

Indicação certa

Federal de Minas se associa a empresa para produzir sistemas de tecnologia da informação

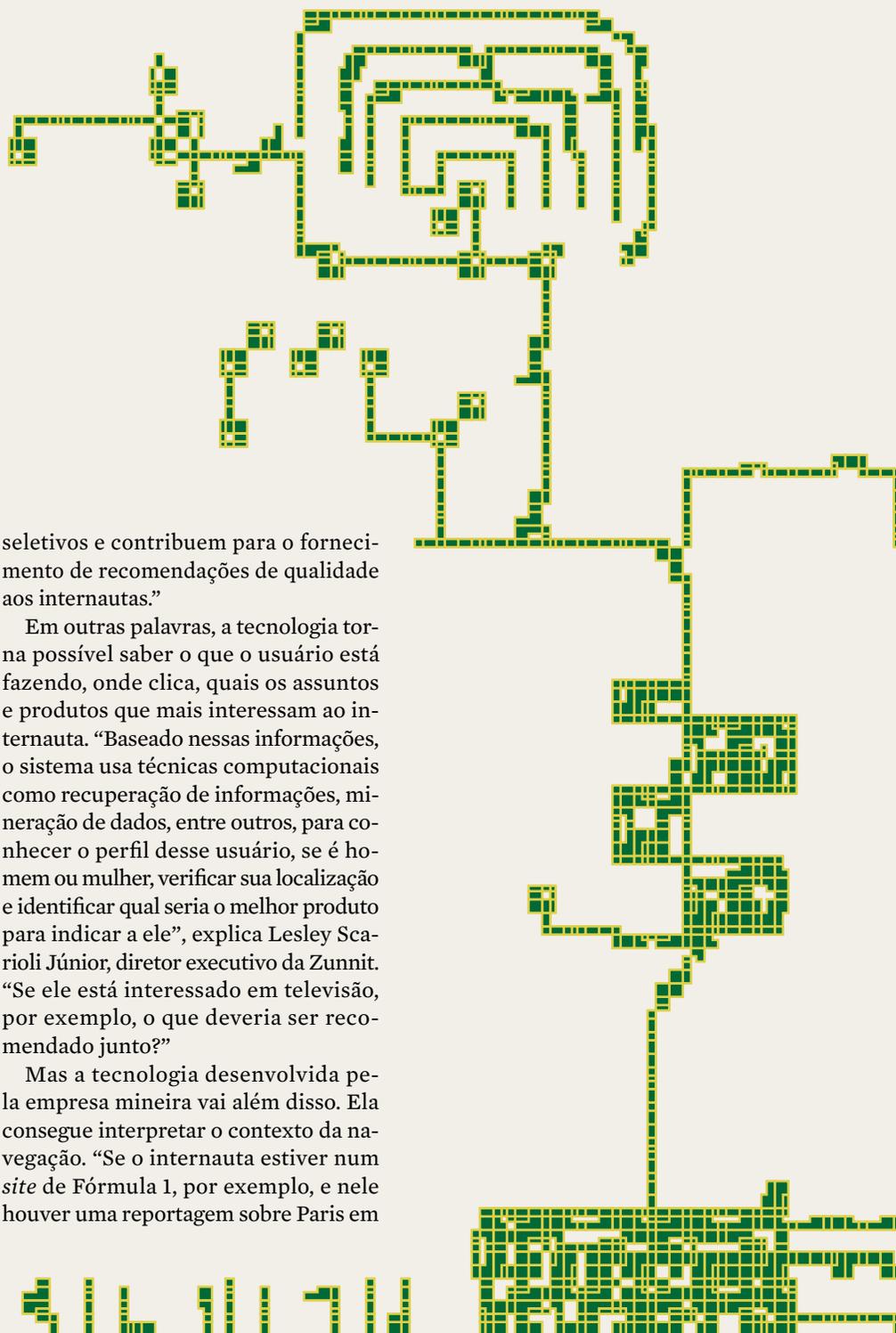
Não é por mera coincidência que quando alguém clica para comprar uma televisão numa loja virtual, por exemplo, o *site* lhe sugere a aquisição de um aparelho tocador de *blu-ray*. Por trás desse aparente acaso está uma tecnologia sofisticada, chamada sistema de recomendação, dominada por poucas empresas no mundo. Uma delas é a Zunnit Technologies, criada em 2009, em Belo Horizonte, para transformar em produto comercial um conhecimento gerado nos laboratórios da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Por meio dessa tecnologia, é possível monitorar a navegação dos internautas e, com isso, identificar automaticamente perfis e interesses. A partir dessas informações, são oferecidos conteúdos personalizados, como notícias, serviços e produtos.

Para isso, a Zunnit instala um código no *site* de seu cliente, que pode ser uma loja virtual ou um portal de conteúdo. Além disso, o sistema conta com robôs (programas de computador especializados), no caso da Zunnit chamados *Web Focused Crawlers*, que varrem os *sites* em busca de conteúdos relacionados aos interesses do usuário. “Esses robôs são capazes de separar com precisão conteúdos digitais relevantes de outros não tão importantes”, garante Nívio Ziviani, professor emérito do Departamento de Ciência da Computação (DCC), da UFMG, onde foi desenvolvido o conhecimento que gerou a tecnologia. “Os nossos são muito mais

seletivos e contribuem para o fornecimento de recomendações de qualidade aos internautas.”

Em outras palavras, a tecnologia torna possível saber o que o usuário está fazendo, onde clica, quais os assuntos e produtos que mais interessam ao internauta. “Baseado nessas informações, o sistema usa técnicas computacionais como recuperação de informações, mineração de dados, entre outros, para conhecer o perfil desse usuário, se é homem ou mulher, verificar sua localização e identificar qual seria o melhor produto para indicar a ele”, explica Lesley Scarioli Júnior, diretor executivo da Zunnit. “Se ele está interessado em televisão, por exemplo, o que deveria ser recomendado junto?”

Mas a tecnologia desenvolvida pela empresa mineira vai além disso. Ela consegue interpretar o contexto da navegação. “Se o internauta estiver num *site* de Fórmula 1, por exemplo, e nele houver uma reportagem sobre Paris em



que aparece a expressão Paris Hilton, o sistema consegue entender que ela se refere ao hotel, e não à socialite Paris Hilton”, explica Scarioli. “Esse é um problema semântico complicado de ser resolvido, mas nossa tecnologia consegue solucionar isso com uma eficácia de 90%, o que é muito alto.” Isso é diferente do que fazem os serviços de busca, como o Google. Nesses, o internauta procura algo específico e digita as palavras do que quer saber. “Em vez disso, um sistema de recomendação de última geração procura surpreender o usuário com alguma coisa que ele não conhece ou não está esperando, mas que seja do seu agrado”, explica Ziviani.

As primeiras pesquisas na UFMG sobre o assunto começaram em 2008, no Laboratório para Tratamento da Informação (Latin) do DCC. Esse trabalho gerou dissertações de mestrado de alunos de Ziviani. E a Zunnit não é a primeira empresa que ele ajuda a criar. Ele também é um empreendedor de sucesso com a

participação em duas outras empresas de tecnologia. A primeira foi a Miner, fundada em 1998 e vendida ao portal UOL, do Grupo Abril/Folha de S. Paulo, em 1999. A outra foi a Akwan Information Technologies, fundada em 2000 e comprada pelo Google, em 2005, que se transformou em centro de pesquisa e desenvolvimento (P&D) da empresa norte-americana no Brasil. Ziviani teve a ideia, em meados de 2008, de fundar a terceira, dessa vez para explorar comercialmente os conhecimentos de recomendação de sistemas gerados no Latin. “A propriedade intelectual disso pertence integralmente à UFMG, mas é importante transformar os conhecimentos gerados pelas pesquisas em riqueza para a sociedade”, diz.

AÇÕES DA EMPRESA

Em novembro de 2011, a UFMG e a Zunnit assinaram um convênio de transferência de tecnologia de formato pioneiro na universidade. Por meio do acordo, a UFMG repassou para a empresa o conhecimento gerado no Latin, e, em contrapartida, tornou-se sócia dela, com participação de 5% das ações. A UFMG será remunerada com usufruto delas. Ou seja, receberá sua parcela nos lucros como qualquer outro acionista, mas não terá ingerência nas decisões da companhia. Além disso, se a Zunnit for vendida, a universidade receberá o equivalente às ações que possui.

A concretização da ideia de fundar a empresa só foi possível, no entanto, graças a um *business angel* ou investidor anjo (pessoas que possuem capital para investir em companhias iniciantes, também conhecidas como *startups*), no caso Scarioli. Por meio de amigos comuns, Ziviani conheceu o investidor, que tinha os recursos e a disposição de apostar num conhecimento, que poderia gerar uma tecnologia rentável. Assim nasceu a Zunnit, com objetivos diferentes dos que tem hoje. “A ideia inicial era indicar livros para os internautas de acordo com os assuntos que eles estavam procurando nos *sites* pelos quais navegavam”, conta

Scarioli. “Assim, se alguém estava pesquisando informações sobre Fórmula 1, o sistema poderia recomendar a essa pessoa livros sobre o tema.”

Com o tempo, os dirigentes da empresa foram percebendo as demandas do mercado e mudaram o foco, redirecionando sua atuação. “Hoje, o nosso negócio é o *e-commerce*, é fazer recomendações dentro das lojas virtuais”, diz Scarioli. “Quem começou a fazer isso no mundo foi a Amazon (loja virtual americana), em 1998. Ela faz isso com muita competência, por isso é referência mundial nessa tecnologia. Tanto que 35% das suas vendas vêm de recomendação.” Ainda de acordo com Scarioli, a Netflix, uma locadora de filmes e *videogames on-line*, é outra companhia que usa muito essa tecnologia. Setenta por cento de suas vendas são oriundas de recomendação.

Mas nem a Amazon nem a Netflix vendem sua tecnologia para terceiros. A Zunnit, por sua vez, começou a comercializar seu produto em dezembro do ano passado. Hoje ela tem entre seus clientes grandes empresas, principalmente portais de conteúdo, como UOL, Sky e Busk, uma rede social de notícias ligada ao grupo Globo. “Também estamos negociando com vários *sites* de *e-commerce*, um dos focos no nosso negócio”, conta Scarioli. “Esse é o grande mercado para nossa tecnologia. Ele movimenta cerca de R\$ 20 bilhões por ano, enquanto o mercado de publicidade, por exemplo, não passa de R\$ 2 bilhões.” ■ Evaniildo da Silveira