

OPINIÃO

Perda de recursos hídricos. Não é bem assim

Alysson Diógenes (\*)

Recentemente, a imprensa repercutiu a notícia de que o Brasil perdeu 15% dos seus recursos hídricos em 30 anos.

Isso significa uma perda de quase o dobro da superfície de água de todo o Nordeste, de acordo com estudo inédito do MapBio-mas – grupo de pesquisadores com muita credibilidade e correto em seus dados e conclusões. Por outro lado, faltou apresentar algumas informações históricas, sem as quais esse dado sobre a perda dos recursos hídricos fica descaracterizado, como o do crescimento populacional.

Desde a década de 1990, a população brasileira saltou de 150 milhões de habitantes para 211 milhões, um aumento de 40%. População que tem muitas necessidades no dia a dia: comida, bebida, deslocamento, habitação e lazer. Coisas simples, mas que necessitam de recursos. É, no mínimo, simplista apresentar esse dado e ignorar nosso histórico. Há alguns anos vivemos crises energéticas.

No governo FHC, em 2001, por exemplo, houve uma delas. No governo Dilma, mais uma crise, dessa vez, por causas diferentes. A população e, em especial, a indústria precisam de energia. Muito se critica as recentes obras para geração de energia no rio Madeira e no rio Xingu, mas é mais desejável construir hidrelétricas do que acionar as geradoras termelétricas.

Mas, alguém há de questionar. E as energias alternativas? Solar e eólica, as mais difundidas. Elas não são opções viáveis, por acaso? A resposta é que ambas têm um custo de operação muito maior do que as fontes citadas, as hidrelétricas. No entanto, o mesmo brasileiro que deseja o meio ambiente preservado, não se dispõe a pagar mais na conta de energia.

Outro dado relevante é que na década de 90 as fronteiras do Brasil eram fechadas para o comércio exterior. Mas o governo Collor participou do movimento mundial que ficou conhecido como globali-

zação, trazendo grande desenvolvimento à nossa agricultura e pecuária. Parece outro mundo, mas foi apenas 30 anos atrás. E, é claro, isso teve consequências. Cerca de 70% da água que é consumida no país é para irrigação e outros 10% para consumo animal.

Mais do que alimentar a população brasileira, somos grandes exportadores de soja e milho, além de carnes de frango, suína e bovina. Com esses dados, nota-se um conflito que, esse sim, deve ser abordado. A presença humana é prejudicial ao meio ambiente. E o que é possível fazer? Alguns exemplos: o governo federal, por meio do Ibama, pode aumentar a fiscalização e multar os infratores da legislação ambiental, incentivando-os a respeitar as leis.

O Judiciário, em todas as suas instâncias, não deve anular essas multas por qualquer motivo. O produtor que respeita as leis deve ser premiado por sua boa conduta. Prefeituras e estados devem fazer cumprir seus marcos de saneamento e parar de poluir os rios com esgotos e de autorizar construções em áreas de preservação. Na outra ponta, o cidadão que pode e deve adotar práticas sustentáveis de vida, que sabemos, são mais caras, mas garantem um futuro melhor para as próximas gerações.

Entre as mudanças de comportamento, está o consumo de produtos com selos de sustentabilidade, como o da Rainforest Alliance, que certifica: a prática de agricultura foi sustentável. Nem falarei em usar transporte público, e modais alternativos, como a bicicleta. Se apenas reduzirmos o desperdício de água e de energia elétrica, já será bastante significativo.

Há muito trabalho a ser feito, mas, certamente, as ações renderão frutos – entre eles, inclusive, retorno financeiro. Mas, uma coisa é certa: com ações como as citadas, um futuro mais sustentável estará garantido para as próximas gerações.

(\*) - Engenheiro eletricista, doutor em Engenharia Mecânica (UFSC), é professor do Mestrado e Doutorado em Gestão Ambiental da Universidade Positivo (UP).

Atleta das redes: como a internet potencializa financeiramente a carreira de jogadores?

O Cristiano Ronaldo tem 3.146. O Neymar mais de 5 mil. O Messi não fica para trás, mais modesto que os companheiros, o argentino já acumula 779.

Você deve estar se perguntando a que se referem os números: salários, bonificações por alguma ação de marketing? Nada disso. Os dígitos correspondem ao número de postagens que cada atleta tem no Instagram. Pode parecer uma informação insignificante, afinal, o que importa mesmo é a quantidade de seguidores que cada um acumula, correto?

Nem sempre! Uma lista divulgada recentemente pela Hopper HQ (empresa especializada em marketing e mídias sociais), mostrou que o valor cobrado pelos jogadores por cada publicação na rede social pode chegar a US\$ 1,6

milhão (cerca de R\$ 8,4 milhões).

O atacante português é lidera a lista com o valor de US\$ 1,6 milhão, seguido de Messi, com US\$ 1,16 milhão por postagem. Já o Neymar pode cobrar até US\$ 824 mil por cada publicação.

Para o empreendedor e CEO da agência de marketing A5Mídias, Aldrin Nery, os valores mostram a importância das redes sociais atualmente e revelam que a presença virtual é fundamental, independente da profissão.

“O futebol já deixou há muito tempo de ser apenas dentro de campo.

Antes era só publicidade convencional, de TV e revistas. Mas as marcas e empresas estão mostrando que redes sociais podem ser uma terra valiosa para gerar lucros de forma democrática, rápida e de alcance incalculável”, afirma.

Como a LGPD afeta os comerciantes?

Muito se tem ouvido falar sobre a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). E como será que fica essa questão agora na Black Friday?

Rubens Leite (\*)

Com a chegada da pandemia em 2020, o comportamento dos consumidores mudou e agora a preferência é realizar compras pela internet. Para se ter uma ideia, de acordo com uma pesquisa recente encomendada pelo Google e realizada pela Provokers, 40% dos consumidores pretendem comprar na Black Friday exclusivamente de forma digital este ano.

Com essa tendência, os consumidores precisam ficar por dentro dos seus direitos garantidos pela LGPD, que traz a obrigação das empresas de criar um sistema de proteção das informações pessoais dos consumidores, que geram a possibilidade de identificação das pessoas. Isso é um direito à privacidade. Quando falamos das relações de compra e venda existe um detalhe que o consumidor tem o direito de saber: qual a finalidade do uso dos seus dados pessoais, como vai ser usado, quais os mecanismos de proteção que a empresa oferece - é um dever da organização criar esse sistema de proteção e avisar de alguma forma o seu cliente.

Exemplificando na prática o que eu quis dizer acima, alguma vez você foi ao shopping trocar uma mercadoria que ganhou de presente e o vendedor exigiu que você fizesse um cadastro só para realizar aquela troca? Quando isso acontecer, é preciso ter em mente que a loja deve dizer para que eles precisam dos seus dados - nem que seja para enviar novidades sobre os produtos ou descontos por email (o famoso e-mail marketing), mas você precisa saber qual a finalidade daquilo.

Essa atenção deve ser redobrada em uma época como a Black Friday, onde o consumo de mercadorias tende a aumentar. As empresas precisam se preparar para a data, e informar seus consumidores sobre a finalidade da



Rubens Leite

coleta de dados pessoais e o mesmo precisa se atentar e decidir se quer ou não informar os seus dados. Caso contrário, isso pode gerar um problema judicial.

Como o consumidor pode se proteger?

Antes de efetuar uma compra online, o consumidor deverá verificar se o site oferece informações sobre a empresa, se tem certificado de segurança, se possui telefone para contato caso dê algum problema com a compra, que são direitos clássicos. Em casos de problemas com os dados em compras online, a LGPD é aplicada da mesma forma do que em situações de compras presenciais: a empresa vai exigir somente os dados necessários para a realização da venda e demonstrar qual é a finalidade de uso desses dados. Tudo isso tem que ser mostrado na hora do preenchimento do cadastro.

A Lei está em vigor desde agosto de 2021

Apesar das penalidades da lei terem entrado em vigor apenas no dia 01 de agosto de 2021, já existem casos em que o direito do consumidor permite a aplicação de uma multa, no momento em que há uma denúncia de uma empresa que utilizou os

dados de alguma forma sem avisar, com fundamento no direito do consumidor.

Podemos citar como um exemplo recente o caso da construtora Cyrela, em que uma consumidora recebeu uma ligação indesejada de uma empresa oferecendo serviços de decoração. A moça havia acabado de comprar um imóvel da construtora e esse contato estava vinculado à empresa, ou seja, a Cyrela compartilhou os dados pessoais da consumidora com a empresa de decoração, sem pedir permissão. O caso finalizou na justiça com uma indenização de 10 mil reais.

Portanto, a LGPD tem um papel muito importante na proteção de dados pessoais. Sabemos que hoje em dia, com a tecnologia, está cada vez mais fácil o uso de dados para aplicação de golpes. A Black Friday é um momento de consumir com prazer, sem preocupações, mas para isso requer uma atenção dobrada de quem está comprando e, por outro lado, um reforço maior de proteção da parte das empresas com os seus consumidores, a fim de estar em conformidade com a lei.

(\*) É advogado e sócio-gestor da RGL Advogados.



News@TI

ricardosouza@netjen.com.br

Johnson & Johnson abre inscrições para programas de estágio e trainee 2022

A Johnson & Johnson, maior e mais diversificada companhia de saúde do mundo, anuncia a abertura das inscrições para os seus programas de estágio e trainee 2022. Este ano, o processo seletivo será 100% online e as vagas abrangem três segmentos: Consumer Health, Janssen Farmacêutica e Medical Devices. As inscrições ficam abertas até 08 de outubro de 2021. A divisão de Consumer Health leva saúde e inovação às pessoas no mundo todo, por meio de suas marcas icônicas, estando presente na vida das pessoas desde o nascimento. Já a Janssen, braço farmacêutico da companhia, usa a ciência e a tecnologia para combater doenças nas áreas de imunologia, oncologia e hematologia, neurociência, doenças infecciosas e vacinas, entre outras. Por fim, a divisão Medical Devices é responsável por desenvolver dispositivos médicos inovadores, além de contribuir para sustentabilidade dos sistemas de saúde (https://bit.ly/trainee2022).

Conexão Plano&Plano, tecnologia que auxilia as atividades dos corretores

A construtora e incorporadora Plano&Plano, uma das maiores do país, desenvolveu uma plataforma para reunir todas as informações necessárias para comercialização de seus empreendimentos. O Conexão Plano&Plano, um facilitador no trabalho dos consultores e corretores, funciona 24 horas por dia, e concentra tudo que é importante para os negócios: materiais especialmente criados aos corretores, material de marketing e vendas entre outros, tudo organizado de forma prática e de fácil acesso. Em constante atualização, hoje a plataforma tecnológica está com mais de 200 mil acessos e conta com uma área de Business Intelligence (BI), capaz de fazer uma análise minuciosa de dados, com a finalidade de proporcionar acesso simples e leitura mais precisa durante a navegação. O Conexão tem uma média de quase 11 mil usuários no mês, mais de 10 mil downloads e 6.300 compartilhamentos. Para acessar a plataforma basta fazer um cadastro simples no site www.planoepiano.com.br/conexao planoepiano e a partir daí já é possível visualizar ficha técnica dos empreendimentos, imagens das plantas, vídeos do andamento das obras, tabelas de vendas e até mesmo as promoções.

Numando: novo trojan tenta roubar dados bancários e afeta principalmente o Brasil

A ESET, empresa líder em detecção proativa de ameaças, detectou um novo trojan bancário direcionado à América Latina que merece um pouco mais de atenção: o Numando, que está ativo desde pelo menos 2018. A ameaça tem sido utilizada constantemente desde que os pesquisadores da ESET começaram a rastreá-la, trazendo novas técnicas interessantes para o conjunto de truques que destacamos sobre o grupo de trojans bancários latino-americanos, como o uso de arquivos ZIP aparentemente inúteis ou o carregamento de payloads junto com imagens em formato BMP utilizadas como isca. Geograficamente, o Numando está focado quase exclusivamente no Brasil, apesar

da circulação de algumas campanhas no México e na Espanha (https://www.welivesecurity.com/br/2021/09/20/numando-trojan-tenta-roubar-dados-bancarios-e-afeta-principalmente-o-brasil/).

Case

Conquistar novos clientes e aumentar as vendas é o desejo de crescimento da maioria das empresas. Um dos grandes desafios para isso acontecer, principalmente quando falamos em vendas B2B, é chegar no tomador de decisão. Essa também era uma dor da Manusis, empresa de tecnologia que oferece soluções para gestão de ativos. Com um sistema de alto valor agregado de investimento, a companhia sentia grande dificuldade de encontrar os responsáveis pelo setor de manutenção nas organizações e, com a ajuda da Ramper - principal plataforma de prospecção digital de vendas do Brasil - passou a conseguir chegar com mais facilidade nesses profissionais (ramper.com.br).

EWZ Capital abre 20 vagas para trainees em São Paulo

A EWZ Capital - assessoria de investimentos filiada ao BTG Pactual - está com 20 vagas abertas para a matriz na capital paulista. As posições são de trainees para atuar na área de assessoria de investimentos. A empresa busca jovens que estejam cursando o nível superior, não sendo exigidos cursos universitários específicos, nem domínio de idiomas. O principal requisito para as vagas é ter perfil empreendedor e ser apaixonado pelo mercado financeiro. Além da remuneração compatível com o mercado, a empresa oferece toda a formação e qualificação dos profissionais para atuar na área de finanças e investimentos. Os interessados em se candidatar devem encaminhar um e-mail para institucional@ewzcapital.com.br.

plataforma capaz de disponibilizar acesso gratuito aos dados do Open Banking

Com a chegada do Open Banking no Brasil, a procura por plataformas eficientes e confiáveis para a consulta de dados financeiros deve se tornar cada vez maior entre as empresas do país. Pensando nisso, a Pluggy (https://pluggy.ai/), fintech acelerada pela Y Combinator, do Vale do Silício, acaba de lançar uma plataforma capaz de permitir acesso gratuito às informações disponibilizadas pelo novo sistema. A plataforma API da Pluggy foi desenvolvida para ser um canal de comunicação estável e seguro entre provedores de serviços financeiros e consumidores, gerando benefícios para todas as partes envolvidas. Oferecida de modo Freemium, ou seja, gratuitamente, mas com a possibilidade de que novas funcionalidades ou recursos adicionais sejam contratados, a nova interface digital surge com o objetivo de contribuir com as atividades desempenhadas por fintechs e corporações do país, oferecendo, sem custo, acesso à API core e ao Sandbox da Pluggy, além de outros benefícios, igualmente gratuitos, como suporte via e-mail, atualização diária de token, um portal para desenvolvedores (https://dashboard.pluggy.ai) e consultorias de negócios voltadas para a discussão de aplicações.