



Sean Downey

'Inteligência artificial traz incógnitas, mas pode alavancar negócios'

— Presidente do Google nas Américas diz viver, com IA, transformação tecnológica desafiadora

ENTREVISTA

Antes do Google, foi vice-presidente de vendas da Double Click e trabalhou em várias startups de tecnologia de publicidade

CRISTIANE BARBIERI

Sean Downey já viveu algumas rupturas tecnológicas no Google. Alçado ao cargo de presidente para Américas em dezembro de 2022, ele chegou à gigante de tecnologia com a aquisição da DoubleClick, em 2008. Foi essa empresa que revirou a então apenas líder de buscas na internet do avesso e permitiu a existência do modelo de negócios baseado em publicidade.

Agora, porém, ele diz viver a transformação tecnológica mais desafiadora de sua geração. "Com a inteligência artificial (IA) há muitas incógnitas", diz.

Em sua primeira visita ao Brasil no novo cargo, ele conversou com cerca de 20 clientes, como grandes agências de propaganda e empresas como Magalu, Unilever e PicPay. Ele se diz inspirado. Isso porque o Brasil também é um early adopter em IA no mercado publicitário.

Ele falou sobre esse e outros temas com exclusividade ao *Estado/Broadcast*, na entrevista a seguir.

Esta não é a primeira grande transformação tecnológica que o sr. vive no Google. É a mais desafiadora?
Sim, há mais coisas desconhecidas agora. As grandes inovações tecnológicas comparáveis que vivemos foram a internet e o celular. Com a internet, tivemos de ensinar às empresas como pensar, como operar e como comercializar, por conta das mudanças de hábitos dos consumidores, mas era algo bastante tangível. Com o celular foi uma curva de aprendizado muito grande, mas ainda

era na mesma dinâmica: as pessoas tinham dispositivos diferentes, que alteravam formas de trabalhar, mas que estavam ali. Com a IA há muitas incógnitas. Estamos tentando entender o que é essa tecnologia e começando a usá-la, enquanto ela é desenvolvida em tempo real. Consumidores e profissionais de marketing estão tentando entender como usar essas ferramentas e o que elas significam. É difícil mudar a estratégia de negócios sem entender seu estado final. Os profissionais de marketing estão fazendo as coisas aos pedaços. Então é um pouco mais interativo, mas ainda é divertido e emocionante porque há um grande potencial.

Seus clientes passaram os últimos 20 anos aprendendo a usar os cookies de terceiros. Agora isso vai mudar. Como ensiná-los a adotar essa nova tecnologia?

Estamos trabalhando juntos nisso há anos. Os cookies de terceiros tinham a função de organização e ajudavam as pessoas a medir e a ter um sistema operacional consistente na internet. Vivemos uma grande mudança que transformará essa eficácia conhecida. Porém, temos trabalhado nisso com anunciantes há dois anos e meio. Anunciamos a descontinuação dos cookies de terceiros em fevereiro de 2020. De lá para cá, tivemos iniciativas importantes, como ajudá-los a implementar a tecnologia de cookies primários. Todos os clientes no Brasil estão passando por atualizações em suas estruturas de marcação, bem como usando mais o Google Analytics. São estratégias duráveis. Nós os ajudamos com essa medição e a IA ajuda a entendê-los e a fazer sistemas de segmentação e medição, mesmo sem os dados que estão sendo removidos dos sistemas operacionais.

Os resultados obtidos com as novas tecnologias são similares aos anteriores?

A IA é mais eficiente em termos de vendas. Em média, os clientes experimentam cerca de 18%

mais conversões e as metas são atingidas com mais rapidez. (A *venda*) está se tornando mais precisa. A personalização conseguida com a medição e a criação foi muito melhor.

Como o Google garante que a privacidade está sendo respeitada?

Nunca exportamos dados específicos dos sistemas Google para os anunciantes e trabalhamos com eles apenas em áreas agregadas. Ao usar a IA, dados públicos são agregados e trabalhados com base no comportamento contextual. Então estamos fazendo coortes (*avaliação de um grupo grande de pessoas*), em muitos casos, as coortes funcionam muito bem, ainda melhor do que algumas das listas específicas.

O Google sofre críticas em relação à falta de transparência sobre os dados que usa para treinar suas IAs. Por que a empresa não é mais explícita?

Tudo o que é usado para melhorar o desempenho do Performance Max (*PMax*, sistema de publicidade com inteligência artificial) está nas propriedades do Google. Em pesquisas feitas no YouTube, no Gmail, ou em qualquer outro sistema de propriedade e operado pelo

"Não me preocupo com pessoas perdendo seus empregos por causa disso (da inteligência artificial). Todos devem se sentir confortáveis e próximos à tecnologia, para ajudá-los a fazer seu trabalho. A tecnologia acelera o desempenho e permite que o profissional se concentre em tarefas de alto valor"



LEO MARTINS/ESTADÃO - 27/3/2024

Google. Isso é um proxy do que aprendemos para veiculação de publicidade. É estritamente o que temos.

As ferramentas do Google que uso no meu trabalho, por exemplo, ou meus contatos, são usados no treinamento do aprendizado de máquina?

Não. Observamos o comportamento de visualização do consumidor no momento em que ele tem maior probabilidade de estar interessado em publicidade – estritamente nesse ecossistema. Portanto, usamos IA para otimizar o tráfego existente e mantemos isso seguro. Nunca é personalizado.

Se eu sou uma plataforma de e-commerce ou um banco, como posso saber se a inteligência artificial treinada com minhas informações será usada pelo meu concorrente?

Não compartilhamos informações com ninguém. Observamos o comportamento do consumidor, o tipo de conteúdo que ele consome e em que tipo de anúncios ele clica. Não produzimos nenhuma estatística. Estamos apenas entendendo, naquele momento da jornada do consumidor, onde é mais provável que ele esteja interessado, bem como seus interesses numa próxima sessão, com base nos comportamentos de compra. Estamos tentando colocar o anúncio certo e tomamos muito cuidado para não aproveitar esses dados que mantemos em nosso sistema ou dar a alguém uma vantagem com eles.

A IA vai gerar desemprego?

Não me preocupo com pessoas perdendo seus empregos por causa disso. Todos devem se sentir confortáveis e próximos à tecnologia, para ajudá-los a fazer seu trabalho. A tecnologia acelera o desempenho e permite que o profissional se concentre em tarefas de alto valor. Agora, isso significa que eles precisam aprender como usá-la e em quais conjuntos de habilidades ele deseja se concentrar, quais tarefas são de al-

to valor e o que ele deseja automatizar.

Recentemente, o Google fez demissões no Brasil. Agora, está contratando. O que aconteceu?

É uma reorientação de nossos investimentos. Priorizamos certas funções e projetos, em detrimento de outros, e depois reinvestimos. Às vezes, isso resulta na eliminação de algumas funções e essa é apenas uma evolução natural. Passamos por uma transformação complexa. Os clientes precisam de um tipo diferente de especialização ou serviço de suporte e estamos contratando esses tipos de funções.

O Brasil foi escolhido para ter um centro de engenharia. Há alguma razão específica para isso?

Sim, acreditamos no Brasil. Estamos no País há 18 anos, começamos só com o negócio de publicidade e é um dos maiores mercados para o Google. O Brasil é um país inovador, com um mercado maduro que apresenta muito crescimento em uma economia florescente. Investimos em nuvem, uma área importante para nosso futuro porque ajuda as empresas a crescer. Com o centro de engenharia podemos ter um modelo que nos ajude a construir produtos para o futuro, num mercado em que acreditamos.

Como as novas leis europeia e dos EUA – que eventualmente chegarão à América Latina – que tentam tirar o poder do Google e de outras grandes empresas de tecnologia impactam nos negócios?

Vemos isso em todos os lugares, obviamente, e tentamos trabalhar com reguladores para criar o melhor resultado para o mercado, bem como para anunciantes e editores. É muito importante termos ecossistemas saudáveis. Por isso, integramos de forma regular e produtiva com governos de todo o mundo e depois tentamos cumprir e desenvolver a regulamentação e funcionar da melhor forma possível. ●