

Innov8tech

“Criação de IA generativa a fim de diagnosticar o histórico da figura pública de interesse antes da contratação para divulgação do produto/serviço.”

Ronald de Oliveira Farias - RM552364

Gustavo Carvalho Noia - RM552466

Lucas Serbato de Barros - RM551821

Vitor Teixeira Silva - RM552228

Sumário

Definição do Problema	3
Proposta da Solução.....	3
Público-alvo	4
Produtos Semelhantes	4
Potencial de Mercado	4
Como a Técnica de Virtualização Contribuirá com a Entrega do Projeto?	5
Vídeo PITCH	6

DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

A solução proposta pelo grupo, visa ajudar em um problema que foi apresentado durante o *Kickoff* do *Challenge* pela empresa *Plusoft*. Enquanto o representante da citada contava sobre alguns *cases*, um deles foi sobre uma empresa que, após sua publicidade em um programa de televisão, acabou ocasionando uma repercussão negativa que foi identificada somente após o lançamento da publicidade; devido ao passado recente da figura pública escolhida para apresentar o produto deles. Em um cenário desses, uma marca pode ter sua imagem vinculada a algo que não faz parte de seus valores, ocasionando na perda de receita em caso de boicote dos seus produtos; em caso de lançamento do produto pode ser mais grave, uma vez que a empresa pode investir muito no desenvolvimento de um novo produto, identidade visual, marketing, publicidade e afins na espera de um bom feedback por parte da mídia.

Para se ter um pouco melhor de noção sobre o quanto pode afetar uma empresa, de acordo com um relatório de consultoria da empresa *Strategy&* do grupo *PWD* de 2016, as vinte empresas que mais investiam em pesquisa tecnológica por exemplo, somavam 179,3 bilhões de dólares investidos. Dessas vinte empresas, as três primeiras foram *Volkswagem* com 13,2 bi; *Samsung* com 12,7 bi e *Amazon* com 12,5 bi.

(Consulte a fonte no link: '<https://blog.onedaytesting.com.br/investimentos-empresas-inovadoras/>').

Já o investimento em publicidade e marketing, de acordo com a revista *Ad Age* em 2022, a *Amazon* apareceu em primeira posição investindo 16,9 bi; *Alibaba Group* em segundo com 14,2 bi e *L'Óreal* em terceiro com 12,5 bi investidos.

(Consulte a fonte no link: '<https://www.meioemensagem.com.br/marketing/conheca-os-25-maiores-anunciantes-do-mundo-em-2022>').

Só envolvendo os valores investidos com marketing e desenvolvimento, já chegamos na casa dos bilhões; e como todo investimento é aguardado um retorno, esse retorno pode ser afetado dependendo de como e por quem o produto e serviço de uma empresa foi apresentado, prejudicando os retornos estimados pela empresa.

PROPOSTA DA SOLUÇÃO

A proposta de solução da questão abordada anteriormente se constitui em desenvolver uma aplicação *mobile*, onde o cliente consiga pesquisar uma figura publica informando, por exemplo, o seu nome usuário no *X* – antigo *Twitter* –, o ramo em que a empresa atua e o produto que pretende realizar a ação de marketing, e, com essas informações, uma IA generativa analisaria essa figura e tentaria mensurar o quanto essa figura se relaciona com a empresa e qual a situação de sua imagem nos últimos tempos.

Entrando mais na parte técnica, o aplicativo irá conter telas como home; perfil do cliente; login; pesquisa; resultado e uma tela onde será possível verificar o histórico de pesquisa desse cliente. A parte de login, recuperação e persistência dos dados e consulta na IA serão realizadas por meio de APIs desenvolvidas, provavelmente, em Java, C# e Python (que cuidará mais da parte envolvida com a IA). Enquanto no Javascript serão feitas as requisições assíncronas. Uma vez feita a consulta na IA, a intenção é que ela retorne para o cliente se a figura publica que ele pretende contratar é adequada à empresa e

se ela tem uma boa imagem atualmente, ou se vêm com um histórico recente de escândalos anteriores. Evitando, assim, prejudicar a marca de alguma forma, arriscando todo o investimento no produto.

PÚBLICO-ALVO

O público-alvo da nossa solução seria qualquer pessoa jurídica que tenha interesse em contratar uma figura pública que, por meio de seus seguidores, aumente a projeção de venda dos seus produtos ou serviços ou até mesmo aumente sua visibilidade no mercado, fazendo com que sua marca chegue a pessoas que os meios tradicionais de publicidade não atingem.

PRODUTOS SEMELHANTES

- **YouScan:** Oferece ferramentas de análise de mídia social para monitorar a reputação de figuras públicas e celebridades.
- **Crisp:** Especializada em monitoramento de mídia social para identificar e gerenciar crises de reputação online, o que pode incluir análise de figuras públicas.
- **Klear:** Fornece análise de influenciadores, incluindo métricas de engajamento, autenticidade e histórico de comportamento nas redes sociais.
- **Reputation.com:** Oferece soluções para gestão de reputação online, incluindo monitoramento de menções na mídia e análise de sentimentos.

POTENCIAL DE MERCADO

Atualmente, o Brasil é o país que mais consome conteúdo de influencers digitais. Um estudo recente feito pela Nielsen revela que o país possui mais de 500.000 influencers com ao menos 10.000 seguidores espalhados por diversas plataformas.

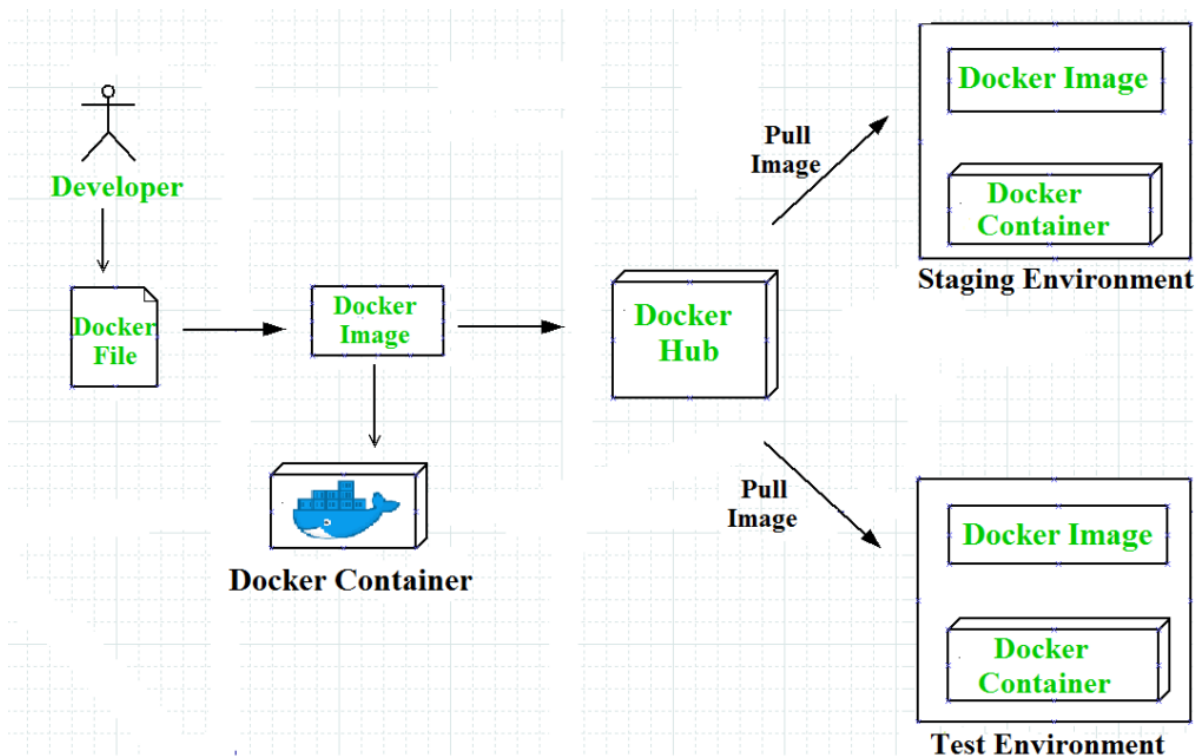
Outro levantamento de dados feito pelas agências *Hootsuite* e *We Are Social* demonstra que o Brasil é o segundo país no mundo que mais consome conteúdo de influenciadores (sendo **44,3%** dos usuários da internet), ficando apenas atrás das Filipinas (**51,4%**). Ao analisarmos esses dados podemos concluir que o potencial de mercado para a exploração desse nicho é enorme. Dando um adendo a isto, com a efetivação da nossa solução, é possível que a empresa consiga atingir uma expressiva rentabilidade através da divulgação de seus produtos e serviços pelos influenciadores digitais. Principalmente no Brasil, visto anteriormente, que é um dos países mais prósperos para esse tipo de nicho de mercado. Aliado a isto, é imprescindível a prevenção de possíveis riscos; e é onde a nossa solução entra como complementação e evita possíveis estresses e perdas de lucro devido um deslize de não considerar o passado do influencer que foi escolhido.

(Consulte a fonte no link: '<https://veja.abril.com.br/comportamento/pesquisa-revela-que-o-brasil-e-o-pais-dos-influenciadores-digitais>').

COMO A TÉCNICA DE VIRTUALIZAÇÃO CONTRIBUIRÁ COM A ENTREGA DO PROJETO?

O nosso projeto utilizará algumas APIs, e, nesse ponto, a virtualização irá auxiliar no desenvolvimento e qualidade da aplicação, uma vez que poderemos desenvolver nosso projeto sem preocupação de consumo de memória e espaço da máquina local, e a desnecessidade de vigilância frequente relacionado a desempenho por parte de cada um do grupo devido a algum fator externo. Acompanhado a isso, ao invés de termos as APIs localmente em nossas máquinas ou o projeto inteiro no mesmo lugar, iremos criar os *contêineres* pelo *Docker*, que terão somente o necessário para o funcionamento de cada API, e assim, levantaremos a máquina em um ambiente cloud, como por exemplo, a *Azure*.

Exemplo de containerização do ambiente de desenvolvimento pelo *Docker*:



Dessa forma, cada API terá sua própria máquina em um ambiente de alta disponibilidade e, mesmo que ocorra algum problema com uma máquina, as outras poderão continuar trabalhando sem precisar parar a aplicação inteira. Vale ressaltar que com a virtualização, será mais fácil seguir boas práticas como utilizar o *Git Flow*, uma vez que é mais fácil levantar as máquinas e separar o ambiente de desenvolvimento do ambiente de testes, e depois que desenvolvidos e testados, encaminharmos para o ambiente de produção. Outras vantagens da virtualização utilizando cloud é que a preocupação e investimento com a obsolescência dos equipamentos, manutenção, cuidados e afins, deixam de ser nossos e passa para a ser preocupação da empresa que disponibiliza o serviço, o redimensionamento da máquina também fica simplificado,

podendo aumentar ou diminuir facilmente conforme a demanda e distribuindo a aplicação pelo mundo, evitando quedas por desastre natural e afins.

Vídeo PITCH

<https://www.youtube.com/watch?v=dfO73PmUA74>