



# Mercado Digital

Patricia Knebel

patricia.knebel@jornaldocomercio.com.br

Confira, diariamente, no blog Mercado Digital, conteúdos sobre tecnologia e inovação. Para acessar, aponte a câmera do seu celular para o QR Code.

jornaldocomercio.com/mercadodigital



## Na fronteira entre IA e conteúdo, aposte na criatividade

Analisar grandes quantidades de dados, fazer recomendações, produzir resumos de artigos, personalizar conteúdo ou melhorar a acessibilidade são algumas das contribuições que a Inteligência Artificial Generativa já está trazendo para o mundo do conteúdo e do marketing.

Essa tecnologia poderá contribuir com até US\$ 15,7 trilhões para a economia global até 2030, com a mídia e o entretenimento sendo os maiores beneficiários, aponta estudo da consultoria PwC.

Cada vez mais, marcas corporativas e pessoais ampliam os testes e usos para entender como essas ferramentas podem trazer mais produtividade, eficiência e resultado. Os benefícios são imensos, e já estão sendo explorados de startups às grandes corporações no mundo - aliás, o acesso democrático é uma das grandes belezas da IA.

Mas, assim como acontece em

outros aspectos, o uso das melhores práticas e a supervisão dos resultados gerados são fundamentais para seguirmos avançando nos benefícios dessa aplicação.

Quando se trata de conteúdo, uma das questões que precisam ser melhor compreendidas é, justamente, a confiança nos dados gerados.

Recentemente, o próprio Sam Altman, CEO da OpenAI, questionou o uso da sua ferramenta. “As pessoas têm um grau altíssimo de confiança no ChatGPT, o que é interessante, porque a IA tem alucinações. Deveria ser a tecnologia em que você não confia tanto”, apontou.

De fato, é importante partir da premissa de que a Inteligência Artificial não é inteligente como pensamos. O raciocínio dessas ferramentas é muito pouco desenvolvido ainda.

Ao fazermos uma pergunta

ou pedir ao ChatGPT para construir um texto, por exemplo, ele nos dará as respostas através de reconhecimentos de padrões de perguntas e dados de treinamento. É como se fosse um chute probabilístico.

“Considero ingenuidade acreditar cegamente nas correlações e previsões destes modelos de linguagem. Podemos fazer a correlação dessas ferramentas com aquele aluno que decorou as respostas para uma prova, mas não tem entendimento do conteúdo”, exemplifica Luis Lamb, pesquisador de Inteligência Artificial com doutorado no Imperial College e MBA no MIT, onde lecionou a disciplina de Empreendedorismo de Impacto.

Ele explica que os LLMs, como ChatGPT, não tem um modelo da realidade. Eles não sabem que a palavra “gato” pode corresponder ao felino do mundo real

“Infelizmente, como nossa educação científica é profundamente carente e a educação em computação é inexistente, as pessoas acabam facilmente iludidas. Dito isto, estas ferramentas podem ser úteis, obviamente, mas estão longe das fantasias que alguns constroem sobre sua inteligência”, analisa Lamb, que também é professor da UFRGS e foi escolhido um dos 10 brasileiros de maior impacto na IA.

Fato é que a IA precisa de supervisão e checagem.



ADOBESTOCK/DIVULGAÇÃO/JC

IA Generativa pode contribuir com até US\$ 15,7 trilhões até 2030

### Habilidades nas quais a IA está muito aquém das expectativas (o que não deve mudar até 2041)

**Criatividade:** IA não pode criar, contextualizar ou planejar estrategicamente. Não é capaz de um pensamento entre domínios distintos nem usar o bom senso.

**Empatia:** IA não é capaz de sentir e interagir com sentimento e compaixão. Portanto, não consegue fazer outra pessoa se sentir de fato compreendida ou cuidada.

**Destreza:** IA e robótica não conseguem realizar trabalho físico complexo que exija destreza ou coordenação entre mão e olho.

**Fonte:** 2041: como a inteligência artificial vai mudar sua vida nas próximas décadas

**Fernanda Barth**  
Secretária de Desenvolvimento Econômico, Turismo e Eventos

Competir, atrair e consolidar:  
A Porto Alegre Empreendedora e Turística que queremos.

15 JULHO

12H ÀS 14H

Local: Associação Comercial de Porto Alegre (ACPA)  
Salão Nobre - Largo Visconde do Cairú, 17, Centro Histórico.

ESTACIONAMENTO NO PRÓPRIO PRÉDIO.

Lyon Park - Av. Mauá, N°1413

### SAP Labs abre inscrição para mulheres em tech

Estão abertas até o dia 24 de julho as inscrições para o Digitalization Portfolio, programa gratuito com o objetivo de capacitar 30 mulheres de cidades próximas ao SAP Labs Latin America, em São Leopoldo (RS). A iniciativa visa apoiar mulheres que já atuam ou desejam ingressar no mercado de tecnologia, oferecendo uma jornada de desenvolvimento técnico e interpessoal de agosto a dezembro de 2025. As participantes terão acesso a um conjunto de atividades práticas e teóricas conduzidas por profissionais e mentores da empresa.

### Mera repetição não leva a resultados diferenciados

Além da exatidão do resultado gerado, outro aspecto importante da intersecção da Inteligência Artificial e da produção de conteúdo é o risco de passarmos a entregar para a IA generativa a tarefa de pensar por nós. Na prática, isso já tem acontecido quando alguém pede que o ChatGPT, por exemplo, escreva um artigo ou até mesmo um livro. Isso porque, ao longo da história, a humanidade aprendeu a pensar introspectivamente, construindo um diálogo reflexivo. As ideias surgem, evidentemente, da análise do conhecimento de domínio de cada pessoa e da reflexão lógica sobre este conhecimento acumulado pelo indivíduo.

“Poucos compreendem que os melhores profissionais são aqueles que entendem os limites das tecnologias e compreendem que a mera repetição ou cópia não os levará

a resultados diferenciados”, alerta Luis Lamb, que participa de fóruns importantes sobre esse tema, como recentemente em um debate sobre o futuro da IA com o nobel de Economia Daniel Kahneman.

A criatividade exige associações, inferências, induções, abduções e outras formas sofisticadas de raciocínio. Artistas criativos, que mudaram paradigmas, têm uma percepção muito aguda da realidade e pensam profundamente.

O fundamental é olhar para a IA como uma ferramenta que vai ajudar os profissionais a realizar melhor o seu trabalho, com mais velocidade e eficiência. No artigo How generative AI could disrupt creative work, os autores David De Cremer, Nicola Morini Bianzino e Ben Falk destacam o cuidado que deve existir para as máquinas não monopolizarem a criatividade.



Quer receber notícias de inovação e tecnologia? Cadastre-se no Bot do Mercado Digital!