

AMÉRICO DE CAMPOS (1875-1984)  
FRANCISCO RAMEL PESTANA (1875-1890)  
JULIO MESQUITA (1895-1927)  
JULIO DE MESQUITA FILHO (1915-1969)  
FRANCISCO MESQUITA (1915-1999)

LUIZ CARLOS MESQUITA (1952-1970)  
JOSÉ VIEIRA DE CARVALHO MESQUITA (1947-1988)  
JULIO DE MESQUITA NETO (1948-1996)  
LUIZ VIEIRA DE CARVALHO MESQUITA (1947-1997)  
RUY MESQUITA (1947-2013)

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO  
PRESIDENTE  
ROBERTO CRISSTUMA MESQUITA  
MEMBROS  
FRANCISCO MESQUITA NETO  
JULIO CESAR MESQUITA  
LUIZ CARLOS ALENCAR  
RODRIGO LARA MESQUITA

DIRETOR PRESIDENTE  
FRANCISCO MESQUITA NETO  
DIRETOR DE JORNALISMO  
EURÍPEDES ALCANTARA  
DIRETOR DE OPINIÃO  
MARCOS GUTERMAN

DIRETORA JURÍDICA  
MARTANA UEMURA SAMPATO  
DIRETOR DE MERCADO ANUNCIANTE  
PAULO BOTELHO PESSOA  
DIRETOR FINANCEIRO  
SERGIO MALGUEIRO MOREIRA

## NOTAS E INFORMAÇÕES

## Haja lábia

estadaodigital#wsmuniz30@gmail.com



**Rui Costa acha que a queda na popularidade de Lula vem das falhas da comunicação, mas não há marketing capaz de vender um produto ruim – e que parece ter passado do prazo de validade**

Um dos principais auxiliares do presidente Lula da Silva, o ministro Rui Costa (Casa Civil) assim identificou a razão da notável corrosão na popularidade do chefe: a comunicação do governo. Minimizando as pesquisas que indicaram crescente reprovação ao presidente e tentando reduzir o peso de qualquer fragilidade da atual gestão, Costa acha que é preciso aperfeiçoar a comunicação do governo e aproximá-lo de quem lê notícias via WhatsApp. “É alcançar as pessoas com informações corretas”, disse ele, em en-

trevista recente à GloboNews. O ministro do PT está convicto de que os números da popularidade não representam a realidade do governo.

Questão de fé, por definição, não se discute. Segundo a parolagem petista, o atual mandato do demiurgo só tem produzido boas notícias; o problema estaria na percepção popular, ruim porque o governo não conseguiu fazer suas “informações corretas” chegarem às redes. Em outras palavras, a piora não teria se dado em razão dos fatos: além dos bons resultados apresentados, o presidente estaria cumprindo fielmente seu

desiderato de trabalhar para reunir eleitores, famílias e amigos afastados por divergências políticas, governaria com sabedoria e conciliação, tentando conjugar as ideias do PT com outras forças e pensamentos fora das tribos petistas, e não teria espalhado diatribes que afrontam mentes moderadas – católicas, evangélicas, judaicas ou agnósticas.

Pelo menos neste caso, Costa não recorreu à habitual criminalização do inimigo preferencial da esquerda: a “grande mídia corporativa”. Tampouco lançou mão de teorias conspiratórias comuns aos governos de natureza populista – a crença numa grande articulação entre veículos jornalísticos, como um esforço intencional da mídia e dos críticos para desestabilizar o governo. Em outros termos e outros tempos, a narrativa de perseguição da imprensa não raro era também adotada pelo então presidente Jair Bolsonaro. Mas a intenção de Costa de fazer chegar as “informações corretas” ao distinto público denota a habitual má vontade lulopetista com o trabalho da imprensa.

Se o problema está na percepção pública, sugere Rui Costa, no fim das contas quem será responsabilizado por isso é a comunicação do governo – aquela que, em última instância, atua na mediação entre o que o governo faz e como atinge a opinião de cidadãos. Ao aderir à tese, o ministro reforça a máxima segundo a qual a comunicação é o “mordomo” das crises dos governos, isto é, aquele sobre o qual habitualmente recai a culpa, ainda que seja necessário reconhecer as deficiências da comunicação lulopetista, em que imperam a falta de conhecimento sobre as exigências

do ambiente digital, as falhas improvisadas ou bem pensadas do grande líder e a pajelança palaciana, incapaz de achar uma voz crítica que dissuada, divirja, aponte ao presidente as armadilhas das bombas que solta. Ao contrário, não falta quem surja para dobrar a aposta e justificar as lambanças do companheiro-em-chefe, como ocorreu no trágico episódio da comparação do conflito de Israel com o Hamas ao Holocausto.

Se Lula fala e faz o que quer, como quer e para quem quer (e não para quem precisa), não há estratégia de comunicação genial o suficiente para consertar o defeito de origem. Eis o ponto: marketing político ou comunicação oficial não substituem o que só um bom produto pode suprir. Na ausência deste, não há boa estratégia, mensagens, bons canais ou quaisquer outras artimanhas narrativas para convencer o distinto público do contrário e assegurar outra percepção popular. O governo Lula tem se mostrado um produto que passou do prazo de validade, concebido para as afinidades tribais, não para um País complexo e uma população diversa e com expectativas de mudança real em suas condições de vida. Antes de tentar seduzir os brasileiros com a ladainha antediluviana sobre luta de classes, que não faz nenhum sentido para os cidadãos que querem liberdade para aproveitar as novas oportunidades de trabalho e empreendedorismo, é preciso chegar à vida real das pessoas – que Lula, ocupado demais consigo mesmo e com seus devaneios, parece desconhecer. O ministro pode não enxergar, mas o culpado pelos problemas de comunicação está no gabinete presidencial, a poucos metros do seu. ●

## Rédeas para a inteligência artificial

**Europa aprova lei dura para proteger os cidadãos e a democracia de danos colaterais da nova tecnologia, mesmo sob o risco de limitar a aplicação de sistemas de IA na economia**

O Parlamento Europeu aprovou a mais ampla e dura legislação do planeta sobre o uso da inteligência artificial (IA). A decisão do bloco de conter os danos colaterais causados pela nova tecnologia certamente servirá de referência a outros países. Com a proteção de seus cidadãos e do próprio sistema democrático como prioridade, os legisladores europeus resistiram às pressões do setor nascente e impuseram inúmeras travas e obrigações de transparência para a interação entre usuários e máquinas. No Brasil, onde um projeto de lei sobre o assunto tramita a passos de cágado no Congresso Nacional, espera-se convicção similar.

As normas consagradas pela União Europeia (UE) vão muito além das ado-

tadas pelos Estados Unidos e pela China. Todos esses arcabouços legais certamente sofrerão ajustes e atualizações em prazo mais curto do que o vislumbrado neste momento, dada a velocidade de espantosa de desenvolvimento da IA. No caso europeu, ao contrário da crítica de empresas do setor de que a nova legislação é abrangente demais, os órgãos de controle a consideraram insuficiente. O que está no papel, entretanto, parece ser um bom começo.

A lei sobre inteligência artificial deverá entrar em vigor somente depois de aprovada pelos Paramentos dos países do bloco. Suas regras refletem uma preocupação ética com a potencial disseminação de desinformação, preconceitos e discursos de ódio por meio de conteúdos produzidos pela IA. A possibilidade de manipulação das opiniões e

escolhas dos cidadãos europeus foi outro risco a ser levado em conta.

Entre suas normas estão a obrigatória rotulagem de qualquer texto, áudio ou imagem produzido por IA e a exibição dos materiais que serviram de base para a produção do conteúdo final. As pessoas podem até vir a considerar real e de origem essencialmente humana uma informação que, na verdade, foi parida por uma máquina. Mas as chances de chegar a essa conclusão serão reduzidas com os alertas e os dados adicionais exigidos pela UE. Tais regras de transparência são especialmente relevantes no modelo de inteligência artificial generativa, como o disponível desde o ano passado pelo ChatGPT, que permite a elaboração de conteúdos tão coerentes como os realizados por humanos.

A legislação, entretanto, vai além e abarca a preservação da integridade e dos direitos básicos de cada cidadão europeu. O uso de sistemas de IA para criar bases de dados de reconhecimento facial foi proibido. Da mesma forma, estão vetados os instrumentos para a exploração de vulnerabilidades humanas, como a captação de emoções das pessoas em escolas e locais de trabalho.

A inclusão de regras contra ameaças já identificadas do uso da IA sobre as instituições nacionais e do bloco europeu também visa a defender o cidadão. Em uma de suas principais deci-

sões, os legisladores determinaram a necessária supervisão humana quando ferramentas de alto risco forem utilizadas na educação, nas eleições, nos processos judiciais, nos procedimentos de imigração e nos serviços públicos e privados.

O salto a ser observado na economia mundial pela adoção da IA parece não ter precedentes na história da humanidade. O Bank of America estima uma contribuição de US\$ 15 trilhões dessa tecnologia ao Produto Interno Bruto (PIB) mundial até 2030, o que justifica a competição de potências no setor. Ao aprovar barreiras legais ao uso dessa ferramenta em seu território, a União Europeia obviamente mostrou-se ciente de que seus ganhos econômicos podem ser mais limitados do que em outras partes do mundo.

Deixar de ganhar, nesse caso, é justificável e exemplar. Já a exposição de cidadãos, de serviços públicos e das instituições democráticas aos eventuais malefícios da nova tecnologia, ao contrário, seria intolerável. Não se espera que, no Brasil, os legisladores se limitem a copiar e colar a legislação europeia sobre a IA ou qualquer outra em vigor. Mas, por suas claras prioridades, será indispensável o estudo do caso europeu no processo de construção de um arcabouço legal sobre inteligência artificial que defenda os cidadãos brasileiros e sua democracia. ●