

Via Digital Motors

Lucia Camargo Nunes (*)

Peugeot 208 renovado chega em breve às lojas

A Peugeot acaba de lançar na Argentina a linha 2025 do compacto 208, que foi atualizada e recebeu um facelift.

No visual, a grade cresceu, tem novo desenho e a Peugeot retirou a entrada de ar que invadia o para-choque. As três linhas verticais que imitam as garras saíram dos faróis e desceram para as extremidades. O 208 perdeu os dentes de sabre como assinatura luminosa e exibe novo emblema da marca, com o leão.

Atrás, o desenho interno das lanternas mudou: saem as garras do leão e chegam as linhas horizontais finas. E o nome Peugeot, na tampa do porta-malas, cresceu.

Por dentro, as versões que serão vendidas no Brasil deverão ter mudanças em estofamentos e talvez em revestimentos.

No país vizinho, o 208 estreia o motor T200 1.0 turbo que lá é só a gasolina e rende 120 cv e aqui, com etanol chega a 130 cv. O outro motor na Argentina é o 1.6 de 115 cv a gasolina enquanto o antigo 1.2 de 82 cv saiu de linha.



Peugeot 208 24 x 25.

Para o mercado brasileiro não deve haver mudança de motor, apenas alguma adequação para que eles atendam às novas normas da fase L8 do Proconve em 2025. Hoje o compacto tem as opções T200 e o 1.0 Firefly de 3 cilindros que rende até 75 cv.

Os preços da linha 2024, antes da mudança, começam em R\$ 92 mil para o Like 1.0 manual e R\$ 98 mil o Style manual. Os 208 turbo e câmbio CVT têm preços de R\$ 111.500 a Style e R\$ 116.500 a Griffe e a marca faz campanhas de promoção para desovar os estoques da linha 2024.

A expectativa é que o novo Peugeot 208 comece a chegar às lojas no final deste mês.

Mercado automotivo tem o melhor julho desde 2014

Julho foi o melhor mês para emplacamentos de veículos no ano até então, com alta de 4,9% sobre junho, registrando 419.829 unidades de todos os segmentos. Na série histórica da Fenabrave, foi o melhor julho desde 2014.

Entre os veículos leves, as vendas estão aquecidas, com crescimento de 13,4% na comparação dos sete meses de 2024 versus o mesmo período de 2023, com 1,304 milhão de licenciamentos, atribuídos principalmente às melhores condições de crédito. Comerciais leves puxaram essa alta, com avanço de quase 16%.



Fiat Strada Volcano.

Apesar de uma retração de vendas dos modelos 100% elétricos em julho de -9,4% em relação ao mês anterior, o segmento disparou: no acumulado até julho, os emplacamentos aumentaram 658%, mas é proporcionalmente pequeno, porque representa apenas 3% de participação de mercado.

Nas vendas até julho, a Strada vence por poucas unidades o Polo, o que mostra que será uma briga acirrada até o fim do ano. O T-Cross continua sendo o SUV mais vendido, seguido de perto pelo Creta. Confira o ranking.

Top 10 dos mais vendidos de janeiro a julho de 2024

Modelo	Unidades
1º Fiat Strada	70.789
2º Volkswagen Polo	70.405
3º Chevrolet Onix	51.026
4º Hyundai HB20	49.924
5º Fiat Argo	48.284
6º Volkswagen T-Cross	39.703
7º Fiat Mobi	39.041
8º Hyundai Creta	37.812
9º Chevrolet Tracker	35.256
10º Chevrolet Onix Plus	34.771

Fonte: Fenabrave

GWM cria canal de vendas próprio

Com um modelo de vendas diretas, a GWM lançou sua plataforma própria de e-commerce de veículos para comercializar os SUVs híbridos Haval H6 e o elétrico Ora 03.

A Loja GWM pode ser acessada por meio de um aplicativo, com visualização 3D dos modelos, e permite toda a jornada de compra online. Uma curiosidade: 23% das vendas são feitas à noite, domingos e feriados. A entrega fica por conta da concessionária escolhida pelo cliente.

A GWM também vai manter o Mercado Livre como canal de vendas, por onde a marca já comercializou mais de 24 mil veículos.



Linha Haval e Ora 03.

Nova bandeira de postos de combustíveis

A Petronas, empresa de energia malaia, inaugurou três postos de combustível em São Paulo, numa ofensiva de abrir mil postos nos próximos anos. O negócio conta com a parceria da Sim Distribuidora, uma das empresas do grupo Argenta, com a venda de combustível e lubrificantes da Petronas.

O Brasil é o primeiro país a receber postos da marca Petronas fora da Malásia, representando um marco para a história da empresa no segmento.



Inauguração do posto.

(*) - É economista e jornalista especializada no setor automotivo, editora do portal www.viadigital.com.br e do canal [@viadigitalmotors](https://www.youtube.com/channel/UCvIadigital) no YouTube. E-mail: lucia@viadigital.com.br

IA para o bem e para o mal: como identificar e combater as deepfakes?

Leidivino Natal da Silva (*)

Verificar a fonte da informação é a maior recomendação para lidar com deepfakes. Conteúdos gerados por Inteligência Artificial (IA) evoluem na velocidade da tecnologia e ainda estamos aprendendo sobre como são criados e disseminados. O realismo atrelado ao seu mau uso pode gerar sérias consequências e danos irreversíveis e, por isso, pessoas e companhias buscam medidas para se protegerem e minimizarem os danos do compartilhamento de imagens falsas.

Para identificar o uso criminoso da inteligência artificial, algumas recomendações são fundamentais para entender e compreender como pessoas ou grupos usam este recurso para praticar fraudes dos mais variados tipos. Como saber se uma notícia é falsa, ou um perfil é falso, ou uma voz é

falsa? O importante é checar quem é o dono da informação e sempre consultar a fonte.

Assim como as fake news, também bastante presente nesta era digital, as deepfakes são uma ameaça em todo mundo, com números que crescem exponencialmente. De acordo com estudo inédito da DeepMind, unidade de IA do Google, deepfakes representam 27% dos casos de uso criminoso de IA, superando ataques cibernéticos.

Neste contexto, vale um olhar atento ao conteúdo produzido por meio de inteligência artificial, tecnologia que se expandiu de forma expressiva nos últimos anos. Com o uso da IA, tudo ficou fácil e rápido. A IA faz uma engenharia social e pode ser utilizada para adulterar fotos e vídeos postados nas redes sociais. Portanto, a partir do momento que há uma fonte de informação de domínio

público de uma determinada pessoa, é possível manipular esse material.

Para lidar com os riscos e saber a real autenticidade desses conteúdos, alguns cuidados são essenciais, tanto com imagem quanto voz. Uma sugestão é, na hora de tirar uma foto, evite clicar-la de frente e tire de lado. Em relação à recriação de vozes, muito cuidado na forma de falar e usar sempre uma linguagem mais formal, não tão coloquial, pois contribui para minimizar esse problema.

Aplicativo de mensagens é um dos canais favoritos para a tentativa de fraude. É possível se proteger com algumas recomendações dessa prática, que se tornou comum nos últimos anos. O pedido de dinheiro por um áudio ou uma voz gravada, por exemplo, vai ser de um celular que não está registrado na agenda de contatos. Uma dica é orientar

familiares a ligarem para terem certeza de que aquilo é um ato criminoso.

Outra coisa importante é como essas tecnologias podem avançar com segurança. Hoje, da mesma forma que temos a IA para criar as deepfakes, temos IA para verificar se aquele material foi criado por inteligência artificial e, eventualmente, manipulado, recriado ou usado indevidamente. Conseguimos checar tecnologia versus tecnologia, IA versus IA, para fazer essa verificação e avaliar sua veracidade. São infindáveis possibilidades e a regulação e o uso ético são mobilizações que já vemos acontecer em alguns lugares do mundo.

O fato é que a tecnologia foi criada para facilitar e agilizar, e não para desenvolver uma deepfake. É um tema muito novo, tudo é muito incipiente e estamos todos aprendendo.

Por mais que sejam muitos os esforços das plataformas de redes sociais alertar ou remover esse tipo de conteúdo, distinguir o que é verdadeiro e o que é falso ainda é um desafio. É uma tecnologia que muda numa velocidade muito grande; usá-la de forma consciente pode minimizar os riscos que sua má utilização é capaz de proporcionar.

Da mesma forma que a IA veio para facilitar o dia a dia das pessoas e corporações, gerar mais eficiência e produtividade, a tecnologia pode ser utilizada de maneira indevida, impulsionando a sofisticação dos golpes e a geração de conteúdo sem consentimento. O cenário é desafiador e, certamente, teremos de nos adaptar a esse novo momento da tecnologia para que a IA não se torne inimiga da própria IA.

(*) - É CEO de Stefanini Cyber, empresa do Grupo Stefanini especializada em segurança cibernética (<https://www.stefaninicyber.com/>).