



Opinião Econômica

Marcos de Vasconcellos

Jornalista, assessor de investimentos e fundador do Monitor do Mercado

ChatGPT atropelou a educação brasileira?

Empresas de ensino não estão deixando claro para os acionistas o impacto da tecnologia

“Podem usar o ChatGPT, mas melhorem o texto que ele fizer”, avisam professores em sala de aula, agora que a ferramenta de inteligência artificial se popularizou. O fato foi relatado em faculdades privadas, mas não é preciso muito esforço para imaginar como a onda atinge os ensinos fundamental e médio.

É a ponta do iceberg da revolução tecnológica. ChatGPT, ChatSonic e Dall-E 2 são apenas algumas das ferramentas que desafiam a fonte do conhecimento. O que antes era uma longa busca na enciclopédia Barsa da biblioteca tornou-se um rápido questionamento ao sr. Google, e, agora, as perguntas podem ser feitas diretamente à máquina, que cospe a resposta no formato acadêmico pedido.

Mas ainda falamos apenas do uso dos estudantes. Outro dia pedi, a uma dessas ferramentas, o conteúdo de uma aula de bio-

logia sobre mitose e meiose, para estudantes de um curso pré-vestibular. Reforcei que deveriam ser feitas analogias, para facilitar o entendimento. O resultado foi um texto que poderia ser lido por qualquer professor durante uma aula. E dificilmente um aluno notaria a diferença dele para o material didático tradicional.

É inegável que a barreira de entrada para o negócio dos conteúdos curriculares foi extremamente reduzida, da noite para o dia. Sistemas de ensino, plataformas e apostilas agora podem ser feitos em uma velocidade estonteante, cabendo (ainda) boa revisão.

Mas, diferentemente das empresas de tecnologia, que já estão fazendo previsões de demissões e de novas margens de lucro com a inteligência artificial, as gigantes da educação no Brasil dormem, ao menos se levarmos em conta as informações passadas

aos acionistas.

Nos mais recentes formulários de referência, onde as empresas são obrigadas a divulgar os riscos para o seu negócio, o termo “inteligência artificial” (e suas variantes) é solenemente ignorado pelas gigantes da educação na Bolsa. Positivamente, para a transparência, a maioria demonstra ter a noção de que são reféns de tecnologia (de forma genérica) para manter o negócio rodando.

“Poderemos ter dificuldade em nos adaptar às mudanças tecnológicas que vierem a ocorrer. O ensino pode ser afetado pelas rápidas alterações na tecnologia”, diz a Ânima, cujas ações ANIM3 caíram pela metade do preço nos últimos 12 meses. O Ibovespa, nosso indicador de referência, subiu 2%.

“Os nossos sistemas e ferramentas de tecnologia de informação poderão se tornar obsoletos

ou insuficientes em decorrência de nossa ação ou omissão”, avisa a Yduqs. Suas ações YDUQ3 tiveram uma belíssima alta de 67% neste mês, com a divulgação dos resultados referentes ao primeiro trimestre do ano. O alerta é quase idêntico ao feito pela Cogna, gigante do setor cujas ações caíram 5,32% neste ano, enquanto o Ibovespa subiu 4%.

Na Ser Educacional, a preocupação maior em relação à tecnologia diz respeito a possíveis ataques de hackers e invasão da plataforma de ensino a distância. As ações da empresa (SEER3) caíram 54% nos últimos 12 meses.

Isso significa que as gigantes da educação estão ignorando a ameaça a seus negócios que é o avanço das ferramentas de inteligência artificial? Não necessariamente, mas mostra que estão deixando de lado seus investidores em relação aos possíveis efeitos disso em seus negócios.

A educação não nem de longe o único setor a ser impactado. Levantamento do Fórum Econômico Mundial apontou que o mundo deve perder 83 milhões de empregos diretamente por causa da IA e criar outros 69 milhões relacionados à tecnologia. Na soma, 14 milhões de empregos simplesmente desaparecerão.

Professores com quem conversei já estão trabalhando para aproveitar o acesso à nova tecnologia a fim de mudar suas formas de atuação. É de estranhar que as empresas que os empregam não estejam deixando isso claro para seus sócios: os acionistas.

A incerteza dos investidores sobre a capacidade das companhias de se adaptar à nova realidade fica claro nos números: todas as ações citadas acima são, hoje, negociadas em um patamar mais baixo do que no “fundo do poço” da crise de 2022. Enquanto o Ibovespa está 65% acima dele.

Consignado:
o empréstimo
mais vantajoso.



Taxas
reduzidas



Prazo
longo para
pagamento



Descontado na
folha de pagamento

Procure uma
de nossas
agências.

banrisul.com.br/
consignado



banrisul

Banrifone

Porto Alegre (51) 3210 0122
Demais Regiões 0800 541 8855

SAC 0800 646 1515

Ouvidoria 0800 644 2200

Com foco no mercado interno, SICC projeta resultados positivos para 2023

/ INDÚSTRIA CALÇADISTA

Bárbara Lima, de Gramado
barbaral@jcrs.com.br

A indústria gaúcha de calçados sofreu uma queda nas exportações no primeiro trimestre deste ano (-4% na receita e -11% no volume), segundo dados da Associação Brasileira de Calçados (Abicalçados). Apesar disso, o primeiro dia da 30ª edição do Salão Internacional do Couro e do Calçado (SICC), ontem, foi de movimento intenso no Serra Park, em Gramado, na Serra Gaúcha, e o clima para negó-

cios é de otimismo entre expositores, com foco no mercado interno.

A diretora de relacionamento da Merkator Feiras e Eventos, empresa que é promotora do SICC, Roberta Pletsch, considera que a queda nas exportações é um processo normal. “Os países ricos estão enfrentando inflação, guerra e agora a China voltou à produção depois da pandemia. Então, nossa exportação vai cair, mas o mercado interno vai crescer, isso é importante”, ponderou.

A expectativa é que o setor tenha um crescimento de até 1,7% neste ano. Ao comparar o cresci-

mento do setor com o PIB brasileiro (em torno de 1%), a diretora de relacionamento acredita que o crescimento do setor coureiro-calçadista é “muito bom”.

Segundo o diretor da Merkator Feiras e Eventos, Frederico Pletsch, esta é a primeira vez que a feira bateu 99,99% de área vendida. Ele ressaltou a presença de expositores internacionais, com mais de 20 expositores de Portugal e Espanha. “Internacionalizamos a feira”, constatou. O evento tem 350 expositores de mais de 35 países. A expectativa é receber 3 mil visitantes até o encerramento amanhã.

Na Piccadilly, a atração principal da estação primavera/verão é a coleção em colaboração com a licenciadora Mattel para os sapatos da Barbie, que devem começar a chegar em junho às lojas. De acordo com a gerente de marketing da marca, Thaís Carminato, a parceria se deu pelas afinidades da marca com a história da boneca.

Já na Calçados Femininos Bottero, a expectativa é de um crescimento de 10% em relação a 2022, quando a marca vendeu 200 mil pares na feira. Além disso, a empresa lançou, no evento, a primeira linha de bolsas para venda nas

multimarcas. Segundo a diretora comercial da Slides&CO, Amálie Reichert, o networking da feira é um ponto positivo.

Anunciado na abertura do SICC 2023, o programa Vamo Experience - NRF (National Retail Federation) 2024 vai levar à Nova Iorque, maior feira de Varejo do mundo, os empresários do setor calçadista com curadoria específica para a área. Segundo a gerente de marketing da Merkator, Mariana Ostjen, a ideia é levar informação aos lojistas. “O setor verá como aplicar o que se aprende na NRF, porém na realidade calçadista”, disse.