

SINDICATO PATRONAL

Sinduscon-RS continua na frente

LEMBRADA

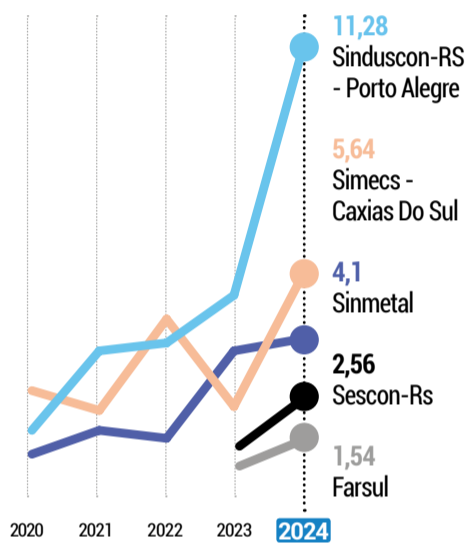
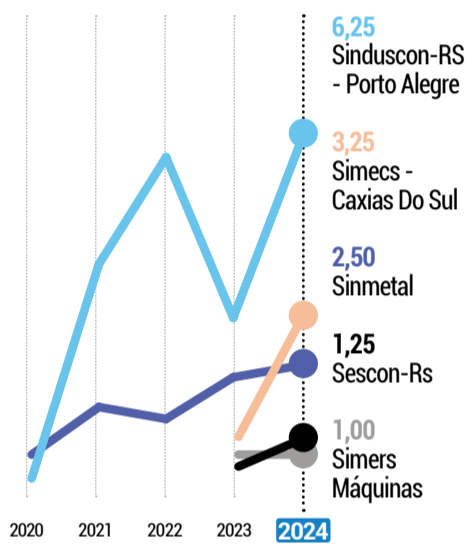
Foram citadas 94 marcas na categoria, o que demonstra uma redução da quantidade de marcas lembradas em relação a 2023. O Sinduscon-RS permanece líder na lembrança e teve sua marca mencionada em todas as regiões do Estado, destacando-se em Porto Alegre e nas regiões Metropolitana, de Pelotas e de Santa Cruz do Sul. O Simecs passou o Sinmetal e ocupou a segunda posição, devido à regionalização.

PREFERIDA

Na preferência, foram citadas 94 mar-

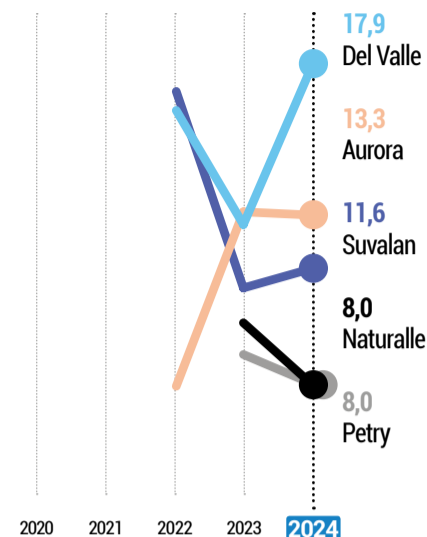
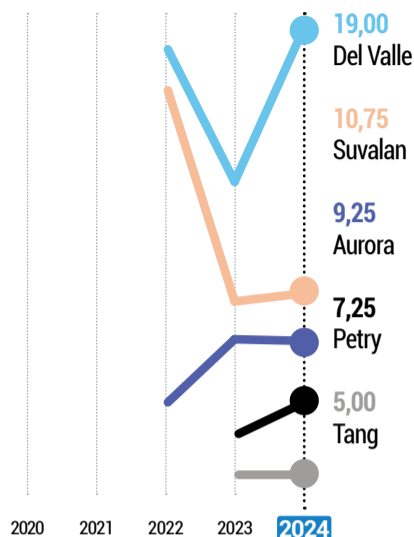
cas na categoria, ficando abaixo de menções da pesquisa anterior. O Sinduscon-RS se mantém na liderança da preferência, destacando-se em Porto Alegre e nas regiões Metropolitana, de Pelotas e de Santa Cruz do Sul. O Simecs passou o Sinmetal e ocupou a segunda posição, devido à regionalização.

O Sinduscon-RS é a marca líder por ser a mais lembrada e a preferida no RS. Há uma alta dispersão de marcas na categoria Sindicato Patronal, cenário que ajuda a aumentar os destaques regionais.



Nota: *O quinto colocado da lembrança e da preferência foi decidido pelo critério de desempate, considerando a marca com o maior percentual na região de POA/Metropolitana, regiões de maior representatividade da amostra.

SUCO DE FRUTAS



Nota: *O quarto colocado da preferência foi decidido pelo critério de desempate, considerando a marca com o maior percentual na região de POA/Metropolitana, regiões de maior representatividade da amostra.

Del Valle mostra força na lembrança e na preferência

LEMBRADA

Foram citadas 29 marcas na categoria, mostrando redução do número citado de marcas em comparação com a edição anterior. A Del Valle aumentou a lembrança e segue líder. A marca foi lembrada em todas as regiões do RS e se destaca nas regiões Metropolitana, de Passo Fundo, Pelotas, Ijuí e Santa Maria. Em termos de marca com liderança regional, destacam-se a Suvalan, na região de Caxias do Sul; e Aurora, na região de Ijuí.

PREFERIDA

Na preferência, foram citadas 28 marcas, abaixo da edição passada. A Del Valle avançou e ficou em primeiro lugar, sendo mencionada em todas as regiões do Estado. Mais de 1/3 da região de Ijuí tem preferência pela marca. É uma marca líder por ser a mais lembrada e preferida. A Aurora, segunda colocada, também tem abrangência estadual, sendo mencionada em todas as regiões. A Suvalan ganha destaque na região de Caxias do Sul.

ENTREVISTA

Algoritmos podem ajudar a identificar conteúdos manipulados pela IA

Assunto foi tratado em podcast do JC

À medida que a tecnologia avança, fica muito mais fácil se produzir e disseminar notícias falsas, imagens, vídeos, declarações. Por isso, o CEO da MIT Technology Review Brasil, André Miceli, acredita na prática da verificação como uma importante ferramenta para o futuro da tecnologia.

O executivo falou com a colunista do Jornal do Comércio, Patricia Knebel, em podcast realizado durante o South Summit Brazil, o Sounds of South Summit. "O próprio conceito de verdade acaba sendo

mais elástico, porque o que é verdade para uma pessoa não é para a outra. A gente pode ter opiniões diferentes e não necessariamente ser uma fake news", destaca o CEO.

Segundo ele, uma notícia falsa tem capacidade de disseminação cinco vezes maior do que uma notícia verdadeira (e do tempo de desmentir esta mesma informação).

"Os algoritmos vão auxiliar nesse processo, ajudar a identificar quando um determinado conteúdo foi manipulado por Inteligência Artificial (IA), mas tem um pedaço na construção e na interpretação de texto que os algoritmos não vão fazer. Então essa che-

cagem vai ajudar muito."

Durante a entrevista, Miceli explicou também o que é o MIT de fato.

"As pessoas têm uma visão distante de que o MIT é uma coisa hermética, uma universidade e ponto. O instituto é composto por uma série de centros de pesquisas, laboratórios, escolas, é uma 'grande federação', como a gente gosta de dizer."

Ele completa que a Technology Review traduz as pesquisas e os trabalhos que são feitos nesses laboratórios e centros de pesquisa para o mercado.

"A gente olha para tudo o que está sendo feito naquele



André Miceli (d) explicou como funciona o braço do MIT no Brasil

formato acadêmico, que acaba sendo mais denso e mais aprofundado, e olha o impacto dessas tecnologias no mercado, numa linha de tempo, desde que elas são pequenos sinais até passarem a ser grandes tendências", detalhou.

Essa estrutura de dar forma àquele conteúdo que lá no início é só uma ideia é o trabalho da MIT Technology Review há 125 anos, que, conforme explica o executivo, tem a fun-

ção de "tradução de contexto, de entender com aquelas novas tecnologias, na realidade e na maturidade de uso de tecnologia no Brasil e com a propensão ao uso que as empresas e o povo têm".



Acesse esse conteúdo na íntegra no canal do JC no YouTube!
@JornalDoComercioRS