — para defender suas prioridades.Isso não significa defender um bairrismo estreito ou transformar a origem do candidato em único critério eleitoral. Competência, honestidade, preparo, compromisso democrático e qualidade das propostas continuam sendo indispensáveis.

Um candidato local sem compromisso não merece o voto apenas por ser da cidade. Da mesma forma, um candidato de fora pode conquistar legitimamente a confiança dos eleitores se demonstrar vínculo real, conhecimento dos problemas e disposição concreta para trabalhar pela região. A questão central é outra: Ribeirão precisa deixar de ser apenas fornecedora de votos e passar a exigir representação efetiva.

O eleitor deve analisar trajetórias, conferir promessas, cobrar transparência e desconfiar de candidaturas que aparecem somente em busca de votos. A democracia não termina diante da urna. Ela continua na fiscalização do mandato e na cobrança por resultados. Votar localmente, portanto, não é votar por amizade, fama ou conveniência. É votar com consciência sobre a importância de eleger quem tenha compromisso com a cidade e com a região. Voto legal é voto consciente. E, para Ribeirão Preto, voto consciente também deve ser voto local.



OPINIÃO DO LEITOR

De novo a história de captar água do rio Pardo. Esse filme e velho e deve ter muita gente interessada na obra! Impressionante como Ribeirão roda, roda e cai sempre no mesmo lugar.

Joaquim Buche, Jardim Piratininga

NOVAS IDEIAS

IA deve se tornar uma estratégia empresarial

PAOLA BITTENCOURT BATISTA*



É INEGÁVEL QUE A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL DEIXOU DE OCUPAR APENAS O ESPAÇO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA. MAIS DO QUE ISSO, DEVE SE TORNAR UMA ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

Cada vez mais, ela passa a integrar a estratégia das empresas, influenciando a forma como organizações tomam decisões, automatizam processos, atendem clientes e se posicionam em um mercado cada vez mais competitivo.

No Brasil, essa transformação ganha ainda mais relevância diante de um ambiente de negócios marcado pela complexidade tributária, constantes mudanças regulatórias e um grande volume de obrigações acessórias. Nesse cenário, a IA se torna uma aliada para aumentar a eficiência, organizar informações e apoiar decisões estratégicas. Mais do que adotar novas ferramentas, o desafio é incorporá-las de forma inteligente ao modelo de gestão.

Ao mesmo tempo, o avanço acelerado da inteligência artificial traz novas responsabilidades. O entusiasmo pela utilização dessas plataformas precisa ser acompanhado por uma preocupação igualmente importante: a segurança da informação. Muitas empresas já utilizam soluções inteligentes em suas rotinas, mas ainda desconhecem como dados corporativos sensíveis podem ser armazenados, processados ou utilizados por plataformas abertas. Por isso, governança e proteção de dados passam a fazer parte da estratégia de adoção da tecnologia.

Outro aspecto que ganha destaque é o potencial do Brasil nesse novo cenário global. A expansão da inteligência artificial exige infraestrutura robusta, grande capacidade de processamento e elevado consumo de energia. Nesse contexto, o país reúne vantagens competitivas importantes, como disponibilidade de energia limpa e amplo espaço para instalação de datacenters, fatores que, sem dúvida, despertam o interesse de investidores internacionais.

No entanto, transformar esse potencial em oportunidades depende de um ambiente regulatório seguro e previsível. O desenvolvimento da inteligência artificial exige regras claras, segurança jurídica e estabilidade institucional capazes de estimular investimentos e dar confiança às empresas que pretendem ampliar o uso da tecnologia.

A inteligência artificial deixou de ser apenas uma inovação. Hoje, envolve governança, proteção de dados, estratégia de longo prazo e capacidade de adaptação. As empresas que compreenderem essa mudança estarão mais preparadas para gerar eficiência, criar novos modelos de negócio e aproveitar as oportunidades da economia digital. As que tratarem a IA apenas como uma ferramenta operacional correm o risco de perder competitividade em um mercado onde a transformação já está em curso. E de forma acelerada.

*advogada, é sócia-diretora da LBA Soluções em Negócios

Jornal Digital
Leia o QRCode e acesse a versão online do Jornal Ribeirão

Pontos de Distribuição
Veja onde você encontra a versão impressa do Jornal Ribeirão:

- Banca Tibiriça - R. Tibiriçá, 600
- Banca do Denis - R. Otavio Golfeto, 326
- Banca Saudade - Av. Saudade S/N
- Banca Paulista - Av. Independência, 1680
- Banca 2000 - Praça Coração De Maria S/N
- Banca Balieiro - R. Gen. Osório, 549 - Calçadão
- Banca Oracilda - Praça Jose Mortari S/N
- Banca Solange - Av Pres. Vargas, 25 - Esq. Av R. Nove De Julho
- Banca Camões - Praça Camões S/N
- Banca Oásis - R. Duque de Caxias, 800
- Banca Pinguim - R. Gen. Osório em frente a Choperia Pinguim - Calçadão
- Banca do Valdir - Av. Nove De Julho, 378 - Esq. R. Visconde de Inhaúma
- Banca 13 de Maio - Av. 13 De Maio, 575
- Banca Irajá - R. Dr. Isaac Teodoro de Lima, 588
- Banca Sete de Setembro - Praça
- Banca do Emerson - R. Campos Salles, 431
- Banca Oficce Center - Av Portugal, 1760
- Banca do Amaral - R. Amador Bueno, 395
- Banca da Lucia - Av Dom Pedro S/N
- Banca do Rogério - R. Maria Tereza Braga Cenri, 425
- Banca do Peruano - R. Florêncio De Abreu S/N (Calçada Catedral)
- Banca da Japa - Av. Jerônimo Gonçalves, 493 (Próx Rodoviária)

JORNAL RIBEIRÃO
SKY COMUNICAÇÃO E EVENTOS LTDA
cnpj 12.884.377/0001-30
www.JORNALRIBEIRAO.COM.BR

REDAÇÃO:
Av. Eduardo Gomes de Souza, 766 - S/4
City Ribeirão - Ribeirão Preto/SP
CEP 14021-540

Editor-chefe: **Eduardo Schiavoni**
Editor adjunto: **Beatriz Camargo**
Editor de arte: **Daniel Torrieri**

Contato:
redacao@jornalribeirao.com.br

ATENDIMENTO AO LEITOR:
(16) 99173-3980
Acesse pelo QRCode >

Departamento Comercial:
comercial@jornalribeirao.com.br

Material noticioso e fotográfico fornecido pelas agências de notícias Estado, Brasil, France-Press, Reuters, pela equipe de correspondentes e pelos colaboradores.

O Jornal Ribeirão não se responsabiliza por conceitos ou opiniões emitidos em colunas ou artigos assinados.