

Líder russo quer holofote



Heródoto Barbeiro (*)

A Rússia quer consolidar sua hegemonia. Para isso, junta os países que se dispõem a enfrentar a hegemonia dos Estados Unidos, a sede do capitalismo mundial.

A reunião organizada pelo Kremlin é minuciosa, com todos os detalhes diplomáticos disponíveis para que a imprensa ocidental não faça uma cobertura com pouco jornalismo e muita crítica sobre essa ação de Moscou.

Os aliados devem ajudar ao máximo a divulgação do encontro, por meio de sua máquina de propaganda – a todo vapor! – e buscar arestas na liderança americana, atribuindo a ela as dificuldades econômicas e financeiras que os convidados enfrentam no dia a dia.

É um encontro político, com uma agenda previamente preparada pela Rússia, e os convidados poderão, no máximo, fazer algumas pequenas mudanças. Correções jamais. Os dirigentes dos países convidados para a cúpula rezam pela cartilha de Moscou.

Buscam soluções para seus problemas internos e veem na Rússia um gigante, com grandes reservas de minerais, entre eles petróleo, fertilizantes e carvão. As negociações podem ser feitas em rublos e não mais em dólar.

A moeda americana é escassa nesses países, impera o câmbio negro, o tráfico financeiro e as flutuações que emergem de Nova York. Qualquer declaração que o mercado entenda que seja uma ameaça aos seus lucros, faz o dólar despencar ou sumir do mercado com o preço lá em cima.

Há falta de dólar no cofre dos países aglutinados na Rússia, por isso um mercado que aceita as moedas locais pode facilitar o fluxo comercial, ainda que ele seja muito frágil em função

da crise vivida pela Europa nos últimos dez anos. Não há escapatória: é concordar com as imposições do Kremlin, ou arcar com as represálias, que podem ser, inclusive, militares.

Os países ocidentais acusam os participantes da cúpula na Rússia de ditaduras. A democracia liberal está nos seus estertores, dizem os arautos do fim do capitalismo, como está no livro assinado por Vladimir Lênin, o líder da revolução comunista. A reunião tem como foco impedir a progressão do Plano Marshall da Europa Ocidental, destruída pela guerra, para os países que ficaram atrás da Cortina de Ferro, como os chamava Churchill.

O ditador russo, Josef Stálin, está no auge do seu poder absolutista e é o centro do culto da personalidade. Em 1949, lidera a fundação do Comecon – Conselho de Assistência Econômica Mútua. É um absolutista que faz contínuos expurgos no Partido Comunista da União Soviética de acusados de conspirar contra a revolução proletária vitoriosa em 1917.

O pacto dá mais projeção a Stálin, e seus crimes – com mortes de milhares de pessoas – são abafados pelos partidos comunistas ocidentais. Estes avaliam que isso é necessário para acabar com o sistema burguês e permitir que os povos universalmente possam viver o socialismo, etapa inicial para a implantação do comunismo e da ditadura do proletariado.

Se o Comecon vai ou não atender às necessidades da Europa Oriental, destruída pela guerra provocada pelos nazistas, só o tempo vai dizer.

Previsões há muitas. E conflitantes.

(*) - É âncora do Jornal Nova Brasil, colunista do R7. Mestre em História pela USP e inscrito na OAB. Palestras e mídia training. Canal no YouTube "Por Dentro da Máquina" (www.herodoto.com.br).

Casa Branca estabelece diretrizes para uso de inteligência artificial

O New York Times informou que a Casa Branca emitiu um documento com diretrizes para o uso de inteligência artificial (IA) pelas forças armadas e agências de inteligência.

Vivaldo José Breternitz (*)

As diretrizes são voltadas ao uso de IA nas operações diárias dessas organizações, definindo prazos para que sejam definidos detalhes quanto às aplicações e regulamentos para uso das ferramentas de IA. O documento também visa limitar “as possibilidades mais distópicas, incluindo o desenvolvimento de armas autônomas”, de acordo com jornal.

Ao anunciar as diretrizes, o Conselheiro de Segurança Nacional Jake Sullivan manifestou preocupações sobre o uso da IA pela China para controlar sua população e disseminar desinformação. Disse também que o documento pode fomentar entendimentos com outros países que estão trabalhando para implementar suas próprias estratégias de IA.

As diretrizes estabelecem alguns limites rígidos para o uso de IA, especialmente quando se trata de sistemas de armas, dizendo que a IA não pode ser usada para tomar decisões quanto à utilização de armas nucleares. IA também não pode atribuir status de asilo a imigrantes que chegam aos Estados Unidos; IA também não pode rastrear pessoas com base em sua raça ou religião ou determinar que um suspeito é



Aaron_Kittredge_de_Pexels_CANVA

um terrorista – nesses casos IA deve servir sempre como uma ferramenta auxiliar.

O documento também trata da proteção do conhecimento sobre IA avançada, que são definidos como “ativos nacionais que precisam ser protegidos... de espionagem ou roubo por adversários estrangeiros”, de acordo com o New York Times. As agências de inteligência do governo são orientadas

a ajudar as empresas privadas que desenvolvem trabalhos nessas área.

Nos tempos em que vivemos, os governos devem cada vez preocuparem-se com esse assunto.

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

Como os aplicativos de mensagens impulsionam a inovação no Brasil por meio de conversas entre as empresas e clientes

Você deve ter notado como algumas empresas estão se comunicando cada vez mais com os clientes por meio de aplicativos de mensagens populares, como WhatsApp, Instagram e Telegram. Isso não é por acaso: faz parte de uma tendência crescente em que as empresas estão percebendo que os aplicativos de mensagens são plataformas que os clientes já associam a trocas fáceis e pessoais, e oferecem a maneira ideal para as empresas criarem relacionamentos mais fortes, aumentando a fidelidade e gerando conversões mais direcionadas.

Estamos explorando como essa nova combinação de Inteligência Artificial e mensagens está impulsionando a inovação e remodelando a maneira como as empresas e os clientes interagem, especialmente no Brasil. Como uma empresa que acredita que a comunicação contínua é fundamental para o envolvimento do consumidor, vimos o Brasil como um dos mais importantes *cases* de sucesso dessa abordagem que trabalhamos na Gupshup. De fato, acreditamos que o país tem o potencial de se tornar uma superpotência do comércio conversacional.

Primeiro porque o Brasil é um país altamente digitalizado com mais de 170 milhões de usuários conectados à Internet, sendo que mais de 85% têm acesso à rede via celular. Não apenas isso, mas os brasileiros adoram conversar por meio de aplicativos de mensagens, especialmente o WhatsApp e o Instagram; ou seja, 99% dos smartphones brasileiros têm o WhatsApp instalado, e estima-se que 147 milhões de brasileiros estejam usando o aplicativo de mensagens neste momento.

Portanto, os brasileiros já estão totalmente familiarizados com o WhatsApp e o utilizam para conversar com seus amigos e familiares, usando o aplicativo por uma média de 24 horas mensais. O que também descobrimos é que, agora, eles também acham que essa é a melhor maneira de conversar com as empresas. Nossa pesquisa revelou que, em relação a uma compra atual ou futura, mais da metade (51,8%) dos entrevistados preferem se comunicar com uma marca por meio de mensagens instantâneas, como WhatsApp ou Telegram, em comparação aos (19,5%) que preferem interagir por e-mail, a segunda opção mais popular.

De acordo com as últimas descobertas da Meta, essa preferência por conversar com as



Bruno Montoro

empresas como fariam com amigos e familiares fez com que 91% das empresas brasileiras passassem a usar canais de mensagens para comunicação de vendas e pós-venda. Embora as interações automatizadas costumem ser limitadas em seu escopo e complexidade, o surgimento dos chatbots alimentados por IA em aplicativos como o WhatsApp permitiu que as empresas fornecessem um atendimento personalizado e eficiente ao cliente. Além disso, as empresas que estão adotando o sistema de mensagens estão prosperando por causa disso: 89% das empresas que investem em mensagens têm observado um crescimento de 50%.

Isso significa que muito em breve, prevemos que os clientes irão experimentar uma maneira totalmente nova de interagir com as empresas. O funil de vendas linear desaparecerá e, ao invés disso, os clientes desfrutarão de uma experiência de conversação contínua de 360 graus, em que as empresas poderão oferecer suporte, assistência pós-venda, ajuda com consultas e usar o processamento de dados com tecnologia de IA para prever as necessidades imediatas dos clientes, além de alinhá-las com ofertas, descontos e upgrades altamente personalizados e direcionados.

Por exemplo, empresas brasileiras líderes como a Reserva já começaram a aproveitar a IA em suas estratégias de mensagens. O assistente de vendas virtual “sempre ativo” da marca

de roupas oferece uma jornada perfeita do início do bate-papo ao checkout, em que os clientes podem perguntar, escolher e comprar inteiramente pelo WhatsApp. O uso da Nuvem de Conversação da Gupshup pelo varejista de moda registrou um aumento de 30% nas vendas, além de aumentar o engajamento e o ROI de marketing em até sete vezes. Este é apenas um vislumbre de como a IA pode turbinar a experiência do cliente.

Na vanguarda dessa onda de inovação por ser um país conectado e impulsionado pelo acesso aos dispositivos móveis, o que naturalmente promove a conversação, está, sem dúvida, o Brasil. Entre os grupos socioeconômicos de baixa renda, os telefones celulares são a tábua de salvação, e muitas vezes o principal meio de acesso à Internet. Portanto, além de muitos usuários já terem acesso à rede e serviços de mensagens combinados em um único dispositivo, as empresas também podem garantir que essa mudança em direção ao comércio conversacional seja usada para promover a inclusão e reduzir a exclusão digital.

Embora o crescimento dos negócios e os ROIs mais altos sejam fins desejáveis para si mesmos, o comércio conversacional também permite uma confiança mais profunda e o envolvimento do consumidor, o que promove maior satisfação e fidelidade. Isso é vantajoso tanto para as empresas quanto para os consumidores. E os dados mais recentes da Meta são promissores nesse sentido: 85% dos brasileiros acreditam que os aplicativos de mensagens facilitam a comunicação, e 81% estão mais propensos a confiar nas empresas que oferecem essa opção. Esse aumento na confiança se traduz em uma maior fidelidade do cliente e, claro, em melhores resultados comerciais.

Para comemorar esta Semana da Inovação, queremos reconhecer como a Gupshup e o Brasil passaram por jornadas de transformação digital semelhantes. Ambos evoluímos do SMS para o WhatsApp, do peer-to-peer para as mensagens comerciais e, agora, ambos reconhecemos o poder transformador da IA para aprimorar nossas experiências como clientes e empresas. Quem sabe o que o futuro nos reserva à medida que esse relacionamento evolui? Mas, definitivamente, queremos que mais empresas e clientes brasileiros participem da conversa.

(Fonte: Bruno Montoro, diretor de negócios LATAM na Gupshup).

News @TI

Oracle Analytics Intelligence for Life Sciences com tecnologia de IA para saúde

A Oracle lançou o Oracle Analytics Intelligence for Life Sciences. Trata-se de uma plataforma de dados e análises em escala de nuvem, baseada em inteligência artificial, que simplifica e ajuda a acelerar a geração de insights ao unificar dados diferentes em um único fluxo de trabalho inteligente. A nova solução capacita os usuários a responder a perguntas de pesquisas multidisciplinares, gerar insights e integrar essas informações aos aplicativos Oracle Health e Life Sciences já existentes. Como resultado, as organizações do mercado de saúde podem identificar com mais precisão as necessidades do setor, avaliar a viabilidade comercial e otimizar as estratégias de lançamento de tratamentos (oracle.com).

Plataforma DevolvaFácil automatiza o controle de devoluções no setor de telecom

A padronização no manuseio de devoluções tem se tornado o principal ponto de atenção das grandes empresas, especialmente no setor de telecomunicações, que lida diariamente com o retorno massivo de equipamentos. Em 2022, o mundo gerou 62 milhões de toneladas de resíduos eletrônicos, com projeção de aumento de 33% até 2030. Não é apenas o volume crescente de devoluções que representa um desafio, mas também a falta de uniformidade nos processos (https://postalgow.com.br/#numeros).