

Como ficam as bibliotecas com o avanço da tecnologia?

O universo da leitura, dos livros e das bibliotecas vem passando por transformações há algumas décadas

Em dez anos, a consulta aos livros nas bibliotecas de São Paulo, por exemplo, caiu 70% – de 2,3 milhões em 2007 para 733 mil em 2016, conforme dados obtidos em relatórios do Sistema Municipal de Bibliotecas.

Mesmo com o cenário de queda, especialistas e estudiosos indicam que a biblioteca persistirá. “Não podemos ver a tecnologia como se fosse um instrumento com o objetivo de aniquilar as bibliotecas. Gutemberg e tecnologia estão muito mais próximos do que poderíamos pensar”, defende Luiz Alexandre Solano Rossi, professor de Teologia no Centro Universitário Internacional Uninter.

O professor defende que haverá uma convivência pacífica dos livros impressos com os digitais. “Há espaço para ambos na comunidade de leitores”, alega. A revista americana The Atlantic, por exemplo, sugere que recursos tecnológicos podem ajudar os bibliotecários a atrair mais frequentadores. No Brasil, o Ministério da Cultura (MinC) está selecionando 20 bibliotecas públicas para receber uma ajuda de custo de R\$ 100 mil reais com o objetivo



de dispor recursos digitais para os leitores.

O termo biblioteca vem do grego e significa “depósito de livros”, mas Solano advoga uma definição mais ampla. “Bibliotecas são como templos que abrigam a memória criativa da humanidade”, diz. Ele acredita que manuscritos mais antigos e, portanto, raros, continuarão a ter seu espaço garantido nas estantes.

Com o advento dos livros digitais, diversos estudos mostram que o esforço para ler na tela dificulta o aprendizado, conforme artigo publicado pela San Jose State University, em 2014. O jornal Washington Post também publicou, em 2015, que os livros impressos são preferidos pelos leitores, mesmo entre os nativos digitais.

Solano explica que a efetividade da mídia impressa no aprendizado tem relação com a cognição. “A experiência do livro impresso afeta todos os sentidos dos leitores e faz com que a relação entre eles se torne simbiótica, isto é, uma parte do livro fica impregnada no leitor e o livro leva consigo algo do leitor”, diz.

Fonte e mais informações: Grupo Uninter (www.uninter.com).



Conheça 'Baby K', a nova estrela da música italiana

Nascida em Singapura, mas de pais italianos, a rapper Claudia Nahum, mais conhecida como “Baby K”, vem ganhando cada vez mais espaço no cenário musical mundial, principalmente após o lançamento de seu novo hit, “Dazero a cento” (“De zero a 100”, em português). A música, divulgada no YouTube, alcançou quase 71 milhões de visualizações. O vídeo ainda tornou Baby K a artista feminina com mais visualizações no primeiro dia de publicação de um single.

No entanto, o sucesso da rapper de 35 anos não é recente, pois desde 2015 suas músicas são premiadas e ganham milhões de visualizações no YouTube. Somente com o hit “Voglio ballare con te” (“Quero dançar com você”), de 2017, a cantora venceu quatro discos de platina, superou a marca de 100 milhões de visualizações e alcançou o posto de terceiro vídeo mais visto no ano na plataforma.



A rapper é cotada para substituir Asia Argento no “X Factor”.

O “boom” de Baby K começou em 2015, com a música “Roma-Bangkok”, que venceu sete discos de platina. Além disso, após um ano do lançamento, o hit se tornou o primeiro vídeo da história da música italiana a superar 100 milhões de visualizações no YouTube. O canal de Baby K na plataforma possui pouco mais de 1,1 milhão de inscri-

tos, enquanto no Instagram a rapper tem 486 mil seguidores.

Grande parte dos fãs de Baby K são de outros países, principalmente de Suíça, Brasil, Nigéria e Egito. Algumas de suas canções foram até traduzidas para outras línguas. Além do ramo musical, Nahum é muito ativa nas redes sociais, sendo uma das grandes influenciadoras digitais na Itália. A

rapper foi, por alguns meses, garota propaganda da operadora de telefonia Vodafone, substituindo o cantor Tiziano Ferro. A multinacional chinesa Huawei também teve o rosto de Baby K estampado em suas campanhas.

Em uma das ações da Vodafone, foi utilizada a canção “De zero a cem”, e o sucesso do anúncio foi grande, muito em função do hit de Baby K. A área de cosméticos também se rendeu à rapper, utilizando as redes sociais da artista para fazer sorteios e campanhas. Na televisão, há cerca de um ano Baby K estreou uma série chamada “Baby K All Day” (“Baby K todos os dias”, em português), que mostrava o dia a dia da cantora.

Após o escândalo de abuso sexual envolvendo a atriz italiana Asia Argento, ela passou a ser cotada para substituir a estrela do cinema como jurada do show de talentos “X Factor”, transmitido pela “Sky Italia” (ANSA).

Por que a automação fiscal é importante para as empresas?

Carlos Kazuo Tomomitsu (*)

Cabe às empresas perceberem e adaptarem-se rapidamente ao novo cenário

Se fôssemos resumir em uma frase, diríamos que o objetivo da automação, na área fiscal, é diminuir erros, aumentar a produtividade e evitar prejuízos ao oferecer compliance para as três esferas governamentais. Ok, esse raciocínio serve para quase todos os setores da economia. A diferença?

O universo fiscal brasileiro é como uma complexa rede de eletricidade, muitas conexões, algumas inconsistências e, claro, “choques” para quem não segue as regras. Na prática, quanto mais o governo investe em tecnologia, melhor é sua eficiência na identificação de erros e fraudes. Cabe às empresas perceberem e adaptarem-se rapidamente ao novo cenário. Mas como?

Embarcar tecnologia no negócio é um caminho sem volta. Se levarmos em conta as frequentes mudanças fiscais e incluirmos uma pitada de otimismo, chegaremos à conclusão de que investir em soluções de automação fiscal baseadas em nuvem são a melhor alternativa. Com elas, ganha-se em agilidade e em escalabilidade - afinal, a crise vai passar e a economia voltará a crescer.

Agora, engana-se quem pensa que a automação é um processo caro, ao contrário. Hoje, com a profissionalização dos primeiros fornecedores desta tecnologia, já é possível contratar o serviço por tran-

sação. Custa alguns centavos e, como benefício, pode-se economizar alguns milhões em multas. Além disso, um estudo americano identificou 56% de redução de tempo das transações quando os processos são automatizados.

O número fala por si só: a automação é importante, não só para a redução de erros, como também para a padronização de processos e otimização de tempo da equipe. Mas não por acaso falamos em “primeiros fornecedores”. O RPA (Robotic Process Automation), quando um “robô” faz o trabalho repetitivo e libera o funcionário para realizar ações mais analíticas, vem crescendo no Brasil há não mais que dois anos.

Para se ter uma ideia deste mercado: não existe nenhuma ferramenta que não seja multinacional. Arrisco dizer, inclusive, que não passam de 10% das empresas de grande porte que já possuem o serviço em terras tupiniquins. Um nicho e tanto a ser explorado por nós, parceiros de tecnologia.

Um alerta importante: com cada vez mais avanços tecnológicos sendo aplicados, é crucial escolher um fornecedor que reúna uma boa consultoria para identificação de necessidades do negócio, ajustes de processos e, por fim, implantação de soluções fiscais com RPA embarcado. Só assim, o gestor tributário terá certeza que a empresa está em compliance.

Mais do que isso, que seus funcionários estão realizando atividades realmente estratégicas com o menor risco fiscal. Afinal, neste mundo em que a eficiência é soberana para a lucratividade, tempo é dinheiro.

(*) - É gerente Geral da Avalara Brasil.

Práticas comuns que acontecem na China e já são tendências no Brasil

Segundo estudo realizado em julho pela Universidade Cornell em parceria com Organização Mundial da Propriedade Intelectual, a China está entre os 20 países mais inovadores do mundo no ranking do Índice Global de Inovação (GI). Diariamente são criadas mais de 15 mil novas empresas, e em poucos anos a China está prestes a superar o Vale do Silício em número de Unicórnios.

Eles também são a nação que mais investe em Inteligência Artificial e mais avança em Tecnologia do Varejo e Fintechs. Suas maiores empresas já buscam expandir seus mercados pelo mundo, como a Alibaba pela Europa e JD.com pela Ásia. Cada vez mais, as tendências da China estão inspirando empresas do mundo todo a buscarem parceiros de negócios e inovações tecnológicas.

É o caso da FCamara - empresa de transformação digital que atende os maiores e-commerces do Brasil, entre eles Netshoes, Saraiva e Americanas.com. Nas últimas semanas seu CEO e especialista em transformação digital, Fábio Camara, esteve na China para buscar novidades de mercado que podem ser aplicadas aqui no Brasil - principalmente no segmento de IoT, e listou cinco práticas comuns que acontecem na China e que podem inspirar empresas brasileiras, confira:

- **Reconhecimento facial** - Equipamentos de reconhecimento facial já fazem parte da rotina dos chineses. Eles utilizam a tecnologia para monitorar e aplicar multas de trânsito, realizar check-in em hotel, fazer compras no supermercado e até pedidos em fast-foods - que “adivinham” o que cliente quer comer.

- O país é o mais populoso do mundo e já consegue mapear todos os rostos e informações. As multas de trânsito, por exemplo, não são aplicadas apenas para os motoristas, mas também para os pedestres que cometerem infração. No Brasil, essa “inovação” está chegando aos poucos. Há pouco tempo o SPC anunciou que irá começar a utilizar a tecnologia para confirmar a identidade dos consumidores no varejo.

- **Cultura do trabalho** - A cultura do trabalho chinesa é algo que chama muita atenção. Diferente do Brasil, as pessoas trabalham no que

eles chamam de escala 9-9-6, entram às 9h e saem às 21h, durante 6 dias por semana. A impressão geral é que eles são muito focados no trabalho e nos resultados. Existe o ‘censo de urgência’ e o ciclo entre o nascimento de uma ideia e sua execução é geralmente bem curto, já que as inovações devem render dinheiro o quanto antes.

- **Celular e compras online** - A China tem 802 milhões de usuários de internet. Deste total, 788 milhões acessam a rede via dispositivos móveis, o que consolida sua posição de maior mercado mundial para empresas de tecnologia. Porém, é preciso estar imerso no universo chinês para ter acesso às senhas de wi-fi dos estabelecimentos e uso de aplicativos e redes sociais. Os chineses também se destacam quando o assunto é comércio eletrônico, meios de pagamento e logística.

A infraestrutura de pagamentos via celulares está mais desenvolvida e atinge principalmente a geração Y. “O e-commerce chinês representa cerca de 17% no país. No Brasil, esse número é de 2% a 4%. Fazem transações de celular para celular sem intermediários bancários, com a grande vantagem de transações comerciais sem pagamento de taxas às instituições do mercado financeiro.

Outro grande diferencial relacionado ao comércio eletrônico chinês é a logística: geralmente as compras realizadas na internet são entregues no mesmo dia, sendo enviadas de diversas maneiras: transportadora, bicicletas, lambretas, carros, entre outras formas.

- **Inteligência Artificial (IA)** - A evolução é enorme em relação à IA; o verdadeiro “negócio da China” é inovar nessa área. Segundo líderes chineses, eles vêem a Inteligência Artificial como a chave para tornar a China um “poder econômico” e o país investirá ainda mais no desenvolvimento de habilidades e recursos de pesquisas acadêmicas para alcançar “grandes avanços” até 2025 e tornar a China um líder mundial em 2030.

Até início de 2019, a FCamara deve iniciar a comercialização no Brasil dessas novidades.

Prefeito italiano envia camisa de time para fã brasileiro

O prefeito de Gubbio, na região central da Itália, Filippo Mario Stirati, enviou nesta quarta-feira (29) uma camisa do Gubbio a um jovem torcedor do clube “rossoblu” que mora no Brasil, após o pai do garoto ter mandado uma comovedora mensagem ao mandatário da cidade. De acordo com o e-mail enviado a Stirati, o pai do jovem afirmou que mora atualmente na Bahia, e seu filho, Ronald, de 14 anos de idade, é um torcedor apaixonado pelo Gubbio.

No entanto, ele afirmou que está passando por uma crise financeira e pediu para que o prefeito da cidade o ajudasse a conseguir uma camisa do clube para presentear seu filho. Ainda segundo o pai do garoto, eles já viveram por um tempo em Gubbio, mas precisaram voltar ao Brasil por estarem enfrentando dificuldades financeiras na Itália.

“Eu gostaria que você me ajudasse a realizar um sonho antigo, porque, no dia 30 de setembro, meu filho fará 15 anos de idade e para mim é um momento muito especial. Luto para dar ao meu querido Ronald uma vida melhor e eu gostaria de entregar um presente, mas não tenho muitas possibilidades econômicas. Eu queria ter uma camisa oficial e um shorts do ‘Gubbio Calcio’ com o nome do meu filho, que sempre foi muito apaixonado por este



A equipe do Gubbio milita atualmente a Série C do calcio.

time”, escreveu o pai de Ronald.

Ao receber a mensagem, Stirati disse ter ficado “impressionado” com a história e prontamente garantiu o uniforme do clube, enviando as peças ao Brasil. “Fiquei profundamente impressionado com esta história simples e profunda. O contato com os acontecimentos humanos, neste caso como em outros, é um dos aspectos mais

tocantes em realizar a tarefa de ‘primeiro cidadão’, especialmente quando você pode resolver problemas grandes e pequenos”, declarou Stirati.

A modesta equipe do Gubbio milita atualmente a Série C do calcio e, apesar de nunca ter disputado a elite do futebol italiano, chegou a jogar em duas ocasiões a Série B (ANSA).