



Heródoto Barbeiro (*)

A população está dividida entre os que o consideram inocente e os que querem vê-lo atrás das grades e fora de qualquer atividade política no país.

Radicalização de opiniões provoca o surgimento de extremismo que contaminam intelectuais, jornalistas e cidadãos comuns. A diferença de opinião provoca a separação de amigos, colegas de trabalho e na escola. Os mais exaltados chegam a brigar nos bares e não faltam acusações e xingamentos. Irmãos não se falam, e mães deixam de convidar a família para um almoço no domingo com temor que, com um pouco de álcool na cabeça, a confraternização não termine bem. É melhor não arriscar. Há muito tempo não se via um clima político tão tenso.

As ruas da capital do país amanhecem pichadas com frases que atacam o capitão do Exército e o acusam de corrupção e traição. Nas ruas, nos clubes e cafés, o braço de ferro contra e a favor do capitão chega na mídia. Sua foto está sempre na primeira página dos jornais e as manchetes são sensacionalistas. O acusam de tudo de errado que acontece no país. — “A culpa é do capitão!”, repetem incansavelmente os seus inimigos.

Os formadores de opinião constroem a cada dia uma nova narrativa baseada em novas suspeitas. Os jornalistas não

param para perguntar se é verdade ou não o que está escrito no processo que ele sofre no Judiciário. Não importa. O que vale é incentivar a manada de incautos a correr na direção escolhida e não fazer perguntas. Tentar parar e atentar para a lógica é correr o risco de ser pisoteado pelos energúmenos. A imprensa marrom é uma realidade.

Ninguém ousa desafiar a Justiça nem a opinião pública enraivecida. O caso do capitão do Exército deve ser esquecido. Mas Émile Zola não pensa assim. Está convencido de que o capitão Dreyfus foi vítima de uma armação, um bode expiatório para a derrota diante dos alemães.

Ele continua preso na ilha do Diabo para cumprir prisão perpétua na Guiana Francesa, uma pena compatível com o crime que cometera ao vender documentos secretos do exército francês para os alemães. A publicação do livro *Eu Acuso*, de Zola, levanta a cortina da armação contra Dreyfus.

Depois de cinco anos de prisão, o processo é revisto e revela o inevitável: ele foi vítima de uma armação de seus inimigos, agravada pelo fato de ser de origem judaica. Foi vítima no século 19 do que 140 anos depois fica conhecido como *fake news*.

(*) - É professor e jornalista, âncora do *Jornal Novabrazil*, colunista do *R7*, do *Podcast. Mestre em História pela USP* e inscrito na *OAB*. *Palestras e mídia training*. Canal no *Youtube* (www.herodoto.com.br).

Gemini apavora ChatGPT

Assustado com o crescimento do Gemini, o chefe da OpenAI, Sam Altman, disse em um comunicado dirigido aos seus funcionários que a empresa está em estado de “Código (ou Alerta) Vermelho”, o que significa que todos os outros projetos ficarão em segundo plano em favor do ChatGPT.

Vivaldo José Breternitz (*)

De acordo com o *The Wall Street Journal*, Altman afirmou no comunicado que a empresa precisa melhorar os níveis de personalização, a velocidade e a confiabilidade de seu principal produto, além de permitir que ele cubra uma gama mais ampla de tópicos.

A OpenAI popularizou a inteligência artificial generativa com o lançamento do ChatGPT em 1º de dezembro de 2022. No entanto, seus concorrentes desde então vem crescendo, sendo sua maior ameaça atual o Google, que lançou o Gemini 3 no início de novembro e o integrou na maioria, senão em todos, os produtos da empresa – apenas nos últimos três meses, o Gemini ganhou 200 milhões de usuários.

Além disso, a Anthropic também lançou o Claude Opus 4.5 na mesma época, produto que vem ganhando participação de mercado entre usuários corporativos. Há ainda vários outros desafiantes, como o MetaAI, o Copilot e o chinês DeepSeek.

Essa competição cada vez mais acirrada tornou questão de sobrevivência para a OpenAI se manter na liderança, especialmente enquanto continua a consumir capital. A Microsoft, que já investiu mais de US\$ 13 bilhões empresa e detém parte considerável de suas ações, já teria perdido US\$ 3,1 bilhões com a OpenAI, apenas no primeiro trimestre fiscal de 2024.

Apesar de não ter obtido lucro desde sua fundação há mais de 10 anos, a OpenAI vem



Max_D_Graphic_Designer_CANVA

continuamente investindo bilhões de dólares em enormes centros de dados, com seu presidente prevendo ter um parque instalado de 10 bilhões de GPUs. Tudo isso tem levado especialistas a questionar como a OpenAI conseguirá justificar e recuperar esses investimentos. É oportuno lembrar que o Uber demorou cerca de 15 anos para começar a gerar lucro.

Mesmo que os rivais da OpenAI tenham avançado a empresa tem procurado não ceder espaço, devendo lançar um novo produto que desafiará o mais recente lançamento do Gemini. No entanto, o

WSJ relata o último grande lançamento da OpenAI, em agosto de 2025, o GPT-5, decepcionou seus usuários, que falaram de várias deficiências do produto, a ponto de a OpenAI ter atualizado a ferramenta cerca de três meses depois para corrigir problemas.

Como temos dito, é muito provável que a guerra das IA comece a fazer vítimas entre aqueles que as criaram.

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

GhostAd: adware oculto no Google Play drena recursos e afeta milhões de usuários

Os pesquisadores da Check Point Research (CPR), divisão de inteligência de ameaças da Check Point Software, identificaram uma campanha de adware em larga escala presente em múltiplos aplicativos do Google Play que afetou milhões de usuários Android.

Jonathan Sautter por Pixabay

A operação, chamada GhostAd, utilizava aplicativos aparentemente inofensivos, como editores de emoji e ferramentas utilitárias, para executar permanentemente um mecanismo de publicidade oculto, mesmo após o fechamento do aplicativo ou a reinicialização do dispositivo. Esse comportamento gerava impressões de anúncios de forma contínua, com impacto direto na bateria, no consumo de dados móveis e no desempenho geral dos aparelhos.

Durante a análise, a equipe da CPR identificou pelo menos 15 aplicativos relacionados, cinco deles ainda disponíveis na loja oficial no início da investigação. Juntos, somavam milhões de downloads, incluindo um que chegou ao segundo lugar na categoria “Top Free Tools” do Google Play. A maior concentração de vítimas estava no Sudeste Asiático, em países como Filipinas, Paquistão e Malásia, embora também tenham sido registrados casos na Europa, África e Israel. Segundo a CPR, essa distribuição reflete principalmente o perfil de usuários que tende a instalar aplicativos gratuitos desse tipo.

Após ser informado pela Check Point Software, o Google removeu todos os aplicativos identificados, sendo alguns deles retirados antes mesmo da notificação e outros após o contato dos pesquisadores. O Google Play Protect passou ainda a desativar automaticamente esses aplicativos em dispositivos nos quais permaneciam instalados, independentemente da fonte do download.

Os pesquisadores da CPR explicaram que o GhostAd combinava três mecanismos que lhe conferiam persistência incomum: um serviço de primeiro plano sempre ativo, exibindo apenas uma notificação vazia; um JobScheduler configurado para reativar tarefas de publicidade a cada poucos segundos; e um ciclo contínuo de carregamento e atualização de anúncios, baseado em SDKs legítimos como Pangle,



Vungle, MBridge, AppLovin e BIGO. Em conjunto, esses elementos criavam um sistema de AutoRecuperação difícil de ser interrompido para usuários sem conhecimento técnico.

Os impactos percebidos pelos usuários incluíam celulares mais lentos, pop-ups constantes, aumento de consumo de dados, aquecimento anormal e ícones que desapareciam ao tentar desinstalar o aplicativo. Avaliações no Google Play descreviam a experiência como “invasiva”, “incontrolável” e até “semelhante a um vírus”.

Perigo no ambiente corporativo

A equipe da CPR também alerta que aplicativos desse tipo podem representar risco adicional em ambientes corporativos. Com permissões de armazenamento, eles podem acessar pastas de downloads, documentos exportados, capturas de tela e outros arquivos que, dependendo do contexto, podem incluir informações sensíveis. Com conectividade constante e capacidade de comunicação com servidores remotos, existe a possibilidade de que dados sejam examinados ou transmitidos sem que o usuário perceba, mesmo sem exploração de vulnerabilidades.

A descoberta do GhostAd demonstra como infraestruturas de publicidade legítimas podem

ser manipuladas para criar redes abusivas e altamente lucrativas, explorando brechas de supervisão nas lojas oficiais de aplicativos. A CPR recomenda que usuários evitem instalar aplicativos com nomes genéricos ou permissões exageradas, consultem avaliações de outros usuários, verifiquem notificações persistentes incomuns e revisem periodicamente a lista de aplicativos instalados.

Além disso, a Check Point Software reforça a importância de se manter soluções de segurança atualizadas e destaca a necessidade de maior vigilância por parte das plataformas de distribuição.

A campanha GhostAd confunde a fronteira entre marketing e malware. Ela demonstra como ferramentas de publicidade comuns, quando combinadas a mecanismos de persistência e técnicas de ofuscação, podem corroer silenciosamente a confiança do usuário nos ecossistemas móveis. À medida que as ameaças em dispositivos móveis evoluem, também avançam os usos abusivos e criativos de SDKs legítimos. O GhostAd nos lembra que nem toda ameaça se esconde nas sombras; algumas estão expostas na própria loja de aplicativos, disfarçadas como simples entretenimento.

News@TI

Commerce Media Days Brasil destaca a evolução do Retail Media no mercado nacional

As principais tendências, desafios e oportunidades da publicidade no varejo digital marcaram a edição 2025 do Commerce Media Days Brasil, realizada em São Paulo. Consolidado como um dos principais fóruns nacionais sobre Retail Media, dados, tecnologia e estratégia para o varejo, o encontro reuniu profissionais de diferentes segmentos do mercado (<https://conferences.dataxis.com/pt-br/commerce-media-days-brasil/>).

Cyrebro chega ao Brasil com apoio da CyberGate e acelera expansão internacional

A Cyrebro, empresa israelense referência em operações de segurança em nuvem, anuncia sua chegada ao país em parceria com a brasileira CyberGate, ampliando oficialmente sua presença na América Latina. A entrada no Brasil responde à crescente demanda por suporte técnico em português e por soluções capazes de atuar imediatamente em incidentes de alta criticidade. O modelo adotado divide o atendimento em níveis complementares, sendo que a CyberGate assume suporte local de N1 e N2, enquanto a Cyrebro concentra investigação avançada e monitoramento contínuo por meio de seu time de N3 em Tel Aviv. A estrutura nasce alinhada à maturidade do mercado brasileiro e ao avanço de ataques que exigem processos de detecção e resposta mais rápidos e integrados (<https://cybergate.solutions/>).

XPG lança nova série de memórias para jogos ARMAX DDR5

A XPG, fornecedora de sistemas, componentes e periféricos para gamers, profissionais de eSports e entusiastas de tecnologia, anuncia o lançamento da nova série de memórias para jogos ARMAX DDR5. A série apresenta um exterior robusto e oferece velocidades de alto desempenho de até 6.400 MT/s. A linha de produtos inclui o ARMAX RGB DDR5, com efeitos de iluminação, e o ARMAX DDR5, com o objetivo de ser a principal escolha de atualização DDR5 para jogadores da próxima geração conquistarem melhor desempenho em diferentes games (<https://www.adata.com/br>).