



CAPITAL

Mariano Barbosa e Remun Sutti
blogs.oglobo.globo.com/capital

ENTREVISTA

Jean-Charles Decaux, CEO GLOBAL DA JCDCAUX

BRASIL ACABOU COM UM ATRASO HISTÓRICO

Mudanças nos contratos da publicidade exterior —aquela em pontos de ônibus e no metrô, por exemplo— trouxeram o mercado do Brasil para “uma normalidade” após anos de atraso, diz aquele que comanda o maior grupo do setor no mundo. A francesa JCDcaux, que tem contratos como o do Aeroporto de Guarulhos, cresceu 27,3% no Brasil em 2023, contra 7,6% no mundo, graças ao avanço da publicidade externa com painéis digitais e mídia “programática” (em que anunciantes compram espaço de forma automatizada e em tempo real). Mas nem tudo é como deveria, argumenta.

—A questão ambiental deveria estar presente nas licitações —defende o francês Jean-Charles, cujo pai, Jean-Claude Decaux, criou o modelo de negócios que associa o mobiliário urbano à propaganda há 60 anos. A família tem fortuna estimada em € 4,2 bilhões, uma das 40 maiores da França, segundo a Challenges (espécie de Forbes brasileira). Decaux conversou com a coluna em restaurante ao lado do Santos Dumont, “um dos lugares mais lindos do mundo”.

Por que vocês crescem mais no Brasil?

O Brasil está acabando com um atraso histórico. A comunicação externa aqui foi por muito tempo inferior à média mundial, mas, nos últimos 4 ou 5 anos, o país entrou numa nova dimensão. Isso explica parte do crescimento. Outro fator é que houve recuperação forte na circulação em aeroportos, metrô, nas ruas etc. E, por fim, há um processo acelerado de digitalização, inclusive com o advento da mídia programática, que impulsiona esse crescimento. Na minha visão, o Brasil vai continuar crescendo acima da média do grupo.

Por que estávamos atrasados?

Antes, o subinvestimento em mobiliário urbano era causado por contratos limitados a cinco anos, quando o setor se programa para investir por 20 anos. As cidades e grandes empresas de transporte entenderam que era necessário mudar, o que deu um impulso. Mais recentemente, havia nos aeroportos o modelo de multipropriedade. Por razões históricas, a Infraero realizava licitações de publicidade dividindo os aeroportos entre vários subconcessionários. Entre países grandes, isso só existia aqui e na China. Lá, ele desapareceu completamente, porque os chineses são pragmáticos. Os britâ-



Retomada. A despeito das previsões de pandemia, a circulação de pessoas “está mais forte do que nunca”, diz o francês

leiros são pragmáticos e também românticos (risos), então levou um pouco mais de tempo.

Por que o modelo era ruim?

Porque criava ineficiência. Levou tempo, mas, desde a privatização dos aeroportos, passou-se a confiar a publicidade, tanto interna como externa, a uma única empresa. Mas ainda estamos nessa transição. O modelo multipropriedade também existia nos metrô. Nós comercializamos audiências físicas de mobilidade, não podemos fragmentá-la. Por que a Chanel não fazia propaganda no metrô de São Paulo e agora faz? Porque esses obstáculos estão sendo superados. Tudo isso deve acelerar o crescimento no Brasil.

O plano é chegar a mais aeroportos?

Sempre analisamos o mercado de acordo com a duração dos contratos e suas condições. Aliás, uma coisa importante é que, dado que o Brasil é o pulmão do mundo, a questão ambiental deveria estar presente nas licitações, elevaria todo mundo.

Isso seria um triunfo para vocês?

Não é um triunfo, é uma correção. Triunfo é algo interessante. Uma correção é muito maior que a JCDcaux. Precisamos crescer, mas com consciência. Caso contrário, os adeptos do movimento anticrescimento vão vencer.

No Brasil, essas questões já estão presentes em alguns contratos?

Não é suficiente, porque o país tem grandes problemas sociais e a parte econômica acaba sendo prejudicada. Mas a responsabilidade do poder público é fazer com que a contratação pública, que movimenta bilhões no Brasil, seja verde e responsável.

O senhor esteve com o prefeito Eduardo Paes.

Autoridades como ele estão convencidas?

Não gosto de personalizar, porque são parceiros e clientes e têm de lidar com várias questões simultâneas. Mas o que eu defendo é que os editais levem em conta não só o parâmetro econômico, mas também o social e o ambiental, porque é uma forma de mostrar que o setor público está adotando um novo modelo de desenvolvimento. Os prefeitos não podem ser indiferentes a isso.

A pandemia deixou um impacto permanente na circulação?

Chegaram a dizer que a mobilidade diminuiria inexoravelmente, mas muitos dados chegam a estar acima do pré-Covid. Até mesmo na China, que saiu depois das restrições da Covid. Lá, o fluxo doméstico nos aeroportos está 120% acima do pré-Covid. O problema é o estrangeiro, mas porque tem dificuldade de chegar. No geral, a necessidade de mobilidade está mais forte do que nunca, com os fenômenos de reversione travel (desejo reprimido por viagens) e bleisure (que une lazer e negócios). Esse último deve durar e nos ajuda, porque movimenta pessoas com maior poder aquisitivo e que viajam com mais frequência.

O senhor citou a digitalização da mídia exterior. Como está a adoção no Brasil?

O país está entre os mais digitalizados do mundo. Se está entre os dez maiores mercados para a gente, ele é um dos cinco com maior proporção de receita vinda do digital. Essa tendência continuará acelerando, até por causa de novos contratos que levaram à modernização, como no metrô de São Paulo e nos aeroportos de Guarulhos e Brasília. Mas o analógico resiste, porque oferece aos anunciantes cobertura e repetição, enquanto o digital oferece segmentação e tempo real. São complementares.

Conquista espanhola na alta renda

Estabelecida na Bahia há duas décadas, a incorporadora Prima, de Barcelona, se prepara para desembarcar nos mercados de Rio e São Paulo, em sociedade com a gigante de infraestrutura e também espanhola Acciona. Rubén Escartín, CEO da Prima, diz que Salvador ficou pequeno para as ambições da incorporadora, que tem hoje R\$ 1,2 bilhão em negócios residenciais de alta renda em produção em Salvador. A empresa também está desenvolvendo o maior empreendimento turístico de alto luxo no país hoje, no Baixo, litoral norte da Bahia. Para se estabelecer no Sudeste, a empresa quer se associar a parceiros locais. As conversas, diz Escartín, já estão em estágio avançado. —Vamos definir os parceiros paulista e carioca no terceiro trimestre e lançar os projetos no início de 2025 —diz Escartín. O parceiro deve vir com terreno, e a empresa mira tanto o retrofit, para o mercado de aluguel, quanto uma incorporação tradicional para venda. O plano é desenvolver R\$ 1 bilhão em VGV (Valor Geral de Venda) no Rio e em São Paulo só no primeiro ano.

Premio verde

Em Salvador, a Prima assina o projeto do Hotel Fasano, um renascimento da antiga sede do jornal A Tarde. A empresa aposta ainda na sustentabilidade como diferencial.

—Todos os nossos projetos são certificados. São mais de 70 itens de sustentabilidade, o que gera um custo adicional relevante, de 5% a 8% —diz. —Em Salvador, não conseguimos transferir isso para o cliente. Não sei se conseguimos em São Paulo ou no Rio, mas não abrimos mão. Vamos seguir absorvendo, com a esperança de que no futuro isso seja reconhecido.

Tombo

Com a “seca” que acossou o mercado de startups no ano passado, o saldo de vagas na área de tecnologia da informação (TI) despencou 75% no ano passado. Em 2023, a diferença entre contratações e desligamentos foi de cerca de 10,2 mil postos de trabalho em TI, contra 40,4 mil no ano anterior, aponta levantamento da startup de dados DataSeek, com base em dados do Ministério do Trabalho. As pequenas empresas —categoria que inclui startups, grandes contratantes de profissionais de TI e que sofreram com o sumiço dos investimentos —ficaram, inclusive, com saldo negativo.

OpenAI anuncia Voice Engine, que reproduz vozes humanas

Com 15 segundos de gravação original, ferramenta faz imitação perfeita

JULIANA CAUSIN*
*jcausin@oglobo.com.br

Recriar vozes humanas com realismo a partir da inteligência artificial (IA) é a próxima fronteira a ser explorada pela OpenAI, criadora do ChatGPT, ferramenta que se popularizou na virada de 2022 para 2023 ao produzir textos complexos a partir de comandos específicos. Se pode ajudar em traduções ou no tratamento de pacientes com problemas de voz, o Voice Engine também traz novos riscos associados à IA. A companhia apresentou ontem os resultados preliminares do Voice Engine. Este gera “clones” realistas em áudio a partir de comandos de texto de uma amostra de apenas 15 segundos da voz humana original.

O sistema vem sendo de-

seenvolvido internamente pela OpenAI desde 2022. No ano passado, a companhia passou a testá-lo em pequena escala, com um grupo restrito de empresas e desenvolvedores. Por enquanto, não há previsão de um lançamento geral da ferramenta.

Em comunicado, a empresa destaca a capacidade do Voice Engine de “criar vozes envolventes e realistas”. A partir da gravação real, a voz sintética é capaz de ler qualquer tipo de texto.

Durante uma demonstra-

ção da ferramenta, a agência de notícias Bloomberg ouviu um vídeo do CEO da OpenAI, Sam Altman, explicando brevemente a tecnologia, em uma voz que era extremamente parecida com a dele, mas foi inteiramente gerada por IA.

—Se você tiver a configuração de áudio correta, é bastante fácil gerar uma voz humana padrão. É uma qualidade técnica bastante impressionante —disse Jeff Harris, líder de produto da OpenAI.

O sistema é capaz de re-

produzir falas em diferentes idiomas. Segundo a OpenAI, foram feitos “clones” em inglês, espanhol, mandarim, alemão, francês, japonês e português. A ferramenta pode, assim, ser usada em traduções e tem sido testada em ferramentas para restaurar a voz de uma jovem que perdeu a capacidade de falar de forma clara devido a um tumor cerebral.

RISCOS EM ANO ELEITORAL Por outro lado, a OpenAI reconhece que gerará riscos reais para a sociedade. O sistema já foi usado para falsificar vozes. Em janeiro, um telefonema falso, mas de aparência realista, supostamente do presidente dos EUA, Joe Biden, encorajou as pessoas no estado de New Hampshire a não votarem nas primárias das eleições presidenciais.

Outro risco apontado pela própria OpenAI é o uso da ferramenta para invadir sistemas de autenticação por



Nova fronteira. Motor de IA pode ajudar em traduções e tratamentos de saúde, mas também traz mais riscos

já foram usadas para falsificar vozes. Em janeiro, um telefonema falso, mas de aparência realista, supostamente do presidente dos EUA, Joe Biden, encorajou as pessoas no estado de New Hampshire a não votarem nas primárias das eleições presidenciais.

Outro risco apontado pela própria OpenAI é o uso da ferramenta para invadir sistemas de autenticação por

voz, usados para acesso a contas bancárias ou outros aplicativos. Por isso, a empresa sinaliza que a abertura da ferramenta para o público deve ser acompanhada pela “eliminação progressiva da autenticação baseada em voz”, pela criação de políticas de proteção de voz dos usuários e pela adoção de tecnologia de rastreamento de conteúdo audiovisual gerado por IA. (*Com Bloomberg News)