

OPINIÃO

Políticas antigas, novas estratégias. Como as campanhas eleitorais mudaram com o marketing digital?

Eduardo Rezende (*)

Desde a campanha presidencial que elegeu Obama para presidente dos Estados Unidos, vivemos novos tempos, em que candidatos traçaram novas rotas para suas campanhas, deixando o modelo engessado para trás.

Com as novas ferramentas vieram também as tentativas de se aproximar do eleitor por meio de uma comunicação muito mais informal - algumas bem sucedidas, outras nem tanto, no meu ponto de vista.

No Brasil, em 2018 foi a virada de chave para os candidatos. Voltando para aquele ano, nós tínhamos uma grande disputa política para a presidência do país, e nessa eleição foi demonstrado como o digital faz diferença. De um lado uma campanha nos moldes antigos e tradicionais e em outro uma atuação agressiva e complexa nas plataformas sociais. Não estou aqui para entrar em méritos políticos ou qualquer tipo de apoio, isso é apenas uma análise marketeira sem nenhum propósito além disso. O fato é que, a influência do marketing digital foi crucial para o resultado das urnas.

Citei 2018 para pensarmos em como eram as propagandas eleitorais antes e depois desse ano. Foi um soco no estômago as campanhas que utilizaram o digital de forma massiva e quem não usou. Arrisco a dizer que quem não utilizou o digital não teve nem chance de se eleger para qualquer cargo.

Chegamos em 2024 e nos deparamos com a maior disputa eleitoral da história no digital, com direito a perfis excluídos, tráfego pago, memes e audiências elevadíssimas nas

transmissões online. As propagandas eleitorais viveram uma metamorfose esse ano, sendo inclusive, a principal ferramenta de argumentação em debates. Neste contexto, tivemos pela primeira vez um canal 100% de internet promovendo um dos debates mais emblemáticos até o momento, o Flow News, do Grupo Flow, onde presenciamos outro caso de agressão, tornando-se um marco nos novos tempos da política, reforçando a força da internet.

No cenário atual e observando as ações dos candidatos para a prefeitura de São Paulo, vemos que os esforços são praticamente restritos ao digital. Existe uma batalha de vídeos e discursos nas plataformas entre alguns candidatos, gerando um engajamento incrível, convertidos em votos. Fazer santinho para colar no peito não é mais a forma correta de se fazer uma campanha. Hoje o que vale são os compartilhamentos, comentários e curtidas dos seguidores, disseminando suas falas de modo orgânico, gerando engajamento e influência.

Do ponto de vista do eleitor, os algoritmos criaram uma falsa impressão sobre a liderança das campanhas, o que pode ser um banho de água fria para os grupos extremistas, que acreditam fielmente na popularidade do seu candidato em seus perfis sociais.

Não tenho dúvida que este ano é um marco histórico nas campanhas eleitorais e com certeza trará lições importantes para os próximos anos, não apenas para candidatos, mas para a prática do marketing digital em todas as esferas.

A propósito está subindo agora mesmo nas minhas redes sociais...

(*) CEO da Ecustomer.

O futuro é cada vez mais energívoro

A mineração de bitcoins consome 145 bilhões de kWh por ano, mais do que a energia consumida pela Holanda. A produção dessa energia gera 81 milhões de toneladas de CO2, mais do que o total das emissões de um país como o Marrocos, por exemplo.

Vivaldo José Breternitz (*)

A mineração de bitcoins consome também cerca de dois trilhões de litros de água por ano, necessários à refrigeração dos computadores utilizados no processo de mineração.

Se o Google decidisse integrar a inteligência artificial generativa a todas as pesquisas que lhe fossem submetidas, o consumo de eletricidade subiria cerca de 29 bilhões de kWh por ano, uma quantidade superior à consumida por países como Quênia, Guatemala e Croácia.

Essas são observações do portal Digiconomist, voltado à discussão dos impactos de novas tecnologias, especialmente do ponto de vista econômico e que foram trazidas pela revista The New Yorker em um artigo intitulado "The Obscene Energy Demands of A.I.", levantando uma questão atual: "como o mundo pode alcançar a meta de zero emissões se continua a inventar novas maneiras de consumir energia?"

Esse é um tema cada vez mais urgente e os dados da Digiconomist complementam outras informações levantadas recentemente, como por exemplo, um documento da University of Washington afirmando que as consultas diárias feitas ao ChatGPT exigem cerca de um GWh, equivalente ao consumo de energia de 33 mil famílias norte-americanas.

Já um estudo da ONU, revela que no biênio 2020-2022, a mineração de bitcoins consumiu aproximadamente 173 TWh e que se essa atividade fosse um país, seria o 27º maior consumidor.

Na atualidade, os maiores consumidores de energia elétrica são a China (6.278 TWh) e os Estados Unidos (3.947 TWh); o Brasil (535 TWh) é o sexto maior.

É evidente o impacto positivo das tecnologias digitais sobre fatores como qualidade de vida e produtividade, mas fica claro que o aumento constante do consumo de energia gerado por



Laura_Goodsell_Business_Design_Academy_CANVA

elas deve ser objeto de preocupações de estudiosos, governos e da sociedade em geral.

(*) 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.

Usinas centralizadas de energia renovável já movimentam mais de R\$ 64,3 bilhões no Brasil

A cidade de São Paulo recebe até esta quinta (03), no Villa Blue Tree, a segunda edição do Fórum Brasileiro de Geração Centralizada de Energia com Fontes Renováveis (GC Fórum).

Sucesso em 2023, o evento está reunindo os principais players do setor de energia, assim como discutirá temas essenciais para a expansão da geração em larga escala no Brasil.

Segundo dados da Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL), por exemplo, esse tipo de produção no país está em franca expansão, com destaque para a energia solar, que teve um crescimento de 68% em 2023 e já representa 7% da matriz energética nacional com 15 GW de potência operacional.

A região Sudeste, que inclui São Paulo, por outro lado, responde por mais de 40% da capacidade instalada das usinas solares de grande porte. Além disso, o setor, desde 2012, atraiu mais de R\$ 64,3 bilhões em investimentos, gerando mais de 452 mil empregos e arrecadando R\$ 21,3 bilhões aos cofres públicos, segundo a instituição.

Dessa forma, com palestras e painéis que abordarão desde a viabilidade econômica até as últimas tendências tecnológicas, o Fórum visa potencializar a troca de conhecimentos entre os principais especialistas do setor, envolvendo não só a energia solar, mas todas as fontes limpas produzidas no país.

Empresas como Trina Solar, Brametal, Sungrow, Jinko Solar, Huasun, Risen, Solis Inverters, Hopewind, Edeltec, Inoxpar,



Axial, Ingeteam, Fortlev Solar, MTR Solar e Webconecte já estão confirmadas.

Claudio Fraga, diretor-geral do evento, ressalta que o Fórum trará conhecimento e experiência aos participantes, assim como fomentará negócios estratégicos entre esses players presentes.

"O setor e as demandas por usinas de grande porte estão crescendo, e junto, crescem as necessidades de encontros voltados à network e negócios entre as empresas que estão no topo da cadeia de geração centralizada no Brasil" comenta Fraga.

"O Fórum será o palco onde autoridades, produtores de energia renovável, fabricantes e até mesmo EPCistas compartilharão conhecimento, direcionamentos, tendências de tecnologias e boas práticas

que contribuirão para o desenvolvimento desse mercado para um público atuante e especializado na área. Além de fortalecer parcerias e criar novos negócios estratégicos entre esses players presentes" complementa ele.

Entre os tópicos, serão discutidos desafios operacionais, manutenção avançada de usinas e soluções para otimizar a geração de energia. Além disso, o evento trará discussões sobre o papel da energia renovável na descarbonização e na competitividade da economia brasileira, essenciais para o cumprimento das metas de transição energética do país.

A programação completa e informações complementares podem ser analisadas no site oficial do evento pelo link www.forumgc.com.br.

News @TI

Programa de capacitação remunerada para jovens

A Mouts TI, empresa de tecnologia de Blumenau com atuação em todo o mundo, possui o programa de capacitação remunerada: o Mouts Academy. Recentemente, duas turmas terminaram o módulo de C#, seguido por uma prova final e a visita dos CEOs da Mouts na sala de aula. Agora, os alunos estão prontos para avançar para o próximo módulo. O programa foi lançado em junho deste ano e tem previsão de conclusão para o próximo mês de dezembro. Atualmente, contempla 32 acadêmicos divididos em duas turmas. O Mouts Academy conta com os módulos C#, Web, Business English e Plataforma TrakSYS, com uma abordagem que integra teoria e prática.

Inteligência Artificial para inspeção de rodovias

AA Ecovias, concessionária responsável pelo Sistema Anchieta-Imigrantes, está testando a plataforma de inteligência artificial SSTOM da SpySkyTech em suas operações, marcando um passo significativo em direção ao futuro das rodovias inteligentes no Brasil. A tecnologia SSTOM é uma plataforma SaaS de monitoramento em tempo real que utiliza inteligência artificial para transformar imagens capturadas por câmeras em dados acionáveis. A tecnologia permite, por exemplo, que quando uma das câmeras verifique um buraco na pista, um acidente ou a presença de fumaça, entre outras situações, o Centro de Controle Operacional (CCO) da concessionária seja automaticamente acionado. Baseada na nuvem, a plataforma proporciona uma operação segura e eficiente, eliminando a necessidade de processamento local. Ela integra dispositivos como câmeras, drones e smartphones, oferecendo insights em tempo real que facilitam a tomada de decisões rápidas e precisas. Os benefícios dessa tecnologia incluem a melhoria da segurança nas rodovias, com monitoramento constante e a capacidade de detectar incidentes e condições adversas instantaneamente.

Empresas & Negócios José Hamilton Mancuso (1936/2017)

Laurinda Machado Lobato (1941-2021) Responsável: Lilian Mancuso

Editorias Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); Ciência/Tecnologia: Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); Livros: Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br); Comercial: comercial@netjen.com.br; Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br

Webmaster/TI: Fabio Nader; Edição Eletrônica: Ricardo Souza. Revisão: Maria Cecília Camargo; Serviço Informativo: Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA. Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.

Jornal Empresas & Negócios Ltda Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 - Vila Mariana - São Paulo - SP - CEP.: 04128-080 Telefone: (11) 3106-4171 - E-mail: (netjen@netjen.com.br) Site: (www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90 JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003) Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.

Colaboradores: Claudia Lazzarotto, Eduardo Moisés, Geraldo Nunes e Heródoto Barbeiro. ISSN 2595-8410