

OPINIÃO

Educação: a vacina mais eficaz contra fake news

Milena dos Passos Lima (*)

Checar a autoria, data, origem da informação, bem como a credibilidade da fonte.

Tudo isso está sempre ao alcance de um clique para quem recebe - e compartilha - fake news. Basta pesquisar no Google o título da mensagem acompanhado da palavra "boato". Facilmente a pessoa vai encontrar conteúdos que podem confirmar se a informação contida no material é verdadeira ou falsa. E por que as pessoas resistem em fazer isso? Diversos fatores e inúmeros respondem a essa pergunta.

A alta taxa de analfabetismo no Brasil (11,5 milhões de pessoas, segundo o IBGE) faz com que as pessoas estejam suscetíveis a receber uma informação, não compreendendo-a corretamente e repassá-la apenas por não saber interpretar um texto. Dados da Kaspersky mostram que 16% dos brasileiros desconhecem completamente o termo fake news e 62% não sabem reconhecer uma notícia falsa.

Os últimos números do Pisa mostram ainda que apenas 2% dos estudantes brasileiros são capazes de compreender textos longos, lidar com conceitos abstratos e estabelecer distinções entre fato e opinião, com base em pistas implícitas relativas ao conteúdo ou fonte das informações. Seria fácil ficar aqui apenas apontando as causas pelas quais as fake news se tornaram uma das maiores pragas da era moderna.

Mas é mais produtivo destacar como essa batalha deve ser travada. Afinal, como saber identificar - sem precisar recorrer ao Google - que um discurso, apesar de atraente, pode ser mentiroso? Como diferenciar uma informação falsa de outra verdadeira? Isso só é possível com o desenvolvimento de senso crítico e da capacidade de analisar situações complexas. E só conseguiremos que gerações inteiras sejam capazes de desenvolver esse tipo de competência a partir do momento que treinarmos nossas crianças e jovens para exercitarem o domínio da leitura e da escrita.

Não por acaso, a BNCC já incluiu a abordagem na grade curricular brasileira, o que deverá permitir a construção

de uma aprendizagem sobre o que é e como se produz a informação, com o objetivo de combater a desinformação. Leitores mais críticos estarão mais preparados para evitar as armadilhas das fake news.

A escola deve oferecer uma preparação que permita ao aluno analisar situações complexas, que desenvolva a capacidade de olhar uma informação e fazer uma interpretação correta, de enxergar o que está por trás dessa notícia, o que ela reflete, qual a influência do contexto, da cultura local e a quem ela interessa. Um dos desafios da Educação como um todo é garantir que o aluno adquira a capacidade de ter diferentes olhares sobre um mesmo assunto e, para isso, precisamos envolver todas as áreas do conhecimento.

E para que a Educação consiga formar cidadãos com independência e senso crítico para decidir sobre o consumo de qualquer tipo de informação, esse trabalho precisa ser iniciado desde cedo, já na infância. A Educação Midiática deve ser introduzida nas escolas já nos níveis iniciais de ensino. O ideal é trabalhar essa abordagem em todos os níveis, promovendo uma construção - permeada tanto pela análise dos meios de comunicação, das diferentes mídias, como também por um aprendizado mediado pela tecnologia.

A reforma do Ensino Médio vem para somar esforços nessa batalha, tornando possível fazer um trabalho ainda mais aprofundado. O Novo Ensino Médio amplia o tempo mínimo do estudante na escola de 800 para 1.000 horas anuais e define uma nova organização curricular, mais flexível, e ainda oferece diferentes possibilidades de escolhas aos estudantes, os Itinerários Formativos, com foco nas áreas de conhecimento e na formação técnica e profissional.

Por isso mesmo, é tão importante que essa reforma seja implantada o quanto antes pelas escolas. Numa guerra na qual a falta de educação midiática significa a perda de oportunidades e participação social para milhares de alunos, não se pode perder tempo.

(*) - É coordenadora editorial do Sistema Positivo de Ensino.

Cuidado com o excesso de informação que pode virar doença

O meio digital é bombardeado com informações de todos os lados diariamente, seja nas redes sociais ou nos diversos sites disponíveis. Em meio aos excessos, saber se comunicar de maneira eficiente e estratégica é o que traz resultados perceptíveis, já que a comunicação é uma habilidade essencial que está cada vez mais requisitada. Esse é o grande desafio da era da informação, dialogar e ser ouvido apesar dos múltiplos estímulos. Também é tema da turma 2 do programa 3Ps da Comunicação: Preparação, Prática e Presença, evento online que terá mais de dez horas de aulas ao vivo.

Segundo Vivian Cristina Rio Stella, doutora em Linguística pela Unicamp, idealizadora do curso dos 3Ps e autora do livro "Comunicação

Eficiente" (Editora ABERJE), as pessoas acreditam que se comunicar bem é falar corretamente a gramática, mas isso é um mito. "Eu procuro trabalhar a estratégia de comunicação, a abordagem do tema e o storytelling, como construir histórias que façam sentido", explica.

Os participantes da segunda turma do programa 3Ps da Comunicação, que terá início no próximo dia 01 de fevereiro, ganharão um exemplar da obra "Comunicação Eficiente". O curso também contará com ebooks, vídeos, desafios e aulas extras para complementar o processo de aprendizagem (https://www.sympla.com.br/3ps-da-comunicacao-preparacao-pratica-e-presenca-turma-2_1077245).

Sempre existirá uma digital no mundo digital

Nos últimos tempos, a Neo vem transformando o mercado de tecnologia. Temos investido na compra de startups, na pesquisa e no desenvolvimento de novos produtos e, acima de tudo, temos dedicado incansáveis esforços para levar inovação aos nossos clientes.

Ana Alice Limongi (*)

Mas, se hoje somos reconhecidos como especialistas na criação de produtos digitais e eficazes em apoiar nossos clientes em seus processos de transformação digital, isso se dá porque investimos em pessoas com a mesma intensidade com que investimos em tecnologias.

Por mais que a Neo seja uma empresa digital, não descuidamos do nosso capital humano, sem dúvida o nosso maior patrimônio. Fala-se muito que por trás de um CNPJ há vários CPFs, e no contexto de empresas que trabalham com tecnologia, prefiro dizer que sempre existirá um ser humano com as habilidades e impressões digitais trabalhando pela evolução do mundo dos negócios conectados.

É fato que pessoas são onipresentes em qualquer contexto, sob qualquer aspecto. E o meu desafio, enquanto líder de pessoas em uma empresa de tecnologia, é executar processos da melhor forma possível - afinal, quando há uma boa condução do material humano, naturalmente alcançamos o melhor resultado. Para inovar, é preciso liderar bem a rede de colaboradores - e quem não sabe gerir bem deixa um legado ineficiente. Quem deseja se posicionar como referência, como uma empresa de ponta, e ter uma equipe de alta perfor-



Ana Alice Limongi

mance, precisa saber comandar. Indo além, considero que as atitudes de quem não sabe gerir bem são incoerentes com as práticas de transformação digital, isso porque precisamos de pessoas no processo de transformação.

Nesta equação que engloba tecnologia, processos e pessoas, somente as pessoas se superam e é preciso assimilar isto para alcançar um equilíbrio, já que a tecnologia e os processos dependem

naturalmente do comando de pessoas para se desenvolver. Por isso, é preciso realizar um trabalho interno de conscientização, a fim de garantir o protagonismo das ações, bem como destacar para o público externo a importância de cada um dentro dos processos, a fim de valorizar o trabalho entregue.

Tendo isso em mente, o núcleo de Desenvolvimento Humano e Organizacional da Neo preparou um book com todas as nossas ações e as verticais de negócios em formato de retrospectiva, com informações relevantes sobre cada campanha. O resultado: conseguimos levar aos nossos clientes o que fazemos, como fazemos e porquê fazemos. Mostramos a eles a importância do investimento em pessoas, que é realizado com a mesma intensidade com que investimos em novas tecnologias. E a maior prova disso é que abrimos mais de 6 mil postos de trabalho só no ano de 2020.

Iniciamos 2021 com uma estratégia focada em nossa equipe, para sustentar a curva de desenvolvimento. E seguimos acreditando que máquinas não existem sem pessoas, que os humanos cada vez mais não existem sem tecnologia e que a Neo, por mais digital que seja, é formada acima de tudo por pessoas.

(*) É diretora de Desenvolvimento Humano e Organizacional da Neo.

BPO financeiro: transparência absoluta e controle do cliente

As inúmeras vantagens do BPO financeiro são inquestionáveis para empresas de todos os portes, mas especialmente para pequenos e médios negócios. Além da transferência da operação financeira diária, com garantia de execução eficiente e assertiva, com redução de custos, é preciso lembrar que o controle por todo o trabalho realizado continua com a empresa.

Isso porque, além de toda prestação de contas que deve ser realizada pelo parceiro, o empresário tem total autonomia para acessar os dados bancários e o sistema utilizado. O foco aqui é que o responsável pelo BPO atue na operacionalização do departamento financeiro, incluindo todas as rotinas realizadas diretamente pela empresa.

Por meio de relatórios gerenciais mensais, a empresa que conta com o serviço de BPO consegue ter a visão clara sobre toda a movimentação financeira do negócio. Cada item é dividido entre despesa, custo, investimento e ter esse panorama auxilia na visualização de caminhos e perspectivas e na tomada de decisão.

No dia a dia, é importante que o empresário exerça a liderança sobre o projeto. Deve ser permitido a ele



Janaina Furquim

que acompanhe o trabalho por meio de aplicativos de mensagens, e-mail, ligações ou reuniões online para alinhamento de pontos de melhoria, particularidades, definição de rotas e responsabilidades. O empresário tem total acesso às informações da área e recebe as conciliações bancárias para validação das classificações. Recebe ainda o fluxo de caixa, para que tenha ciência do que será pago futuramente.

Ao time de BPO financeiro caberá assumir responsabilidades do setor, resolvendo problemas e sugerindo mudanças que resultem em economia financeira para a empresa. Além disso, o próprio sistema do BPO já permite considerável economia de tempo, já que utiliza metodologias modernas e ágeis, e

de materiais, por priorizar o ambiente digital em 100% do trabalho. Todas as operações são realizadas com autorização prévia da empresa. Mesmo que os pagamentos sejam efetuados por esse time, cabe ao empresário dar a autorização master para que sejam consolidados.

Vemos, no mercado, muitos empresários insatisfeitos com o trabalho realizado em sua área financeira. A reclamação a respeito da falta de transparência sobre o que é operado pela área é frequente, o que leva à sensação de perda de controle.

Mas é importante destacar que é possível ganhar, além da clareza sobre as transações realizadas, agilidade e eficiência, com redução de custos. Isso porque a contratação do BPO financeiro pode ser até 50% mais barata que a manutenção de um profissional interno neste departamento.

No final das contas, ao conhecer a terceirização financeira, o empresário sente-se confortável com o que é executado e passa a enxergar outras vias de atuação, aumentando o tempo em que foca em seu core business.

(Fonte: Janaina Furquim é contadora, administradora de empresas e diretora da HUB Assessoria Financeira Digital).

News @TI

Área de Clientes e Digital da Porto Seguro tem vagas abertas

A área de Clientes e Digital da Porto Seguro está com vagas abertas para quem deseja atuar com inovação e ajudar a companhia nos seus mais diversos desafios, pensando sempre na experiência do consumidor. Ao todo, são 34 posições disponíveis para início imediato na matriz da companhia, localizada no bairro Campos Elísios, em São Paulo - neste momento com atuação via home office. As inscrições já estão abertas e acontecem no site da Porto Seguro, onde os interessados também encontram mais detalhes sobre as oportunidades. O processo seletivo envolverá testes e entrevistas com líderes da área. Entre as posições disponíveis estão Scrum Master, UX/UI e UX Research, PM, PO, UX Research Lead, Analytics Lead e Teach Lead. As inscrições são realizadas pelo link https://www.portoseguro.com.

br/gerenciadorinterfaceweb/rh_detalle_vaga.do?id=5fd9bda4943f0c1a6485bab4&flagElo=true.

Aplicativo facilita a vida das oficinas na hora de contratar profissionais

No ar desde o início de dezembro, o aplicativo MundoficinaAPP conecta oficinas automotivas com profissionais autônomos ou desempregados desse setor. O objetivo é facilitar o processo de contratação para serviços pontuais, centralizando a busca da oficina por esses profissionais sempre que uma demanda de serviço traga essa necessidade. Ao mesmo tempo, é uma vitrine para mecânicos, funileiros, pintores e outros produtivos desse segmento. O aplicativo está disponível para ser baixado gratuitamente no Google Play e na App Store.