

Inteligência Artificial

EDIÇÃO 27

Como ela está mudando a publicidade e porque isso é importante

Será que essa edição foi feita pela inteligência artificial?



SUMÁRIO

Página 5

**Nota dos Editores da Revista
Mundo da Publicidade**
Por Thiago Santos

Página 6

Como surgiram as primeiras IA
Por Luana Grandi

Página 9

**Os comerciais gerados por IA são
o futuro da publicidade?**
Por Marieli Freitas

Página 12

**Como utilizar o ChatGPT para ajudar
em atividades da área de publicidade**
Por Maria Eduarda Baumgartner

Página 14

IA na criação de imagens
Por Ana Luiza

Página 19

**Quais são as principais IA
em desenvolvimento**
Por Caroline Izuck

Página 21

**Dicas de sites/aplicativos que
utilizam a IA para você testar**
Por Bianca Beuting

Página 24

**Como a IA vai auxiliar a aprimorar
as métricas utilizadas no marketing**
Por Emily Taissa Ramos

Página 26

**ANAH POP: Matrix, Uma Obra
à Frente do seu Tempo**
Por Anah Ribeiro

Carta ao Leitor

Por Thiago Santos
Agradecimento!



Conheça a equipe

MUNDO DA PUBLICIDADE



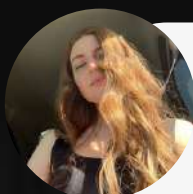
Rosana Paza

A Professora Rosana é a responsável pela correção de todas as matérias de cada nova edição da Mundo da Publicidade.



Thiago Santos

O coordenador do curso é responsável por administrar esta equipe, além de escrever a Carta ao Leitor e a Nota dos Editores.



Gabriely Bertolin

É a responsável pelo design gráfico da revista. A melhor companhia para dar vida a cada edição é uma boa playlist no Spotify.



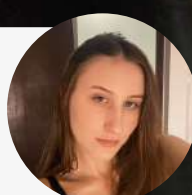
Marieli Freitas

A Mari é quem busca os assuntos das edições. Adora escutar podcasts e ficar de olho no Youtube para trazer novas ideias.



Caroline Izuck

Carol é responsável por matérias de diversos universos.



Bianca Beuting

A Bianca adora a área de planejamento publicitário e ama estar por dentro das trends.



Maria Eduarda Baumgartner

A Madu é responsável por matérias incríveis que envolvem o mundo de Publicidade e Propaganda.



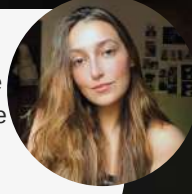
Emily Taissa

A Emily chegou entregando matérias incríveis na revista e também está na Rádio de PP.



Anah Ribeiro

A Anah é a responsável por matérias maravilhosas sobre série, filme, cultura pop. E também adora o mundo da moda.



Ana Luiza

A Ana Luiza adora tudo o que for relacionado a publicidade e a comunicação. Escrever e falar sobre esses assuntos é com ela mesma!



Luana Grandi

A Luana chegou para somar no nosso time, trazendo conteúdos lindos.



Talita Gonçalves

A Talita é a mais nova integrante da revista que chegou garantindo seu espaço na revista :)

GRUPO UNI

Conheça o



TV UNI

O estúdio é um espaço para que os acadêmicos compreendam os processos de criação, desenvolvimento e transmissão desse meio de comunicação e aproxima os nossos alunos dessa área de trabalho tão expressiva e que demanda habilidades criativas que precisam ser desenvolvidas ainda na universidade. A TV UNI já iniciou suas atividades com quatro programas semanais, voltados à ciência, pesquisa e extensão.

RÁDIO UNI

Laboratório desenvolvido para possibilitar o contato dos acadêmicos de Publicidade e Propaganda com mais uma realidade do mercado de trabalho. Totalmente digital, possui uma programação criada pelos estudantes do próprio curso, com transmissão 24 horas por dia, sete dias por semana. Com foco informativo e musical o veículo é um canal de comunicação entre a universidade e a comunidade em geral.



NOTA DOS EDITORES

Caro leitor e estimada leitora,

Bem-vindos e Bem-vindas à nossa revista de Publicidade e Propaganda! Desenvolvida por estudantes de graduação apaixonados pela área, esta publicação tem como objetivo apresentar os mais recentes e interessantes assuntos relacionados ao mundo da comunicação. Nossa equipe está sempre buscando novas tendências e ideias criativas para trazer aos nossos leitores uma visão ampla e atualizada sobre o que está acontecendo no mercado publicitário.

Nesta edição, você encontrará artigos que abordam: as Inteligências Artificiais; Da otimização programática à otimização de desempenho: as formas como a IA interage com a publicidade; Quais são as principais IA em desenvolvimento; Como utilizar o ChatGPT para ajudar em atividades da área de publicidade; IA na criação de imagens; Como a IA vai auxiliar a aprimorar as métricas utilizadas no marketing; e Dicas de sites/aplicativos com IA para você testar.

Esperamos que esta revista seja uma fonte valiosa de informações e inspiração para todos os nossos leitores, sejam eles estudantes, profissionais ou apenas curiosos sobre o universo da publicidade e propaganda. Agradecemos pela sua leitura e feedback, e estamos ansiosos para continuar a trazer conteúdo de qualidade e relevância para vocês.

Um Abraço!

Equipe Mundo da Publicidade



COMO SURGIRAM AS PRIMEIRAS IA

 POR LUANA GRANDI

Para você que nunca ouviu falar, ou não sabe o que elas são, as Inteligências Artificiais são um ramo de pesquisa da ciência da computação que busca, por meio de símbolos computacionais, construir dispositivos que simulem a capacidade do ser humano em diversas áreas.

Logo após, no caso das Inteligências Artificiais, elas em pleno século 21, estão se tornando cada vez mais presentes no nosso dia a dia. Mas você já se perguntou como elas surgiram, ou como surgiram as primeiras ideias para criá-las?

Bem no início do século XX, Metrópolis foi um filme mudo de 1927, nesse ano, já tínhamos produções com robôs, computadores e programas. Em 1939 está entrelaçado o acontecimento da segunda guerra mundial, como um imenso marco à iniciativa de novas tecnologias, por exemplo, a criação do primeiro avião a jato, que foi criado pelos nazistas, trazendo, assim, grandes oportunidades para o desenvolvimento de novas inteligências.

Já em 1943, Warren McCulloch e Walter Pitts apresentam um artigo que fala pela primeira vez de redes neurais, estruturas de raciocínio artificiais em forma de modelo matemático para imitar o nosso sistema nervoso.

Outro artigo interessante que podemos ressaltar é o trabalho de Claude Shannon, que em 1950, escreveu como programar uma máquina para jogar xadrez com cálculos de posição simples.

Nesse mesmo ano de 1950, chamado de teste de Turing, o lendário Alan Turing desenvolveu uma forma de avaliar se uma máquina consegue se passar por um humano em uma conversa por escrito.

Em 1951, Marvin Minsky desenvolveu, o SNARC, uma calculadora de operações matemáticas simulando sinapses, que são as ligações entre neurônios. E em 1952, Arthur Samuel criou um jogo de damas no IBM 701, que conseguia melhorar por conta própria, e vira um desafio à altura de jogadores amadores.

Essa explicação toda foi para saber que sim, já existiam vários e vários testes, estudos antes disso tudo. Mas, realmente, o ponta pé o início foi em 1956, na chamada Conferência de Dartmouth. Reunindo, Nathan Rochester, da IBM, o Shannon do artigo do xadrez, o Marvin do SNARC, John McCarthy e muito mais gente.

A partir desses acontecimentos, quem participou do congresso ou curtiu as ideias se juntou para fazer a IA realmente acontecer. As possibilidades de acontecer e dar certo eram extremamente grandes, já que até os órgãos privados e governamentais investiram pesado na área, incluindo a ARPA, Agência de Pesquisa de Projetos Avançados, mesmo lugar onde nasceu a internet.

Em 59, vemos pela primeira vez o termo machine learning, descrevendo um sistema que dá aos computadores a habilidade de aprender alguma função sem serem programados diretamente para isso.

Em 64 teve o primeiro chatbot do mundo, ELIZA, que conversava de forma automática imitando uma psicanalista, usando respostas baseadas em palavras-chave e estrutura sintática.

E em 69 é demonstrado o Shakey, primeiro robô que unia mobilidade, fala e certa autonomia de ação. Ele era lento e cheio de falhas, mas funcionava.

Depois de tantas novas evoluções nos projetos, infelizmente, do meio dos anos 70 até o começo dos anos 80, tivemos uma fase sombria, conhecida como inverno da inteligência artificial, com cortes nos investimentos e baixa atenção ao setor. Com essa grande baixa, eles tiveram que se reinventar, e um dos campos que tornou isso possível é o de sistemas especialistas, que foi proposto somente nos anos 80, por Feigenbaum. Esse projeto seriam *softwares* que realizam atividades complexas e específicas de um campo, com raciocínio bem mais veloz e base de conhecimento vasta.

Já nos anos 90, o Japão tomou frente e se reinventou, e marcou como a explosão da internet comercial. As redes se aproveitaram da IA para desenvolver sistemas de navegação. Com programas que vasculhavam a rede automaticamente e classificavam resultados, como o protótipo do Google.

Claro que após os anos 90, já aconteceram vários episódios, tornando as inteligências artificiais maiores e mais eficazes. Agora, depois dessa longa linha do tempo, pensando no século 21, diversos exemplos interessantes estão presentes no nosso próprio dia a dia.

Como esse, que a partir de 2008, a Google lançou o recurso de reconhecimento de voz no iPhone para pesquisas, e isso mostrou a integração da IA com todo o ecossistema da empresa. Em 2011, a própria Apple lançou uma assistente virtual, a Siri, que responde perguntas, e até conta piadas. Ela é seguida pela Alexa, da Amazon, que explodiu em popularidade.

As tecnologias se transformam cada vez mais rápido, e os estudos sobre elas só crescem a cada dia, por isso, devemos saber os limites e as estratégias que essa nova tecnologia está nos trazendo.



FOTO: VIA MIDJOURNEY

OS COMERCIAIS GERADOS POR IA SÃO O FUTURO DA PUBLICIDADE?

 POR MARIELI FREITAS

A inteligência artificial está sendo muito comentada e os anúncios podem ser a próxima fronteira para a tecnologia que avança rapidamente. À medida que os geradores de arte de IA, a criação de música e até os mecanismos de vídeo continuam a ser lançados e melhorados, pode ser mais cedo ou mais tarde que também veremos a IA sendo usada regularmente em anúncios.

No cinema a IA também já mostrou do que pode ser capaz, a IBM fez uma parceria com os produtores do filme *Morgan* — um drama-ficção-científica que estreia em breve aqui nos EUA — para criar o primeiro trailer de cinema montado por meio de tecnologia de inteligência artificial.

O público infantil é bastante vulnerável ao marketing, considerando que crianças em geral, não sabem a diferença entre um desenho de televisão ou um programa específico para crianças e um anúncio publicitário e não entendem bem os objetivos daquela propaganda e como as estratégias utilizadas podem convencê-lo a consumir.

Funcionou da seguinte forma. Primeiro o time da IBM “alimentou” sua inteligência artificial Watson (que a empresa vem criando e aperfeiçoando nos últimos anos) com cenas de mais de 100 trailers de filmes de terror. Isso tudo para que a inteligência “aprendesse” a fórmula que compõe um bom trailer, analisando a composição visual e sonora de cada cena.

A partir daí, a inteligência artificial assistiu ao filme *Morgan*, e rapidamente isolou as dez cenas que fariam mais sentido para o trailer, num total de seis minutos de vídeo. É claro que isso não elimina completamente a necessidade de um editor humano colar uma cena na outra, mas por meio do uso do IBM Watson, o tempo de edição foi reduzido de 30 dias para cerca de 24 horas.

Outro exemplo muito popular é *Star Wars* de Wes Anderson, um clipe feito por fãs que reimagina a clássica saga de ficção científica no estilo peculiar do diretor independente. A tendência até despertou o interesse do diretor de *Vingadores: Ultimato*, Joe Russo, que previu que os longas-metragens gerados por IA poderiam chegar em apenas dois anos.

Ele prevê que a IA pode oferecer uma narrativa personalizada e interativa, com histórias que evoluem constantemente à medida que você avança nelas de acordo com suas escolhas. “Potencialmente, o que você poderia fazer com isso é obviamente usá-lo para projetar a narrativa e mudar a narrativa. Então você tem uma história em constante evolução, seja em um jogo, filme ou programa de TV.”

A Netflix já se interessou por essa ideia, lançando filmes interativos como *Black Mirror: Bandersnatch* de 2018 e *You vs. Wild* de 2019, neles você controla o enredo com suas escolhas. Mas esses filmes estão ficando mais raros à medida que a Netflix se concentra em outros projetos. Talvez a IA possa trazer novos filmes como esses à tona mais uma vez.

“Você pode entrar em sua casa e salvar a IA em sua plataforma de streaming. ‘Ei, eu quero um filme estrelando meu avatar fotorrealista e o avatar fotorrealista de Marilyn Monroe. Quero que seja uma rom-com porque tive um dia difícil’, e rende uma história muito competente com diálogos”, continuou ele, acrescentando que poderia até renderizar o usuário nesse filme ou projetos não gerados por IA.

Mas os produtos gerados por IA podem seguir um caminho sombrio. O GOP experimentou recentemente a tecnologia na campanha de difamação intitulada “Beat Biden”, no qual imagens de IA pintam uma imagem como a de América poderia ser sob um segundo governo Biden. “Beat Biden” pode ser um sinal dos tempos, já que a IA continua a entrar na política e os políticos estão cada vez mais preocupados. A representante democrata da Câmara de Nova York, Yvette Clarke, apresentou um projeto de lei intitulado REAL Political Ads Act, que exigiria a divulgação de anúncios políticos se a IA fosse usada para fazê-lo.



Marketing

Chilli Beans aposta na inteligência artificial em nova campanha

11 de abril de 2023

FONTES:
BRASIL.UXDESIGN;
INDIANEXPRESS;
GIZMODO;
DATAECONOMY;

"Se não existe, a gente inventa", da Chilli Beans: mais de 10 mil imagens foram geradas para chegar nos resultados finais (Chilli Beans/Divulgação)



Como utilizar o ChatGPT para ajudar em atividades da área de publicidade

POR MARIA EDUARDA BAUMGARTNER


O ChatGPT é assunto de pauta quase todos os dias no mundo digital desde o seu lançamento, e de perguntas como: Será que ele é melhor que pesquisar no Google? Essa ferramenta vai substituir a nossa inteligência humana? As empresas devem fazer uso dele?

Mais de um milhão de usuários testam a ferramenta diariamente. Essa versatilidade do ChatGPT de oferecer ao usuário uma forma simples de conversar e obter respostas sobre os mais diversos temas, chamou a atenção do povo e ao mesmo tempo gerou muitas dúvidas se ela pode realmente transformar o mercado de trabalho e a sociedade como um todo, sabe?

Por ser recente, grandes empresas ainda têm o receio de entrar na onda, e lendo algumas matérias sobre o assunto, achei uma frase do Felipe Bogéa Professor de pós-graduação na ESPM e sócio da agência F2F de ótima colocação para a temática “Nessa jornada, que está começando, serão bem-sucedidas as empresas que souberem unir a inteligência humana à inteligência artificial.”

Considerado uma das tendências de 2023, acreditamos que o ChatGPT está fora de ser alvo de substituição humana. A ideia é estudar e compreender o quanto as revoluções tecnológicas giram a favor dos negócios e das pessoas. Uma vez que saber usar de forma ética, irá de fato agregar valor às suas estratégias.

A OpenAI já começou a vender o ChatGPT Plus — um plano pago dessa AI — a US\$20 por mês, que permite seu uso mesmo no horário de pico, garante respostas mais rápidas e recebe atualizações primeiro e vejo que muitas empresas na área de marketing e publicidade já estão aderindo.



Olá, eu te ajudo a produzir conteúdos e criar ideias.

Atualmente, em todas as disciplinas, é possível encontrar algum benefício da inteligência artificial, especialmente a publicidade, que pode utilizá-lo para aperfeiçoar o talento de persuasão e da criatividade. Este texto, por exemplo, poderia ter sido escrito tranquilamente pelo ChatGPT, mas não foi.

Nas áreas da publicidade, podemos destacar utilidades do ChatGPT:

- A produção de conteúdo em tempo real, artigos para blog, legendas de posts;
- Pesquisa de palavras-chave;
- O desenvolvimento do brainstorming de ideias para uma nova campanha;
- Argumentos de vendas;
- Análise de Dados;
- Identificação de Personas;

O ChatGPT é altamente personalizável, isso significa que se der os comandos certos ele pode fornecer conselhos oportunos, bem como percepções sobre o comportamento do cliente, tendências de mercado e estratégias da concorrência. Da mesma forma, pode ajudar redatores, ou alguma inteligência artificial de vídeo pode ajudar videomakers sem, necessariamente, substituí-los totalmente.

Para contribuir ainda na comunicação com o ChatGPT encontram-se disponíveis, pela internet, vários “prompts”, assim chamados os comandos ou sugestões para que IA possa te entender melhor, tudo para que a nova tecnologia seja lugar de produtividade, soluções criativas e eficazes na sua empresa.



FONTE:
RDMARKETING;
MEIOEMENSAGEM;
NBCNEWS;

IA NA CRIAÇÃO DE IMAGENS

POR ANA LUIZA

A criação de imagens com a ajuda da Inteligência Artificial (IA) tem se tornado cada vez mais comum. Podemos dizer que é uma área em constante evolução e que tem despertado muito interesse em diversos setores da sociedade. Basicamente, essa tecnologia é capaz de gerar imagens a partir de algoritmos de aprendizado de máquina, sem necessidade de intervenção humana.

Essa automação inteligente está mudando todos os campos do mundo. As empresas, progressivamente, estão usando dados do reconhecimento de fala e dos sistemas de recomendação aos diagnósticos, para gerar imagens, e gerenciar o aprimoramento da cadeia de suprimentos. Oferecendo, assim, um potencial computacional gigantesco. Goste ou não, a IA está cada vez mais ganhando popularidade e espaço na internet.

A tecnologia, por trás disso, tem diversas aplicações práticas, como na criação de cenários para jogos, na produção de material publicitário, e na geração de conteúdo para redes sociais. Um exemplo interessante na criação de jogos, é criar personagens complexos com características únicas e elaborar cenários detalhados em pouco tempo. Já em filmes, podemos citar Blade Runner, que usa muito da criação de imagens artificialmente em inúmeras cenas. Bem como, Avatar, que o universo de Pandora e seus detalhes, é totalmente computadorizado.

Igualmente, a IA com criação e imagens pode ser utilizada para fins artísticos, como na criação de pinturas e esculturas. No entanto, é importante destacar que essa tecnologia ainda apresenta alguns desafios a serem superado.

Por exemplo, é comum que as imagens geradas por esses algoritmos apresentem erros de interrupção ou que sejam facilmente identificados como produções artificiais. Além disso, a AI também pode ser usada para criar imagens falsas, o que pode ser um problema em áreas como jornalismo e política.

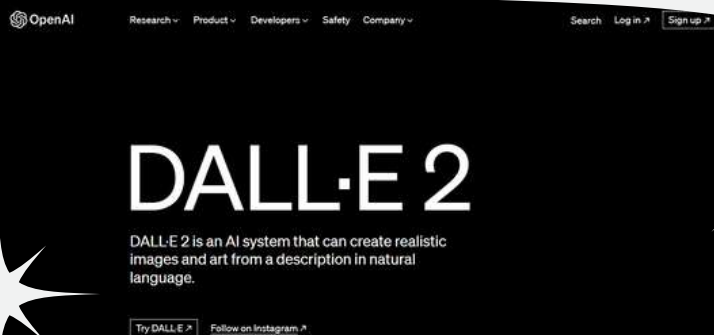
O próprio Google a entende como uma tecnologia fundamental e transformacional. Para eles, existe um esforço por trás, que requer pesquisa fundamental e aplicada, como uma lente interdisciplinar. Essa se baseia em responder sobre as dimensões sociais, culturais, econômicas e outras dimensões contextuais que moldam o desenvolvimento e a implantação de sistemas de IA. Tudo para buscar uma Inteligência Artificial mais responsável. Garantindo também que essas imagens não alcancem preconceitos ou estereótipos.

Apesar dos desafios, essa computação cognitiva com criação de imagens tem um potencial enorme e deve continuar evoluindo nos próximos anos. A tendência é que essa tecnologia seja crescentemente utilizada em diversos âmbitos da sociedade, e se tornem cada vez mais realistas e sofisticadas, trazendo benefícios para empresas, artistas e consumidores em geral.

Por fim, confira três sites de geradores de imagens que você pode utilizar se precisar. (Com consciência rsrs).

DALL-E:

Um produto do laboratório de pesquisa OpenAI cofundado por Elon Musk. É conhecido por produzir os melhores resultados e ser um dos sistemas mais fáceis de usar.



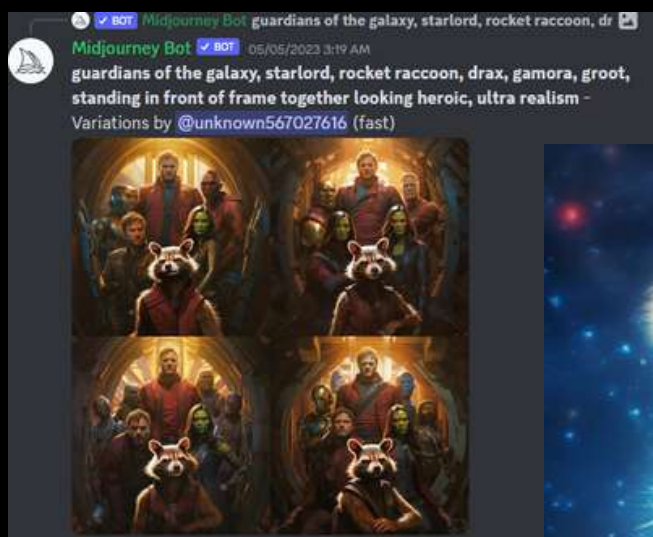
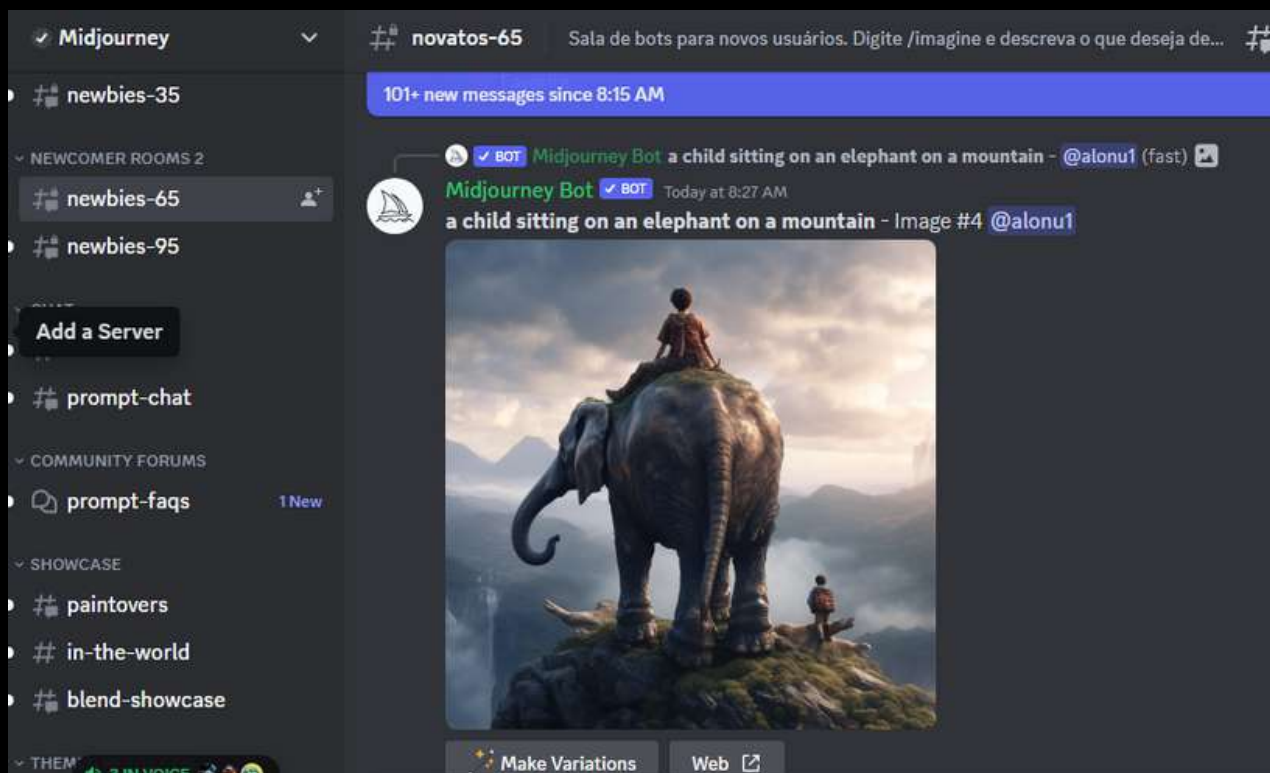
Nigthcafe AI:

A plataforma permite gerar fotos em vários estilos diferentes e oferece vários efeitos predefinidos, que variam de cósmico a pintura a óleo e muito mais. A plataforma é fácil para iniciantes pegarem o jeito e é conhecida por ter mais algoritmos e opções que outros geradores.



Mindjourney:

Considerada uma das plataformas mais evocativas para geração de imagens de IA, Midjourney ganhou as manchetes quando um de seus usuários venceu um concurso de belas artes usando uma imagem que ele criou com o software.



FONTE:

IPHOTOCHANNEL;

AI.GOOGLEBLOG;

NBCNEWS;

CINEPOP;

ZAPPEANDO;

NVIDIA;



Via Mindjourney



QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS IA EM DESENVOLVIMENTO

POR CAROLINE IZUCK

A era da tecnologia nos promete muitas novidades e aprimorações em todas as áreas possíveis, desde novos programas e plataformas que possam trazer mais praticidade e agilidade para as pessoas até inteligências artificiais que estão sendo desenvolvidas para fazer parte da vida das pessoas cada vez mais.

Dentro das “máquinas de inteligência artificial” que estão em desenvolvimento, existem vários grupos, divididos em níveis de funcionalidades e potências em que as IA podem ser classificadas. Desde as que servem apenas para um propósito específico, até os modelos com maior potência de operação e que são inclusive personalizadas para terem um visual que lembra seres humanos.

Conforme a IA for se tornando mais acessível, espera-se que ela auxiliará para simplificar as análises de dados e, conseqüentemente, criará melhores processos para as tomadas de decisão, em qualquer aspecto. Ela inclusive, já está entrando para tarefas essenciais de muitos fatores das indústrias, como a fabricação de produtos, até a logística e transporte.

As inteligências artificiais estão cada vez mais fazendo parte das nossas rotinas e entre alguns exemplos que podemos citar temos o: “ChatGPT” que é basicamente um robô que as pessoas podem interagir, conversar e encontrar diversas respostas, por meio de perguntas feitas diretamente, gerando respostas de modo dinâmico e fácil. Ela pode auxiliar em textos acadêmicos, livros infantis, entre outros temas, com orientação humana. Em 2023, a versão 4 está em desenvolvimento e a promessa é que a nova versão seja 500x mais potente que a atual - ChatGPT3. Uma das aprimorações previstas conta com a digitação de textos por comando de voz e a empresa desenvolvedora - OpenAI - diz que tem projetos para futuramente, a IA, funcionar com impulsos cerebrais.


Outras formas de IA que podemos citar são o *Dall-E*, plataforma que é capaz de criar qualquer tipo de imagem a partir de descrições escritas pelos usuários e o *Lensa* aplicativo que cria avatares a partir das fotos que os usuários quiserem. A IA em conjunto com a realidade aumentada está permitindo que as imagens e avatares fiquem cada vez mais realistas.

A empresa DoNotPay também vale ser mencionada. Eles criaram o primeiro robô advogado, que inclusive foi utilizado em uma audiência em um tribunal nos Estados Unidos. O réu, que foi processado por uma infração de excesso de velocidade, foi instruído pelo advogado robô, por meio de um aplicativo, onde em que com um fone de ouvido, o robô falou todos os argumentos que o infrator deveria fornecer ao juiz durante a audiência.

Outros recursos que as IA em desenvolvimento prometem, é a segurança da informação, principalmente para a proteção de dados e ferramentas corporativas e vão desde a infraestrutura e segurança nas redes até testes e simulações de *hackers* e ataques cibernéticos, dentro das empresas.

E uma área da IA que está chamando atenção de um público específico são as NFTs, que estão ficando muito populares entre os artistas. Possibilitando novas formas de criar, produzir e obter obras de arte, bem como acessar novas fontes de renda, além de registrar artes digitais como originais, trazendo mais controle aos artistas sobre suas criações. Essa integração trará mais facilidade na criação de novas escolas de artes.

A cada ano as inteligências artificiais estão ainda mais presentes em nosso dia a dia, com pequenas participações até grandes feitos, realizados com apenas um comando. Existem muitas tendências e planos para o futuro das IA com a interação humana e as evoluções da tecnologia auxiliam para maior automação dessa área a fim de trazer mais praticidade para a rotina humana.



NFT é a sigla para o termo non fungible token, ou "token não fungível". Eles são tokens, ou seja, códigos numéricos com registro de transferência digital que garantem autenticidade aos seus donos.

FONTES:
PRENSA.LI;
NEIGRANDO;
G1.GLOBO;

DICAS DE SITES/APLICATIVOS QUE UTILIZAM A IA PARA VOCÊ TESTAR



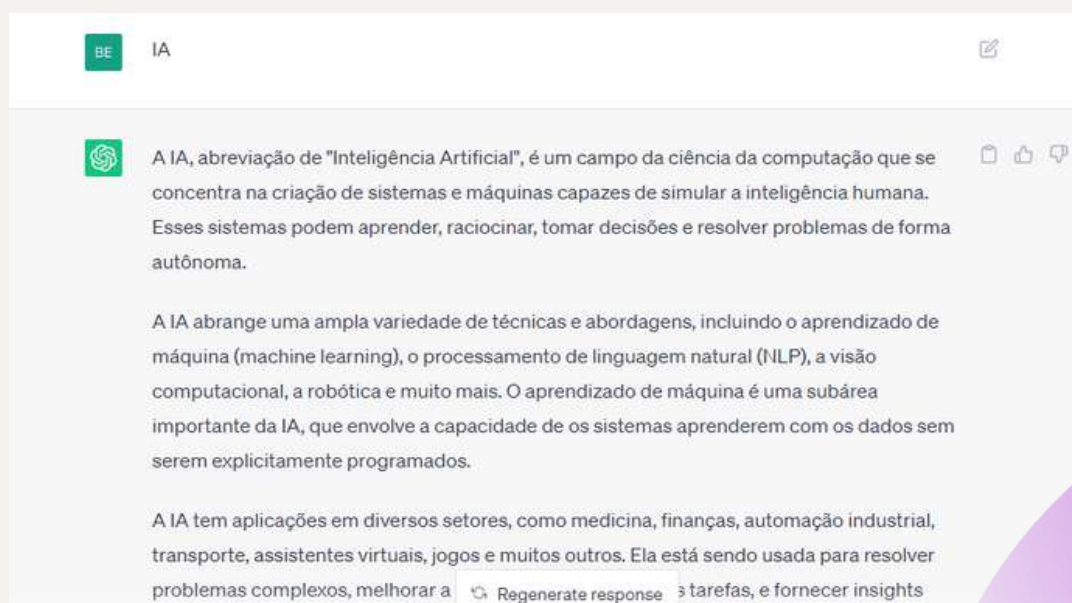
POR BIANCA BEUTING

Atualmente, com a crescente descoberta de funções incríveis que podemos obter com a IA, tornou-se muito mais fácil para qualquer um conseguir se beneficiar dessa inteligência e tornar o dia a dia ou o trabalho mais fáceis. Com isso, hoje listamos algumas dicas de sites e aplicativos que utilizam a Inteligência Artificial para você testar! Confira:

ChatGPT

Claro que não podíamos deixar de falar dele, a IA mais comentada dos últimos tempos que se tornou muito fácil de acessar.

A OpenAI é uma instituição sem fins lucrativos que busca fazer com que a inteligência artificial seja mais familiar e útil aos humanos. Ela criou esse site usando uma inteligência artificial otimizada para linguagem e diálogos, que interage de forma conversacional, que é treinada para seguir uma instrução e fornecer respostas detalhadas. É possível aprender história, geografia, outras línguas e até conceitos como programação por meio dessa IA, portanto, basicamente quase tudo você pode perguntar e ela responderá com um texto nunca antes utilizado na Internet.



WordAI

O wordai.com usa IA para reescrever parágrafos e palavras de um texto em inglês, melhorando o que está escrito ali pra você ter artigos dignos de uma publicação, com frases mais potentes e palavras mais otimizadas. Com isso, pode ser utilizado como ranqueamento de textos com regras de SEO, por exemplo. Porém, esse serviço é um pouco caro, mas você pode testá-lo por alguns dias de graça.

Lumen5

O lumen5.com transforma automaticamente qualquer artigo de um site num vídeo no YouTube. Você pode usá-lo de graça, mas também existem opções avançadas pagas. Já pensou que legal? Vale super a pena testar.

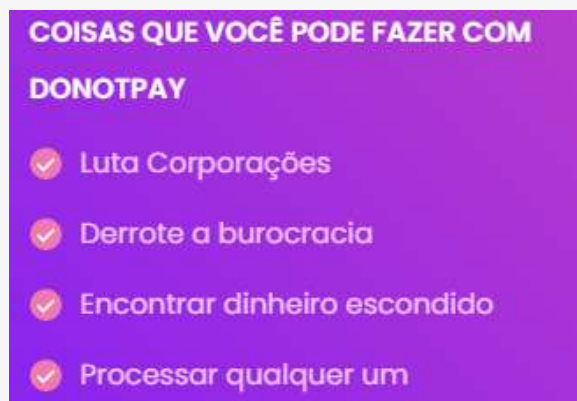
Repurpose

O Repurpose.io é uma IA que consegue pegar um post e automaticamente publicar em todas as redes sociais ao mesmo tempo. Imagine só você postar um TikTok e essa ferramenta publicar o mesmo vídeo no Instagram Reels, Facebook Reels, Pinterest, LinkedIn, Twitter e tudo o mais, e ainda, seguindo os parâmetros de cada rede.

DoNotPay

O DoNotPay.com é o primeiro “robô advogado” do mundo. Este site é focado em um serviço gratuito que te ajuda em pequenas causas, assim, não precisando pagar por um advogado. Os criadores desta ferramenta usam da IA para que as pessoas tenham acesso a informações para lutar contra grandes corporações e burocracias.

O site tem vários artigos em inglês explicando como você pode passar por situações como testar gratuitamente um serviço de assinatura sem submeter os dados do seu cartão de crédito, e como conseguir reembolsos de grandes empresas que dificultam essa opção, por exemplo. Existem diversas informações por lá, e apesar de o site estar em inglês e focar nas leis dos EUA, algumas das dicas podem ajudar quem está no Brasil também, então vale a pena você dar uma olhada!

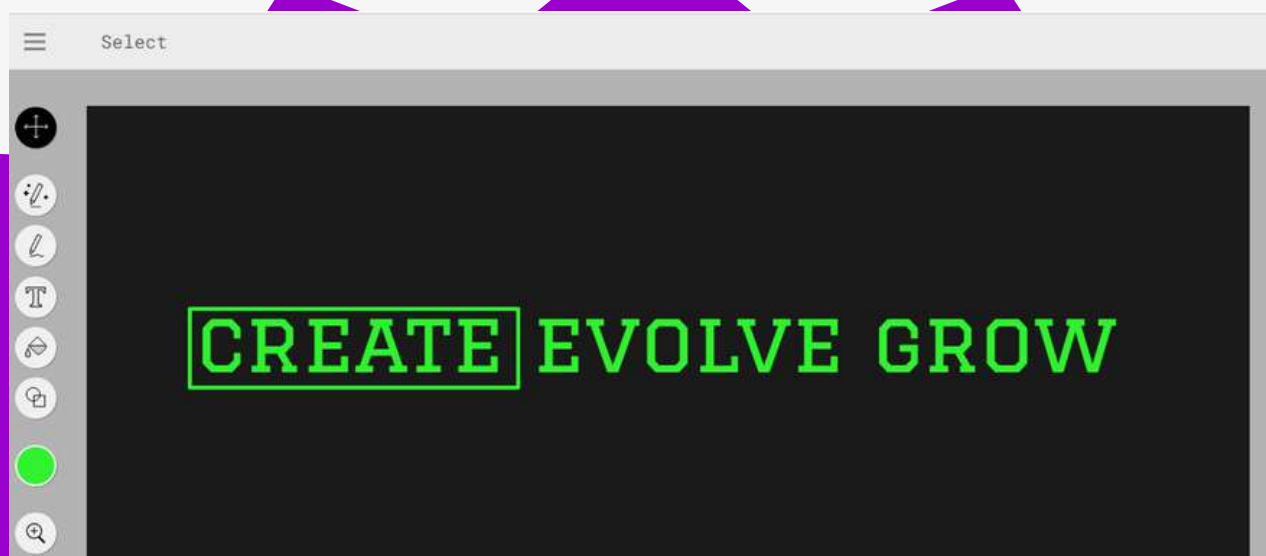


Dall-e 2

O DALL-E 2 é um sistema de IA que cria imagens e artes a partir de descrições textuais. O programa permite alterar as criações, adicionando ou removendo elementos, solicitar variações e utilizar a inteligência artificial para editar suas próprias imagens.

AutoDraw

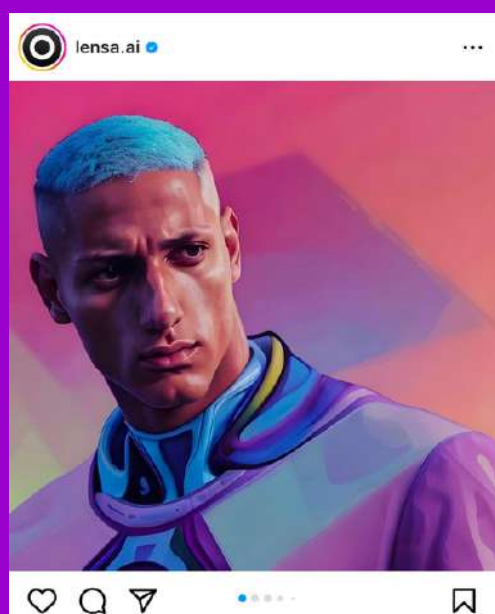
O AutoDraw é uma ferramenta de desenho que usa a inteligência artificial para sugerir figuras e formas a partir de alguns traços iniciais, facilitando a criação de artes em uma interface similar ao antigo Paint.



Lensa

E por último, mas não menos importante, temos que falar do app Lensa.

O Lensa (disponível em prisma-ai.com) ficou muito famoso em alguns meses atrás e foi uma sensação nas redes sociais porque, além da tradicional edição de fotos,



ele transformava suas fotos em obras de arte de diversos estilos, incluindo um surrealismo e futurismo. Vale a pena testar.

FONTES:
MUNDOCONECTADO;
CANALTECH;

COMO A IA VAI AUXILIAR A APRIMORAR AS MÉTRICAS UTILIZADAS NO MARKETING

 POR EMILY TAISSA RAMOS

Fiquem tranquilos. A Inteligência Artificial (IA) não se virou contra nós humanos. Na verdade, ela é quem ajuda a criar outras tecnologias e auxilia em diversos impactos nos negócios, inclusive no marketing. E uma das principais vantagens da IA nessa área é a capacidade de aprimorar as métricas utilizadas pelas empresas para medir o desempenho de suas estratégias.

As métricas de marketing são essenciais para avaliar o sucesso de uma campanha ou ação promocional, bem como identificar oportunidades de melhorias. No entanto, muitas dessas métricas podem ser subjetivas ou não fornecerem dados precisos o suficiente. E é aqui que a IA entra, podendo ajudar a solucionar esses problemas por meio da inquirição de dados em grande escala e em tempo real, permitindo uma visão mais ampla e aprofundada dos resultados das campanhas.

Uma das maneiras pelas quais a IA pode ser aprimorada como métrica de marketing é por meio da análise de sentimentos em redes sociais e outras plataformas. Com essa ajuda, é possível saber o que as pessoas estão dizendo sobre uma marca ou produto na internet e identificar se o sentimento é positivo, negativo ou neutro. Esse estudo pode fornecer insights valiosos sobre a percepção da marca e ajudar as empresas a ajustarem suas estratégias de acordo.

Outra forma é por meio da análise preditiva. Com base em dados históricos, a IA pode prever o desempenho futuro das publicidades e ajudar as corporações a tomarem decisões mais pensadas sobre onde investir seus recursos.

Ah, e além disso, a IA também pode ajudar na personalização das campanhas de marketing, criando anúncios específicos para cada indivíduo com base em seu perfil, histórico de compras e comportamento on-line. Isso pode aumentar significativamente a eficácia das ações e, conseqüentemente, melhorar as métricas de desempenho.

Em resumo, a IA tem o potencial de aprimorar as métricas de marketing por meio de exame de dados em grande escala e em tempo real, análise de sentimentos, verificação preditiva e personalização de campanhas.

E claro, para que tudo isso funcione bem, os profissionais da área terão que se adaptar à IA de diversas maneiras para se manterem competitivos e eficazes em suas estratégias.

Mas agora você deve estar se perguntando “quais são essas métricas?”

Pois é isso mesmo que vou te apresentar agora!

Para começar, existem muitas métricas diferentes que as empresas usam para medir o sucesso de suas campanhas. Algumas delas são mais importantes do que outras, dependendo do objetivo da publicidade e do tipo de negócio em questão.

1- Uma das mais comuns é o ROI (Return on Investment), que mede o retorno financeiro de uma campanha de marketing em relação ao investimento feito nela. Isso ajuda as empresas a avaliarem se estão gastando seu dinheiro de forma eficiente.

2- Outra métrica importante é o CTR (Click-Through Rate), que mede a taxa de cliques em um anúncio ou link em relação ao número de visualizações. Isso é especialmente útil para campanhas digitais, pois ajuda as instituições a entenderem o nível de interesse do público em seus anúncios e a melhorar a eficácia deles.

3- A taxa de engajamento nas redes sociais é vital, especialmente para empresas que dependem muito das mídias sociais para se conectar com seu público. Isso pode incluir curtidas, comentários, compartilhamentos e seguidores, que são todos indicadores do quanto as pessoas estão interessadas no conteúdo da marca.

4- A taxa de conversão. Ela é uma métrica importante para avaliar se as campanhas publicitárias estão gerando leads e vendas. Isso envolve medir quantas pessoas que visitam um site ou interagem com publicidade, se realmente tornam-se clientes ou realizam uma ação desejada, como preencher um formulário ou fazer uma compra.

No final das contas, as métricas de marketing mais importantes variam de empresa para empresa e de campanha para campanha. O importante é entender o objetivo dela e usar as métricas certas para medir seu sucesso. E com isso tudo, tomar decisões mais eficientes e melhorar o desempenho de seus planos de publicidade.



POR ANAH POP

MATRIX,

Uma Obra à Frente do seu Tempo

Que Matrix foi um longa extremamente disruptivo e inovador não é novidade para ninguém, porém com a crescente onda de inteligências artificiais e robôs cada vez mais realistas sendo ativamente introduzidos em nossa realidade, o filme acabou ganhando ainda mais atenção. Dessa vez, visto por outra ótica...

Vamos começar pelo começo, nas primeiras décadas no século XXI, a raça humana criou robôs munidos de inteligência artificial para servirem de assistentes em tarefas de vários tipos, fossem elas domésticas ou mais braçais. Bem, para que esses robôs fossem mais agradáveis de se lidar, foram criados com a forma humanoide e interagem perfeitamente com pessoas. Até que...

Em 2090, depois de sofrer maus-tratos de seu dono, um robô se revolta e o assassina, levando junto toda a sua família e animais. Obviamente, a máquina é condenada ao extermínio. E, como todo grande acontecimento histórico, o episódio causou diversos protestos superpolarizados sobre o assunto, um lado era contra os robôs, outro defendia seus "direitos", tendo em vista que as similaridades com os humanos causavam certa empatia. Porém, acuados pelo medo de outras rebeliões eminentes, governos autorizam a destruição em massa das máquinas sencientes.

Até aí tudo bem, né? Não mesmo!

Claro que uma parte das máquinas conseguiu sobreviver à perseguição, e depois disso, essa parcela sobrevivente se reúne e cria uma nação própria (muito bem-sucedida, inclusive)... Ok, agora não está mais tudo bem, e piora!

Os humanos não iam deixar isso barato e decidiram que não baixariam a guarda quando a ONU decreta, na tentativa de eliminar os robôs de vez, que impediria toda a recepção de luz solar pela Terra, impedindo as máquinas de se energizarem. Só que ninguém contava que os robôs encontrariam outra forma de se "alimentar": usando os próprios seres humanos.



Resumo do futuro distópico que se seguiu: os robôs começaram a cultivar enormes fazendas de seres humanos para utilizar toda energia do nosso corpo para garantir seus funcionamentos. Mas, Anah, como que ninguém surtou? Pasmem, as máquinas colocaram toda essa nova horda de pessoas plugadas em um sistema de Realidade Virtual (risos nervosos) que os fazia pensar que viviam normalmente na Terra como sempre.

Ah, se você está se perguntando onde o Keanu Reeves entra nessa história toda? Saiba que o gatinho é o Escolhido, que tem a missão de simplesmente salvar toda a humanidade das máquinas. Quem amou? Eu sim.

Agora, a pergunta central que permeia as discussões acerca do tema é: temos inteligências artificiais capazes de reproduzir tudo que vimos nos filmes de Matrix?

Bom, na época de lançamento do filme essa questão seria respondida facilmente com um sonoro "não", porém, com os avanços altamente velozes da tecnologia atual, tal resposta mudou para um duvidoso "talvez".

Talvez o futuro que nos aguarda não seja tão sombrio quanto imaginamos, porém a capacidade de aprendizado que já existe em diversas máquinas causou receio em vários estudiosos ao redor do mundo, como Elon Musk, Bill Gates e o eterno Stephen Hawking, que inclusive afirmava a prática poderia "significar o fim da humanidade".

Além de toda a problemática das inteligências artificiais e robôs que o filme traz, há mais uma questão que levanta diversos debates, a realidade virtual. Apesar de ainda estarmos longe de uma tecnologia que se equipare com a dimensão imersiva da simulação representada em Matrix, já existem projetos reais, como o da startup Neurable, que trabalham com estímulos captados direto do cérebro dos usuários para deixar a criação de realidades alternativas ainda mais ricas.

Mas sejamos realistas, a ideia de que algo parecido com o filme aconteça em um futuro próximo (50 anos ou mais) é mínima, já que nem os seres humanos conhecem a capacidade plena de nossos cérebros, muito menos como reproduzi-la em uma máquina com inteligência artificial.

Sendo assim, entende-se que o que está realmente perto de acontecer, ou melhor, já está acontecendo, são as realidades aumentadas cada vez mais realistas e confundíveis com o mundo real. Mas felizmente, não existem riscos muito latentes que essa tecnologia sozinha causasse à humanidade.

Sozinha não, mas torçam para que ela não venha acompanhada de robôs humanoides e inteligências artificiais recheadas de deep learning, porque aí sim, queridos, aí sim precisaríamos do Neo urgentemente!

Brincadeiras à parte, depois de muito pensar sobre o assunto, algo que me chama bastante atenção é como o filme de mais de 20 anos atrás consegue ser tema de diversos debates acalorados até os dias de hoje, e tenho certeza de que continuará sendo por mais e mais anos.

Finalizo em tom de provocação, você acha que a Matrix um dia poderá ser real? Ou melhor, será que já vivemos em uma simulação programada?

Afinal, ninguém se sente normal depois de vivenciar um *déjà-vu*, não é mesmo?



FONTE:
TECMUNDO;

CARTA ao leitor

Quero começar este texto dizendo que vocês, alunos que produzem esta revista, são incríveis! E não, não é só porque eu sou professor e tenho que dizer isso. É porque é a mais pura verdade. Vocês são a razão pela qual eu acordo todas as manhãs, tomo um café bem forte e encaro o dia com um sorriso no rosto.

Eu sei que vocês acham que eu sou o responsável por ensinar tudo o que vocês precisam saber. Mas, na verdade, vocês são os verdadeiros mestres. Isso mesmo, vocês! Vocês são as estrelas do show, os protagonistas da história, os mestres Jedi da Publicidade e Propaganda.

Vocês são o motivo pelo qual eu amo meu trabalho. Ver vocês crescerem, se desenvolverem e se tornarem profissionais competentes é a melhor recompensa que eu poderia pedir. Mas, além disso, vocês também são fontes inesgotáveis de diversão e entretenimento.

Vocês já devem ter ouvido falar que ser professor é um trabalho difícil. E é verdade. Mas, ao mesmo tempo, é a coisa mais engraçada que eu já fiz na vida. Vocês me fazem rir, me fazem chorar (de alegria) e me fazem querer pular de alegria.

Vocês são como uma grande família, com todos os seus primos, irmãos e tios estranhos. E eu sou o tio maluco que sempre faz piadas sem graça e conta histórias sobre quando eu era jovem. Mas, vocês gostam disso, certo?

Eu adoro como vocês são criativos e inovadores. Vocês me surpreendem todos os dias com suas ideias malucas e projetos incríveis. Às vezes, eu me sinto como se estivesse assistindo a um episódio de Black Mirror, mas com um final feliz. Vocês são como um bando de gênios malucos e eu adoro isso.

Mas eu não posso esquecer dos momentos em que vocês me deixam louco. Sim, vocês sabem do que eu estou falando. Aquelas aulas em que ninguém presta atenção, aqueles trabalhos que parecem ter sido feitos por um rinoceronte, aqueles momentos em que eu tenho vontade de chorar. Mas, sabe de uma coisa? Isso faz parte do pacote.

Vocês são como uma montanha russa. Às vezes estamos na subida, apreciando a vista, e às vezes estamos caindo em queda livre, gritando por nossas vidas. Mas, no final, sempre acabamos nos divertindo e querendo mais.

E eu adoro quando vocês se juntam e formam grupos. Vocês são como uma equipe de super-heróis, cada um com suas habilidades especiais. Vocês se complementam, trabalham juntos e alcançam grandes coisas. Mas, às vezes, vocês também podem ser como um bando de gatos brigando por um rato morto. Mas, de qualquer forma, é sempre divertido de assistir.

Mas, além de me divertir, vocês também me inspiram. É incrível ver como vocês se dedicam e se empenham em cada projeto e trabalho que realizamos juntos. Vocês são verdadeiros profissionais em formação e eu tenho muito orgulho de fazer parte dessa jornada.



**Um forte abraço!
Thiago :)**