

Onde estão os nossos heróis



Gaudêncio Torquato (*)

O Brasil está à procura de um herói. Mas o herói procurado não é aquele capaz de operar milagres, um São Jorge de espadas, disposto a matar os dragões da maldade.

Quem vestiu esse manto, em tempos idos, acabou sendo eleito presidente da República, mas foi trágico pelo tufo social, que puxou seu impeachment, a partir de uma maré de denúncias e escândalos trombeteados pela mídia.

De lá para cá, a sociedade tomou um banho ético. Vacinou-se. E passou a desconfiar de perfis milagrosos. Por isso, o herói que o povo procura precisa ter face humana. Uma face plasmada pelos valores da honestidade, ética, autoridade, respeito, coragem, despojamento, simplicidade.

Há alguém com esse perfil? Quem se arrisca a apontar algum? A nossa galeria de heróis é uma parede vazia. O atual dirigente do país já não ganha os aplausos das massas como no passado. Os pastores nas igrejas não conseguem empolgar multidões. Os fiéis estão atentos aos golpes demagógicos. No futebol, as decepções se acumulam. A seleção de futebol já não encanta. Neymar perdeu o brilho. Mas continua no trajeto do dinheiro. Os esportes estão marquetizados. As disputas são movidas pela força do metal. E o glamour se esvai dos palcos e estádios, sufocando nossas emoções. As seleções femininas são, agora, o toque de novidade.

Aqueles que merecem aplausos unânimes estão enterrados no cantinho da saudade. Ayrton Senna foi um dos nossos heróis. Pelé nos deu adeus. A lembrança aponta alguns. Tancredo nem teve tempo de dar fulgor à imagem. Recebeu o pranto nacional, foi uma perda para nossas esperanças. Juscelino Kubitschek levantou nossa bandeira de progresso. Quem mais? Vultos de nossa história mais antiga. A geração de passagem não exhibe estrelas brilhantes que mereçam destaque na constelação.

Arraes, Brizola, Covas, Itamar, Sarney, Fernando Henrique, cada um carrega alguns traços, mas foram nivelados pela mesmice. Posicionamentos mais fortes

acabaram ofuscados pelo processo de canibalização recíproca dos perfis.

O desfile nas telas de TV é uma ampla exibição da dissonância nacional. Quem chama a atenção hoje? Um figurante polêmico. Uma estrela passageira, de nome Pablo Marçal. Que terá vida curta. Aos nossos olhos, desfila como figura esquisita e de discurso extravagante. A demagogia campeia com promessas mirabolantes, na recitação artificial de qualidades inventadas, na exposição de cenários e propostas irreais. Construir um prédio de 1 km como anzol turístico é o cúmulo da aberração. A política passou a colocar na vala comum pessoas de boa e má fé, algumas bem intencionadas, outras, interesseiras e oportunistas.

Siglas de pouca expressão, de repente, se tornaram grandes, enormes partidos, porém são desfigurados de doutrina. A política no Brasil está se transformando em um grande comércio, onde atores procuram se revezar no balcão das trocas. Quantos cidadãos, entre os milhares de candidatos a vereador e a prefeito no pleito deste ano, possuem verdadeira vocação para servir a coletividade? Quantos são movidos pelo civismo? Será que os prefeitos que estão se recandidatando ficaram mais pobres ou mais ricos?

Surgirão novos líderes da atual fornada? Temos motivos para acreditar na melhoria dos padrões da política? A sociedade está mais racional e crítica. Acompanha o desfile de candidatos. Nos recantos mais distantes, a vacina ética está chegando. Malas de dinheiro, sabe-se, ainda compram voto. Mas não têm a mesma força de antigamente. Há eleitores que recebem dinheiro de certos candidatos, mas acabam votando noutro. O voto de consciência se expande na esteira de um movimento concêntrico, que faz marolas por todas as partes.

Se não encontrou, ainda, o eleitor tem poucas semanas para achar o seu herói. Não precisa distinguir nele a aura dos santos. Basta olhar os perfis, avaliar seu passado, examinar suas propostas, compará-los entre si e escolher aquele que mais se afina ao ideal pelo qual luta. Deve ter cuidado para não comprar gato por lebre. Há muito lobo querendo se passar por cordeiro. Há muito canalha vendendo terreno no céu.

(*) Escritor, jornalista, professor titular da USP e consultor político

Inteligência artificial generativa: 1 / 3 dos projetos são abandonados

Segundo o Gartner, grupo de inteligência de mercado que atua na área de tecnologia, as empresas estão lutando para obter retorno nos projetos de inteligência artificial generativa (IAG) que empreenderam.

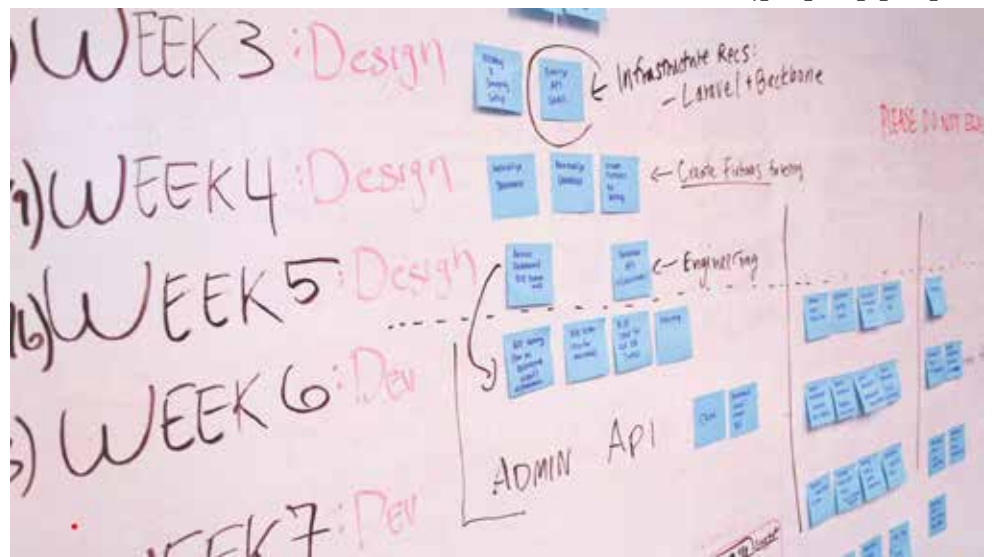
Vivaldo José Breternitz (*)

Isso é difícil, e segundo o Gartner, um terço desses projetos acabará sendo abandonado. Segundo Rita Sallam, analista do grupo, “após o hype do ano passado, os executivos estão impacientes para ver retornos sobre os investimentos em IAG... à medida em que o escopo das iniciativas se amplia, o peso financeiro de desenvolver e implantar aplicações de IAG é cada vez mais maior”.

Sallam diz que os custos dos projetos são altos, com investimentos iniciais variando entre US\$ 5 milhões e US\$ 20 milhões, quando se constrói aplicações personalizadas e mais sofisticadas a partir do zero – aqui também há custos adicionais, da ordem de US\$ 8 mil a US\$ 21 mil por usuário, por ano.

Mesmo uma aplicação muito básica, que não configura propriamente um projeto, em que se usa ferramentas gratuitas para, por exemplo, auxiliar na elaboração de programas de computador, pode gerar custos iniciais ao redor de US\$ 200 mil. Além dos custos, o Gartner disse que outros fatores podem condenar projetos de IAG, dentre eles má gestão de riscos e dados de má qualidade.

Mas nem tudo são más notícias. Algumas empresas disseram ao Gartner que usando



Startup_Stock_Photos_de_Pexels_CANVA

a tecnologia obtiveram benefícios como aumento de receita, economia de custos e aumento de produtividade. No entanto, o Gartner alerta que esses benefícios podem ser difíceis de medir.

Outras boas notícias para IAG vem do grupo de mídia Bloomberg, que pesquisou o assunto e concluiu que o número de empresas desenvolvendo trabalhos de implantação de IAG dobrou entre dezembro de 2023 e julho de 2024.

Mas cautela é necessária: Brad Lightcap, COO da Open AI, que criou o ChatGPT,

disse recentemente que “empresas tem procurado a OpenAI esperando que a IAG resolva seus problemas, reduza drasticamente os custos e traga de volta o crescimento, tudo isso muito rapidamente. Esses resultados, se chegarem, o farão a longo prazo; IAG pode melhorar algumas coisas, mas não pode operar milagres, até porque a tecnologia está em sua infância, em fase experimental, e ainda não é confiável para aplicações críticas”.

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor da FATEC SP, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas – vjntz@gmail.com.

Inteligência Artificial nos meios de pagamentos é uma questão de inovação e liderança no setor

A transformação dos meios de pagamento está sendo acelerada pela incorporação da inteligência artificial ao setor, trazendo uma mudança importante na forma como realizamos transações financeiras. Um estudo recente conduzido pela Edelman Comunicação, a pedido da Microsoft, revela um aumento no interesse e na adoção de tecnologias de inteligência artificial (IA) por micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) em diversos setores econômicos. A pesquisa indica que a maioria das MPMEs (74%) utiliza IA com regularidade ou de forma contínua, enquanto 90% estão no processo de incorporar essa tecnologia em suas operações. Quando falamos sobre utilização de IA no setor de meios de pagamentos, é importante abordar o impacto do uso da ferramenta sob dois pontos de vista: o de personalização de serviços aos clientes e prevenção a fraudes.

No tocante a customizar o atendimento aos clientes, hoje com apoio da IA, empresas conseguem traçar, e com isso entender melhor, os perfis desses, possibilitando segmentá-los de acordo com seus comportamentos e preferências. Isso faz com que as empresas ofereçam um atendimento mais personalizado, além de melhores serviços de acordo com cada perfil. Um exemplo é em relação àqueles que possuem bom histórico de pagamentos, que podem receber vantagens exclusivas, enquanto outros com menor engajamento podem ser direcionados a estratégias de retenção. Essa análise transforma a experiência do usuário, tornando-a mais eficiente, fazendo inclu-



sive com que a empresa possa economizar recursos pessoais e financeiros.

Já ao falarmos de fraudes, entendemos que esse é um dos maiores desafios da atualidade: como preveni-las? Com o avanço das tecnologias, os fraudadores também passaram a utilizar a Inteligência Artificial para aperfeiçoar seus métodos. Existem técnicas, como *deepfake*, que permite copiar rostos e vozes de indivíduos, que estão cada vez mais sendo utilizadas para fraudes sofisticadas.

A integração de Inteligência Artificial visando a prevenção de fraudes começa na identificação dessas técnicas, mas também tem papel importante na antecipação de ameaças. Algoritmos de *machine learning* podem identificar padrões suspeitos e irregularidades em tempo real, se forem treinados para isso. Após a reconheciment, eles podem bloquear transações poten-

cialmente falsificadas antes que causem danos significativos. Essa capacidade de prevenção com base em comportamentos passados e dados coloca as empresas à frente dos infratores. Dessa forma, a IA se torna uma aliada crucial para proteger os ativos financeiros e na manutenção da confiança dos clientes.

As possibilidades de integração são variadas e abrangem desde a análise de intenções para detectar ameaças até a autenticação digital de consumidores. As empresas que se adaptarem e inovarem com inteligência artificial sairão na frente, estabelecendo novos padrões de eficiência e segurança no mercado de pagamentos. A era da Inteligência Artificial não é uma questão de escolha, mas de sobrevivência e liderança no setor.

(Fonte: Helessandro Trajano é Gerente de Risco da Entrepay).

Plataforma Ninegrid transforma a experiência dos hóspedes ao oferecer um completo ecossistema de serviços dos hotéis

A Ninegrid desenvolveu uma solução que oferece o máximo de conveniência aos clientes do setor hoteleiro, que podem selecionar e explorar os serviços do hotel no qual estão hospedados ou de toda uma rede diretamente pelo celular na web, sem precisar baixar ou

instalar qualquer aplicativo. Desta forma, eles têm experiência fluida e personalizada que não só eleva sua satisfação, mas também otimiza as operações dos hotéis. “Nosso objetivo é dar uma contribuição efetiva para a transformação digital deste mercado, pois

acreditamos que a Ninegrid é a chave para fidelizar os hóspedes e maximizar receitas, entregando inovação e praticidade na palma das mãos das pessoas”, enfatiza Pereira (<https://ninegrid.com.br/>).

News @TI

CEUB oferece curso de informática gratuito para público 60+

O Centro Universitário de Brasília (CEUB) está com inscrições abertas para curso gratuito de noções básicas de informática e internet, voltado para o público da terceira idade. As aulas são presenciais e estão previstas para ocorrer entre setembro e dezembro, aos sábados, das 9h às 12h. As matrículas para o projeto podem ser feitas até 19 de setembro. Com vagas limitadas, os participantes receberão certificado da instituição. O curso de informática para o público 60+ oferece aprendizado digital com foco em navegação segura, abordando desinformação, fake news e ferramentas do Google. Seus módulos incluem sistemas operacionais, internet e dispositivos móveis, além de ferramentas de escritório, como editores de texto, planilhas e Canva. O curso termina com uma avaliação geral para medir o progresso dos alunos. A capacitação do CEUB terá turmas presenciais de até 50 alunos. Após realizar a inscrição, o aluno receberá o calendário das aulas por e-mail e WhatsApp. Para participar, é exigido o uso de e-mail da plataforma Google, a fim de facilitar o acesso às reuniões online via Meet. Para receber o certificado ao final do curso, é obrigatório registrar presença em 75% das aulas e ser aprovado na avaliação final (Inscrições: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeya8dbVT_noqoX62t3WLxm68Sx3XM6Yg9u9Xub8SOUEBBVA/viewform).