

Google usará IA generativa na ferramenta de buscas

Links para sites virão após respostas da inteligência artificial, e especialistas temem menor acesso à informação

JULIANA CAUSIN
jcausin@globo.com.br

O Google vai levar a inteligência artificial (IA) generativa para buscas, sua ferramenta mais popular, anunciou ontem a empresa. Isso significa que, em breve, ao fazer uma pesquisa no Google, os usuários do sistema receberão respostas geradas por IA.

O novo sistema será liberado hoje para os usuários nos Estados Unidos. O objetivo é lançá-lo em mais países "em breve", mas ainda não há data para chegar ao Brasil. Até o fim do ano, a empresa espera que mais de um bilhão de pessoas que usam o buscador recebam as respostas geradas pela IA no tipo das pesquisas, acima dos links.

O anúncio foi feito durante o evento Google I/O. Na edição anterior, no ano passado, a empresa havia apresentado o Gemini, família de modelos de inteligência artificial. Ontem, o CEO da Alphabet, Sundar Pichai, afirmou que mais de 2 bilhões de usuários de produtos do Google já usam a IA. A integração da IA generativa nas buscas representa a mudança mais significativa feita pela empresa em seu principal serviço.

Na apresentação, Liz Reid, vice-presidente e chefe de Pesquisa do Google, explicou que a integração de resultados das buscas com inteligência artificial generativa é uma forma de fazer com que a IA faça o "trabalho braçal" das pesquisas para o usuário.

O recurso foi chamado de AI Overview ("Resumos de IA", em tradução livre).

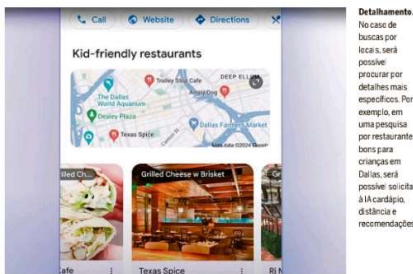
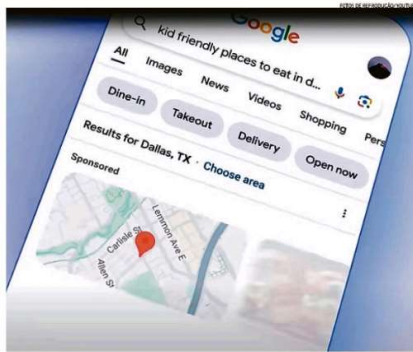
— Às vezes você quer uma resposta rápida, mas não tem tempo para analisar tudo que está por aí. Com o AI Overview, a busca fará o trabalho para você — disse Liz.

Mas o fato de as respostas formuladas pelo próprio Google ocuparem o espaço privilegiado da página de busca, empurrando os links para baixo, gerou preocupações entre aqueles que produzem o conteúdo que alimenta a ferramenta. Desde que o Google começou a testar a IA, os produtores de conteúdo preveem que a mudança vai reduzir o tráfego para outros sites. A lógica é que, ao receber o conteúdo feito pela IA, o usuário não acessaria os sites indicados na busca.

EMPRESA DOMINA MERCADO

Publicações como The Atlantic e The Wall Street Journal destacaram que os veículos jornalísticos poderiam perder entre 20% e 40% do tráfego gerado pelo Google. Para o Washington Post, a IA generativa no Google representa uma potencial ameaça à "sobrevivência de milhões de criadores e editores que dependem do serviço para obter tráfego". Uma análise da consultoria Gartner do início deste ano prevê que o volume de tráfego nos mecanismos de busca tradicionais deve cair 25% até 2026.

Também há preocupações ligadas à precisão dos resumos feitos pela IA. A presi-



Detalhamento.

No caso de buscas por locais, será possível procurar por detalhes mais específicos. Por exemplo, em uma pesquisa por restaurantes bons para crianças em Dallas, será possível solicitar a IA cardápio, endereço e recomendações.

dentada da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), Samira de Castro, diz que a substituição da busca por sistemas de IA poderia "retirar da esfera pública o direito à informação de qualidade".

— Por óbvio, há o impacto financeiro para as empresas jornalísticas, uma vez que os resumos vão evitar o contato do público com as informações apuradas e publicadas pela imprensa — disse Samira. — Vão reduzir o público e, consequentemente, os anunciantes. Mas estamos falando de algo mais profundo, que é o acesso à informação.

Para Carlos Rafael Gime-

nes, professor do curso de Sistemas da Informação da ESPM, a mudança vai incentivar mais o consumo dos resumos de IA, em detrimento dos conteúdos: — Ao mesmo tempo em que acelera o uso da internet e o acesso à informação do ponto de vista do usuário, também pode ter impactos grandes, por exemplo, para o consumo de mídia, porque as pessoas vão cada vez menos entrar no site em si, usando como desculpa que já têm o que queriam.

A mudança também pode ter impactos relevantes em mercados que se formaram

cas. Consultas para sites específicos ou que demandem respostas curtas continuarão a apresentar os resultados convencionais.

— Como sempre, os anúncios continuarão a aparecer em espaços dedicados em toda a página, com rótulos claros para distinguir entre resultados orgânicos e patrocinados — assegurou Liz.

NOVAS FUNÇÕES DO GEMINI

A empresa também apresentou o Gemini 1.5 Flash, que promete ser mais veloz e eficiente que a versão atual, com interações de imagem e áudio — o que a OpenAI incluiu no GPT-4o, atualização do ChatGPT apresentada na segunda-feira.

Esse recurso ainda vai ser disponibilizado, mas, de acordo com a apresentação, será possível fazer uma pergunta recorrendo a um vídeo — por exemplo, de um toca-discos cujo braço não fica no lugar, perguntando o que há de errado. O AI Overview apresentará as possíveis respostas para o problema.

O Google também ressaltou que, com a IA, será possível fazer perguntas mais específicas e complexas. Por exemplo, ao buscar por estudos de Pilates em uma determinada cidade, será possível pedir detalhes como valor da mensalidade e tempo de caminhada a partir de sua casa.

— Você pode fazer perguntas mais complexas, com todas as nuances e ressalvas que tiver em mente, tudo de uma vez só — explicou Liz.

O Gemini também estará no Gmail e nas ferramentas da companhia, como Docs e Drive. Em português, os usuários do Gmail poderão começar a usar o Gemini diretamente no Docs e no Gmail, com um recurso que irá ajudar a criar e alterar textos. Nas próximas semanas, a função "Ajude-me a escrever" chegará ao Gmail e ao Docs em espanhol e português.

Os usuários poderão pedir para a IA gerar um texto do zero ou sugerir como aprimorar um conteúdo. O sistema será disponibilizado para quem usa a versão corporativa do Gmail ou assina o plano Google One AI Premium. O Gemini aparecerá em uma barra lateral.

Stellantis venderá carros elétricos chineses no Brasil

Modelos devem competir com veículos da BYD e chegar ao país no último trimestre deste ano. Preços devem superar R\$ 100 mil

ANA FLÁVIA PILAR
anapilar@globo.com.br

A Stellantis, dona de marcas como Peugeot e Fiat, anunciou que vai iniciar a venda de carros elétricos chineses no Brasil já no quarto trimestre deste ano. A empresa concluiu a formação de uma joint venture com a Leapmotor, com sede em Hangzhou, na China. Os modelos C10 e T03 chegam ao mercado nacional para competir com os da rival BYD, que ganharam espaço nos últimos meses.

Os dois carros — um SUV e um compacto, respectivamente — devem ser lançados inicialmente nos mercados europeus em setembro, com as vendas se estendendo, depois, para Índia e Ásia-Pacífico, Oriente Médio, África e América do Sul, a partir do quarto trimestre. Em outubro passado, as duas empresas anunciaram que a Stellantis investiria cerca de € 1,5 bilhão para

comprar uma fatia de 21% da Leapmotor, uma das três principais marcas chinesas de elétricos.

O acordo estabeleceu a criação da Leapmotor International, joint venture que terá direitos exclusivos para fabricar e vender veículos da marca fora da China.

FOCO NO PEQUENO

Com isso, a Leapmotor consolida sua posição no mercado chinês e aproveita a presença global da Stellantis para aumentar as vendas em outros países.

— A criação da Leapmotor International é um grande avanço para ajudar a resolver a questão urgente do aquecimento global com modelos BEV (veículo 100% elétrico) de última geração, que vão competir com as marcas chinesas existentes nos principais mercados em todo o mundo — disse o CEO da Stellantis, Carlos Tavares.

Segundo ele, em breve a



Novo mercado. O SUV modelo C10 da Leapmotor é uma das apostas da Stellantis para fazer frente à BYD no Brasil

empresa será capaz de oferecer veículos elétricos com preços competitivos.

O lançamento começará por França, Itália, Alemanha, Holanda, Espanha, Portugal, Bélgica, Grécia e Romênia, em setembro. Serão 200 pontos de ven-

da até o fim do ano, número que deve subir para 500 até 2026. Na América do Sul, a marca vai focar no Brasil e no Chile.

O professor Antonio Jorge Martins, coordenador dos cursos automotivos da FGV, avalia que a Stellantis busca

ganhar espaço nesse segmento, cada vez mais dominado pelas fabricantes chinesas: — O foco é nesse carro menor. A Stellantis não tem competitividade no segmento de carros elétricos.

Na Europa e na América do Sul, ela está sendo pres-

nada pela chegada dos chineses. Eles se associaram com uma das empresas instaladas na China para ter, pelo menos, acesso a uma fornecedora.

CERCA DE € 20 MIL

No Brasil, o modelo compacto (T03) deve custar aproximadamente € 20 mil (cerca de R\$ 111 mil, similar a modelos da BYD, como o Dolphin), acrescidos dos impostos nacionais, conta um analista a par das negociações.

O professor Marcelo Alves, do Centro de Engenharia Automotiva da Poli/USP, avalia que a ideia é fazer com que a Stellantis tenha uma linha de produtos com propulsão elétrica e mais rapidamente possível.

É uma forma de garantir espaço em um mercado de veículos na faixa de entrada. Alguns analistas consideram que a Stellantis estava defasada no desenvolvimento de carros elétricos, em comparação a outras empresas.

— No Brasil, assim como em outros países, eles devem competir com modelos da BYD, principalmente os de menor custo — disse Alves.