

As 1001 utilidades do profissional da Tecnologia da Informação

Daniel Cunha Barbosa (*)

Ameaças digitais estão em constante desenvolvimento. São golpes aplicados por e-mail, mensagem, telefonema e inúmeras invasões a dispositivos pelo mundo

Diante disso, equipes de TI de diferentes empresas trabalham arduamente pela melhoria nos sistemas de segurança corporativos para que os clientes possam usufruir de todos os benefícios das tecnologias e não estejam expostos às ameaças.

Mas, ainda que o nosso trabalho seja imprescindível para que haja uma boa experiência durante a navegação por exemplo, há quem tenha ficado com uma ideia primitiva de que profissionais dessa área possuem como atribuições apenas a instalação de impressoras e formatação de computadores, conhecimentos imprescindíveis para o bom funcionamento de muitos ambientes, mas apenas uma pequena (bem pequena mesmo) parcela de um todo.

Eu sei que você provavelmente já teve esse pensamento. A maioria de nós teve, é verdade. Mas isso porque, nos idos dos anos 1990, quando a internet chegava para inovar as rotinas de trabalho, lazer e tudo ao nosso redor, eram poucas as pessoas que possuíam conhecimento suficiente sobre essa “nova” área, a tecnologia da informação, e atividades como essas foram atribuídas aos profissionais que eram capazes de exercê-las.

De lá para cá, o profissional de TI passou a ser cada vez mais requisitado nas empresas. Fomos responsáveis por implantações de sistemas robustos para dife-

rentes áreas de atuação profissional. Revolucionamos a maneira como o mundo faz compras, conversa com os amigos, assiste a um filme ou estuda.

O que seria de todos nós, em pleno 2020, vivendo em um cenário de pandemia, se não fossem as “invenções” e aprimoramentos de dispositivos feitos por equipes de TI? Há aqueles que preferiram seguir pelo caminho do desenvolvimento de aplicativos, sites e outras ferramentas usadas no dia a dia.

Também existe a parcela de profissionais que vibra com a criação de peças e dispositivos palpáveis que podem gerar ainda mais facilidade na vida de quem os adquire. E, mesmo sem sermos muito mencionados por aí, também estamos aqui: os pesquisadores. Somos nós que costumamos identificar, mais facilmente, possíveis ameaças que podem colocar a sua privacidade em grande risco.

E, a partir disso, trabalhamos em conjunto com os demais profissionais para oferecer aquele produto que vai garantir sua segurança para que você aproveite as funcionalidades do seu dispositivo tecnológico favorito. Fato é que, dentre as 1001 possibilidades das quais dispomos, é importante compreender a nossa função para além do técnico, mas também social.

Só assim é que vamos, aos poucos, proporcionar um ambiente mais adequado e seguro para todos. Por isso, a constante qualificação e valorização desses profissionais é fundamental para o melhor desenvolvimento de recursos e conscientização sobre a segurança digital.

(*) - É especialista em segurança da informação da ESET no Brasil (<http://www.eset.com.br>)

Marketing de influência: como as comunidades potencializam as marcas

A oportunidade de criar uma proximidade maior com os clientes é um dos pontos que mais chama atenção das marcas para as comunidades, que também são conhecidas como “Fórum 4.0”

O levantamento do Community Roundtable, que aponta as estratégias de comunidade com um ROI médio de 6.469% para as marcas, é a prova de que esse tipo de ação está em alta entre as empresas.

As comunidades propiciam a troca de conhecimento por meio da produção de artigos, interação rápida, cursos online e se tornou uma oportunidade para o público, influenciadores e marcas conviverem em um ambiente virtual seguro e garante até mesmo uma chance de obter renda e maior faturamento. De acordo com Luciano Kalil, CPO da Squid e especialista em comunidades, essa é uma forma assertiva das marcas entenderem o que de fato os consumidores estão buscando.

“Para se aproximar dos seus clientes, empresas têm investido na construção de comunidades como um canal direto de relacionamento



É uma oportunidade de gerar conhecimento, além de movimentar o mercado da influência.

com influenciadores e, claro, com o consumidor. Esse canal se torna um ambiente de troca de informações e também para a construção de produtos e serviços que tenham a cara daquele público, pois quem consome tem esse canal direto com a marca”, analisa o executivo da empresa líder em marketing de influência e comunidades no Brasil.

Essas comunidades tam-

bém são importantes para que as empresas compreendam quais as necessidades da sua marca e apliquem mudanças em seus serviços ou produtos. É como se fosse um novo FAQ, em que as principais dúvidas dos usuários são esclarecidas e a partir disso, é possível realizar mudanças que aproximem ainda mais aquela empresa do público final.

No mundo, essa solução já

é a realidade de muitas empresas. A Lego, por exemplo, criou uma comunidade para os amantes da marca. Lá, os consumidores conseguiram propor novas soluções, votar em seus favoritos e enviar feedbacks. As ideias mais populares se tornam produtos e o idealizador do projeto ganha um percentual das vendas. A plataforma agrega mais de 1 milhão de inscritos.

“Aqui no Brasil, a Squid lançou o (<http://clubedainfluencia.com.br/>) e já possui mais de 40 mil inscritos. Nesse espaço, os criadores de conteúdo ajudam os outros de forma colaborativa e encontram na plataforma cursos que proporcionam a profissionalização de influenciadores digitais. É uma oportunidade de gerar conhecimento, além de movimentar o mercado da influência”, explica Luciano Kalil.

Fonte e mais informações: (www.squidit.com.br).

Plataforma Os Leiloeiros visa acabar com as fraudes do setor

A pandemia do Coronavírus, que começou em março, aumentou as compras e operações realizadas pela internet. Um dos setores atingidos, foi o de leilões virtuais. As vítimas fazem seus lances e acreditam estar comprando bons produtos por excelentes preços, porém acabam pagando por bens que não existem e que nunca irão receber.

Pensando em acabar com essas fraudes, Ronaldo Santoro, Founder e Head da Produtos Digitais e Tecnologia da Rede Bom Valor, lançou Os Leiloeiros, plataforma e rede social que visa trazer mais força, presença e relevância para todos os leiloeiros oficiais e casas leiloeiras. A ideia é conectar todos os envolvidos na cadeia de leilões, proporcionando sinergia e ações positivas em conjunto, além de evitar fraudes.

Ao acessar a plataforma, o interessado irá encontrar uma base pública nacional completa de leiloeiros oficiais e rurais, uma relação atualizada das casas leiloeiras no Brasil, tudo ali-



A plataforma está empenhada em trazer união e protagonismo para a classe.

mentado e gerido por eles próprios e com total garantia de autenticidade. A plataforma também oferece uma busca por endereço dos sites dos leiloeiros oficiais ou das casas leiloeiras com o objetivo de alertar quanto à segurança e idoneidade. Este serviço e o conjunto de dados e informações disponibilizados

são fundamentais para compradores de leilão de todo o Brasil.

“A plataforma é viva e dinâmica e está empenhada em trazer muito mais união e protagonismo para a classe. Os dados e as informações são autênticas, confiáveis e transparentes, garantidas pelo uso da identidade digital da Original My e pela tecnologia Blockchain. Queremos que todos os leiloeiros do Brasil tomem posse do seu perfil na plataforma, que ocupem este espaço que foi feito para eles”, afirma Santoro.

Em tempos de Prêmio Nobel de Economia dado para autores e estudos voltados para o leilão, suas enormes possibilidades e seus efeitos, penso que Os Leiloeiros têm uma grande contribuição a dar para a classe e para a sociedade. “Não podemos deixar de mencionar o momento e o contexto atual, ou seja, o de sites de leilões falsos ou clonados”, conclui. Para saber mais, acesse: (www.osleiloeiros.com.br).

O que o contador em início de carreira poderá encontrar na pós-pandemia

Iniciar a carreira em qualquer área não é tarefa das mais fáceis, muito menos em meio a uma pandemia mundial, em que tudo está se transformando e se reinventando. O que será da sociedade, profissões e empresas pós-pandemia? Isso ninguém sabe ao certo, mas alguns profissionais mais experientes podem antever algumas situações e orientar quem está iniciando na sua área.

O contador e conselheiro do Conselho Federal de Contabilidade (CFC), Adriano Marrocos, explica sobre as grandes mudanças que já estão acontecendo, como por exemplo as reuniões virtuais. “Na nossa empresa, em 2005, adquirimos microfones, fomos nos clientes, e os instalamos nos computadores para reuniões via Skype. Foi um desastre. Nenhum cliente aceitou e preferia continuar no presencial. Agora, essa é uma mudança que veio para ficar”, avalia.

Marrocos alerta também aos estudantes para terem cuidado com o que estamos vivendo hoje o “boom das dicas”, seja de todos os tipos. “Muitos profissionais querem aparecer da noite para o dia, só com nova roupagem, mas conteúdo velho. Vi muitos colegas auditores tentando emplacar nessa onda, mas sem êxito, porque a bagagem continua e sempre será mais importante, porém a oratória e o discurso vem ganhando. É impor-



Um dos pontos mais importantes é a necessidade de atualização frequente.

tante saber distinguir os que têm conteúdo para poder acompanhar, se quiser se espelhar na profissão”, ressalta.

Um dos pontos mais importantes é a necessidade de atualização frequente. Na contabilidade, as novidades geralmente vêm com novas leis, programas de governo, medidas provisórias. “O profissional que não estiver conectado com essa realidade dificilmente se sairá bem na profissão. Outro ponto fundamental para o contador é a especialização em alguma área. Não adianta querer ser ‘generalistas’, porque não teremos sucesso; é preciso ser especialista em algo”, pondera.

Quanto às tecnologias, o conselheiro do CFC alerta que qualquer

assunto em relação a isso precisa ser tratado e entendido com normalidade – aceitar o novo – e que a inteligência artificial veio para ficar e ser parceira, e não para tirar “empregos” das pessoas. “Precisamos oferecer aos clientes um esclarecimento do nosso trabalho, e cada vez mais sermos consultores e menos operacionais”.

Por fim, o contador incentiva que os novos profissionais devem ser inovadores, sendo disruptivos ou não, e ressaltou algumas características essenciais para o profissional contábil: ter capacidade técnica, argumentação sólida, espírito consultor, saber trabalhar em equipe, possuir formação multidisciplinar, dominar as tecnologias e o atendimento ao público (Fonte: CFC).

Os limites para o home office saudável

Uranio Bonoldi (*)

O home office já estava sendo implementado pelas empresas de diversos setores, principalmente para funções que claramente não exigiam a presença física do funcionário no local - uma forma de economia de tempo, espaço e dinheiro, tanto para a companhia, quanto para os colaboradores. Agora, com a possibilidade desse modelo de trabalho se tornar definitivo para muitas empresas, o Ministério Público do Trabalho (MPT), propôs a intensificação na fiscalização das novas recomendações para home office.

Entre as recomendações, está o ponto sobre a ética digital, - respeito ao relacionamento com os trabalhadores, preservando intimidade, privacidade e segurança pessoal e familiar. Essa é uma das principais observações para jornadas de trabalho saudáveis: respeitar os limites entre trabalho e vida pessoal é sem dúvida fundamental. Tais recomendações, a princípio, devem garantir que o colaborador tenha sua saúde emocional preservada, trazendo mais produtividade.

Porém, é importante ressaltar que os horários, prazos e entregas precisam ser cumpridos por ambas as partes. O trabalho remoto também está mudando as formas de interação entre em-

presas e colaboradores. Com as vídeochamadas mais frequentes, o profissional deve se preocupar em estar em um local que represente um espaço de trabalho e em se vestir de maneira apresentável para imprevistos que possam acontecer, como aquela call surpresa do chefe.

A comunicação com a equipe remota precisa ser mais clara e objetiva possível, sendo o ideal que as reuniões sejam agendadas previamente ou já tenham um horário fixo acordado para evitar constrangimentos de ambas as partes. Se tratam de novas formas de relacionamento a distância que devem ser exercitadas para o bom convívio entre colaboradores e líderes.

É importante lembrar que o home office veio para facilitar o processo de trabalho, então, quanto mais benefícios esse método agregar, mais ele será incorporado ao dia a dia das empresas - o que pode contribuir para a redução de custos e despesas da organização pela eficácia que o processo pode proporcionar ao dia a dia de trabalho.

Melhor: economia e eficácia, podem ser revertidas na capacitação do colaborador e no crescimento da própria empresa.

(*) - Atua como executivo e também como professor para turmas de MBA na Fundação Dom Cabral, é palestrante e escritor (www.uraniobonoldi.com.br).