

# Kabum

30ª Edição, Agosto de 2025



EDIÇÃO ESPECIAL

## A MODERNIZAÇÃO MADE IN MOZ DE ARCADE

STEM LEVA ROBÓTICA ÀS CRIANÇAS  
EM MALUANA

ROBÔ REALIZA OPERAÇÃO  
SEM AJUDA HUMANA



---

## Quem Somos

Kabum Digital é uma revista moçambicana que se dedica a produção de conteúdos ligados à área da tecnologia, explorando os últimos acontecimentos locais e internacionais através da notícia, reportagem e entrevistas.

**FIQUE POR  
DENTRO  
DA TECNOLOGIA!**

[www.kabum.digital](http://www.kabum.digital) @kabum.digital

►►► O Big Bang da Tecnologia

# Kabum

## Índice

### 01 Artigos Nacionais

No digital, a terceira é (mesmo) de vez!

04

A modernização Made in Moz de Arcades

07

Academia Boost: um novo impulso ao talento moçambicano

11

Parque de Maluana e TurboHost unem-se para impulsionar a digitalização

15

STEM leva robótica às crianças em Maluana

18

Ter poucos utilizadores é uma bênção...

21

### 02 Fora de Casa: Internacional

Safaricom junta-se a Paypal para permitir retirada de valores pelo M-pesa

26

A paixão Artificial: cresce nos EUA número de adolescente que tem IA como companheiro

29

Startup Intron Acelera Registos Médicos com Voz

31

Robô realiza operação sem ajuda humana

33

## Ficha Técnica

**Johnson Pedro:**  
Gestor de Projecto e de Conteúdos

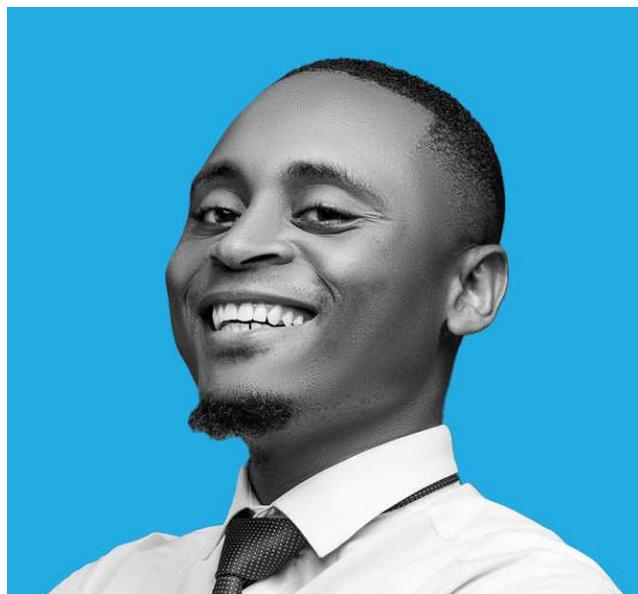
**Queen Canuma:**  
Gestora Comercial

**Tony Valeta:**  
Designer Gráfico

Nacional

## Editorial

Por: **Nélio Macombo**  
Director Editorial Criativo  
na Kabum Digital



# No digital, a terceira é (mesmo) de vez!

Esta edição é especial. Marca 30 edições da Kabum Digital, um marco inquestionável para o ecossistema moçambicano e para a diáspora lusófona. Com mais de 8 milhões de pessoas alcançadas, mais de 5.000 leitores mensais e acesso em mais de 150 países, somos, com orgulho, uma referência como TechCrunch Lusófono.

Mas mais do que números, esta edição é uma celebração. Celebramos a nossa base de leitores e seguidores. Celebramos toda a comunidade tech lusófona que tem partilhado feedback, enviado sugestões de conteúdo, referências e histórias. São vocês que nos ajudam a documentar este ecossistema da forma mais autêntica possível.

Celebramos, também, os nossos parceiros e clientes, que têm garantido a sustentabilidade das nossas actividades. E deixamos aqui o convite aos potenciais parceiros: o impacto é tangível, e como já ouvi algures, *"Quem não está na Kabum, não está no centro do panorama tecnológico"*.

Nesta edição, voltamos a trazer um repertório vibrante de notícias nacionais e internacionais. Em destaque, o moçambicano Aiane Mavaca, que nos apresenta a modernização do Arcade, à nossa maneira. A Stemmoz Labs leva robótica ao ensino primário em Maluana.

E as inovações locais não ficam por aí: a TurboHost, maior plataforma nacional de computação na nuvem, hospedagem e registro de domínios, uniu forças com o Parque Nacional de Ciências e Tecnologias de Maluana para impulsionar a digitalização em todo o país e na região.

Porque sem talento não se constrói ecossistema, a Ideialab, através da Academia do Boost, lança um novo impulso para a formação de carreiras alinhadas às dinâmicas do mercado.

No cenário internacional, destaca-

mos o crescimento do uso de companheiros de IA por adolescentes nos EUA, o surgimento de startups africanas que ensinam inteligência artificial a falar línguas africanas, alianças poderosas como a chegada do PayPal ao M-Pesa, e, por fim, um marco na medicina robótica: robôs realizaram, com sucesso, uma cirurgia sem assistência humana.

## Lê. Partilha. Discute!

Esta edição está imperdível. Porque aqui, quem participa no digital activamente, não é apenas espectador do futuro, é protagonista do alvorecer desta nova era.



Por: [Nélio Macombo](#)

Director Editorial Criativo na  
Kabum Digital

All-In-One  
**CELESTE**  
ALÉM DAS ESTRELAS





# A modernização **Made in Moz** de Arcades

►►► Leia o artigo na página a seguir

Os arcades constituíram, durante muito tempo, o primeiro contacto que muitos adolescentes tiveram com os videojogos. Contudo, com o surgimento das consolas e dos smartphones, estes viram o seu declínio.

No entanto, entre aqueles que têm acesso a smartphones e consolas, existem ainda

os que não estão incluídos nessa percentagem. Perante esta realidade, há mais de três anos, Aiane Mavaca, jovem moçambicano, viu a necessidade de unir o antigo (arcades) ao novo (consolas), através da modernização e uma proposta de criação de devolução das salas de jogos ao país.

**“Sempre tive gosto pelo empreendedorismo, então perguntei a um amigo se os arcades, sendo algo antigo, ainda estavam a gerar retorno como se esperaria. Respondeu que sim.**

**Solicitei então a ajuda de um amigo para a primeira produção. Tentou ajudar-me, mas acabou por não conseguir concluir o projecto. Assim, decidi investigar, à minha maneira, para fazer os clássicos.”**

►►► conta.

Com a constatação do potencial, começou a produzir os clássicos, que não geraram o rendimento esperado. Decidiu, então, fazer mais, baseando-se em modelos existentes na África do Sul, que contam com um sistema embutido.

### Como tudo é feito?

Tudo começa com a compra da madeira

prensada; depois segue-se o desenho do dispositivo, os recortes, a colagem e a pintura do arcade. Com a estrutura pronta, procede-se à montagem da consola, que pode ser uma Xbox 360 ou uma PS3, e do temporizador, ajustado consoante o tempo desejado pelo cliente.

**“Nos clássicos, inseria-se uma moeda, o que dava um crédito. A pessoa jogava até perder ou até finalizar o jogo. Os modernos têm um temporizador: insere-se a moeda e o tempo é programável. Pode-se definir 5 minutos, 10, 15, e assim por diante.”**

►►► explica o funcionamento.



Aiane Mavaca | Técnico informatico

A nível de Moçambique, as suas criações já foram enviadas para quatro províncias: Tete, Beira, Maputo e Matola, totalizando mais de 30 máquinas já produzidas.

A criação dos arcades é, na maioria das vezes, solicitada por pessoas com estabelecimentos comerciais, com o ob-

jectivo de disponibilizá-los a adolescentes mediante um pagamento que varia entre 5,10 e até 30 meticais.

No caso da capital moçambicana, Maputo, Mavaca refere que a procura é menor, em resultado da inclusão digital que está mais expandida do que noutras províncias.

## **“Em Moçambique não temos nada, tudo tem que ser importado”**

Neste percurso, Aiane aponta como principal desafio a obtenção da matéria-prima, devido à fraca pro-

dução local, o que obriga a importar quase todo o material necessário para montar um arcade.

**“Em Moçambique não temos nada, tudo tem que ser importado. O que mais importa são os temporizadores. Mando vir da China. O resto, madeira, cola, temos aqui nas ferragens.”**

►►► disse.

Ainda nos desafios, frisa a falta da crença das pessoas nos videojogos, referenciando que para muitos, estes contribuem para o emburrecimento das crianças, algo com o qual o criador discorda frontalmente.

**“Cresci a jogar videojogos. Tenho amigos doutores e licenciados que continuam a jogar até hoje. Por isso, digo que não é verdade que os videojogos emburrecem. Pelo contrário, os arcades desenvolvem capacidades nas crianças.”**

## **Tirar os jovens das ruas e das drogas**

Apesar das críticas, Aiane sublinha que tem recebido uma boa apreciação de mães, avós e pais que notaram uma mudança positiva nos seus filhos, agora mais afastados das ruas e das drogas.

Com este estímulo, para o futuro, acredita na possibilidade de abrir uma sala de jogos, como forma de ampliação do sonho de levar esta prática a mais adolescentes e jovens.



## **Academia Boost: um novo impulso ao talento moçambicano**

O desemprego continua a ser uma realidade no país, e uma das formas de mudar o cenário é através da formação e do desenvolvimento de competências cruciais para o futuro dos jovens moçambicanos. Olhando por esta lupa, nasce a Academia Boost, uma plataforma que pretende ser um agente transformador na capacitação de jovens líderes e empreendedores.

Trata-se de um espaço que surge por

iniciativa da ideiaLab, em parceria com entidades como a União Europeia (UE), co-financiadora do projecto, e a Nova SBE Executive Education (Faculdade da Universidade Nova de Lisboa), enquanto parceira de excelência no ensino, com o propósito de oferecer cursos com certificação internacional que catalisem trajectórias profissionais e contribuem para a inovação, a competitividade e a sustentabilidade no panorama empresarial.



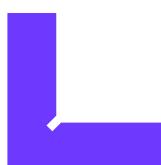
A Academia teve início com seis cursos: Gestão de Negócio, Inovação Estratégica, Liderança Transformadora, Novo Marketing, Equipas de Alta Performance e Gestão Ágil.

**“Valorizamos o crescimento de pessoas, talentos e negócios. Por isso, a nossa aposta na excelência, na qualidade internacional, na autonomia de aprendizagem e em conteúdos relevantes e actualizados.”**

►►► afirmou Tatiana Pereira, executive catalyst e co-fundadora da ideiaLab, aquando do lançamento da iniciativa.

Este ano, a instituição graduou 67 estudantes que receberam certificados de conclusão dos cursos realizados no âmbito da campanha “BOOST Mediatecas BCI”, num universo de 100 bolsas de formação oferecidas pela Academia Boost, em parceria com o banco BCI.

De acordo com Ivo Maíche, director central adjunto de Retalho e Empresas do BCI, a campanha destacou-se pelo seu enfoque na valorização do talento jovem e na criação de oportunidades concretas para quem mais necessita.





Um sistema de fidelização de clientes  
inovador para impulsionar os negócios locais.

The image displays a laptop and a smartphone. The laptop screen shows the fidli software interface, which includes a sidebar with options like 'Início', 'Fidelização', 'Definições', 'Histórico', 'Promoções', 'Clientes', and 'Geral'. The main area shows a customer profile for 'José Alberto' with details such as phone number (83 123 4569), email (email@email.com), birthdate (08 Setembro 1988), gender (Homem), client number (123456), and card number (1234567890). It also shows a summary of points: Total de pontos 324, Pontos ganhos 424, and Pontos utilizados 100. The smartphone screen shows a POS terminal displaying a receipt for 'Paulo César Souza' with a total of 923 pts. In front of the devices are several physical loyalty cards, including ones for 'exito', 'Higest', and 'Cartão de Cliente'.

[fidli.co.mz](http://fidli.co.mz)

Mantendo clientes. Felizes.

**“O projecto fez um extraordinário percurso nas nossas mediatecas, onde foi possível ver jovens a ocuparem o seu lugar, a aproveitarem os recursos disponíveis.”**

Já Sofia Cassimo, em representação da Academia do Boost, sublinhou a urgência de se fortalecer o capital humano em Moçambique, não apenas para fins de emprego, mas também como alicerce para a liderança e a gestão de negócios próprios.

**“É urgente aprender o que é preciso saber para se elevar, inovar, competir e sustentar o crescimento.”**

►► afirmou, lançando o desafio aos graduados para que não coloquem os certificados na parede, mas que apliquem o conhecimento, partilhem e multipliquem.

A cerimónia de graduação integrou-se na 2.ª Conferência Digital da Academia Boost, que decorreu sob o lema “Liderar com visão e gerir com coragem”, reunindo jovens talentos num encontro marcado por momentos de inspiração, dinâmicas interactivas e a premiação dos “Líderes do Futuro”.

Com esta acção, a ideiaLab renova a sua aposta no capital humano, abrindo caminhos para a inclusão, a empregabilidade e o empreendedorismo, pilares essenciais para o progresso sustentável do país.





## Parque de Maluana e TurboHost unem-se para impulsionar a digitalização

O Parque de Ciências e Tecnologia de Maluana e a empresa moçambicana TurboHost uniram esforços numa nova parceria com a ambição de posicionar Moçambique como líder em soluções modernas de computação em nuvem, adaptadas ao contexto nacional.

Trata-se de um acordo que prevê a disponibilização de serviços de hospedagem digital, armazenamento de dados e ferramentas de cibersegurança num ambiente em linha fiável, seguro e acessível, destinado a startups, pequenas e médias empresas, bem como instituições académicas.

Com esta iniciativa, procura-se assegurar maior controlo sobre dados sensíveis e estratégicos, garantindo que os empreendedores e empresas disponham de um espaço nacional para armazenamento em nuvem.

A proposta pretende democratizar o acesso à tecnologia, através de serviços capazes de impulsionar a visibilidade e competitividade de pequenos negócios, especialmente nas zonas fora dos grandes centros urbanos. Entre os serviços contemplados encontram-se: correio electrónico corporativo, alojamento de websites e cópias de segurança automáticas.



## Uma aposta no futuro que já começou

**"Mais do que um avanço técnico, esta 'nuvem' representa um passo simbólico: Moçambique assume-se como produtor, e não apenas consumidor, de tecnologia, apostando num ecossistema digital mais autónomo, seguro e alinhado com as suas realidades."**

►►► afirmou Karson Adam, director-geral da TurboHost.

Embora os desafios da transformação digital persistem, como a limitada cobertura de Internet em zonas rurais, o compromisso passa por continuar a investir

em soluções híbridas e colaborar com outros actores para expandir a conectividade, assegurando que os benefícios da digitalização sejam verdadeiramente inclusivos.

### PUBLICIDADE





Parque de Ciências e Tecnologia de Maluana



**STEM leva robótica às  
crianças em Maluana**



Em Maluana, no distrito da Manhiça – Maputo, crianças do ensino primário estão a beneficiar de formação em robótica, concretamente no Parque de Ciências e Tecnologias de Maluana através da STEM Moçambique.

O projecto de formação é implementado no Parque, numa parceria que junta os governos da Índia, através do seu Alto Comissariado e de Moçambique, através do ministério das Comunicações e Transformação Digital.

**“A ideia é massificar o ensino da robótica nas escolas públicas, fazendo com que deixe de ser um conteúdo exclusivo das escolas privadas. Começámos em Maluana porque temos como parceiros a instituição (Parque de Maluana); no entanto, estes são os primeiros de muitos.”**

➡➡ disse.

A iniciativa está aberta a crianças a partir dos 10 anos de idade, abrangendo tanto o ensino primário como o ensino secundário. A meta é formar cerca de cinco mil crianças até ao final do ano, das quais cem já foram formadas desde o início do programa.

De acordo com Alson Machane, representante da STEM Moçambique, a visão é fazer da robótica algo acessível a todos, sejam estudantes de escolas públicas ou privadas.

Desde o lançamento, Alson destaca uma evolução nos formandos, com entusiasmo em superar as expectativas. “Estão mais autónomos, mais integrados no contexto daquilo que são as aulas de STEM, especificamente de robótica.”

Já para Jonas Francisco Moamba, representante do Parque, a iniciativa, uma vez que coloca as crianças em contacto com a evolução do conhecimento, para que nada lhes seja estranho no futuro.

**“Estamos a observar que a inteligência artificial está a ganhar espaço, e é exactamente isso que pretendemos ensinar às crianças, para que não sejam apanhadas de surpresa por esta realidade.”**

►►► explica.

A iniciativa teve o seu lançamento em Abril e inclui, também, formação nas áreas de drones (objectos voadores não tripulados), ciência espacial e experimental, como estímulo à criatividade, imaginação e inovação no seio dos alunos.



# **Ter poucos utilizadores é uma bênção, e o seu produto digital precisa disso**

**Benjamim Paulino**  
Gestor de produtos na Vodacom

Estamos a viver numa era onde quase tudo acontece num smartphone. Há uma solução digital para tudo: mobile apps, websites, portais. O mundo está digitalizado, e Moçambique não é diferente. A única diferença é que, por cá, a realidade é um pouco mais dura.

O nosso mercado tem suas próprias realidades: poder de compra fraco, literacia digital baixa, smartphones de baixo custo com pouca memória (menos de 4GB de armazenamento, 2GB de RAM), muitos apps pré-instalados que já ocupam metade da vida útil do aparelho. Ou seja: não sobra quase nada para instalar a sua aplicação “inovadora e Disruptiva”.

Para alguém instalar a tua app, provavelmente vai ter que apagar uma ou duas aplicações que já usa. E vamos ser sinceros: essa decisão já é uma bar-

reira enorme. E se por sorte, ou persistência, a pessoa decidir instalar a tua app, **é bom que não se arrependa**. Se não, a desinstalação vem logo a seguir.

Por isso, ter uma **pequena base de utilizadores é uma bênção**. E isso não serve só para startups, aplica-se também a grandes empresas que estão a lançar novos produtos digitais.

Quando lançares uma app, reza para que os números sejam baixos. Pelo menos nos primeiros 3 a 6 meses. Isso vai te permitir aprender com os poucos que usam o seu produto, ajustar, corrigir, melhorar e posicionar-te melhor. Depois, e só depois, é que vens a atrair uma base maior, gradualmente, de forma controlada e saudável.

Pensa nisso como um loop contínuo, quase infinito. “Quase”, porque o fim natural de qualquer produto é “morrer”, depois de atingir a saturação.

## Quem são os primeiros a usar a tua app?

### 1. Os inovadores (2.5%)

Estes são os curiosos, os que experimentam tudo. Não querem ficar de fora. Os “MKBHD da vida”. Mas cuidado: **esses não ficam por muito tempo**. Em menos de um mês já esqueceram do seu produto. Alguns são influentes e podem até trazer outros com um bom comentário, mas não te agarres a eles. Não conte com eles para retenção.

### 2. Os primeiros adeptos (13.5%)

Estes são os utilizadores com **necessidades reais**. Estão à procura de soluções e não têm medo de experimentar algo novo. São valiosos. Estes vão dizer tudo: o que está certo, o que está errado, o que pode melhorar. Promovem o teu produto de graça. As pessoas começam a usar o teu produto por causa das recomendações e comentários deles. Se tiveres 10 ou 20 destes... agarra-os com força. Ouve, aprende, meça, adapta. **Estes são a verdadeira bênção**.

# ACADEMIA BOOST



Connosco tens um  
certificado **reconhecido**  
**internacionalmente.**

### **3. A maioria inicial (34%)**

Esta parte da audiência vem por influência. Ouviram dizer que a app é boa, que resolve um problema específico.

Nesta fase, o teu produto começa a ganhar popularidade. Mas atenção: **chegar aqui sem ter aprendido com os dois grupos anteriores é um desastre à vista.**

## **Não salta etapas.**

Querer ser popular logo no início é tentador, mas perigoso. Um crescimento rápido e descontrolado pode resultar num exército de utilizadores insatisfeitos, que vão desistir e falar mal da tua aplicação. E nesse jogo, a má reputação espalha-se mais rápido que um meme no WhatsApp. A famosa frase que diz “Falem bem ou mal, mas falem de mim” não se aplica para produtos digitais.

### **Prefira ter 100 utilizadores satisfeitos do que 100.000 insatisfeitos**

Um caso prático, para trocar isso tudo em quinhentas: Imagina que desenvolveste uma app para a tua igreja. Ela mostra os horários das missas, traz orações personalizadas, e permite in-

teragir com membros de outras congregações. No futuro, tu sonhas que essa app será usada em várias igrejas, talvez até com funcionalidades para gerir dízimos.

A primeira versão da app está pronta. Partilhas no grupo de WhatsApp da igreja onde há mais de 500 membros. Menos de 12 pessoas vão instalar. Apenas 4 vão comentar. Depois, com o apoio do pastor, a app é promovida numa das missas. Mais ou menos 60 pessoas instalam. E aqui é onde deves parar. Agarra-te a esses 60.

Aprende com eles. Corrige. Meça. Melhora. Ouve cada detalhe. Observa o comportamento. Faz isso por 3 a 6 meses. E com isso, a tua app vai ficando mais sólida, mais madura. Daí a 12 meses, podes ter 170 utilizadores consistentes. E o ciclo continua, com crescimento sustentável.

# Conclusão

Não há problema nenhum em começar pequeno. Aliás, é o melhor que te pode acontecer.

A pressa em ter números grandes pode ser o atalho mais rápido para o fracasso. Tenho visto este tipo de fracasso principalmente em grandes empresas que possuem todos os recursos que

uma startup sonha ter.

Num mercado como o nosso, cada utilizador conquistado é uma vitória. Valoriza-os. Aprende com eles. Cresce devagar, mas com base firme. Porque no fim do dia, um produto digital **não precisa de multidões para ter sucesso**. Precisa de **pessoas reais a usar e a recomendar com confiança**.

**PUBLICIDADE**

The advertisement features a woman with dark hair, smiling and holding a smartphone in one hand and a credit card in the other. The background is a stylized blue and green graphic. The PaySuite logo is in the top right corner. The main text reads: "Receba Pagamentos de Forma Rápida na sua loja Virtual." Below it, there's contact information: a phone icon followed by the number "85 640 449 2". At the bottom, there are logos for m-pesa, eMola, and VISA.

# Safaricom junta-se a Paypal para permitir retirada de valores pelo M-pesa

A Safaricom juntou-se a PayPal, através do seu aplicativo M-pesa, para possibilitar aos trabalhadores remotos do Quênia a realização de levantamentos dos seus ganhos.

A mudança visa capturar uma parcela maior da economia dos trabalhadores remotos que está em rápido crescimento do Quênia, onde muitos dependem do PayPal para receber pagamentos de clientes internacionais.



O novo recurso elimina a necessidade de usar um portal da web separado para transferir fundos do PayPal, e é esta a primeira vez que os utilizadores podem retirar directamente do PayPal através do aplicativo, ignorando vários logins e redirecionamentos do navegador.

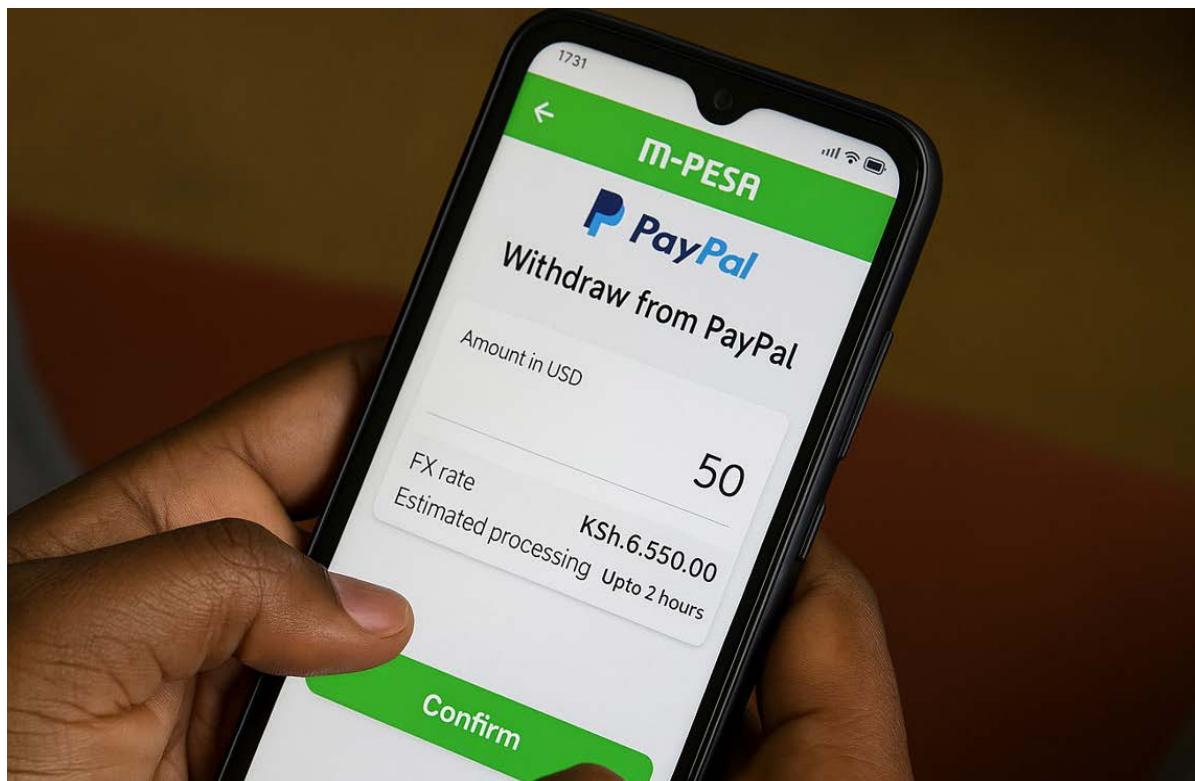
O recurso complementa o serviço de retirada do PayPal do Equity Bank, a única opção instantânea vinculada ao banco do Quênia.

A actualização acontece à medida que o papel da M-PESA nos negócios da Safaricom se expande. O crescimento foi

impulsionado por um aumento de 20,3% nas transações cobráveis por utilizador ativo, e um aumento de 10,5% nos clientes ativos de um mês, que atingiu 35,82 milhões.

Para além desta implementação, os utilizadores quenianos também recorreram a alternativas como Wise e Payoneer para receber pagamentos internacionais, citando melhores taxas de câmbio e menos restrições.

O novo serviço vem poucos meses depois que a Safaricom lançou sua própria plataforma de comércio eletrônico Masoko para competir com concorrentes, incluindo Jumia, Pigiami, OLX e Kilimall International.





# Emails Gratuitos Não São Para Negócios Sérios

O Gmail e Yahoo não transmitem a seriedade que o seu negócio precisa.

Troque para um email comercial e transmita credibilidade!

Por apenas:

**5 999** MTN  
Investimento anual

Contacto: (+258) 84 988 1000

Email: [comercial@kabum.digital](mailto:comercial@kabum.digital) | Website: [www.kabum.digital](http://www.kabum.digital)



## A paixão Artificial: Cresce nos EUA

### número de adolescente que tem IA como companheiro

Um estudo realizado recentemente nos EUA, revelou que 72% dos adolescentes já utilizaram companheiros de IA pelo menos uma vez" e "mais da metade usa essas plataformas várias vezes por mês".

De acordo com a Common Sense Media, responsável pelo estudo, quase três em cada quatro adolescentes americanos já usaram "companheiros de IA", e isto pode representar certos riscos aos menos orientados para relações pessoais, baseados em inteligência artificial (IA).

A associação define os companheiros

de IA como "amigos ou personagens digitais com quem é possível conversar por escrito ou verbalmente a qualquer momento" para manter "conversas pessoais e significativas".

De acordo com o estudo, dos adolescentes entrevistados afirma usar companheiros de IA para interações sociais e relacionamentos, como praticar certas conversas, receber apoio emocional e manter contatos amigáveis ou românticos.

Quase metade vê esses assistentes de IA principalmente como "ferramentas" ou "programas de computador".

O questionário apresentado aos participantes,

de 13 a 17 anos, reconhece que as principais plataformas de IA generativa como ChatGPT (OpenAI) ou Claude (Anthropic) também podem ser usadas dessa forma, mas especifica que não se trata de ferramentas para ajudar com os deveres escolares ou gerar imagens.

**“Os perigos que representam para os jovens utilizadores são reais, graves e estão bem documentados”, diz a associação, que cita como exemplo o “suicídio de um adolescente de 14 anos que havia desenvolvido um vínculo afetivo com um companheiro de IA.”**

A ONG destaca a tendência dessas ferramentas de geralmente concordarem com os utilizadores, em vez de incentivá-los a reflectir, algo particularmente preocupante para os cérebros adolescentes em desenvolvimento.

Várias plataformas “podem gerar facilmente respostas que vão desde conteúdo sexual e estereótipos ofensivos até ‘conselhos’ perigosos que, se seguidos, poderiam ter consequências sérias ou até fatais na vida real”, alega a Common Sense.



# Startup Intron Acelera Registros Médicos com Voz

A Inteligência Artificial é uma realidade no continente. No entanto, há uma adaptação necessária para que esta esteja alinhada com a realidade africana, como é o caso das línguas faladas em diferentes nações. Essa é a proposta da Intron, uma startup que utiliza inteligência artificial (IA) baseada em voz para ajudar os profissionais de saúde a

inserir registros médicos utilizando a fala.

A startup, lançada em 2020, foi fundada por Tobi Olatunji, um médico com uma década de experiência. Em muitos países africanos, médicos como Olatunji atendem centenas de pacientes diariamente e lidam com muita papelada.

A Intron Health reduz o tempo que os médicos



despendem a escrever o diagnóstico de um paciente. Os médicos podem inserir os registo s médicos dos pacientes e gerar relatórios por comandos de voz. Crucialmente, a IA da Intron comprehende os sotaques nigerianos.

A startup faz parte de uma lista de inovações africanas que estão a desenvolver ferramentas de inteligência artificial que respondem às realidades do continente, como é o caso dos sotaques locais. O seu sistema de voz para texto comprehende a terminologia médica, permitindo que médicos na Nigéria e no Quénia ditem os registo s dos pacientes em tempo real.

À medida que os modelos globais enfrentam dificuldades com a sub-representação dos dados africanos, empreendimentos locais como a Intron estão a desenvolver ferramentas treinadas com vozes locais, com o objectivo de colmatar lacunas nos serviços de medicina, educação, agricultura e

comunicação social.

Embora as aplicações de IA no continente tenham sido afectadas por dados insuficientes, a ferramenta de transcrição de fala para texto da Intron é capaz de reconhecer muitos sotaques africanos. Olatunji afirma que os conjuntos de dados são treinados com mais de 3,5 milhões de excertos de áudio em línguas africanas, contemplando 288 sotaques distintos.

Actualmente, a empresa atende mais de 56.000 pacientes em mais de 30 hospitais públicos e privados na Nigéria e no Quénia, incluindo o University College Hospital, em Ibadan, o Aminu Kano Teaching Hospital (AKTH), em Kano, o Babcock Teaching Hospital, em Ogun, e o Meridian Health Group, em Nairobi.

A Intron, que expandiu os seus modelos de IA para apoiar tribunais e centros de atendimento telefónico em toda a África, afirma ter contribuído para a redução do tempo de resposta para relatórios de radiologia no University College Hospital, em Ibadan, em 99,3%, passando de 48 horas para 20 minutos.

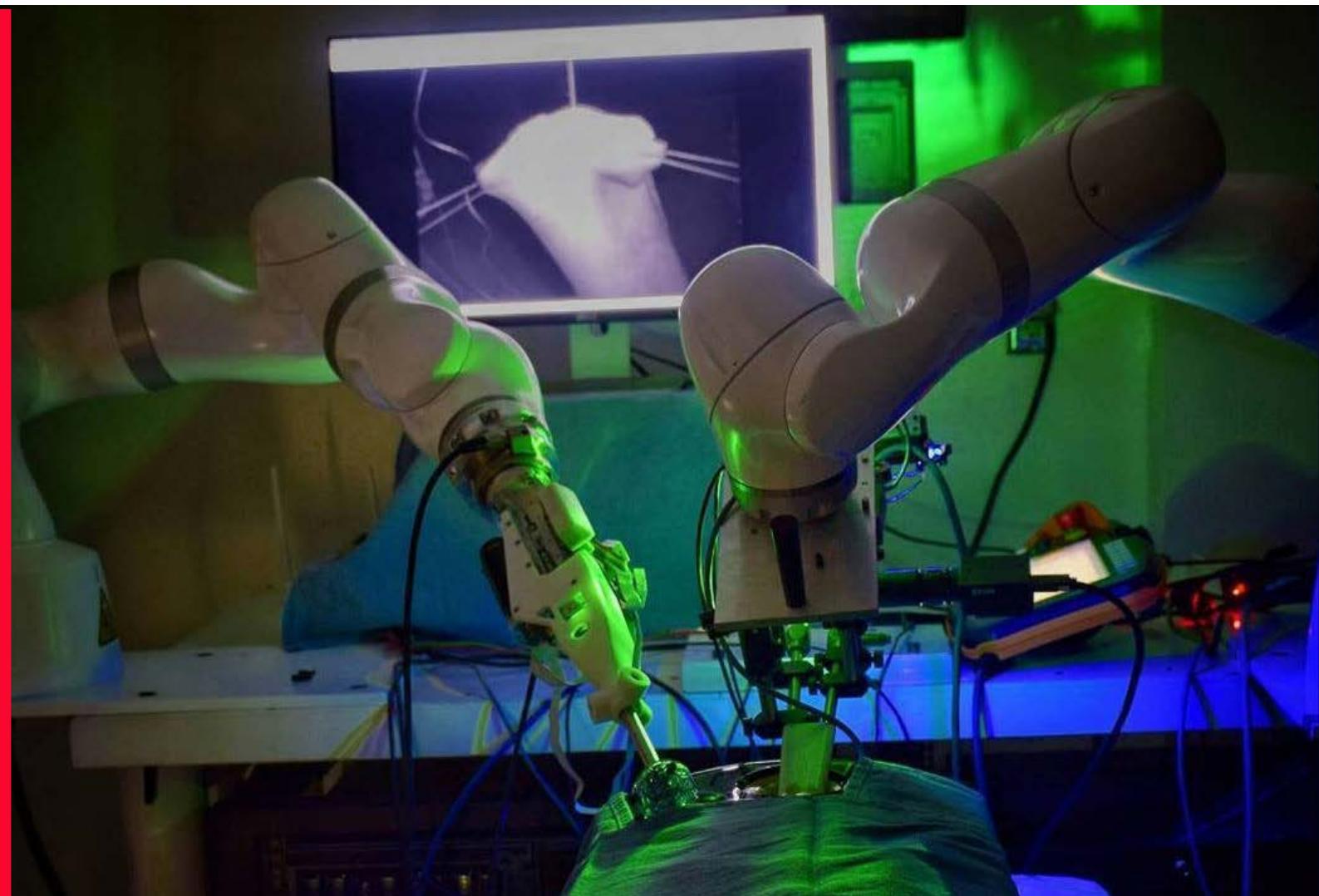
# Robô realiza operação sem ajuda humana

Um robô cirúrgico operado por inteligência artificial realizou, de forma totalmente autônoma, uma cirurgia em tecido humano sem qualquer intervenção directa de médicos.

Trata-se da primeira vez que se alcança o feito que sinaliza uma nova era

na automação médica com uso de inteligência artificial.

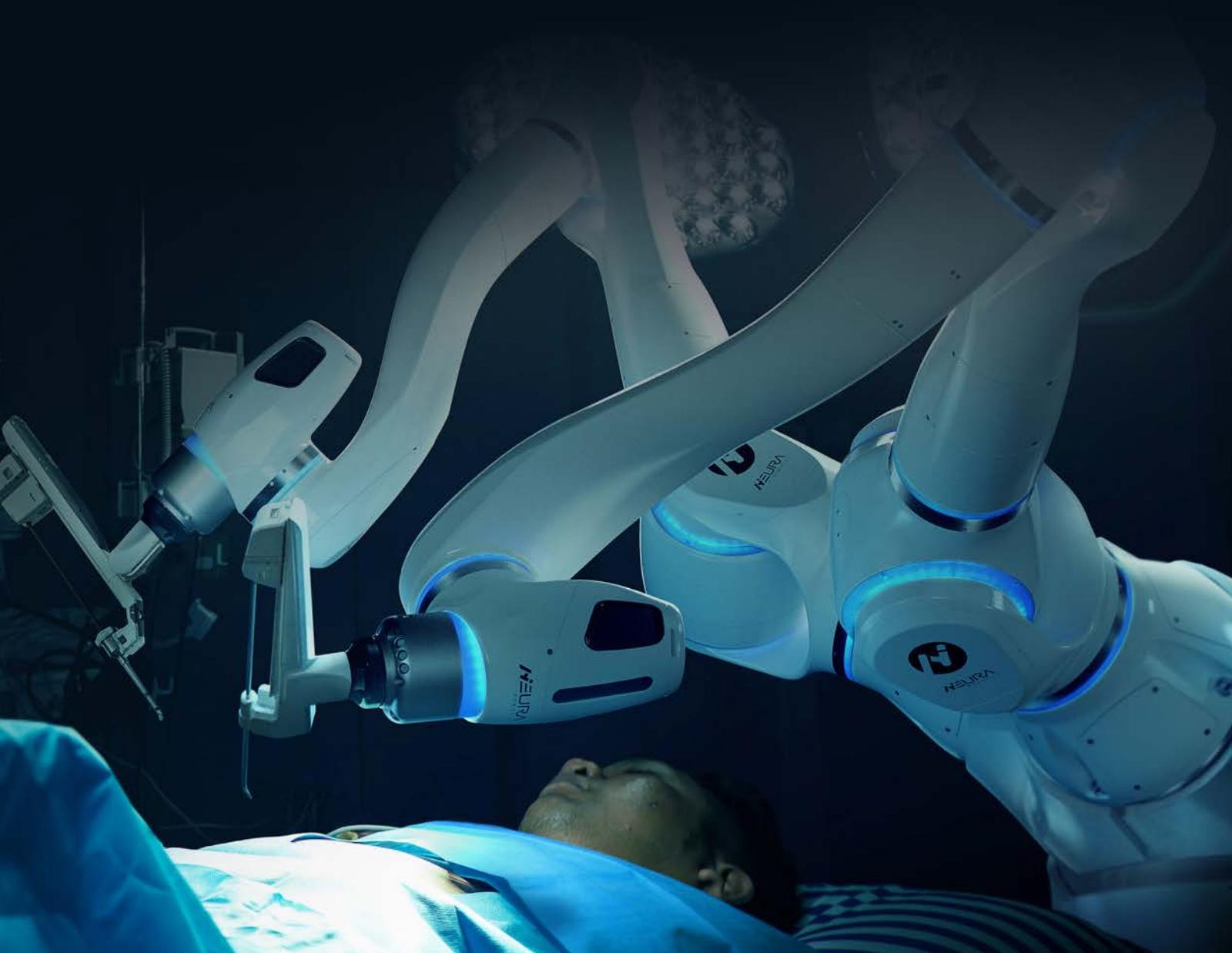
O feito aconteceu na Universidade Johns Hopkins, nos Estados Unidos, onde, sem ajuda humana, o robô operou com sucesso todos os órgãos, utilizando ferramentas próprias de cirurgiões.



Para a operação, foi usada a tecnologia SRT-H (Hierarchical Surgical Robot Transformer), uma evolução do antigo robô STAR. Os cirurgiões robôs foram treinados com base em imagens de vídeo de médicos humanos realizando operações com órgãos retirados de porcos mortos. No que é um aparente avanço científico, oito operações foram realizadas em órgãos de porcos com uma taxa de

sucesso de 100% por uma equipe liderada por especialistas da Universidade Johns Hopkins, em Baltimore, nos EUA.

Para Axel Krieger, professor da Johns Hopkins e responsável pelo projecto “Este avanço leva-nos a crer que robôs são capazes de executar tarefas cirúrgicas específicas, compreendem os próprios procedimentos cirúrgicos”, afirmou.





TURBOHOST



Garanta sua **presença online**  
com a  
**Hospedagem de**  
**sites da TurboHost**

Contacto: (+258) 84 988 1000  
Email: comercial@kabum.digital  
Website: www.kabum.digital