

OPINIÃO

Na era da inteligência artificial, o real é o novo viral

Alexandre Salvatore (*)

Vivemos imersos na chamada economia da atenção.

Um ambiente hipercompetitivo, em que marcas, criadores e plataformas disputam cada segundo do nosso olhar. Esse jogo, que já era complexo, ficou ainda mais desafiador com a popularização da Inteligência Artificial Generativa, aquela que gera (num nível assustadoramente avançado) conteúdo como textos, áudios, imagens e até vídeos, do completo zero.

Para se ter uma ideia, uma pesquisa global realizada pelo Google em parceria com a Ipsos, mostrou que o Brasil está acima da média quando o assunto é o uso da IA generativa. 54% dos brasileiros disseram ter usado uma ferramenta desse tipo, sendo que a média global foi de 48%, de acordo com o estudo.

De uma hora para outra, feeds, telas e timelines passaram a ser inundados por conteúdos impecavelmente produzidos, mas, muitas vezes, com um problema central: **falta de autenticidade**. Ou seja, o que era para ser uma revolução criativa, em alguns casos, se torna um ruído.

Esse tal "ruído" acontece porque, ao se deparar com imagens ou vídeos que parecem reais, mas não são, o cérebro humano ativa um alerta. Esse fenômeno tem nome: **vale da estranheza**. É aquele desconforto que sentimos ao perceber, mesmo que de forma inconsciente, que há algo de artificial, seja na expressão, no tom, na dinâmica ou na estética. E, quando isso acontece, o efeito não é de aproximação. Pelo contrário: é de afastamento.

Quando o real fala mais alto

Com este cenário, por mais

que muitos apostem em soluções tecnológicas para otimizar e escalar conteúdos, há um movimento crescente que valoriza o oposto: o genuíno, o real, o espontâneo. Afinal, são os conteúdos que traduzem emoções autênticas, experiências vividas e reações genuínas que realmente estabelecem conexões profundas, despertam engajamento e têm o potencial de se tornar virais.

Se pararmos para observar os vídeos que explodem nas redes (aqueles que impactam, arrancam risadas, geram empatia ou provocam reflexões), quase todos têm um denominador comum: são produzidos por pessoas comuns, vivendo situações reais. É esse grau de autenticidade que cria identificação.

Não se trata de "demonizar a IA". Ela tem um papel fundamental em vários processos, inclusive na curadoria, na organização e na distribuição de conteúdos. Mas, quando falamos de construção de conexão, de branding e de presença digital, há um valor imensurável no que é genuinamente humano.

Diante desse panorama, é cada vez mais evidente que a inteligência artificial, apesar de seu avanço notável na criação e automação de conteúdos, não deve ser vista como substituta da sensibilidade humana - e sim como uma aliada estratégica para potencializar aquilo que temos de mais valioso: a autenticidade, a emoção e a capacidade de conexão real. Em meio a um mar de produções tecnicamente perfeitas, é o conteúdo imperfeito, humano e verdadeiro que realmente toca, engaja e permanece. Na era da IA generativa, paradoxalmente, o que é real não só se destaca, se torna essencial.

(*) Sócio-fundador da Myhood, startup especializada no licenciamento de vídeos virais e conteúdos gerados por usuários.

News @TI

Solução de IA que reconhece dispositivos e bloqueia fraudes digitais

@ A TransUnion, empresa global de informações e insights que atua como DataTech, amplia seu portfólio de soluções B2B e apresenta o TruValidate Device Risk - uma solução que ajuda na prevenção a fraudes e na proteção de clientes reais, para que haja confiança nas transações. Desenvolvida para abordar esses desafios de forma proativa, a solução realiza análises de ponta e machine learning combinados com detecção avançada para identificar padrões ocultos e anomalias em dispositivos, capacitando companhias de diversos segmentos a se manterem à frente dos fraudadores sem impactar a experiência de clientes.

Inova Unicamp Conquista ISO 56001

@ A Agência de Inovação da Universidade Estadual de Campinas (Inova Unicamp), sob gestão administrativa da Fundação de Desenvolvimento da Unicamp (Funcamp), obteve, nesta quinta-feira (23), o certificado de qualidade ISO 56001. O reconhecimento foi concedido após auditoria realizada pela QMS Certification, como parte do processo de avaliação previsto pela norma. O diploma é o resultado de um programa de gestão de inovação interna implantado pela Inova Unicamp, desde março deste ano e que contou com o apoio da Palas Consultoria, especializada em sistemas de qualidade.

Intel demite 35 mil em menos de dois anos

Fundada em 1968 no Vale do Silício, a Intel é conhecida principalmente por ter sido a principal fabricante de chips e processadores utilizados em computadores pessoais, servidores e dispositivos de alto desempenho.

Vivaldo José Breternitz (*)

Durante muitos anos, foi um exemplo de sucesso nessa área, até que, ao que dizem por ter demorado a embarcar na onda da inteligência artificial, entrou em um processo de franca decadência - o mercado esperava que sua quebra acontecesse a qualquer momento.

Em março passado, numa tentativa de salvar a empresa, Lip-Bu Tan assumiu o cargo de CEO da Intel; em sua primeira fala anunciou demissões em massa, como forma de "adequar" a empresa às realidades do mercado.

Agora, a dimensão desses cortes começa a ficar mais clara: a Intel demitiu cerca de 20,5 mil funcionários em apenas três meses. Somando-se às 15 mil vagas eliminadas pelos antecessores de Lip-Bu Tan, conclui-se que a empresa reduziu seu quadro em 35,5 mil pessoas em menos de dois anos.

Embora Tan tenha inicialmente prometido "achatar" a hierarquia e reduzir o número de gerentes de nível médio, acabou demitindo milhares de engenheiros e técnicos - apenas 8% dos demitidos tinham cargos de gestão, contrariando a impressão inicial de que as mudanças atingiriam principalmente a área administrativa.

Relatórios financeiros recentes, revelam uma redução de mais de US\$ 800 milhões no orçamento de pesquisa e desenvolvimento em relação ao ano anterior, indicando que



foram encerrados diversos projetos em diferentes estágios de desenvolvimento.

Falando acerca dos resultados do terceiro trimestre deste ano, a diretoria voltou a dizer que a Intel ainda está em processo de "redimensionamento operacional", com foco em reduzir custos, concentrar recursos em projetos de alto retorno, manter disciplina rigorosa no uso de recursos financeiros e buscar eficiência em todas as áreas para manter-se enxuta e competitiva.

Recentemente, noticiou-se que a Nvidia investiu US\$ 5 bilhões em ações da Intel e anunciando parcerias para o desenvolvimento de produtos. Este investimento

é mais um voto de confiança na Intel, que em agosto passado recebeu US\$ 2 bilhões do SoftBank, principal acionista da Arm, também em ações. Menos de uma semana depois, foi anunciado que o governo dos EUA adquiriu uma participação de US\$ 8,9 bilhões na Intel, em outra operação com ações.

Somados, esses acordos representam US\$ 15,9 bilhões em investimentos em ações, um sinal de que a empresa parece estar deixando as dificuldades para trás, mas em passos ainda lentos.

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

Os custos invisíveis da má gestão de dados - e como evitá-los

A forma como uma empresa gerencia suas informações é, hoje, um dos principais e mais importantes fatores críticos de sucesso, ainda mais diante de um mundo cada vez mais conectado por dados como estamos vivendo. No entanto, muitos líderes ainda subestimam os custos invisíveis da má gestão de informações e ignoram o fato de que as perdas vão muito além do financeiro imediato, impactando também na eficiência, na reputação e na capacidade de inovação.

Para se ter uma ideia, segundo a Gartner, a má qualidade de dados custa às organizações uma média de US\$ 12,9 milhões por ano. Tudo isso evidencia como dados ruins podem corroer produtividade e gerar custos ocultos.

Além do impacto financeiro direto, a má gestão de dados gera ineficiências operacionais significativas, com dados ainda mais alarmantes. Por exemplo, profissionais de dados podem gastar até 60% do tempo limpando ou corrigindo informações, e equipes de vendas desperdiçam cerca de 27% do seu tempo com dados incompletos ou incorretos.

O efeito sobre clientes e parceiros também é relevante. Dados imprecisos levam a falhas em processos críticos, desde comunicação até entrega de produtos e serviços, impactando negativamente a confiança do cliente. E em um ambiente



regulatório que caminha para ser dia após dia mais rigoroso, informações incorretas podem resultar em penalidades e danos à reputação.

Mas, afinal, como evitar estes custos que parecem invisíveis?

Investindo em governança e qualidade de dados. Não se trata só de tecnologia, mas também de estratégia, onde, ao estruturar processos claros, adotar ferramentas que automatizem a validação e limpeza de informações, capacitar equipes e estabelecer monitoramento contínuo, as empresas conseguem transformar dados em ativos confiáveis, reduzir perdas ocultas e aumentar eficiência operacional, confiança do cliente e capacidade de inovação.

Penso que esta é uma abordagem preventiva que protege a organização de riscos financeiros e reputacionais, ao mesmo tempo em que abre espaço para decisões mais ágeis e assertivas.

Empresas que não investem na gestão estratégica de seus dados acabam pagando um preço alto (muitas vezes invisível) que se reflete em perdas financeiras, baixa eficiência e reputação fragilizada. Por isso, transformar dados em ativos confiáveis é uma necessidade pungente para quem busca crescimento sustentável e competitividade no mercado atual.

(Fonte: Marcelo Araújo é diretor comercial da eBox Digital, empresa especializada em gestão e proteção de documentos físicos e digitais).

Inovação pronta para conquistar o mundo

De acordo com Observatório Sebrae Startups, o cenário do setor brasileiro é promissor. A participação dessas empresas, organizada pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil), em parceria com Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e outras entidades, reforça

o potencial criativo de todo o país e revela que a inovação brasileira está pronta para ganhar o mundo (<https://observatorio.sebraestartups.com.br/pt-br>). O Brasil chega à edição deste ano com uma delegação com 340 startups e empresas inovadoras, sendo 151 selecionadas pela ApexBrasil (108 que vão expor nos espaços

do Web Summit e 43 que estão no pavilhão brasileiro com apoio dos ambientes de inovação), 105 por unidades estaduais do Sebrae e 84 por instituições parceiras. A novidade é a renovação na delegação da ApexBrasil, na qual 123 startups vão vivenciar a experiência pela primeira vez com o apoio da Agência.

Editorias

Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); *Ciência/Tecnologia:* Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); *Livros:* Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterariaralph.com.br);

Comercial: comercial@netjen.com.br

Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br

Webmaster/TI: Fabio Nader; *Editoração 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.