

OPINIÃO

# Para ISPs, o momento é de transformar o atendimento ao cliente!

Túlio Barbosa (\*)

*O potencial da inovação é inegavelmente promissor para a gestão de ISPs, mas e sua aplicabilidade ao atendimento ao cliente?*

O atendimento é uma parte crítica para o desempenho de qualquer prestador de serviço, independentemente do segmento de atuação ou do porte da empresa. No universo dos ISPs (Provedores de Serviços de Internet), essa afirmação não só é compatível, como representa um diferencial de valor inestimável para a satisfação dos usuários e a garantia de que experiências positivas estão sendo construídas.

Na esteira da inovação, que tem avançado sobre a gestão de provedores em diversos setores, o momento é bastante convidativo para que cada vez mais gestores deem a devida atenção ao relacionamento e à comunicação com seus clientes. Claro, esse não é um movimento livre de desafios, o que demonstra, ainda mais, a necessidade de se optar por uma solução robusta, capaz de traduzir o potencial da tecnologia em benefícios reais e variados.

Isso inclui os dois lados da mesma moeda. Do ponto de vista interno, indica o impacto de ter uma gestão comercial eficiente e moderna, com funcionalidades que contribuam para melhores decisões e um olhar personalizado ao usuário. Para os clientes, os reflexos são sentidos em atendimentos que fujam de modelos engessados e acompanhem a exigência do mercado.

### Um novo tipo de gestão e relacionamento

Naprática, o que uma solução especializada no atendimento ao usuário pode oferecer aos ISPs? Entendo que um bom ponto de partida é compreender as mudanças impostas à gestão e organização da área, através de uma ferramenta completa e sustentada por tecnologias de ponta, como é o caso dos *Chatbots*. Assim, é possível fomentar uma gestão centralizada, isto é, que centralize todas as informações referentes ao atendimento em um só lugar, de maneira acessível e intuitiva. A partir dessa mudança, abre-se um leque de oportunidades de melhoria, como o uso de indicadores de desempenho – esses podendo ser integrados com o ERP (*Software de Gestão Empresarial*) utilizado pela empresa –, a visualização e o acompanhamento dos atendimentos, ativos ou na fila de espera, a inserção de *layouts* com atalhos claros e dados

completos sobre cada cliente, além de outras vantagens asseguradas por uma plataforma confiável, que se estendem para a comunicação nos canais de preferência do cliente.

Seja no *WhatsApp*, com um portfólio de *templates* para mensagens automáticas, no *Telegram* ou no *Facebook Messenger*: é fundamental que a solução escolhida tenha integração com os principais canais de atendimento do mercado. Obviamente, outros diferenciais devem ser considerados, como o recebimento e a transcrição de mensagens por áudio, a emissão de 2ª via para boletos e sistemas de acessibilidade.

### Tempo é um ativo valioso!

Você já deve ter escutado, em algum momento, o seguinte ditado: 'tempo é dinheiro'! Para provedores, automatizar as etapas e a gerência do atendimento significa poupar uma quantidade absurda de tempo hábil, liberando profissionais para atividades mais estratégicas e oferecendo mais velocidade nas respostas fornecidas aos usuários. Tempo também é um recurso extremamente valioso para a construção de estratégias assertivas, que tragam personalização e destaquem a experiência como um fator decisivo para a boa relação e fidelização.

Por sinal, com informações relevantes disponibilizadas na ferramenta, é esperado que o nível de maturidade no entendimento sobre os consumidores tenha um salto importante. Isso passa, diretamente, pela mensuração de dados precisos sobre os atendimentos, entrando na esfera de comportamento e outras preferências. Esses *insights* servem de parâmetro para que decisões acertadas sejam tomadas, fomentando um 'efeito dominó' positivo.

No fim, todos esses esforços, encabeçados pela implementação de uma solução especializada, com *dashboards* modernos e intuitivos, terminam em um propósito que pode ser dividido por duas necessidades: reformular a gestão, trazendo insumos enriquecedores, reduzindo custos e maximizando a eficiência dos processos, e oferecer uma experiência agregadora ao usuário, personificada por um atendimento flexível, agilizado e que priorize, acima de tudo, uma jornada de comunicação satisfatória.

(\*) CEO da MK Solutions. Com mais de 15 anos de experiência em Estratégia, Empreendedorismo e Desenvolvimento de Negócios, o executivo é graduado em Administração de Empresas pela UFMG e especializado em Finanças e Administração Internacional pela Harvard Business School.

# Perigo: clonagem de voz cada vez mais fácil

Um novo produto da OpenAI, criadora do ChatGPT, pode gerar um clone convincente da voz de qualquer pessoa usando apenas 15 segundos de áudio contendo a voz dessa pessoa – essa ferramenta vem sendo chamada Voice Engine.

Vivaldo José Breternitz (\*)

A própria OpenAI está considerando muito arriscado o lançamento desse produto no mercado, e vem trabalhando para minimizar a ameaça de danos gerados pelo mau uso do mesmo, especialmente em um ano em que acontecerão eleições em países importantes, dentre eles, o Brasil.

Uma primeira versão do Voice Engine, bem menos poderosa, ficou pronta em 2022 e foi usada para a funcionalidade de conversão de texto em voz embutida no ChatGPT, a principal ferramenta de inteligência artificial da OpenAI.

Enquanto procura aumentar a segurança da ferramenta, visando impedir seu uso para fins indevidos (o que certamente acontecerá), a empresa vem trabalhando com parceiros que pretendem integrá-la em seus próprios aplicativos.

Um desses parceiros é a HeyGen, que oferece aos usuários a capacidade de gerar traduções de conteúdo digital, mas preservando o sotaque e a voz do falante original; por exemplo, com uma pequena amostra de áudio em português, pode-se gerar em áudio um livro inteiro escrito em inglês, e esse áudio, em português, manterá inclusive o sotaque do falante que forneceu a amostra.

Em outro caso, pesquisadores do Norman Prince Neurosciences Institute, instituição



Seoj\_Nguyen\_de\_Pexels\_CANVA

voltada à estudos sobre a saúde do cérebro, usaram um áudio de 15 segundos, de baixa qualidade, de uma jovem apresentando um trabalho escolar, para "restaurar a voz" que ela havia perdido devido a um tumor cerebral – textos digitados por ela agora geram áudios, com a voz original da jovem.

Mas enquanto a ferramenta da OpenAI se destaca pela facilidade de uso e pela pequena quantidade de áudio original necessária para gerar um clone convincente, produtos concorrentes já estão disponíveis, embora sejam menos eficientes.

Com apenas "alguns minutos de áudio", empresas como a ElevenLabs dizem poder gerar um clone de voz; para tentar evitar

fraudes, a empresa introduziu uma seleção de "vozes proibidas", projetada para detectar e prevenir a criação de clones de voz de candidatos e políticos envolvidos em eleições, começando com aquelas que devem acontecer neste ano nos Estados Unidos e no Reino Unido.

Como temos dito, os governos, empresas e a sociedade como um todo devem combater seriamente essas clonagens criminosas, pelo mal que as mesmas podem fazer à democracia, às empresas e às pessoas comuns.

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

## Ao futuro e avante: A era da IA e seus desafios

Não é de hoje que palavras como: Algoritmo, *big data*, *echo-chamber*, etc se tornaram pautas importantes no mercado de comunicação e tecnologia. De acordo com uma pesquisa da Comscore somos o país que mais consome redes sociais na América Latina, com o equivalente a 131,5 milhões de pessoas, ou seja, é indiscutível a necessidade de adequarmos nossas estratégias para as ferramentas sociais.

Ao passo que se torna uma necessidade, também gera uma preocupação, já que uma pesquisa realizada pelo departamento de Psicologia da Unifesp com adolescentes de 13 a 17 anos revelou que 68% desses adolescentes sofrem de dependência moderada dessas comunidades sociais. Dito isto, e no papel de *head* de uma agência de comunicação e IA, vejo uma enorme responsabilidade na criação dos conteúdos que esse público consome e o quanto podem estar tornando essa geração doente.

A IA caminha para um cenário onde ela não só entenderá os padrões de comportamento como os algoritmos, como irá prever os comportamentos e desejos, ofertando ainda mais o que já é consumido. Hoje com os algoritmos já vivemos em um estado de *echo chamber* (câmara de eco), isso é, vivemos em uma bolha em que só lemos e ouvimos aquilo que gostamos e concordamos. Somos influenciados à tomada de decisão, opiniões políticas, compras, moda e muitos outros fatores de nossas vidas. Agora, imagine quando as IAs conseguirem prever aquilo que vai ter aderência para você! Como você irá ter o mínimo de senso crítico se as únicas informações que chegam, são as que a IA entrega?



E para falar a verdade, é inevitável barrarmos essa evolução, não existe uma maneira de freá-las, mas há formas de moderar esses padrões. Para isso é importante que as pessoas se eduquem para saber até onde absorver, e nós, responsáveis pela produção desse material, tenhamos consciência do nosso papel na criação e entrega.

Embora tenha exposto esse ponto de vista, profissionalmente falando, esses algoritmos e inteligências artificiais trazem uma grande facilidade e agilidade dentro dos trabalhos desenvolvidos, com elas, a economia do tempo é o maior benefício entre todos. Além de que, quem trabalha no mundo do marketing e da publicidade, irá conseguir fazer campanhas mais assertivas, sejam elas de conversão ou de branding. Ou seja, é preciso equilíbrio.

Acredito que o principal ponto de atenção deve ser nosso, profissionais da área, quem

cria e trabalha desenvolvendo as IAs. É nosso papel respeitar os limites e a privacidade dos usuários da Internet, e também protegê-los de todos os perigos que existem.

Por fim, a minha dica para você é, não se informe por redes sociais, elas são seu tempo de lazer, se informe por outros meios, mesmo que digitais e verifique sempre as fontes das informações que chegarem até você.

E outra dica bem pessoal para os pais e mães, principalmente de crianças mais novas, evitem darem telas, existem vários estudos indicando o quanto prejudicial é a tela em si, tentem estimulá-las com coisas do mundo real e ensinar a moderação com o mundo virtual.

(Fonte: CEO da Ecustomer - <https://ecustomer.com.br/home/>)

## News @TI

ricardosouza@netjen.com.br

**Middleware de IA Generativa da Inmetrics impulsiona processos em setores econômicos**  
@A Inmetrics, líder em Eficiência Digital da América Latina, segue impulsionando a capacidade e a eficiência das operações de tecnologia em vários setores da economia através do middleware de inteligência artificial desenvolvido pela empresa. A tecnologia permite a integração e a orquestração

de diversas plataformas de IA generativa, como OpenAI, Bard do Google, e Claude da Anthropic, em um único ambiente. Além disso, pode conectar os modelos de linguagem locais ou externos, assegurando total controle sobre a privacidade dos dados. Esta funcionalidade permite que empresas acessem o melhor de cada tecnologia de IA Generativa em uma interface simplificada e eficiente.

Empresas & Negócios José Hamilton Mancuso (1936/2017)

**Editores**  
Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); Ciência/Tecnologia: Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); Livros: Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioph.com.br);  
Comercial: Tatiana Sapateiro – tatiana@netjen.com.br  
Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br

**Colaboradores:** Claudia Lazzarotto, Eduardo Moisés, Geraldo Nunes e Heródoto Barbeiro.

Laurinda Machado Lobato (1941-2021)

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.

ISSN 2595-8410

Responsável: Lilian Mancuso

**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.