

## O papel dos gestores públicos na construção de Cidades Inteligentes

Alvaro Sedlacek (\*)

*Há poucos anos, o conceito de Cidades Inteligentes (Smart Cities) parecia uma realidade distante*

Hoje, apresenta-se como o melhor caminho a ser seguido no desenvolvimento de centros urbanos em todo o mundo por fazer uso da tecnologia para integrar governos, empresas e sociedade na busca por soluções criativas e inovadoras para diversos problemas, como os ligados ao meio ambiente, mobilidade urbana, habitação, saúde, segurança, e muitos outros. Planejamento urbano e Smart Cities andam de mãos dadas. Somente com um real olhar voltado para o futuro é que os gestores públicos são capazes de projetar um desenvolvimento urbano eficiente, e este não pode estar atrelado a ciclos políticos, mas sim econômicos. Desta forma, investimentos constantes em tecnologia por parte dos governos, em todas as esferas, são essenciais, pois formam a base de uma Cidade Inteligente.

Com o avanço dos dispositivos que usam a Internet das Coisas, por exemplo, hoje é possível aplicar soluções voltadas aos centros urbanos para quase tudo, permitindo aos governantes tomadas de decisões mais rápidas e assertivas. Além disso, ao conectar infraestrutura local, serviços e a população, é possível também uma melhor compreensão das necessidades, vocações e características da cada município. Como?

Em um mundo cada vez mais conectado, basta imaginar a imensidão de dados que são gerados a todo instante pelos cidadãos via plataformas digitais. Já está mais do que na hora de o setor público entender e saber utilizar essas informações em benefício da população. Olhemos para o estado de São Paulo. Com a intensificação do processo de urbanização, os desafios para assegurar o desenvolvimento de cidades mais resilientes e sustentáveis economicamente estão cada vez mais complexos.

Segundo dados do IBGE e do Seade, estima-se que até 2050, dos mais de 47 milhões de cidadãos que habitam nosso Estado, 85% viverá em regiões urbanizadas. Além disso, o crescimento populacional anual se tornará negativo, e 22,7% dos paulistas terão mais de 65 anos de idade, o que denota um rápido envelhecimento de nossa população. Para efeito de

comparação, em 2010 éramos 41 milhões, e apenas 7,8% tinham acima de 64 anos.

Neste cenário, o uso da tecnologia para tornar tudo mais eficiente se torna crucial. Muitas prefeituras paulistas já deram o primeiro passo para se tornarem uma Smart City, seja por meio de projetos via Parcerias Público-Privadas (PPPs), seja por meio dos chamados living labs, espaços onde soluções desenvolvidas pela iniciativa privada podem ser experimentadas em situações reais e, se validadas, podem ser adotadas pelos municípios.

Entre a infinidade de soluções, muitas têm sido criadas para realizar melhorias na oferta de transporte público, de acordo com a demanda da população; para diminuir o trânsito, com o uso de semáforos inteligentes; na conscientização e ampliação da coleta seletiva; na gestão mais eficaz da iluminação pública e de áreas arborizadas; na avaliação de áreas de risco com alertas sobre possibilidades de enchentes e deslizamentos; na otimização do agendamento remoto de consultas e exames médicos e de tantos outros serviços públicos existentes.

Atenta a este movimento, a Desenvolve SP, agência estadual de fomento, há nove anos auxilia gestores municipais a darem este salto de qualidade na administração e na vida prática dos cidadãos. Projetos que elevam o status de uma cidade para uma Smart City são justamente os que a instituição está pronta para financiar, como a implantação de sistemas de iluminação pública mais econômicos, centros de distribuição e abastecimento para o escoamento mais eficaz da produção local, projetos sustentáveis que proporcionem maior eficiência energética e qualidade de vida para a população, e muitos outros.

Assim, este novo modelo de gestão, preocupada com o futuro das próximas gerações, já dá passos decisivos para transformar nossas cidades em lugares cada vez mais inteligentes e conectados. Mas, não podemos descansar. A necessidade de adaptação é constante. Novos problemas relacionados aos centros urbanos surgem a todo o momento e antecipar soluções para resolvê-los através da inovação deve ser um compromisso diário na agenda dos gestores públicos.

(\*) É advogado com larga vivência como executivo do setor financeiro, é diretor presidente da Desenvolve SP - Agência de Desenvolvimento Paulista.

# O papel da segurança na Indústria 4.0

O conceito de Indústria 4.0 está diretamente relacionado à conexão e geração de dados entre máquinas, equipamentos e softwares de gerenciamento

Eduardo Almeida (\*)

O crescimento do uso de tecnologia nos sistemas industriais, principalmente focado na combinação entre IoT (Internet of Things) e Inteligência Artificial, tem otimizado os processos fabris, aumentando a produtividade e diminuindo falhas de fabricação. Porém, o avanço da conectividade também traz preocupações sobre o sigilo dos dados compartilhados na rede.

Recentemente, estive na conferência Hannover Messe, na Alemanha, e, nas discussões sobre a Indústria 4.0, me chamou a atenção que a cibersegurança ainda é uma das principais barreiras para a implantação de inovações na indústria. Podemos dizer que os sistemas industriais são o coração da indústria manufatureira e, por esse motivo, são também o ativo de maior impacto no caso de um ataque cibernético.

O que se nota é que a segurança de dados ainda não está entre as prioridades durante os processos de automação industrial. No Brasil, uma pesquisa da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) mostra que 31% das indústrias brasileiras já sofreram ataques cibernéticos e, apesar de a maioria (92%) dos entrevistados estarem cientes da importância de investir em cibersegurança, apenas 18% disseram que a sua infraestrutura de TI "está adequada" para suportar as tecnologias da Indústria 4.0.

As falhas de segurança, comumente, são heranças de sistemas legados e decorrem da ascensão da conectividade. A implementação e execução de dispositivos conectados da IoT industrial em sistemas operacionais defasados, com protocolos de redes distintos, torna complexa a garantia de segurança por meio de soluções comuns, utilizadas em ambientes de TI de outros segmentos da economia.

Um dos incidentes cibernéticos mais famosos ocorreu no Irã, em 2010, quando diversas instalações industriais, dentre elas uma usina de enriquecimento de urânio, foram infectadas pelo Struxnet. O vírus usou uma brecha grave do Windows para infectar sistemas de controle de automação e monitoramento industrial, conhecidos pela sigla SCADA, e teria infectado 30



mil computadores. Mais recentemente, em 2016, subestações de distribuição de energia elétrica na Ucrânia foram atacadas. O malware Industroyer deixou uma parte da capital Kiev sem o fornecimento de energia elétrica durante uma hora.

Assim, vemos que os riscos não podem ser desconsiderados, um ataque cibernético pode resultar em parada intencional das operações, espionagem industrial, roubo e venda de dados, sequestro e bloqueio de informações. Incidentes em empresas de utilidade pública podem ter impactos ainda mais preocupantes, provocando apagões, explosões e inundações, por exemplo, com impacto socioeconômico e político, colocando em risco até mesmo a segurança nacional.

Sim, as consequências de uma guerra cibernética são alarmantes. Porém, ao mesmo tempo em que se deve ter cautela ao inovar, é impossível conter os avanços da tecnologia.

A boa notícia é que já existem ferramentas de segurança capazes de prever e frear possíveis ameaças digitais, integrando a cadeia de suprimentos de ponta a ponta. Além disso, há abordagens disponíveis no mercado que permitem revisão de arquiteturas tradicionais de segurança e de tecnologia de uma forma geral por mecanismos mais ágeis, escaláveis e flexíveis.

Uma dessas abordagens é a da microssegmentação, que em algumas versões mais avançadas pode ser adotada em solução por software, de forma incremental e transparente. A escalabilidade propiciada por esse formato permite a integração de soluções de segurança nos sistemas legados e a implementação de projetos de Internet das Coisas com a proteção requerida e adequada.

Não podemos ignorar que a atual dinâmica dos negócios requer a informação em todos lugares. Portanto, faz-se necessário assegurar a proteção das operações como um todo, implementando sistemas de segurança em um nível mais estratégico. As inovações tecnológicas são capazes de transformar, otimizar e simplificar os processos industriais, mas, lembre-se: a segurança sempre vem em primeiro lugar!

(\*) É Presidente da Unisys para América Latina.

## Cinco dicas para seu e-commerce vender mais no Dia do Cliente

Nos últimos anos, o esforço de vendas realizado pelas lojas online em períodos sazonais como Dia das Mães, Dia das Crianças e Natal tem impulsionado de forma significativa o varejo como um todo.

Uma data comemorativa que ainda não é muito conhecida no país, mas, se for bem aproveitada pelos lojistas, pode ajudar a alavancar os negócios, é o Dia do Cliente, que acontece no dia 15 de setembro.

Segundo levantamento realizado pelo Google, a data já possui tantas buscas na plataforma quanto o Dia do Consumidor, que acontece no dia 15 de março e é mais popular. Somente em 2017, houve mais de 300 mil buscas pelo termo "Dia do Cliente".

Para ajudar o empreendedor a tirar o melhor proveito da data, principal oportunidade para os varejistas em setembro, a Performa Web, agência de marketing digital full service, lista os principais passos para impulsionar as vendas na ocasião.

**1. Antecipe os descontos e avise os seus clientes:** como a data ainda não é tão conhecida quanto outras já mais tradicionais, é necessário convidar o público para participar das ofertas de sua plataforma online. Para isso, invista no bom e velho e-mail marketing, ainda um dos canais mais eficientes de aquisição de clientes, e nas ações nas redes sociais, de preferência com anúncios pagos. Além de serem formatos acessíveis, podem ajudar a ampliar a repercussão e os públicos impactados.

**2. Invista nas imagens dos produtos e crie campanhas com links patrocinados:** quem nunca tentou ver com detalhes a foto de algum produto na internet, mas tudo o que conseguiu enxergar foi uma imagem em baixa resolução? Se você deseja fixar o público pelos detalhes, deve observar essa questão. Faça fotos de todos os ângulos do produto e, se for o caso, de



todas as cores. Pode parecer desnecessário, mas vai fazer toda a diferença. Outros formatos de mídia também são recomendáveis, como o Google Shopping e anúncios em Links Patrocinados, que precisam ser criadas com objetivos claros. Além disso, lembre-se de identificar o melhor formato para a campanha. Esse é um dos pontos cruciais, pois, quando mal gerido, pode colocar em jogo toda estratégia.

**3. Atente-se aos prazos de entrega:** não adianta

nada deixar a sua loja virtual impecável, com uma enorme gama de produtos em promoção, mas atrasar a entrega. Isso não apenas afasta o consumidor da marca, como gera a temida propaganda negativa. Por isso, determine prazos realistas e monitore essa logística com algum tipo de software específico. Caso ocorra algum imprevisto, é necessário enviar um aviso com urgência.

**4. Fique ligado na concorrência:** o que as empresas similares a sua estão fazendo para atrair a clientela em datas sazonais? É sempre interessante fazer uma pesquisa de mercado e saber o que a concorrência está pensando. Neste caso, não é copiar o que está sendo feito e sim ter insights interessantes para a construção de novas ideias. E não esqueça, claro, de manter a sua identidade em tudo o que for fazer.

**5. Dê feedback para os seus clientes:** outro ponto muito comum que desgasta a imagem de qualquer empresa é não dar um retorno ao consumidor. Por isso, tente respondê-lo com o máximo de urgência e eficiência, principalmente em datas deste tipo. Monitore e-mails e redes sociais com frequência, interagindo e gerenciando críticas. Atenda o seu público como gostaria de ser atendido.

## Lentes de zoom portáteis para câmeras de broadcast 4K

A Canon, líder mundial em soluções de imagem digital, anunciou hoje a chegada de um novo equipamento da série de lentes de zoom portátil UHDxx, projetado para câmeras broadcast de sensor 4K de 2/3 de polegada, a CJ25ex7.6B. A nova lente possui uma taxa de zoom de 25x e uma distância focal variando de 7,6mm a 190mm. A nova lente de zoom portátil oferece aos usuários um controle operacional de alto nível e a liberdade de ser operada com facilidade, tornando-a uma lente ideal para uma ampla gama de aplicações, tanto internas quanto externas.



design óptico prioritário que coloca esses materiais em posições ideais, a CJ25ex7.6B suprime as aberrações cromáticas do centro para a periferia da imagem em toda a faixa de zoom e atinge alta resolução e alto contraste para possibilitar a captura de vídeo de alta resolução. Por meio da tecnologia de revestimento de lente e um design que evita reflexos dentro do barril da lente, a lente reduz fantasmas e flares e realiza a reprodução de cores ideal para High Dynamic Range (HDR) e Wide Color Gamut (WCG). Além disso, a CJ25ex7.6B adota um novo sistema de zoom que pode realizar imagens de alta resolução e alto contraste do centro para a periferia em toda a faixa de zoom. A nova lente pesa aproximadamente 1,9 kg e medidas de 169,6mm (largura) x 114,1mm (altura) x 223,3mm (comprimento), tornando-se uma excelente opção para reportagem de notícias e produção documental (www.canon.com.br).

"A CJ25ex7.6B é o 8º modelo de lente da família de lentes portáteis UHD 4K da Canon e o quarto que foi anunciado este ano. Isso mostra nosso esforço contínuo em satisfazer as demandas ininterruptas da indústria, bem como nosso compromisso que continuará expandindo nossos limites de tecnologia ótica para apoiar o mercado de produção profissional", disse Ryan Kamata, gerente de Soluções de Imagem Profissional da Canon do Brasil. Adotando fluorita e vidro de dispersão ultrabaixa (UD) e



### News @TI

#### Cheftime

@Para os amantes da culinária, cozinhar é uma terapia. Mas rodar a cidade para reunir os ingredientes perfeitos e esfolar o bolso comprando produtos frescos e de qualidade no varejo não é prático - muito pelo contrário. Para trazer esse momento agradável de volta à rotina e devolver a experiência de preparar suas refeições, hábito que traz diversos benefícios para a saúde, o Cheftime assume a parte difícil, para que os amantes da cozinha possam curtir somente o lado bom de cozinhar e garantir o prazer de comer bem. O serviço, que é contratado em planos de assinatura flexíveis, entrega na casa do cliente a cada semana uma caixa com os ingredientes preparados e compartimentados, junto com as receitas detalhadas, para que o usuário possa simplesmente cozinhar e servir de forma rápida e prática (www.cheftime.com.br).

#### Hyper Festival

@A partir de 27 de outubro acontece o HYPER FESTIVAL BRAZIL, com o objetivo de conectar interessados e profissionais da publicidade, audiovisual, criatividade, computação e engenharia de software e hardware ao universo das realidades imersivas. O evento traz à São Paulo experiências de realidade virtual, aumentada e games em uma jornada dedicada à produção de conteúdos imersivos, tecnologia de novas mídias, negócios e tendências de mercado. O Facebook é o patrocinador principal do evento e falará sobre realidades imersivas apresentando suas soluções de publicidade com Realidade Aumentada, Instagram, Messenger e conteúdos 360 de foto e vídeo (www.sympla.com.br/hyper-festival-brazil-2018).