

TECNOLOGIAS
DE INFORMAÇÃO**FILOMENA CASTRO LOPES**

Professora Universitária, Universidade Portucalense

“Ah! Uma nova tecnologia”

Nos últimos anos temos assistido a uma banalização do termo “transformação digital” acompanhada com o aparecimento assaz de novas tecnologias: Big data, Realidade Aumentada, Metaverso. No entanto, desde o final de 2022, só ouvimos falar em IA e, mais concretamente, em Chat GPT.



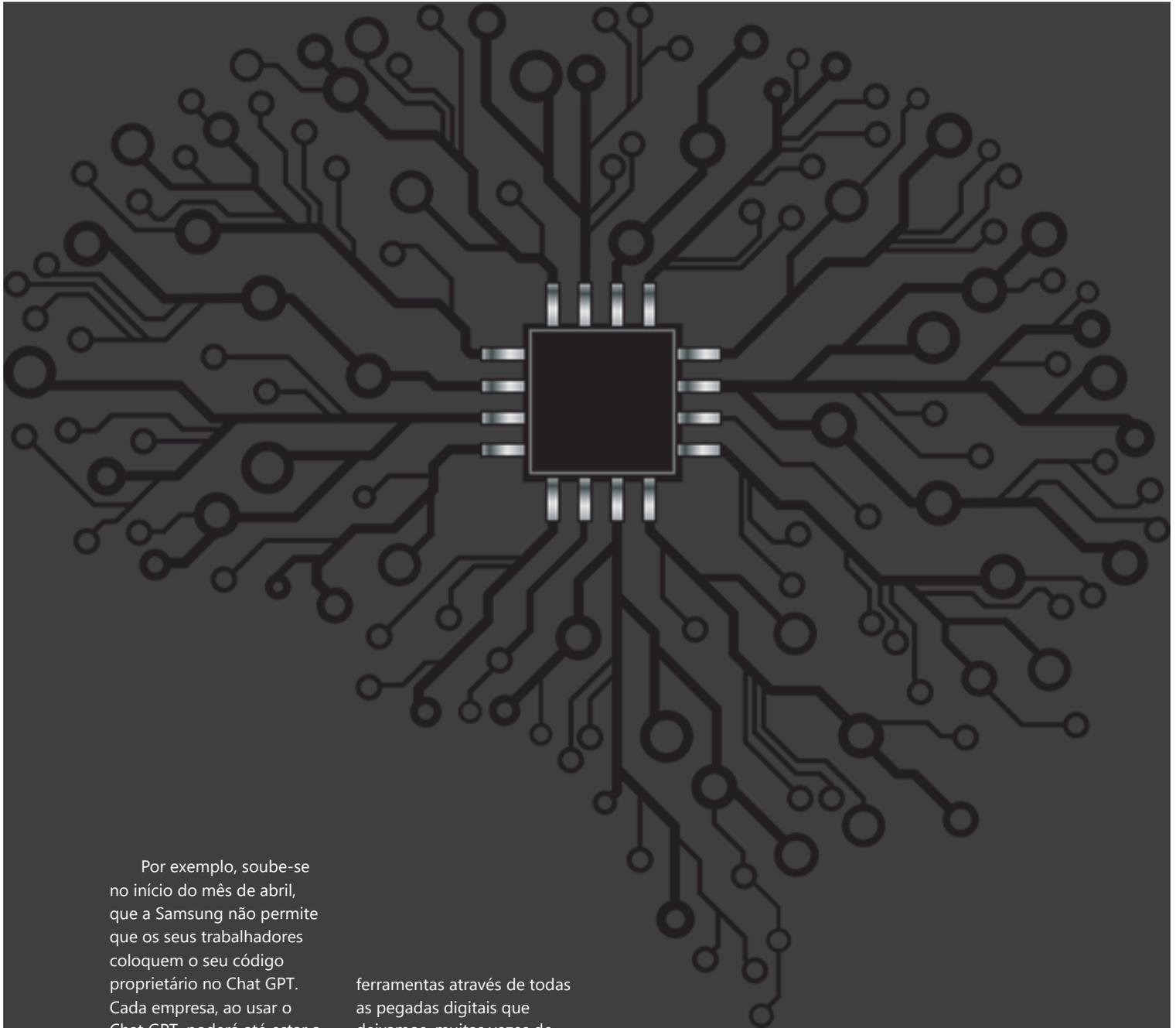
O Chat GPT é, até agora, a aplicação com o

crescimento mais rápido da história, tendo atingido 100 milhões de utilizadores em dois meses, enquanto, por exemplo, o Instagram levou dois anos e meio a atingir este número.

A utilização desta aplicação não se limita a utilizadores individuais, estendendo-se também, por exemplo, a de empresas de comunicação, de software, de marketing e até nas áreas da saúde e no ensino, bem como em gabinetes de advocacia ou de arquitetura.

Em princípio, a adoção desta nova aplicação, à imagem de outras que têm vindo ser adotadas, apresenta um conjunto de benefícios potenciais para as empresas, permitindo eliminar tarefas rotineiras e fastidiosas dos trabalhadores e acrescentar valor ao negócio.

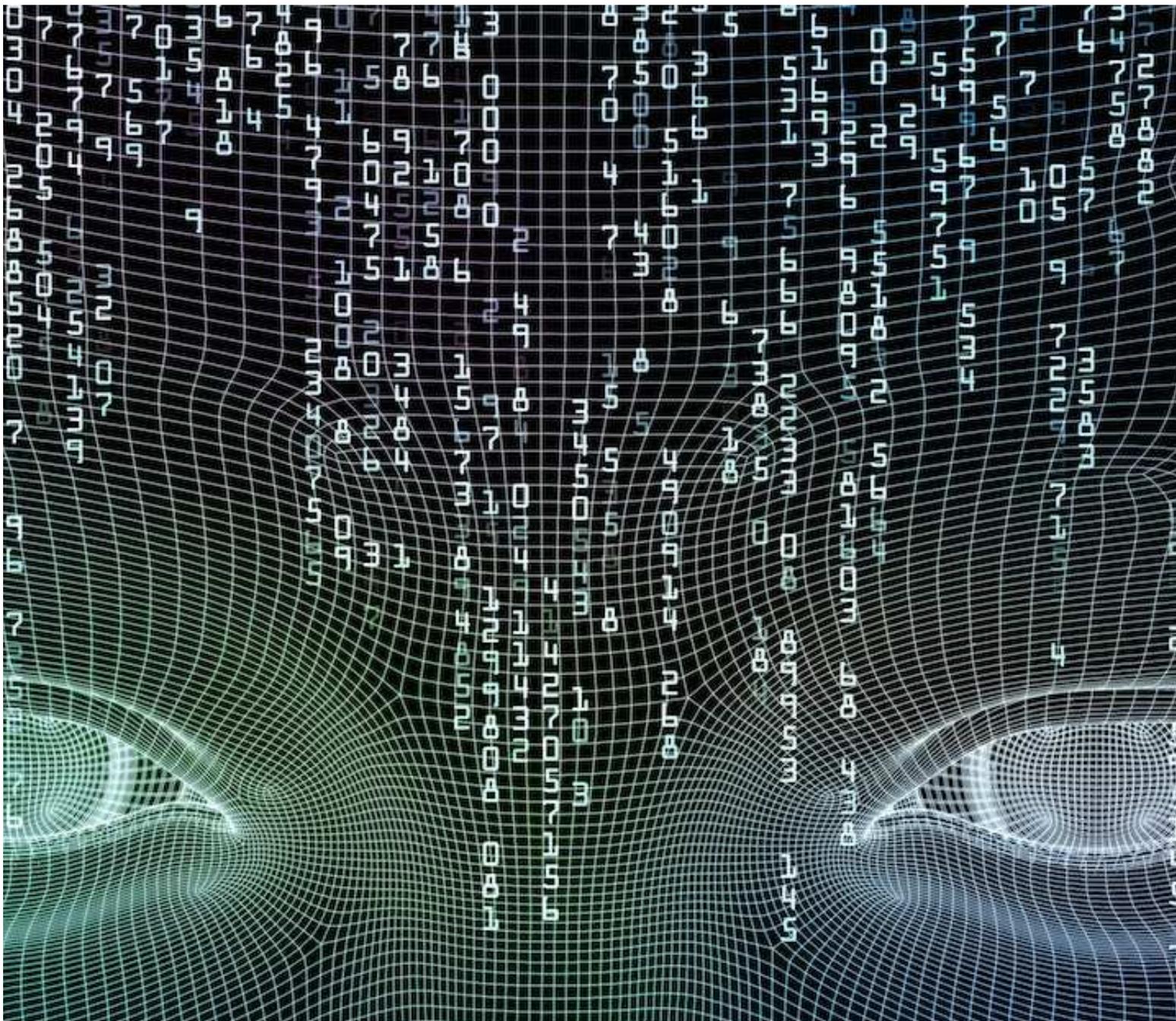
O problema, no entanto, é que muitos dos utilizadores do chat GPT usam-no sem uma real noção de todas as tecnologias associadas e sem a total consciência de estarem a alimentar, ou a ensinar, uma poderosa ferramenta que não é sua.



Por exemplo, soube-se no início do mês de abril, que a Samsung não permite que os seus trabalhadores coloquem o seu código proprietário no Chat GPT. Cada empresa, ao usar o Chat GPT, poderá até estar a facilitar a automação de trabalhos repetitivos e até a contribuir para o aumento da sua produtividade, vantagens que se esperam das tecnologias de informação. Contudo, estão também a contribuir para um crescimento de outras empresas que não as suas. Desta forma, as empresas tecnológicas crescem duplamente: por um lado porque outras empresas adotam os seus sistemas de IA e, por outro, porque simultaneamente e de forma gratuita, as alimentam e as ensinam, tornando-as sistemas mais eficazes. Temos andado, durante anos, a alimentar o crescimento destas

ferramentas através de todas as pegadas digitais que deixamos, muitas vezes de forma não consciente.

O desenvolvimento destas ferramentas de IA tem também levantado desafios éticos. Por exemplo, a questão da privacidade dos dados coloca-se em grande escala aquando da utilização desta ferramenta, tendo por exemplo levado à proibição do uso desta ferramenta em Itália. Recentemente houve também o caso de uma fotografia gerada por inteligência artificial ter sido premiada num concurso mundial de fotografia, mostrando que, em muitos domínios, a sociedade não está ainda preparada para o uso desta tecnologia. Para responder a estes desafios,



há necessidade que seja criada regulamentação de utilização deste tipo de ferramentas, à imagem do que foi feito pela EU com o RGPA.

O problema do potencial desaparecimento de muitos tipos de posto de trabalho, reforça também a necessidade de repensar a estrutura das empresas e proporcionar o *re-skilling* dos seus trabalhadores, bem como fomentar uma reflexão sobre que profissões vão ser necessárias no futuro.



tem também levantado desafios éticos. Por exemplo, a questão da privacidade dos dados coloca-se em grande escala

Apesar destes problemas que merecem ponderação e resposta, certamente nem tudo é mau relativamente a esta tecnologia que esteve tantos anos “em banho maria” mas que nos últimos se desenvolveu exponencialmente.

Experiências positivas de utilização de IA nas empresas podem ser enumeradas, como por exemplo, recuperação automática de dados em documentos, assistentes de chatbox ou até, por exemplo, a integração de IA com sistemas de CRM melhorando a caracterização dos clientes ou dos potenciais clientes e assim, apresentando melhores respostas às necessidades dos mesmos.

Mas para que a utilização de IA possa contribuir positivamente para o desenvolvimento dos negócios e das nossas sociedades, tal como assistimos com outras tecnologias, há necessidade de dotar as empresas e a sociedade em geral com competências e conhecimentos sobre estas tecnologias.



ID: 105460146

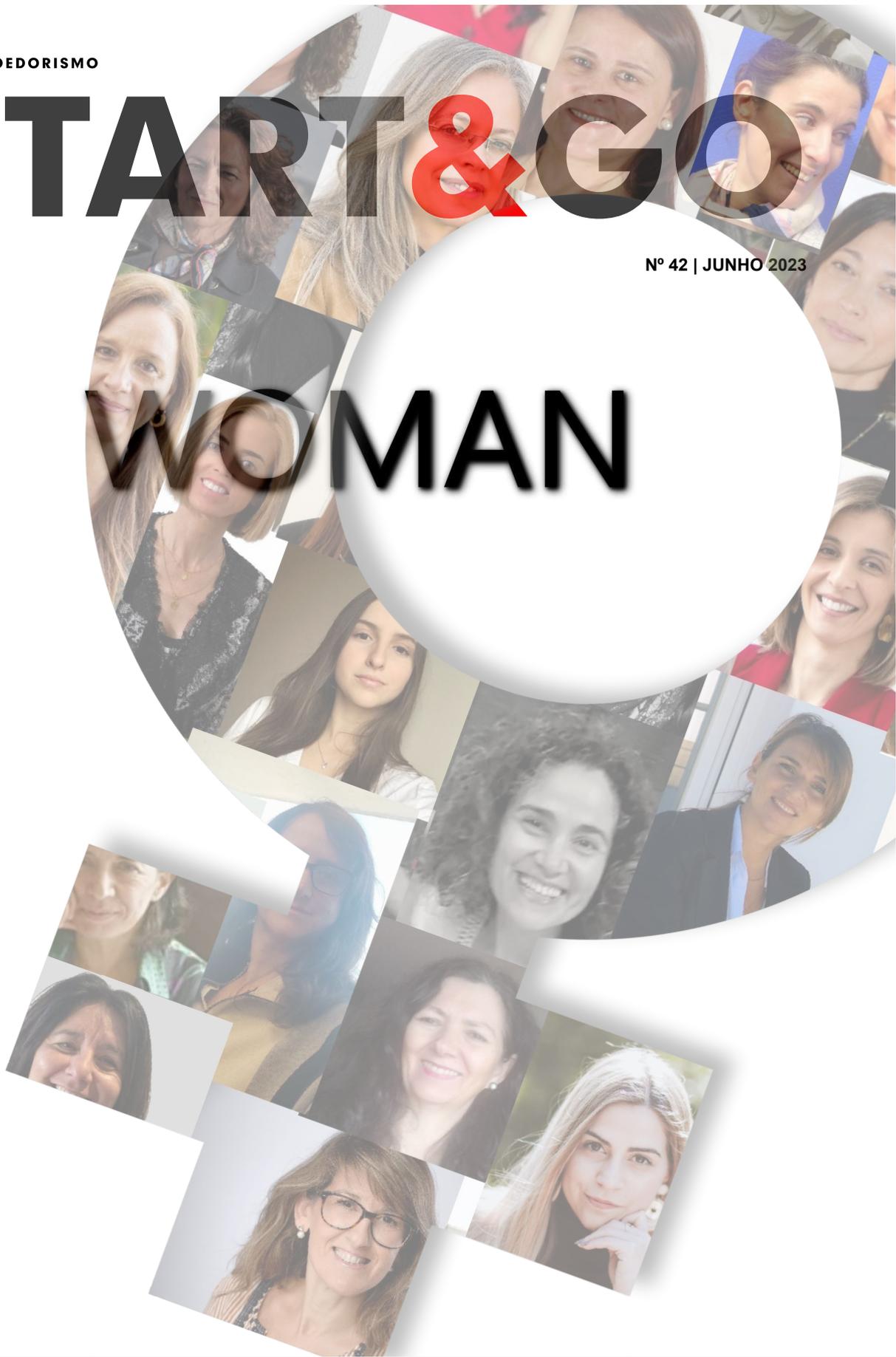
01-06-2023

EMPREENDEORISMO

START&GO

Nº 42 | JUNHO 2023

WOMAN



IA e a experiência do consumidor No mundo do futebol...
Azenha do Pombal Mulheres...

Maternidade e/ou Carreira?
Women in ESG Portugal
Errar é maravilhoso!

Marketing 5.0 – pau para toda a obra?
A economia do futuro é circular

“Ah! Uma nova tecnologia” CHATGPT
A importância da marca pessoal para as mulheres