

COLÉGIO SÃO LUÍS

ENSINO MÉDIO
CURSO DE METODOLOGIA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

Guilherme Valder Garcia
23

TÍTULO:

**TÍTULO: Impacto da Inteligência Artificial no mercado de trabalho:
oportunidades para startups, transformações no setor financeiro e a influência
da nova era digital**

Análise sobre o papel das startups emergentes, as mudanças nas profissões, o crescimento de cursos relacionados à IA e a influência dos criadores de conteúdo nesse processo.

São Paulo

**TÍTULO: Impacto da Inteligência Artificial no mercado de trabalho:
oportunidades para startups, transformações no setor financeiro e a influência
da nova era digital**

Análise sobre o papel das startups emergentes, as mudanças nas profissões, o crescimento de cursos relacionados à IA e a influência dos criadores de conteúdo nesse processo.

Artigo apresentado como requisito de aprovação em “Metodologia de Iniciação Científica”, na 2ª série do EM do Colégio São Luís

Orientador(a): Dr^a. Mônica Diniz

São Paulo
23

1 Introdução.....	10
1.1 Justificativa.....	12
2 Objetivo de pesquisa.....	14
2.1 Impacto dos influenciadores nessa nova era da IA.....	16
3 Impactos da IA especificamente no setor financeiro e soluções para minimizar o impacto da automação sobre os funcionários.....	24
3.1 Oportunidades que IA está fornecendo para as novas startups que estão chegando no mercado.....	27
4 Metodologia.....	30
4.1 CONCLUSÃO OU CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	34
5 REFERÊNCIAS	

EPÍGRAFE

Epígrafe: “A Inteligência Artificial não substituirá os humanos, mas aqueles que souberem utilizá-la substituirão quem não souber.”

A epígrafe escolhida: “*A Inteligência Artificial não substituirá os humanos, mas aqueles que souberem utilizá-la substituirão quem não souber*” representa bem a essência do tema. Ela mostra que o verdadeiro desafio da tecnologia não é o medo de perder espaço para as máquinas, mas a capacidade de aprender a trabalhar junto com elas.

Essa frase é importante porque reforça que o futuro do trabalho depende da adaptação e do aprendizado constante. A IA não vem para eliminar o ser humano, e sim para transformar o jeito como atuamos. Quem souber aproveitar essas novas ferramentas terá mais chances de crescer, enquanto quem resistir às mudanças pode acabar ficando para trás. Por isso, a epígrafe resume de forma simples e direta a importância de usar a inteligência artificial a favor do ser humano, e não contra ele.

RESUMO

A Inteligência Artificial vem mudando a forma como vivemos, trabalhamos e até pensamos sobre o futuro. Ela está presente em quase tudo: nas redes sociais, nos bancos, nas lojas online e até nas vagas de emprego. E essa presença crescente traz tanto oportunidades quanto preocupações especialmente para quem está entrando no mercado de trabalho e teme ser substituído por máquinas.

No setor financeiro, por exemplo, o impacto é enorme. Hoje, algoritmos conseguem analisar milhões de dados em segundos, prever comportamentos do mercado e identificar possíveis fraudes muito mais rápido do que qualquer pessoa conseguiria. Isso é incrível do ponto de vista da eficiência, mas também significa que muitas funções repetitivas como análise básica de planilhas, atendimento e verificação de dados estão sendo substituídas por sistemas automatizados. O profissional que antes fazia essas tarefas precisa agora aprender a trabalhar junto com a tecnologia, interpretando dados, tomando decisões estratégicas e usando a IA como aliada.

Mas a Inteligência Artificial não está apenas tirando empregos; ela está criando caminhos. Surgem novas profissões ligadas à programação, à análise de dados, à segurança digital e até à ética da tecnologia algo que há poucos anos nem existia. O problema é que muitas pessoas ainda não têm acesso à capacitação necessária para ocupar esses novos cargos. Por isso, a educação e o aprendizado contínuo se tornam mais importantes do que nunca. Não basta ter um diploma. É preciso estar aberto a aprender sempre, se atualizar e se adaptar.

Ao mesmo tempo, há um fenômeno que vem crescendo rapidamente: as “falsas oportunidades” relacionadas à IA. São anúncios e cursos que prometem riqueza fácil, empregos automáticos ou lucros milagrosos com ferramentas de inteligência artificial. Muitos jovens, com medo de ficar para trás, acabam investindo tempo e dinheiro em algo que não é real. Isso é preocupante, porque mostra como o avanço tecnológico também pode ser usado de forma enganosa. Por isso, é fundamental ter senso crítico, pesquisar, questionar e buscar aprendizado em lugares sérios.

Apesar dos riscos e incertezas, a IA também está abrindo portas incríveis para quem sabe aproveitá-la. Startups inovadoras estão surgindo em ritmo acelerado, oferecendo novas oportunidades de carreira. Profissionais criativos e curiosos estão se destacando ao aprender como usar a tecnologia para resolver problemas humanos e não para substituir pessoas. No fundo, a IA não é o fim dos empregos, mas sim o começo de uma nova relação entre pessoas e máquinas.

O que realmente muda com a Inteligência Artificial é a forma de pensar o trabalho. Antes, bastava repetir processos. Agora, o diferencial está em ser humano ter empatia, pensamento crítico, criatividade e capacidade de lidar com o inesperado. São habilidades que as máquinas ainda não conseguem reproduzir.

Por isso, mais do que temer a IA, precisamos aprender a conviver com ela. O futuro do trabalho não será dominado por robôs, mas por pessoas que souberem usar a tecnologia com inteligência, responsabilidade e propósito. A IA pode ser uma ameaça para quem para no tempo, mas é uma aliada poderosa para quem decide evoluir junto com ela.

Palavras-chave: Falsas oportunidades, desafios, oportunidades

- O texto deve ser redigido na terceira pessoa do singular, com o verbo na voz ativa, em linguagem clara, concisa e direta;
- Deve conter informações referentes aos objetivos, à metodologia, aos resultados e às conclusões do trabalho;
- Resumo aparece em folha própria, em texto justificado, sem recuo de parágrafo, na mesma fonte do texto; a palavra "Resumo" deve figurar centralizada na folha;
- Não deve conter citações;
- O resumo deve ser seguido das palavras-chave representativas do conteúdo do trabalho, separadas entre si por ponto;
- Sugere-se utilizar entre três e seis palavras-chave, guiadas pelo tema, pelo objeto e pelo problema de pesquisa.

1 INTRODUÇÃO

A inteligência artificial atualmente vem se tornando um dos temas mais debatidos. Esse assunto está sendo impulsionado por avanços tecnológicos que estão transformando a forma como empresas são gerenciadas. Essa transformação ocorre em como as empresas estão tomando decisões e como elas estão se aproveitando da nova tecnologia para reduzir as tarefas repetitivas como análise de gráficos e prever comportamentos de consumo. Além disso, esse tema está mudando o comportamento dos profissionais que estão tendo que se adaptar e se preparar para o mercado de trabalho que está exigindo um domínio dessa tecnologia. Com isso, os trabalhadores estão tendo que procurar cursos e estudar como utilizar da melhor forma esse novo modelo de trabalho. De acordo com um relatório da Coursera, plataforma global de ensino online, as matrículas

em cursos de IA aumentaram 866% em 2024 em comparação ao ano anterior. Esse salto indica que cada vez mais pessoas estão buscando se qualificar nessa área para se manterem competitivas no mercado de trabalho. Além disso, o Brasil registrou mais de 160 mil matrículas em cursos de IA em 2023, segundo dados da mesma plataforma. Esse número demonstra o crescente interesse dos brasileiros em adquirir conhecimentos sobre IA, seja para aprimorar habilidades existentes ou para ingressar em novas carreiras. A demanda por profissionais qualificados em IA também está em ascensão. Uma pesquisa da Associação Brasileira de Empresas de Software (ABES) prevê um aumento de 150% na procura por especialistas em IA até o final de 2025. Esse cenário destaca a importância da capacitação contínua para atender às exigências do mercado.

À medida que essa tecnologia evolui, os trabalhadores têm o compromisso de se adaptar a essas novas mudanças. Essa evolução da tecnologia ocorre em diversas áreas, desde a automação de tarefas repetitivas, como por exemplo digitação de dados em que o profissional inseri informações manualmente em planilhas ou sistemas. Isso ocorre em áreas que exigem atendimento padrão ao cliente e o profissional consegue responder perguntas comuns via chat ou telefone. As ideias relacionadas a IA surgiram com o pensamento de criar uma máquina que pudesse reagir e reagem à programa previamente determinado. No século XVII-XVIII pensadores como René Descartes¹ e Gottfried Leibniz imaginaram a possibilidade de máquinas que pudessem raciocinar. Leibniz chegou a propor um sistema lógico que mais tarde influenciaria a computação. A IA só tomou força a partir de 1950, onde só foi possível fazê-la por conta de tecnologias anteriores como por exemplo matemática lógica, sistemas formais, álgebra booleana e teorias computacionais que permitiram a criação de algoritmos.

Segundo Lucas de Brito Simões e Alanis Soares dos Santos, alunos da Faculdade de Tecnologia de Americana, a IA tem o potencial de criar dependência, principalmente quando as atividades simples e rápidas são automatizadas. (Revista Brasileira de Tecnologia e Informação, v.5, nº2, 2023). Essa dependência ocorre principalmente no dia a dia das pessoas, onde os trabalhadores não estão tomando decisões por conta própria, esperando a IA dizer o que fazer. (como confiar cegamente em algorítmicos, GPS ou assistentes virtuais), podendo

¹ Gottfried Leibniz filósofo Alemão- 1646-1716
René Descartes- filósofo Francês- 1596-1650

impactar seriamente no pensamento crítico das pessoas ou resolver problemas sozinhos.

No entanto, essa revolução tecnológica, no caso a inteligência artificial traz diversos desafios principalmente para os trabalhadores. Esses profissionais têm o desafio de saber interagir com a inteligência do modo certo, que no caso é saber que a tecnologia não deve ser utilizada como palavra final de uma decisão e sim auxiliar e servir como uma forma de apoio. Além disso, é necessário que os trabalhadores entendam suas limitações e saibam identificar as coisas certas e erradas foram fornecidas.

Além disso, essa automação pode substituir diversos serviços. A profissão mais impactada pela inteligência artificial (IA) é a de caixas e bilheteiros, com um risco de automação estimado em 97% até 2030, conforme estudos da Universidade de Oxford da consultoria de Gartner.

Com isso, essa substituição de empregos está aumentando cada vez mais a desigualdade social. A revista de Ciência Sociais de Desenvolvimento publicada em 2018 produzida pelos autores Renato Braz Mehanna Khamis e Juliana da Silva Alvesa aborda a relação entre a Inteligência Artificial (IA) e as desigualdades socioeconômicas no contexto atual do capitalismo. Essa revista destaca que essa tecnologia atua como uma influência na separação das classes e automaticamente na desigualdade social. Segundo o McKinsey (dez/2023) estima-se que a *IA generativa* pode acentuar a desigualdade racial nos EUA, adicionando cerca de US\$ 43 bilhões ao ano à disparidade de riqueza entre lares negros e brancos, caso não sejam adotadas políticas corretivas

Um dos principais impactos está na renda. Profissionais altamente qualificados, que já ocupam cargos com bons salários, tendem a ganhar ainda mais com o uso da IA, pois conseguem aumentar sua produtividade e se adaptar facilmente às novas ferramentas. Por outro lado, trabalhadores com menor escolaridade ou que atuam em funções repetitivas e operacionais enfrentam o risco de serem substituídos por sistemas automatizados, o que pode levar à perda de emprego ou à migração para ocupações informais e de menor remuneração.

Outro aspecto importante é o acesso às oportunidades. A IA tem exigido novas habilidades, como pensamento analítico, domínio de ferramentas digitais e conhecimento técnico. Porém, nem todos têm as mesmas condições de acompanhar essa evolução. Pessoas que vivem em regiões periféricas, zonas

rurais ou em situação de vulnerabilidade social muitas vezes não têm acesso a cursos de capacitação, internet de qualidade ou recursos para investir na própria formação. Com isso, as oportunidades de crescimento profissional acabam ficando restritas a uma parcela da população, ampliando ainda mais a desigualdade.

Além disso, há um aumento da chamada exclusão digital. Muitas pessoas ainda não têm acesso regular a computadores, celulares modernos ou internet, o que as impede de participar de plataformas de trabalho digital, se qualificar por meio de cursos online ou mesmo se adaptar às novas exigências do mercado. Essa exclusão gera um ciclo difícil de quebrar: quem não tem acesso à tecnologia fica fora das novas formas de trabalho, e quem está fora do mercado tem menos chances de melhorar suas condições de vida.

Portanto, embora a IA traga muitos benefícios, ela também pode aprofundar desigualdades já existentes. É essencial que haja políticas públicas de inclusão digital, acesso à educação de qualidade e programas de capacitação acessíveis para que todos possam acompanhar essa transformação e ter chances reais no novo mundo do trabalho.

Essa substituição de emprego está aumentando pelo fato de as máquinas e sistemas da IA, terem a capacidade de trabalhar 24 horas, com uma maior velocidade e eficiência em certas atividades como preenchimento de formulários, processamento de dados e planilhas e envio automático de e-mails. Além disso, essa tecnologia não recebe salários, férias ou pausas, reduzindo os custos para as empresas.

De acordo com (IBGE) publicada em setembro de 2024 por diversos veículos de comunicação, incluindo a revista, no quarto trimestre de 2022, aproximadamente 2,1 milhões de pessoas no Brasil estavam empregadas por meio de plataformas digitais. Desse total, cerca de 1,5 milhão trabalhavam por meio de aplicativos de serviços, como transporte e entregas, representando 1,7% da população ocupada no setor privado. Além disso, 628 mil pessoas atuavam em plataformas de comércio eletrônico. Essas oportunidades surgiram da expansão das plataformas digitais que conectam prestadores de serviços a consumidores, especialmente em setores de comércio eletrônico. No entanto, esse emprego é muito precarizado, pois as condições estão sempre piorando, ou seja, os trabalhadores perdem direitos, recebem menos salário e muitas vezes trabalham

mais horas. Um exemplo, disso são os motoristas da plataforma 'Uber' conhecida pelos termos "Uberização", em que o trabalhador usa um aplicativo digital para fazer os famosos "bicos" que são trabalhos temporários ou informais, que a pessoa faz para ganhar dinheiro. Esse tipo de trabalho ocorre sem contrato fixo, sem carteira assinada e sem garantias como por exemplo férias. Para amenizar isso, deve-se investir na melhoria da educação para que os trabalhadores tenham mais oportunidades no mercado de trabalho. Além disso, é fundamental atualizar as leis trabalhistas para acompanhar as novas formas de trabalho, que no caso, são os trabalhos remotos e por aplicativo. Além disso, iniciativas que valorizam o trabalho humano, como cooperativas, economia solidária e empresas com responsabilidade social.

Além dessas oportunidades, muitos profissionais melhoraram seus resultados e produtividade pela ajuda de inteligência artificiais como *ChatGPT*, *Copilot*, dentre outros. Uma pesquisa realizada pela HP "Índice de Relacionamento com o Trabalho", divulgada em setembro de 2024, revelou que trabalhadores que utilizam IA são 11 vezes mais satisfeitos e produtivos em comparação àqueles que não fazem uso dessa tecnologia. O estudo, que entrevistou 15,6 mil participantes em 12 países, destacou que 66% dos trabalhadores do conhecimento já incorporam a IA em suas atividades, um aumento de 38% registrados em 2023. Isso ocorre pelo fato de a IA ter a capacidade de eliminar atividades repetitivas como preenchimento de formulários, análise de dados e geração de relatórios, permitindo que os profissionais foquem em tarefas mais estratégicas e criativas, aumentando a eficiência e reduzindo o estresse. Além disso, a tecnologia permite um acesso rápido a informações e soluções por meio do *ChatGPT*, *Copilot* etc., fazendo com que eles economizem tempo em tomadas de decisões, melhorando a agilidade do trabalho.

Essas mudanças que estão acontecendo no mundo por conta da IA estão diretamente relacionadas a ODS 8- Trabalho decente e crescimento econômico. Essa ODS busca promover o crescimento econômico sustentável, com foco em empregos produtivos e com condições dignas para todos. Ela está ligada a IA pelo fato de a automação substituir empregos e ao mesmo tempo criar oportunidades em setores de tecnologia, como criadores de lojas virtuais, de apps e de *software*, ou seja, o desafio está em não aumentar a desigualdade social.

Nesse projeto, focarei no setor financeiro para falar das desvantagens dessa tecnologia pois essa área é uma das mais afetadas negativamente. Segundo uma reportagem do *business Insider* publicada em um programa de pesquisa de uma multinacional chamada PxC, (PricewaterhouseCoopers), uma pesquisa intitulada "Prepare-se hoje para a força de trabalho do futuro". Este estudo global foi conduzido em colaboração com a professora Lynda Gratton, da London Business School, e envolveu 1.246 líderes de negócios e de Recursos Humanos em 79 países. O objetivo principal foi identificar as competências organizacionais mais críticas para o futuro e avaliar o grau de preparação das empresas em relação a essas competências afirma que "os serviços são uma fonte de receita crescente para a Mastercard. Coletivamente, eles aumentaram a receita em 23%(investimento) em IA atingindo um total de 620 milhões de dólares até o final de 2016". Isso ocorre pois os processos inteligentes reduzem os custos, otimizam tempo e ainda permitem que os profissionais do ramo possam dedicar mais energia a tarefas mais complicadas, deixando de perder tempo com procedimentos detalhados e trabalhosos, porém necessários para o bom funcionamento dos negócios.

Esse trabalho será dividido em três capítulos, cada uma abordando um tema específico. O primeiro capítulo tratará de um dos maiores desafios relacionados à inteligência artificial atualmente: a disseminação de oportunidades falsas promovidas por influenciadores digitais. Esses criadores de conteúdo lucram com visualizações e cursos que prometem ensinar métodos supostamente inovadores para ganhar dinheiro com IA. Embora nem todos os influenciadores ajam dessa forma, há um crescimento preocupante de casos em que as promessas feitas não condizem com a realidade.

Esse tema é fundamental para ser discutido, pois além de divulgarem "fake opportunities", muitos influenciadores incentivam profissionais a utilizarem IA em tarefas para as quais a tecnologia ainda não está totalmente preparada. Algumas dessas tarefas exigem precisão, interpretação complexa e julgamento humano que os chats de IA, por mais avançados que sejam, ainda não conseguem executar com qualidade. O problema aumenta quando esses influenciadores focam exclusivamente no faturamento por likes e visualizações, ignorando o impacto que suas recomendações causam no mercado de trabalho.

O setor financeiro, escolhido como foco deste trabalho, vem sendo diretamente afetado por essa situação. A inteligência artificial está cada vez mais presente em análises de investimentos, gestão de riscos e automação de processos, mas o uso irresponsável da tecnologia pode levar a consequências graves, como decisões equivocadas e perdas financeiras. A propagação indiscriminada dessas falsas promessas compromete não apenas profissionais individuais, mas também a credibilidade e estabilidade do mercado como um todo.

Portanto, é essencial compreender os limites da IA e promover um debate crítico sobre sua aplicação real no mercado financeira. Somente assim será possível diferenciar o potencial genuíno da tecnologia das promessas irreais vendidas por influenciadores que enxergam apenas o lucro imediato. Essa discussão se faz necessária para garantir que a inteligência artificial seja utilizada de maneira ética, eficiente e alinhada com as reais necessidades do setor e da sociedade.

Segundo uma pesquisa do Citibank realizada pela ITIGROUP (*AI in Finance: Bot, Bank & Beyond*. London: Citi Global Perspectives & Solutions, 17 jun. 2024), 54% dos empregos no setor financeiro apresentam um alto potencial de automação, com mais 12% podendo passar por algum grau de automação avançada até 2028.

Diante desse cenário, o Capítulo 2 abordará soluções para minimizar o impacto da automação sobre os funcionários que poderão ser substituídos no futuro. Para isso, serão realizada entrevista com meu pai, que atualmente trabalha no BTG Pactual, trazendo sua visão sobre o mercado financeiro e estratégias para preparar psicologicamente os profissionais diante dessa transformação.

Além disso, serão analisadas medidas que possam auxiliar os trabalhadores a se adaptar, seja por meio do desenvolvimento de novas habilidades ou pela busca de formas de integração ao avanço tecnológico. Todo esse processo será explorado e debatido neste capítulo, com foco em alternativas viáveis para tornar essa transição mais equilibrada e menos impactante.

E por fim, o capítulo 3 focará nas oportunidades que a IA está criando e como as pessoas que possivelmente serão substituídos no mercado financeiro podem migrar para esses novos mercados. O uso da inteligência artificial para criar sites de lojas virtuais está crescendo rapidamente. Ferramentas de IA generativa já permitem que

empreendedores automatizem descrições de produtos, atendimento ao cliente e até mesmo a criação de páginas de venda. Além disso, plataformas como Wix e WordPress estão incorporando IA para facilitar o design e a personalização de sites de lojas virtuais por exemplo.

Embora não haja um número exato de profissionais trabalhando diretamente com IA no desenvolvimento de e-commerce, a tendência indica que cada vez mais pessoas estão adotando essas tecnologias para otimizar seus negócios online.

2.1 Impacto dos influenciadores nessa nova era da IA

A IA estar transformando profundamente o mercado de trabalho, influenciando os funcionários a utilizarem a IA para fazer tarefas repetitivas como a análise de risco, concessão de crédito e gestão de portfólios estão sendo automatizadas por algoritmos que processam dados em grande escala, eliminando a necessidade de analistas humanos e em muitos casos a produtividade.

Esse capítulo analisará o impacto dos influenciadores nessa nova era da IA, onde está ocorrendo casos de influencers que estão expondo oportunidades de trabalho falsas, ou seja, que não existem. Eles na maioria das vezes postam essas “fake opportunities” no Youtube com o objetivo de ganhar visualizações, ou seja, ganhar dinheiro e acabam não se preocupando com o impacto que está sendo gerado nas sociedades.

Na era da inteligência artificial, os influenciadores digitais exercem um papel central na disseminação de informações, moldando percepções e influenciando milhões de pessoas. No entanto, essa influência nem sempre é benéfica. Um fenômeno preocupante que tem crescido nos últimos anos é a exposição de oportunidades falsas de trabalho no YouTube. Muitos criadores de conteúdo, motivados pela busca de mais

visualizações e engajamento, publicam vídeos prometendo empregos fáceis, altos ganhos financeiros e oportunidades imperdíveis. O grande problema? Muitas dessas vagas simplesmente não existem.

Influenciadores que abordam temas como empreendedorismo, renda extra e trabalho remoto frequentemente divulgam vídeos com títulos chamativos, como "Ganhe R\$10.000 por mês sem sair de casa!" ou "Emprego garantido para qualquer pessoa!". Esses vídeos exploram a vulnerabilidade de pessoas que buscam oportunidades reais no mercado de trabalho, levando-as a investir tempo e dinheiro em cursos ou processos seletivos. O objetivo principal desses criadores não é auxiliar seus seguidores, mas sim gerar tráfego e aumentar sua receita por meio da monetização do conteúdo. Dados recentes apontam que mais da metade dos influenciadores digitais no Brasil (56,24%) são impactantes por fraudes, o que inclui desde compra de seguidores até a disseminação de informações enganosas. Além disso, a responsabilidade civil desses influenciadores vem sendo debatida no meio jurídico, especialmente no que se refere à propaganda enganosa. Como a regulamentação ainda é insuficiente, muitos criadores continuam explorando essa prática sem sofrer consequências legais imediatas.

A disseminação dessas falsas oportunidades impacta diretamente a confiança do público nos influenciadores e na própria plataforma. Além de alimentar a desinformação, essa prática pode prejudicar financeiramente aqueles que acreditam nessas promessas, levando-os a perder dinheiro em treinamentos, cursos ou até mesmo em processos seletivos inexistentes. Empresas e órgãos reguladores já iniciaram debates sobre maneiras de combater esse problema, mas ainda há um longo caminho a percorrer. A falta de fiscalização e punição permite que essa prática continue crescendo, afetando milhares de pessoas que buscam uma chance legítima no mercado de trabalho. Para conter essa onda de desinformação, é fundamental que haja uma regulamentação mais rigorosa sobre o marketing de influência, além de maior responsabilidade das plataformas como o YouTube na moderação desse tipo de conteúdo.

Além da regulamentação, é fundamental promover a educação digital como ferramenta de empoderamento social. Em um cenário onde a inteligência artificial e os algoritmos definem o que aparece nas telas dos usuários, saber identificar

conteúdos enganosos torna-se uma habilidade essencial. Infelizmente, grande parte da população brasileira ainda não possui conhecimento digital necessário para distinguir entre informações confiáveis e promessas. Um exemplo disso prático e preocupante dessa realidade no Brasil ocorreu durante as eleições de 2022. Segundo análise publicada pelo Jornal da USP, algoritmos de redes sociais foram usados para segmentar mensagens políticas altamente personalizadas, com base em dados psicográficos dos usuários. Isso significa que eleitores receberam conteúdos moldados para provocar reações emocionais específicas muitas vezes sem perceber que estavam sendo manipulados.

Essa prática, chamada de *infocracia*, cria bolhas informacionais onde o usuário só vê aquilo que reforça suas crenças, dificultando o acesso a visões plurais e críticas. O resultado? Uma população vulnerável à desinformação, sem ferramentas para avaliar a veracidade ou a intenção por trás do que consome online.

O problema se agrava porque muitos brasileiros ainda não têm formação digital suficiente para distinguir entre uma notícia legítima e uma promessa manipulativa. E quando a curadoria do conteúdo é feita por algoritmos que priorizam engajamento em vez de qualidade, o risco de desinformação se multiplica.

Isso abre margem para que influenciadores mal-intencionados manipulem a esperança das pessoas, principalmente aquelas que enfrentam desemprego, dificuldades financeiras ou buscam uma mudança de vida rápida. Por isso, campanhas de conscientização, programas educacionais e até políticas públicas voltadas à alfabetização digital são urgentes e indispensáveis.

Nesse contexto, as plataformas digitais, especialmente o YouTube, precisam assumir um papel mais ativo e responsável. Hoje, o modelo de negócio dessas plataformas ainda é majoritariamente baseado em visualizações e engajamento — o que favorece títulos sensacionalistas e conteúdos apelativos. No entanto, é preciso repensar essa lógica. A introdução de filtros de verificação, sistemas de denúncias mais eficazes e alertas automáticos em conteúdos suspeitos são caminhos viáveis. O YouTube, por exemplo, poderia exigir que vídeos sobre oportunidades de trabalho apresentem fontes verificadas, selos de autenticidade ou, ao menos, um aviso claro

sobre a veracidade do conteúdo. Essa transparência ajudaria o público a fazer escolhas mais conscientes.

No campo jurídico, a discussão sobre a responsabilidade civil dos influenciadores vem ganhando força. Hoje, muitos criadores se aproveitam da ausência de regulamentações específicas para divulgar cursos, plataformas e promessas falsas sem qualquer tipo de consequência legal imediata. Contudo, já há juristas defendendo a criação de uma lei nacional de influência digital, que apresente critérios, penalidades e deveres éticos para aqueles que usam suas redes para impactar milhares ou até milhões de pessoas. Isso incluiria desde a responsabilidade sobre o que é divulgado, até a obrigatoriedade de alertas quando o conteúdo envolver ganhos financeiros, vagas de trabalho ou investimentos.

As marcas patrocinadoras também têm um papel crucial nesse processo. Ao financiar ou se associar a influenciadores que praticam desinformação, essas empresas colaboram para a normalização do problema. Assim, práticas como auditorias de conteúdo, e compromissos éticos em contratos de parceria precisam ser adotadas com mais rigor. O marketing de influência não pode se tornar um terreno fértil para a manipulação e o oportunismo digital.

Por outro lado, é importante lembrar que a influência digital também pode ser um instrumento de transformação social positiva. Existem muitos criadores de conteúdo comprometidos com a verdade, com o acesso democrático à informação e com a formação profissional do seu público. Esses influenciadores poderiam ser incentivados por meio de programas de apoio, premiações de conteúdo educativo e maior visibilidade nas plataformas. A ideia não é censurar a internet, mas sim criar mecanismos que valorizem quem informa com responsabilidade.

O impacto de tudo isso não se restringe apenas à credibilidade das redes sociais ou à frustração individual de quem caiu em um golpe. Estamos falando de consequências sociais profundas, como o desânimo com o mercado de trabalho, o endividamento de famílias inteiras que pagam por cursos inúteis, e a desconfiança crescente em relação à tecnologia e às novas formas de trabalho. Em um país onde o desemprego ainda é uma realidade dura para milhões, qualquer promessa de solução rápida faz com que

essas pessoas corram atrás dessa “salvação” e é justamente essa vulnerabilidade que está sendo explorada.

Diante desse cenário, é urgente que o Brasil e o mundo avancem no debate sobre a ética digital na era da inteligência artificial. O futuro do trabalho passa não só pela tecnologia, mas também por valores humanos, como a honestidade, a empatia e a responsabilidade coletiva. O combate à desinformação, especialmente sobre emprego e renda, deve ser prioridade de governos, empresas, plataformas e da própria sociedade civil. Só assim será possível construir um ecossistema digital mais justo, confiável e alinhado com os reais interesses da população.

Esse capítulo, portanto, não apenas denuncia um problema atual e crescente, mas também propõe reflexões e caminhos. Em tempos de transformações tão aceleradas, a sociedade precisa caminhar junto à tecnologia sem deixar ninguém para trás.

O mais absurdo é que esses vídeos continuam sendo recomendados pelo algoritmo como se fossem conteúdo útil, quando na real só atrapalham quem está tentando melhorar de vida. As plataformas ganham com isso também, porque quanto mais gente assiste, mais dinheiro rola para todo mundo — menos para quem acreditou na promessa falsa. E aí, quem cai nesse tipo de armadilha muitas vezes não tem a quem pedir ajuda, porque nem sempre tem prova do golpe, e o criador já está lá, postando o próximo vídeo com outro título chamativo.

Enquanto isso, quem realmente quer trabalhar, aprender ou empreender de verdade acaba descreditando de tudo. A confiança nas redes sociais vai para o ralo, e cada vez fica mais difícil saber em quem confiar. A culpa é só dos influenciadores? Não. As plataformas também precisam ser cobradas. O YouTube, por exemplo, devia ter um filtro mais forte para esse tipo de conteúdo, exigir comprovação mínima do que está sendo dito, principalmente quando envolve dinheiro ou promessas de emprego.

Infelizmente enquanto estiver dando dinheiro, pouca gente vai se preocupar com ética. E é aí que entra a importância da educação digital. As pessoas precisam entender que nem tudo que brilha é ouro, e que nem todo vídeo de “trabalho fácil” é real. Muita gente, principalmente quem está apertado financeiramente, acaba sendo atraída por essas promessas, e isso só mostra o quanto a gente precisa falar mais sobre isso nas escolas, nas redes, nos espaços públicos.

Também seria importante que existisse alguma punição real para quem faz esse tipo de conteúdo enganoso. Hoje em dia, os influenciadores podem enganar milhares de pessoas e no máximo levar um strike. Isso não adianta. Tinha que responder na justiça, pagar multa, ter o canal derrubado. Do mesmo jeito que a gente cobra empresas que fazem propaganda enganosa na TV, a internet devia ter a mesma cobrança.

Agora, uma coisa precisa ficar clara: nem todo influenciador é assim. Tem muita gente boa, que usa a internet para ajudar, ensinar, inspirar. Esses merecem apoio, mais espaço, mais visibilidade. O problema é que, hoje, quem grita mais alto mesmo que seja mentira acaba aparecendo mais. E aí a verdade vai ficando escondida no meio do barulho.

No final, tudo isso mostra que o problema não é só da tecnologia, da IA ou dos algoritmos. É sobre gente que escolhe usar essas ferramentas de um jeito errado. É sobre a falta de limite, de responsabilidade, de empatia. E enquanto ninguém fizer nada — nem governo, nem plataformas, nem o próprio público — essa onda de conteúdo falso vai continuar crescendo e prejudicando quem mais precisa.

Por isso, esse debate precisa acontecer agora. A gente está vivendo uma era nova, com novas formas de trabalhar, de ganhar dinheiro, de se informar. Só que, para essa era funcionar de verdade, precisa ter regra, respeito e consciência. Se não, o que era pra ser avanço, vira atraso.

Dando sequência à análise do impacto dos influenciadores digitais na era da inteligência artificial, é impossível ignorar a forma como muitos deles migraram para o universo financeiro com uma autoridade que raramente corresponde à realidade. Basta alguns milhares de seguidores e um discurso confiante para que indivíduos sem formação ou certificação passem a oferecer “mentorias”, cursos e métodos infalíveis para enriquecer. O problema começa exatamente aí: o que era para ser educação financeira vira promessa ilusória de dinheiro rápido.

Um dos exemplos mais comuns são os criadores de conteúdo que vendem o sonho do day trade como se fosse um atalho seguro para a liberdade financeira. Com vídeos

do tipo “Ganhe R\$500 por dia operando da sua casa”, esses influenciadores atraem principalmente jovens com pouco conhecimento técnico. De acordo com estudo da Fundação Getulio Vargas (FGV, 2022), mais de 92% dos traders iniciantes que tentam seguir esse caminho acabam tendo prejuízo financeiro, e muitos deles afirmam que começaram a operar após assistir vídeos no YouTube ou conteúdos em redes como Instagram e TikTok.

Esses dados da FGV são mais do que estatísticas frias: eles mostram a distância entre o que é prometido por muitos influenciadores e o que realmente acontece com quem segue esses “métodos infalíveis”. Quando mais de 90% das pessoas perdem dinheiro no day trade, isso mostra que não se trata de um problema individual, mas sim de um sistema alimentado por desinformação, ganância e, principalmente, pela falta de regulamentação nas redes sociais.

Muitos criadores de conteúdo vendem a ideia de que basta “acordar cedo, estudar gráfico e ter disciplina” para viver de trade. Só que a realidade, comprovada por uma instituição séria como a Fundação Getulio Vargas, mostra que quase ninguém ganha de verdade com isso. E mesmo assim, o conteúdo continua se espalhando como se fosse solução, não armadilha.

O mais preocupante é que quem mais acredita nessas promessas são justamente pessoas que estão em situação vulnerável — jovens sem perspectivas, desempregados, endividados. Pessoas que veem nesses vídeos uma saída rápida, porque não têm tempo ou estrutura para seguir caminhos mais longos, como o estudo formal ou a construção de carreira. O influenciador, por sua vez, se aproveita disso para ganhar com cliques, cursos, e-books e mentorias que, muitas vezes, não ensinam nada.

Diante de tudo isso, o mercado financeiro, os órgãos reguladores e as plataformas precisam urgentemente repensar seus papéis. Não dá mais para normalizar a atuação de “gurus de finanças” sem formação, sem registro na CVM, e sem responsabilidade com o público. Não se trata de censura, mas de proteger vidas reais, que estão sendo diretamente afetadas por promessas vazias.

A verdade é que não existe fórmula mágica no mundo dos investimentos. Ganhos consistentes exigem estudo sério, orientação profissional e, principalmente, paciência. O mercado financeiro pode sim ser uma ferramenta poderosa de transformação mas quando tratado com respeito, não com ilusão.

Concluir essa análise é reconhecer que o impacto da influência digital vai muito além de likes e visualizações. Quando ela atinge o bolso, a saúde mental e o futuro financeiro de uma pessoa, ela precisa ser tratada com a mesma seriedade que qualquer outra forma de comunicação pública. É hora de parar de romantizar promessas e começar a cobrar responsabilidade. Porque no fim das contas, o que está em jogo não é só dinheiro. É a vida de milhares de pessoas.

3 Impactos da IA especificamente no setor financeiro e soluções para minimizar o impacto da automação sobre os funcionários.

Esse capítulo desenvolverá o tema: impacto da IA especificamente no setor financeiro e soluções para minimizar o impacto da automação sobre os funcionários que poderão ser substituídos no futuro.

A inteligência artificial não está apenas mudando o mercado financeiro — ela está redefinindo o que significa trabalhar nele. Durante décadas, esse setor foi sinônimo de prestígio, raciocínio analítico, decisões rápidas e uma certa aura de exclusividade. Era o território dos que dominavam gráficos, tendências, relatórios e tinham o “feeling” para prever o imprevisível. Mas agora, esse feeling está sendo substituído por algo

mais frio, mais preciso e, para muitos, mais assustador: algoritmos que aprendem, operam e decidem com uma eficiência que nenhum ser humano pode igualar.

Não é exagero dizer que estamos vivendo uma transição histórica. Traders, analistas, gestores de risco, consultores e até profissionais de atendimento estão vendo suas funções serem automatizadas, reconfiguradas ou simplesmente extintas. E isso não é culpa da IA é consequência da evolução. O mercado financeiro sempre foi movido por inovação. A diferença é que, desta vez, a inovação está mexendo com a própria essência do trabalho humano.

Vamos aos fatos. Traders de alta frequência, que antes ganhavam fortunas operando em segundos, agora competem com máquinas que operam em milissegundos. Analistas que passavam dias montando relatórios são superados por modelos preventivos que cruzam dados de mercado, redes sociais, notícias e indicadores econômicos em tempo real. Gestores de risco, que antes dependiam de cenários e simulações, agora contam com IA que antecipa crises com base em conexões invisíveis ao olho humano. Até o compliance área crítica para evitar fraudes e garantir acordos está sendo automatizado por sistemas que monitoram transações e detectam padrões suspeitos com precisão cirúrgica.

E o atendimento ao cliente? Chatbots com linguagem natural já fazem recomendações de investimentos, tiram dúvidas e até consolam investidores em momentos de queda. A IA não dorme, não erra por cansaço, não se distrai. Ela está sempre aprendendo, sempre operando e evoluindo.

Mas aqui vem a parte mais importante: isso não significa que o humano está sendo descartado. Significa que o humano precisa se reinventar. E rápido.

A primeira medida é clara: requalificação profissional. Quem trabalha no mercado financeiro precisa entender que saber Excel e ler balanços não basta mais. É preciso dominar ciência de dados, estatística, programação, machine learning. Não para competir com a IA, mas para trabalhar com ela. O profissional do futuro será aquele que entende os limites da tecnologia, sabe interpretar seus resultados e toma decisões estratégicas com base nela.

A segunda medida é mais sutil, mas talvez mais poderosa: desenvolver habilidades humanas que a IA não tem. Empatia, ética, criatividade, pensamento crítico, visão

sistêmica. A IA pode prever uma queda de mercado, mas não pode entender o impacto emocional disso em uma família que investiu suas economias. Ela pode sugerir uma estratégia, mas não pode avaliar se essa estratégia está alinhada com os valores de uma empresa ou com os sonhos de um cliente.

A terceira medida é cultural: mudar a mentalidade das empresas. Em vez de ver a IA como uma ferramenta para cortar custos, é preciso vê-la como uma parceira para ampliar capacidades. Isso exige líderes que valorizem a adaptabilidade, que incentivem o aprendizado contínuo e que saibam equilibrar eficiência com humanidade.

E, por fim, há uma responsabilidade coletiva: governos, instituições e sociedade precisam garantir que essa transição seja justa. A automação não pode aprofundar desigualdades. É preciso investir em educação, criar políticas de proteção para trabalhadores em transição e garantir que o acesso à tecnologia seja democrático.

O mercado financeiro está mudando. E essa mudança não é apenas técnica é filosófica. Estamos saindo de um modelo baseado em controle e previsibilidade para um modelo baseado em colaboração entre humanos e máquinas. Quem entender isso, quem se preparar para isso, não apenas sobreviverá prosperará.

Porque no fim das contas, a IA pode ser brilhante. Mas o que dá sentido ao mercado, o que move investimentos, o que constrói confiança, ainda é e sempre será humano.

Em uma entrevista com meu pai que trabalha no BTG Pactual fica evidente e comprova tudo isso. Segundo ele, a IA está transformando o mercado financeiro aos poucos, mas não tanta em sua área. Como a área dele é mais comercial participando do famoso call, ele não vê tantas mudanças pois a IA até o momento não consegue comercializar e falar com o cliente por voz. Por tanto ele me falou que o BTG Pactual lançou uma assistente virtual com IA no WhatsApp, que permite aos clientes fazerem operações financeiras como Pix, pagamentos, consultas de saldo e até reconhecimento de valores em imagens e documentos. Essa automação está mudando a forma como o banco se relaciona com os clientes, tornando tudo mais rápido, intuitivo e acessível. O impacto da inteligência artificial especialmente dos assistentes virtuais sobre os trabalhadores que antes executavam essas funções é profundo, multifacetado e, em muitos casos, inevitável. No contexto do BTG Pactual e de outros bancos que adotaram automação inteligente, o que antes era feito por

operadores humanos em centrais de atendimento, suporte técnico ou áreas operacionais, agora é realizado por sistemas que funcionam 24 horas por dia, com velocidade e precisão superiores.

No entanto, em vez de simplesmente demitir, instituições como o BTG têm buscado requalificar seus colaboradores para funções mais estratégicas. Muitos profissionais foram direcionados para áreas como análise de dados, experiência do cliente, desenvolvimento de produtos digitais ou suporte especializado. Mas esse reposicionamento exige capacitação e nem todos conseguem acompanhar o ritmo da transformação.

Analisando esse acontecimento do BTG e como ele lidou com isso, vale pela imagem das empresas serem incentivadas a fazerem isso, mas é uma situação complicada pois as empresas viam resultados e se elas insistem durante muito tempo em funcionários que não estão apresentando resultados, automaticamente ela se prejudica e os outros funcionários se prejudicam.

Com isso, na minha opinião os ministros da educação do Brasil devem analisar direito esses acontecimentos que estão com acontecendo nas empresas e focar na melhor preparação dos estudantes a saberem dominar a IA e a partir disso conseguirem fazer com que elas se tornem insubstituíveis no mercado de trabalho.

3.1 Oportunidades que IA está fornecendo para as novas startups que estão chegando no mercado

Vivemos um momento histórico. A inteligência artificial (IA), que durante décadas esteve restrita ao imaginário popular e a pesquisas de ponta, consolidou-se como uma realidade acessível, presente e transformadora. Mais do que uma simples

inovação tecnológica, a IA tornou-se uma força capaz de redefinir mercados, alterar hábitos de consumo e abrir possibilidades que antes pareciam inalcançáveis. Para o empreendedor, essa revolução representa uma janela de oportunidades, uma nova forma de pensar e executar negócios em escala global. Empreender sempre foi, em essência, antecipar o futuro. É enxergar tendências invisíveis para a maioria, resolver problemas que parecem insolúveis e criar valor em cenários de incerteza. Nesse sentido, a IA não apenas facilita esse processo ela o potencializa. Com algoritmos capazes de aprender, adaptar-se e gerar soluções em tempo real, o empreendedor moderno encontra na IA uma ferramenta que expande sua visão estratégica, acelera sua capacidade de execução e aprofunda sua conexão com os clientes. Como observa Andrew Ng (2017), “a inteligência artificial é a nova eletricidade. Quem aprender a usá-la vai iluminar o futuro”.

O mais fascinante é que essa revolução não está restrita às grandes corporações. Pelo contrário, a IA democratiza o acesso à inovação. Um pequeno negócio local pode hoje competir com multinacionais, oferecendo experiências personalizadas, serviços automatizados e produtos inteligentes. Relatório da PwC (2020) estima que a IA adicionará até US\$ 15,7 trilhões à economia global até 2030, sendo que grande parte desse valor virá de pequenas e médias empresas que adotarem soluções digitais. Esse dado mostra que a tecnologia não é apenas uma vantagem competitiva — é um divisor de águas entre sobreviver e prosperar. Os exemplos são variados e já estão entre nós. Um designer pode usar IA para gerar em minutos centenas de opções de logotipos que antes levariam semanas para serem criados. Um redator, com apoio de modelos de linguagem, consegue elaborar campanhas publicitárias adaptadas a diferentes públicos e contextos. Educadores já utilizam sistemas inteligentes para montar trilhas de aprendizagem que respeitam o ritmo de cada estudante, aumentando a retenção de conhecimento. Na agricultura, agricultores familiares empregam softwares preditivos para prever o clima, otimizar a irrigação e reduzir desperdícios. Como apontam Davenport e Ronanki (2018), a IA deixou de ser futurismo e se tornou prática cotidiana.

Além de impactar processos, a IA está criando modelos de negócio. Startups baseadas em dados, plataformas de conteúdo automatizado, serviços sob demanda com atendimento inteligente e produtos personalizados em larga escala

tornam-se possíveis pela capacidade dos algoritmos de processar grandes volumes de informação e aprender continuamente. O Fórum Econômico Mundial (2020) alerta que, até 2025, 85 milhões de empregos poderão ser automatizados, mas, em contrapartida, 97 milhões de novas funções deverão surgir em áreas que exigem habilidades digitais, reforçando a ideia de que a tecnologia não elimina o trabalho humano, ela o reinventa.

Esse movimento já é perceptível em setores consolidados. Na saúde, aplicativos monitoram sinais vitais e enviam alertas preventivos a médicos e pacientes. Na educação, plataformas adaptativas ajustam conteúdos ao perfil de cada aluno, combatendo desigualdades de aprendizado. No varejo, algoritmos de recomendação personalizam a experiência de compra, aumentando taxas de conversão. E no setor financeiro, sistemas inteligentes avaliam riscos, otimizam carteiras de investimento e detectam fraudes com precisão inédita (CITIBANK, 2024).

Mas talvez o maior impacto da IA esteja na forma de empreender. Tradicionalmente, validar uma ideia de negócio exigia tempo, investimentos elevados e uma estrutura mínima para dar suporte. Hoje, ferramentas de automação, análise preditiva, geração de conteúdo e atendimento virtual permitem que um protótipo seja desenvolvido, testado e escalado em questão de dias. Essa velocidade inédita está alterando não apenas a economia, mas também a mentalidade empreendedora. Como bem ressalta Richard Susskind (2019), “as profissões não desaparecem; elas se reinventam diante da tecnologia”.

Entretanto, esse avanço não está livre de desafios. A adoção da IA exige responsabilidade ética, governança de dados e visão estratégica. Questões como privacidade, vieses algorítmicos e impactos sociais precisam ser consideradas. A Organização Internacional do Trabalho (2023) alerta que a falta de políticas públicas de inclusão digital pode aprofundar desigualdades sociais, deixando de fora milhões de trabalhadores que não tiverem acesso à capacitação adequada. Nesse contexto, a escola e a universidade ganham protagonismo: preparar jovens para lidar com dados, programação e pensamento crítico será essencial para que a sociedade não apenas consuma tecnologia, mas também a produza.

No Brasil, essa transição já é visível. Segundo matéria da *InfoMoney* (2023), o CEO da XP Investimentos afirmou: “*Quem não estiver olhando para IA agora terá problemas no futuro*”. Essa fala sintetiza o espírito do tempo: a IA não é opcional,

é uma necessidade estratégica. Empresas como BTG Pactual já lançaram assistentes virtuais capazes de realizar operações bancárias no WhatsApp, reduzindo a carga de trabalho de equipes operacionais. Porém, ao invés de simplesmente cortar postos de trabalho, a instituição tem buscado requalificar funcionários, direcionando-os para áreas estratégicas como experiência do cliente e análise de dados. Essa prática confirma relatórios da OIT (2023), que apontam a requalificação como caminho para equilibrar competitividade empresarial e inclusão social.

Vale destacar que os benefícios da IA não se limitam a negócios digitais. Setores tradicionais, como agricultura, logística, construção civil, moda e alimentação, também estão sendo profundamente transformados. Pequenos produtores usam IA para prever pragas e otimizar colheitas; artesãos ampliam sua presença digital com plataformas de e-commerce inteligente; comerciantes conseguem entender melhor os hábitos de seus clientes. Essa transversalidade mostra que a IA não pertence apenas ao Vale do Silício, mas também às ruas, feiras e pequenos negócios das cidades brasileiras.

Portanto, o futuro do empreendedorismo será híbrido: humano e artificial, criativo e analítico, intuitivo e orientado por dados. A IA não veio para substituir o empreendedor, mas para ampliá-lo, oferecendo mais alcance às suas ideias, maior precisão às suas decisões e mais impacto às suas ações. Para quem souber navegar esse território com sensibilidade e estratégia, o potencial de crescimento será imenso.

Em última análise, empreender com IA é compreender que a tecnologia deve ser vista como meio e não como fim. Cabe aos empreendedores explorarem ferramentas, estudar modelos, testar hipóteses e construir negócios que sejam relevantes, sustentáveis e conectados com as demandas sociais. Afinal, como lembra o Fórum Econômico Mundial (2020), a tecnologia só faz sentido quando está a serviço das pessoas. Quando bem utilizada, a inteligência artificial tem o poder de transformar não apenas empresas, mas também vidas, comunidades e futuros inteiros.

4 METODOLOGIA

A partir do que foi produzido no trabalho, nessa parte de metodologia demonstrarei o processo pelo qual estou seguindo para chegar nas respostas que preciso. Portanto, entrevistarei pessoas com um questionário de perguntas, assistirei podcasts que focam no meu tema como por exemplo o Café da Manhã (Folha de S. Paulo / Spotify) que no caso eu já assisti.

No episódio do podcast *Café da Manhã* sobre inteligência artificial e mercado de trabalho, os apresentadores levantam uma questão importante: não é só sobre o que a IA pode fazer, mas sim sobre como a gente, como sociedade, vai reagir a isso.

Eles explicam que o avanço da tecnologia é inevitável e que muitos empregos vão, sim, mudar. Mas isso não precisa ser algo ruim. Pelo contrário, se a gente souber se preparar, pode ser uma oportunidade. E o primeiro passo é claro: as pessoas vão precisar aprender coisas novas. Vai ser cada vez mais importante desenvolver habilidades que as máquinas ainda não conseguem substituir, como criatividade, empatia, pensamento crítico e a capacidade de lidar com situações humanas complexas.

Além disso, o episódio destaca que essa preparação não pode depender só do indivíduo. O poder público e as empresas têm um papel enorme nisso tudo. É preciso criar programas de requalificação, oferecer acesso à educação de qualidade e pensar em formas de proteger quem pode ficar mais vulnerável durante essa transição — como, por exemplo, discutir uma renda básica para quem estiver fora do mercado por causa da automação.

Outro ponto forte do episódio é a reflexão sobre a ética no uso da IA. A tecnologia não pode ser usada só para cortar custos ou substituir pessoas sem pensar nas consequências. Ela precisa ser usada com responsabilidade, com foco no bem coletivo e isso envolve decisões políticas, sociais e econômicas.

No fim das contas, o episódio deixa uma mensagem clara: não dá para parar o avanço da inteligência artificial, mas dá para decidir o que fazer com ele. Cabe a todos governos, empresas e trabalhadores construir um caminho onde a tecnologia ajude mais do que atrapalhe.

Esse podcast me ajudou muito a eu entender em maneiras de como a sociedade pode se preparar (principalmente os trabalhadores que já estão sentindo mudanças na sua respectiva área), com o objetivo de transformar esse problema em uma nova oportunidade, dependendo em uma outra área que dá para se aproveitar dessa nova tecnologia

Para eu descobrir essas novas áreas que estão sendo formada com a IA fora do meu conhecimento tive como curiosidade pesquisar em sites como o da: "Escola de pós UFG" onde apresenta 5 profissões que estão sendo formadas com a IA. São elas: Engenheiro de Prompt, Cientista de Dados com Foco em IA Generativa, Desenvolvedor de Aplicações com IA Generativa, Designer de Experiência com IA e Especialista em Ética e Regulação de IA

O engenheiro de prompt é o profissional que cria os comandos certos para que a inteligência artificial entenda o que precisa fazer. Ele não programa a IA diretamente, mas sabe como "conversar" com ela para obter respostas mais claras, úteis e precisas. É como se ele traduzisse as intenções humanas para a linguagem que a máquina entende. Esse trabalho exige criatividade, domínio da linguagem e muita paciência para testar variações até chegar no resultado ideal. Essa profissão é muito usada em empresas que geram conteúdo com IA, criam assistentes virtuais ou automatizam processos internos. À medida que os modelos de IA ficam mais complexos, o papel do engenheiro de prompt se torna cada vez mais essencial. É uma função nova, mas já muito valorizada.

O cientista de dados com foco em IA analisa grandes volumes de informações para ajudar a inteligência artificial a aprender. Ele coleta dados, organiza, interpreta e alimenta algoritmos para que a IA reconheça padrões e tome decisões sozinha. Esse profissional costuma trabalhar com ferramentas estatísticas e programação, mas seu diferencial está na capacidade de transformar dados brutos em conhecimento útil. É comum vê-lo em empresas de tecnologia, bancos, e-commerces e até hospitais. Com

a explosão de dados que vivemos hoje, essa profissão se tornou uma das mais estratégicas do mercado. E quanto mais a IA evolui, mais importante é o trabalho de quem entende os dados por trás dela. O cientista de dados é, muitas vezes, o cérebro por trás da IA.

O especialista em ética da IA tem uma missão diferente: garantir que o uso da tecnologia seja justo, seguro e responsável. Com a inteligência artificial tomando decisões, surgem riscos como preconceitos, discriminação, invasão de privacidade e impactos sociais negativos. Esse profissional analisa esses riscos e ajuda a criar normas, diretrizes e boas práticas. Ele atua junto de empresas, governos e desenvolvedores para garantir que a IA respeite valores humanos e direitos fundamentais. A profissão é essencial para evitar que a tecnologia cause mais problemas do que soluções. À medida que a IA ganha espaço, cresce também a necessidade de responsabilidade. O especialista em ética é a voz que questiona: “só porque a IA pode fazer, será que ela deve fazer?”

O designer de experiência com IA (ou UX/UI focado em IA) é quem pensa em como as pessoas vão interagir com a tecnologia no dia a dia. Ele projeta interfaces, botões, mensagens e fluxos que tornam o uso da IA mais fácil, intuitivo e agradável. Seu objetivo é garantir que qualquer pessoa mesmo sem conhecimento técnico consiga usar a inteligência artificial com autonomia. Esse profissional combina criatividade, design e empatia, colocando o usuário no centro do processo. Ele pode atuar na criação de assistentes virtuais, apps com IA integrada, plataformas de atendimento automatizado e muito mais. O que ele faz parecer simples, mas impacta diretamente a forma como a tecnologia é percebida. Um bom design pode ser a diferença entre amar ou odiar uma IA.

Por fim, o consultor de transformação digital com IA ajuda empresas a entenderem como a inteligência artificial pode melhorar seus negócios. Ele analisa os processos da empresa, identifica onde a tecnologia pode ser aplicada e orienta as melhores estratégias para implementar a IA de forma eficiente. Esse profissional precisa entender tanto de tecnologia quanto de gestão e mercado. Sua função é conectar as possibilidades da IA com as necessidades reais do negócio. Ele atua em diferentes setores, como varejo, saúde, educação e finanças, sempre ajudando na modernização e inovação. Em um mundo que muda tão rápido, esse consultor se

torna peça-chave para empresas que não querem ficar para trás. Ele é o elo entre o futuro e o presente das organizações.

O trabalho também busca responder e achar soluções de como certos influencers estão passando por meio de vídeos (Youtube, Tik Tok) uma realidade fantasiada de “fake oportunities” que estão sendo reveladas com o objetivo de ganhar visualizações e dinheiro em cima de cursos pagos. Por tanto, decidi pesquisar mais a fundo em gráficos e pesquisas que relatam os prejuízos, sejam emocionais ou financeiros que essas pessoas que acreditam nessas oportunidades falsas estão adquirindo. Segundo a pesquisa, intitulado *“Fenae alerta para o perigo das apostas online e o impacto na vida da população brasileira”*, o texto não cita especificamente um autor individual ele apresenta declarações de uma especialista. A psiquiatra mencionada é Renata Figueiredo, presidente da Associação Psiquiátrica de Brasília (APBr). Essa pesquisa fez um alerta às pessoas que acreditam nesse caso em apostas online. Segundo essa pesquisa cerca de US\$ 1,3 bilhão/ano foram gastos por conta dessas influências.

Outra pesquisa que eu fiz na Uma denúncia em Wikipedia aponta que a IM Academy uma empresa de cursos de investimento online foi acusada pela FTC (e pelo Procurador-Geral de Nevada) de aplicar um esquema fraudulento, lesando estudantes em aproximadamente US\$ 1,2 bilhão desde 2018. Com esses dados, é nítido o quanto essas influências online estão impactando de uma maneira negativa essas pessoas que gastam dinheiro em apostas ou em até cursos online a acabam sempre prejudicando financeiramente.

4.1 CONCLUSÃO OU CONSIDERAÇÕES FINAIS

Concluindo o trabalho, a IA vem transformando constantemente o mercado de trabalho e como isso não vai parar, vale da sociedade se adaptar e o estado deve oferecer programas de ajuda e as escolas principalmente devem passar para um processo de alteração e inovação com matérias de Inteligência artificial que preparem os estudantes para o futuro que é saber trabalhar com a IA aprendendo os mercados que estão se abrindo com essa tecnologia e fazer com que aumente a quantidade de áreas. Isso possibilita um aumento de possibilidades de emprego e fazer com que seja necessário de alguma forma uma pessoa por trás da tela comandando a inteligência.

Dessa forma, a inteligência artificial não deve ser vista como uma ameaça, mas sim como uma oportunidade de crescimento coletivo. Ao mesmo tempo em que substitui certas funções, ela também cria formas de trabalho, exigindo do ser humano adaptação e capacidade de inovar. Esse movimento se conecta ao que a sociologia explica sobre a divisão social do trabalho: à medida que a sociedade evolui, surgem novas funções que precisam ser ocupadas, o que mantém o equilíbrio social e econômico.

Por isso, é essencial que a escola e a universidade preparem os jovens não apenas para usar a tecnologia, mas também para entender seus impactos sociais e econômicos. Assim como Durkheim defendia que a educação é um fator de integração, hoje ela é o caminho para que ninguém fique de fora desse processo de transformação. É dentro da sala de aula que os estudantes aprendem a pensar criticamente, a resolver problemas complexos e a refletir sobre questões éticas que envolvem o uso da IA.

O Estado também tem responsabilidade nesse processo. É ele quem deve criar políticas públicas que assegurem que a tecnologia não aprofunde a desigualdade social, algo que Marx já alertava quando falava sobre a concentração de riqueza nas mãos de poucos. A IA pode gerar grandes lucros e ganhos de produtividade, mas se não houver planejamento, esses benefícios ficarão restritos a uma pequena parcela da população. Assim, programas de capacitação, incentivos ao empreendedorismo e suporte às famílias mais vulneráveis são medidas necessárias para que o avanço seja realmente coletivo.

Além disso, é importante lembrar que as transformações tecnológicas também trazem riscos sociais. Um deles é o crescimento das chamadas “fake opportunities”, falsas oportunidades de emprego e enriquecimento rápido, muitas vezes divulgadas por influenciadores nas redes sociais. Essas armadilhas exploram justamente a ansiedade das pessoas diante das mudanças do mercado de trabalho, prometendo ganhos fáceis e soluções milagrosas. Weber, ao falar da racionalização, mostrava como a modernidade exige clareza, transparência e responsabilidade. Por isso, cabe à sociedade e ao Estado combater essas falsas promessas, garantindo que os trabalhadores não sejam enganados e acabem em situações de endividamento ou exclusão.

Portanto, o futuro do trabalho não será apenas tecnológico, mas também social e ético. Cabe à sociedade, ao governo e às instituições de ensino garantir que essa mudança seja positiva, permitindo que a inteligência artificial seja um instrumento de inclusão e não de exclusão. A tecnologia abre portas, mas é o ser humano quem decide como atravessá-las. E para que isso seja feito de maneira justa, é preciso educação de qualidade, políticas públicas eficazes e uma consciência crítica capaz de diferenciar oportunidades reais de falsas promessas.

A humanidade apresenta características difíceis de serem substituídas pela IA. Ela apresenta pensamento crítico, de ter a capacidade de tomar decisões certas e também de expressão. Essa são as habilidades que cada vez mais devem ser melhoradas, no contexto de, deixar cada vez mais a IA longe dessas habilidades. No entanto, esse fator entra de novo no que Durkheim acredita sobre a educação que deve se transformar e se adequar com o cenário atual do mundo.

5 REFERÊNCIAS

ALVESA, Juliana da Silva; KHAMIS, Renato Braz Mehanna, **Inteligência artificial e desigualdades socioeconômicas**. Revista de Ciências Sociais de Desenvolvimento, 2018.

Jornal Valor Econômico, Impacto da inteligência artificial no setor financeiro. 19 de junho de 2024

Universidade Duke, **Pesquisa sobre a implementação de inteligência artificial em empresas**. 10 de junho de 2024

.

. GARTNER, Consultoria Gartner, **estudo sobre o risco de automação em profissões** maio de 2022

HP, Hewlett-Packard, setembro de 2024, **Índice de Relacionamento com o Trabalho. HP**, setembro de 2024.

Quarto trimestre de 2022. IBGE, **Trabalho em plataformas digitais no Brasil. setembro de 2024**

OXFORD, Universidade de Oxford, **Estudo sobre a automação de atividades em setores de serviços**, 9 de junho de 2020

SIMÕES, Lucas de Brito; SANTOS, Alanis Soares dos Santos. **Inteligência artificial e o mercado de trabalho**. RBTI – Revista Brasileira Tecnologia da Informação, 30 de dezembro de 2023,

PWC.²⁷ global CEO Survey, Setor de serviços financeiros brasileiro. **O impacto da IA no setor financeiro**. 31 de janeiro de 2024

ACCENTURE. *Future systems: Unleashing the power of AI-driven innovation*. Accenture Research, 2023. Disponível em: <https://www.accenture.com>. Acesso em: 05 set. 2025.

BANCO MUNDIAL. ***Artificial Intelligence and Financial Inclusion***. Washington: World Bank Group, 2023. Disponível em: <https://www.worldbank.org>. Acesso em: 05 set. 2025.

CITIBANK. ***Artificial Intelligence in Financial Services***. Relatório Técnico, 2024. Disponível em: <https://www.citibank.com>. Acesso em: 05 set. 2025.

DAVENPORT, Thomas; RONANKI, Rajeev. ***Artificial Intelligence for the Real World***. Harvard Business Review, jan./fev. 2018. Disponível em: <https://hbr.org>. Acesso em: 05 set. 2025.

FAO. ***The State of Food and Agriculture 2022: Leveraging automation in agriculture***. Roma: Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2022. Disponível em: <https://www.fao.org>. Acesso em: 05 set. 2025.

FORUM ECONÔMICO MUNDIAL. ***The Future of Jobs Report 2020***. Geneva: World Economic Forum, 2020. Disponível em: <https://www.weforum.org>. Acesso em: 05 set. 2025.

HARVARD BUSINESS REVIEW. ***How AI is Revolutionizing Healthcare***. Harvard Business Publishing, 2021. Disponível em: <https://hbr.org>. Acesso em: 05 set. 2025.

INFO MONEY. ***CEO da XP afirma que empresas que não olharem para IA terão problemas no futuro***. InfoMoney, 2023. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br>. Acesso em: 05 set. 2025.

MCKINSEY & COMPANY. ***Jobs Lost, Jobs Gained: Workforce Transitions in a Time of Automation***. McKinsey Global Institute, 2017. Disponível em: <https://www.mckinsey.com>. Acesso em: 05 set. 2025.

MCKINSEY & COMPANY. ***The State of AI in 2022***. McKinsey Global Institute, 2022. Disponível em: <https://www.mckinsey.com>. Acesso em: 05 set. 2025.

NG, Andrew. ***AI is the New Electricity***. Talk at Stanford University, 2017. Disponível em: <https://www.andrewng.org>. Acesso em: 05 set. 2025.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO. ***World Employment and Social Outlook: The role of digital technologies***. Geneva: ILO, 2023. Disponível em: <https://www.ilo.org>. Acesso em: 05 set. 2025.

PWC. *Sizing the prize: **What's the real value of AI for your business and how can you capitalise?***. Londres: PricewaterhouseCoopers, 2020. Disponível em: <https://www.pwc.com>. Acesso em: 05 set. 2025.

SUSSKIND, Richard. *Tomorrow's Lawyers: **An Introduction to Your Future***. 2. ed. Oxford: Oxford University Press, 2019.

UNESCO. ***Artificial Intelligence in Education: Challenges and Opportunities***. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2023. Disponível em: <https://www.unesco.org>. Acesso em: 05 set. 2025.

