



INOVAÇÃO

As "coisas" estão ficando mais espertas. Jogos e compras mapeiam nossos comportamentos e preferências

“Não é feitiçaria, é tecnologia”

Mais de 4 bilhões de pessoas já navegam em um oceano de dados que são produzidos e interpretados a cada momento

reportagem | Flávio Ferraro

Estudos apontam que em 2020 um indivíduo terá ao menos cinco dispositivos conectados à Internet. Mas isso não significa que vamos viver em uma distopia como a das séries que estão a um clique de distância. Sites e redes sociais nos permitem conhecer, avaliar e comprar, na tela, um pacote de viagem para o destino dos sonhos ou aquela TV de altíssima definição, sem que tenhamos que bater perna. “Os dispositivos que usamos, de joguinhos de redes sociais até uma compra no cartão de crédito, dão pistas às empresas sobre os nossos comportamentos e preferências. Não é mais possível fugir disso”, diz Ricardo Gudwin, livre-docente nos cursos de Engenharia Elétrica e Ciência da Computação na Universidade Estadual de Campinas (Unicamp).

Surgem os algoritmos

Essa “esperteza das coisas” teve início na década de 1970, quando empresas e universidades estadunidenses se uniram para driblar a crise mundial decorrente da alta no preço do barril de petróleo, entre outros fatores. Como era neces-

sário manter o lucro e a produtividade do sistema capitalista, surgiram polos de desenvolvimento tecnológico nos Estados Unidos, como o Vale do Silício, e em regiões da China, Índia e Japão, o que estabeleceu novas formas de trabalho e fez surgir empresas especializadas no desenvolvimento de softwares e hardwares, que aperfeiçoaram o funcionamento de máquinas e a troca de informações entre grandes companhias.

Nos anos 1980 e 1990, o acesso à tecnologia e às redes de informação se democratizou. O advento das redes sociais, na primeira década de 2000, tornou a conversa mais dinâmica e os dispositivos passaram a caber na palma da mão, tendo suas funções integradas às de seus antepassados, como o rádio e a TV.

E aí surge o ator do momento: o algoritmo. Segundo Gudwin, “os algoritmos são como uma receita onde os ingredientes são dados e o modo de preparo mostra como devem ser manipulados para gerar a informação desejada”. A cada momento, eles estão mais eficientes e “viabilizam o cruzamento de informações de diversas ferramentas”, completa o especialista.

INOVAÇÃO

Novos algoritmos, hardwares cada vez mais potentes, robots cuidando de interações com seres humanos, mais “coisas” conectadas, mais pessoas participando deste mundo. Essa conjunção de fatores definirá um novo ambiente nos próximos anos. De acordo com o último estudo conduzido pelos serviços de monitoramento de tendências Hootsuite e We are Social, mais de quatro bilhões de pessoas já estão navegando nesse oceano de dados que elas, e outras, produzem a cada clique ou toque na tela. Daqui a dois anos, haverá, no mínimo, mais um milhão de usuários se juntando a elas. Assim, é preciso deixar a bagagem mais leve e tornar a interação entre os passageiros mais eficiente. A computação em nuvem funciona como um guarda-volumes de vários níveis onde dados são armazenados e podem ser acessados de qualquer dispositivo a qualquer hora. Em termos práticos, isso significa um celular com espaço livre na memória ou o pagamento de um boleto com apenas um comando. Para as empresas, consolida-se a oferta de experiências personalizadas a seus clientes.

Previsão com maior precisão

As plataformas de vídeo on-demand conseguem oferecer conteúdos específicos a partir do momento em que ocorre o cadastramento. Os aplicativos de transporte sabem o trajeto mais curto, ou até menos violento, para se chegar ao trabalho em segurança e mais rapidamente. “Por meio de técnicas que combinam pesquisa e segmentação de marketing, linguagem de programação, mineração de dados e até mesmo storytelling, o cientista é capaz de prever tendências, tornando a inteligência artificial mais precisa”, explica o professor Neylon Crepaldi, coordenador do primeiro curso de graduação de Tecnologia em Ciência de Dados do Brasil, do Instituto Metodista Izabela Hendrix, em Belo Horizonte (MG).

Ainda não é possível prever como será a relação homem-máquina, mas os especialistas não acreditam que as inteligências artificiais superarão a mente humana. “Nossa sensibilidade é im-

par”, ressalta Saulo Negri, engenheiro mecatrônico que atua no suporte ao desenvolvimento de novas startups brasileiras.

A informação que vale ouro

Pode-se considerar que os dados hoje são o ativo mais valioso do mercado. Se uma empresa deseja orientar suas ações para um público determinado, existem campos específicos nas redes sociais que mostram informações daquele grupo. Com isso e com algumas técnicas de modelagem de dados, torna-se possível oferecer serviços personalizados.

Mas tudo isso, em especial a “cessão” de dados pessoais, precisa ser bem regulamentado para evitar invasão de privacidade ou uso indevido de informações. Daí a relevância do Protocolo Geral para a Proteção de Dados.

Os três especialistas concordam, ainda, que as gigantes da tecnologia têm de esclarecer aos usuários seus métodos de coleta e apontam que o melhor caminho para que isso aconteça é que cada um estude o assunto e se instrua. “Vale aprender a usar a rede a nosso favor”, resume o professor Crepaldi.

