

OPINIÃO

Estamos nos aproximando do inverno da Inteligência Artificial?

Lucas Rodrigues (*)

Se há, atualmente, um tema mais recorrente que a Inteligência Artificial, eu desconheço!

Isso porque o cenário de IA hoje é de intensa inovação, principalmente na área de IA generativa, como grandes modelos de linguagem (LLMs) e aplicações de automação inteligente.

Nesse sentido, temos visto um crescimento explosivo em soluções que utilizam IA para personalização, otimização de processos e geração de conteúdo. A acessibilidade dessas tecnologias é cada vez maior, permitindo que empresas de todos os portes as integrem em seus produtos e serviços. No entanto, há um desafio crescente em garantir que essas inovações sejam responsáveis, éticas e acessíveis.

É por isso também que temos visto aumentar os temas e questionamentos sobre um possível inverno da inteligência artificial. Para ninguém se desesperar, é preciso contextualizar o assunto. Um inverno de IA geralmente ocorre quando há expectativas não cumpridas e uma desaceleração significativa no financiamento e desenvolvimento. Hoje, não estamos observando uma queda nos investimentos em IA, pelo contrário, as empresas continuam a direcionar grandes quantidades de capital para pesquisas e inovações. Entretanto, os sinais de um potencial inverno podem ser notados caso surjam regulações excessivas ou expectativas exageradas sobre as capacidades dos modelos atuais, levando à desilusão.

Se chegarmos, efetivamente, a um inverno da IA, veremos uma desaceleração em pesquisas de ponta e a redução de fundos para startups e iniciativas menores, o que pode limitar a inovação. Empresas que dependem da IA para automação ou personalização podem ser afetadas com menos avanços tecnológicos disponíveis no curto prazo. Além disso, uma desaceleração pode desmotivar talentos de seguirem carreiras em IA, criando uma lacuna no setor a longo prazo.

Diante deste cenário, um

questionamento comum é se é possível driblar um eventual inverno da IA. E a resposta é sim! É possível evitar um inverno da IA ao alinhar as expectativas com as capacidades reais da tecnologia. Isso significa educar tanto o público quanto os investidores sobre o estado da arte e os limites da IA, além de focar em inovações incrementais. Incentivos governamentais para pesquisa e desenvolvimento, juntamente com regulamentações flexíveis, podem garantir um crescimento mais sustentável. Além disso, fomentar a colaboração entre indústria, academia e governo pode acelerar descobertas, mantendo o ecossistema em evolução.

Do ponto de vista das empresas, reforço que elas podem se preparar diversificando suas abordagens para IA, investindo em soluções de médio e longo prazo que tragam valor incremental contínuo. É crucial também manter uma estratégia de IA mais sustentável, evitando dependências exageradas em tecnologias emergentes e focando em metodologias que garantam ROI no curto prazo.

Apesar dos desafios, estou otimista em relação ao futuro da IA. Acredito que veremos avanços em IA explicável, tornando os modelos mais transparentes e confiáveis. A IA será mais integrada em áreas complexas como medicina de precisão e governança autônoma. Além disso, a combinação de IA com outras tecnologias emergentes, como computação quântica, abrirá novas fronteiras para a resolução de problemas que, hoje, são intratáveis.

Para finalizar, reforço que a IA está mudando a forma como pensamos sobre automação e criatividade. Mas o mais importante a lembrar é que, embora a tecnologia seja impressionante, o foco deve ser sempre no impacto humano. Governos, empresas e a sociedade como um todo devem trabalhar juntos para garantir que os avanços em IA beneficiem a todos, criando um futuro onde a tecnologia complementa, em vez de substituir, a capacidade humana.

(*) Mestre em IA e Machine Learning for Data Science pela Université Paris Cité.

Centro de Soluções IA

As soluções de IA vêm transformando a atuação das áreas de Gestão de Pessoas. De olho nessa tendência quase consolidada, a LG lugar de gente, maior HR Tech do Brasil, estruturou o Centro de Soluções IA, que busca atender à crescente demanda por ferramentas que otimizem processos, personalizem experiências e ofereçam insights preditivos.

Segundo Anderson Okuno, Gerente de Desenvolvimento de Games e EAD da LG lugar de gente, e responsável pela nova área, a criação do centro é uma resposta direta às transforma-

ções do mercado. "As empresas buscam ferramentas que automatizem, personalizem e tornem a gestão de pessoas mais preditiva, melhorando a experiência dos gestores e colaboradores. Também vimos a necessidade de otimizar o trabalho dos profissionais, permitindo que foquem em estratégias de desenvolvimento humano e decisões mais complexas", reforça Okuno. O centro foi estruturado com uma abordagem multidisciplinar, reunindo especialistas de diversas áreas para integrar tecnologia e necessidades humanas. (https://www.lg.com.br/).

Os chefões do Vale do Silício e os relógios de pulso

Aqueles que acompanharam as recentes aparições de Mark Zuckerberg na mídia puderam observar que o mesmo, chefe de uma das empresas de tecnologia mais poderosas do mundo, empreendedor capaz de aproveitar inovações e oportunidades, usava um relógio de pulso mecânico.

Vivaldo José Breternitz (*)

Não era um simples relógio, mas sim um Greubel Forsey, que custa cerca de 900 mil euros. Esse fato fez com que a imprensa passasse a observar quais os relógios usados pelos chefões do Vale do Silício, obtendo algumas informações interessantes: Tim Cook, CEO da Apple, usa um smartwatch Apple; Bill Gates, fundador da Microsoft, usa um Casio de 60 dólares.

Outros, são um pouco menos modestos: Jeff Bezos, da Amazon, usa um Omega de dez mil euros; Larry Ellison, fundador da Oracle, um Richard Mille de 2 milhões. Jack Dorsey, fundador do Twitter, frequentemente fotografado com camisas desgastadas e bonés surrados, usa um Cartier de 150 mil euros.

Elon Musk, chefe da Tesla, SpaceX e X, possui uma coleção de relógios, incluindo alguns das marcas Richard Mille, Omega e Rolex; ao que parece, nunca usa smartwatches. Jensen Huang, CEO da Nvidia, simplesmente não usa relógio.



mgstudyo_CANVA

Curiosamente, esse fenômeno também envolve as novas gerações. Segundo algumas pesquisas, o aumento das vendas de relógios mecânicos que vem sendo observado estaria sendo impulsionado pela Geração Z (nascidos entre 1997 e 2012), muitos dos quais nunca usaram um relógio de pulso antes e costumam usar o smartphone para ver as horas.

Não é possível afirmar que a volta dos relógios convencionais seja uma tendência ou uma moda passageira, mas as escolhas dos chefões do Vale do Silício podem influenciar esse mercado.

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

Experiência de prova de roupas virtual com o uso da IA

Uma experiência gratuita de prova de roupas virtual utilizando a tecnologia da inteligência artificial (IA) está disponível no Shopping SP Market para os visitantes. A iniciativa acontece em um espaço interativo e busca integrar inovação e moda, proporcionando praticidade e conveniência para o público.

Com o uso da IA, os consumidores podem experimentar diversos looks femininos, masculinos e infantis de marcas parceiras na ação sem precisar vestir as peças fisicamente. O sistema captura as imagens em tempo real e por meio do reconhecimento do formato do corpo, demonstra como as peças selecionadas digitalmente ficariam de forma precisa, sem a necessidade de ir até um provador.

O objetivo principal da ação em parceria da plataforma Doris, é o de oferecer uma experiência diferenciada e interativa, destacando as possibilidades da tecnologia no universo da moda. "A ativação é um sucesso de engajamento de público aqui no mall, é muito bacana dar a percepção



do quanto a tecnologia faz parte da nossa vida hoje em dia de uma forma tão ampla e abrangente, inclusive no mundo da moda. Somos o primeiro shopping do país a reunir várias marcas nesse tipo de interação e isso é um marco importante", comenta Maíra Santos, gerente de marketing.

A prova virtual de roupas faz parte de

uma série de eventos tecnológicos que o Shopping SP Market está promovendo para modernizar a experiência de compra e atrair novos públicos. "A ação está disponível durante o horário de funcionamento do shopping e não exige agendamento prévio, o que facilita a experiência do público", finaliza Maíra.



News @TI

ricardosouza@netjen.com.br

A tecnologia em prol do combate à dengue no Brasil

@Entre as estratégias já utilizadas em diversos municípios, está o Techdengue (techdengue.com), solução da Aero Engenharia, que combina tecnologia avançada com sustentabilidade para monitorar e controlar criadouros do mosquito de maneira proativa e eficiente. A tecnologia utiliza um sistema de drones e larvicida 100% orgânico e biodegradável, reconhecido pelo Ministério da Saúde, capaz de atingir locais de difícil acesso e eliminar focos antes mesmo que a população do mosquito atinja níveis alarmantes. Além disso, o Techdengue disponibiliza dados em tempo real, permitindo que gestores públicos direcionem esforços de forma precisa e ágil. Hoje, com mais de 45 mil hectares mapeados e mais de 100 mil focos de possíveis criadouros do Aedes aegypti identificados, a tecnologia se tornou uma esperança para um avanço da gestão de saúde pública no âmbito das arboviroses. O procedimento é capaz de tratar até 26 pontos de reprodução do Aedes aegypti em um único voo de aproximadamente 30 minutos em locais em que o agente de epidemia não consegue acessar.

75 mil bolsas gratuitas para aprender Inteligência Artificial com a Microsoft

@A Microsoft e a DIO lançam o programa Microsoft AI for Tech, uma iniciativa que é parte do programa Microsoft ConnectAI que tem o objetivo de capacitar 5 milhões de pessoas em habilidades de inteligência artificial (IA) até 2028, preparando-as para o futuro do trabalho. Serão 6 bootcamps gratuitos de capacitação em Inteligência Artificial, que juntos irão oferecer 75 mil vagas até junho de 2025. Os cursos disponibilizam uma formação prática e orientada por mentores especialistas da própria Microsoft, com conteúdos estruturados para atender diferentes níveis de conhecimento. Confira os detalhes dos cursos que já estão com inscrições abertas (https://www.dio.me/bootcamp).

ViewSonic anuncia parceria com a Unentel

@A ViewSonic, desenvolvedora global líder em soluções visuais e edtech, anuncia parceria com a Unentel, distribuidora brasileira de soluções tecnológicas para o mercado B2B, para representação em todo o território nacional nas linhas de produtos da ViewSonic para mercados como educação privada e pública, governo, corporativo, varejo e gaming. Com a parceria, a Unentel passará a oferecer todas as linhas da ViewSonic no país. Serão distribuídas soluções visuais completas para equipar salas de aula com grandes telas interativas, projetores LED e Laser de alta performance e softwares de colaboração em aula myViewBoard®. Também serão disponibilizadas soluções de telas interativas de até 105 polegadas com recursos de IA integradas à solução ViewSonic@TeamJoin™, exclusivamente desenvolvidas para a plataforma MTR Microsoft Teams Room (viewsonic.com/br).

Pipedrive recebe certificações em segurança da informação e privacidade

@A Pipedrive, o CRM fácil e eficaz para pequenas empresas, anuncia que foi aprovada na auditoria de vigilância ISO 27001:2013, reconhecida mundialmente em gerenciamento de segurança da informação. Além disso, como processadora e controladora de dados, obteve a extensão ISO 27701:2019, para gerenciamento de informações de privacidade. As certificações destacam o compromisso inabalável da Pipedrive em manter os mais altos padrões internacionais de segurança e privacidade, proporcionando a seus clientes mais confiança de que seus dados são tratados de forma segura e responsável. As certificações ISO e o relatório de auditoria SOC 3 da Pipedrive estão disponíveis no Trust Center da empresa, proporcionando total transparência e fácil acesso para clientes e partes interessadas (https://www.pipedrive.com/en/trust-center).

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.