

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: DESAFIOS NO MUNDO JOALHEIRO

15/08/2024



Como a tecnologia tem influenciado processos de produção no mercado e os desafios enfrentados pelas marcas

A Inteligência Artificial, popularmente abreviada para IA, são técnicas de computação que, de maneira simplista, objetivam otimizar uma função matemática. Com o lançamento do ChatGPT e as demais integrações da Microsoft com a OpenAI (criadora do ChatGPT) por meio, em especial, do Bing, o uso e a adoção de algoritmos de IA se popularizaram. Atendendo a um público que não se

restringe mais aos programadores do sistema, várias empresas no Brasil e no mundo surgiram, ou se adaptaram, questionando como o uso dessas tecnologias podem favorecer suas estratégias de mercado.

No setor joalheiro de modo especial, observa-se que o uso dessa tecnologia tem sido comentado nos principais fóruns e canais da indústria. Entretanto, ainda parece faltar a clareza sobre como essas tecnologias podem contribuir com este mercado.

E, portanto, quais as oportunidades e os desafios da inteligência artificial para a joalheria. Começando pelas oportunidades, existem vários métodos que são considerados como inteligência artificial que podem ajudar o seu negócio a se destacar. Dentro da parte de aprendizado clássico podemos destacar quatro tarefas principais que os algoritmos são capazes de solucionar: mineração de padrões frequentes, agrupamento, classificação e regressão.

OPORTUNIDADES E DESAFIOS NO SETOR JOALHEIRO

Esses algoritmos ajudam a tomada de decisão, fornecendo respectivamente, informações sobre padrões de consumo (dado que se compra o produto A existe uma probabilidade de, por exemplo, 80% que se compre também o produto B), determinação de grupos ou perfis de consumidores, em qual categoria um determinado produto ou serviço se encaixa, e qual o valor de receita esperado para o próximo período.

Além disso, existem algoritmos que permitem a co-criação de peças de joias, podendo fazer uso ou não de recursos de inteligência artificial. Um exemplo famoso, neste quesito, foi o uso de uma IA para criar perfumes pelo grupo Boticário, que uniu os insights gerados pelo sistema com seu time de perfumistas.

Com a joalheria não é diferente, as vezes o uso de uma IA pode ser a solução para um bloqueio criativo, ou ainda explorar possibilidades que normalmente não são usuais na joalheria, permitindo o desenvolvendo desenhos originais. Associar tais algoritmos, a softwares de Computer Aided Design (CAD) e métodos de manufatura aditiva (ou impressão 3D) podem não só permitir a criação de designs inovadores em um tempo menor, como também a parametrização a fim de otimizar uma determinada característica da peça ou ainda evitar desperdícios de materiais e ter um cálculo mais preciso dos custos produtivos.

Por outro lado, dentre os desafios da adoção de inteligências artificiais está a ausência do “*human touch*” do valor que é atribuído ao trabalho manual e o sentido que ele põe a peça em contraponto com uma máquina que é fria e impessoal. No caso, do contexto de joalheria isso pode ser um fator crítico, dado o perfil conservador do mercado e a valorização do artesanato do ourives, por exemplo. Apesar disso, ambos os métodos permitem a personalização por parte do cliente e permitem que a história dos usuários seja refletida na joia.

Outro desafio é no que concerne os algoritmos denominados “caixa preta”, geralmente associados ao chamado “*deep learning*”, sendo um exemplo desse tipo de algoritmo o ChatGPT. Os algoritmos classificados como caixa preta não são interpretáveis o que por sua vez significa que as pessoas não sabem explicar o que levou o algoritmo a gerar determinado resultado. Isso pode ser um problema no que concerne a transparência e a responsabilização jurídica do algoritmo. Esse último ponto é especialmente relevante em contextos de tempo real e sistemas críticos, como carros autônomos.

Por fim, cabe a cada empresa avaliar os custos e benefícios de adoção das tecnologias de Inteligência Artificial. Já que, ao mesmo tempo em que podem colaborar com uma visão mais aprofundada do mercado e do ciclo informacional da corporação, favorecendo a tomada de decisão baseada em dados, ou ainda como parte do processo criativo-produtivo de uma joalheria. Ainda existem muitas discussões em aberto como a explicabilidade desses sistemas e possíveis regulamentações de uso.

Por Larissa Dolabella
@dolabellalarissa