

## OPINIÃO

'Open Election' evitaria  
ficha limpa fake

Alexandre Pegoraro (\*)

Os especialistas repetem que o desenvolvimento de melhores produtos e serviços depende do volume de informações sobre os consumidores.

Argumento é que para criar soluções mais econômicas, eficientes e convenientes é necessário conhecer hábitos, desejos, necessidades, condições financeiras e uma série de outros aspectos relacionados à vida das pessoas. Neste sentido, o Brasil tem acompanhado a tendência mundial e feito esforços para avançar com iniciativas que permitem às organizações saberem praticamente tudo o que querem de seus clientes.

O mercado de crédito, por exemplo, já conta com o Cadastro Positivo, o Open Banking e o Open Finance. Por sua vez, a indústria dos seguros trabalha o conceito de Open Insurance e assim por diante. Seja em qual for o segmento, o compartilhamento de dados é o nome do jogo e a LGPD procura fazer com que a regra seja clara no que se refere às melhores práticas de uso desses dados.

Ocorre que a lógica desse sistema parte sempre da premissa de que os dados das pessoas sejam conhecidos e compartilhados por aqueles que vão tê-las como usuárias de suas criações. No caso da eleição, não é diferente. Os eleitores também serão impactados por aquilo que os parlamentares inventarem ou deixarem de inventar, mas aqui existe uma possibilidade fundamental de inversão de papéis.

Ao invés de ter seus dados à disposição, os consumidores poderiam e deveriam ter a oportunidade de conhecer e compartilhar os dados sobre o histórico e o comportamento dos candidatos. Afinal, é consenso que um dos maiores sinais de loucura é continuar fazendo tudo da mesma forma e esperar por resultados diferentes. Ou seja, manter o formato atual, no qual eleitores sabem dos políticos somente aquilo que eles querem, vai continuar levando o país a ter muitas surpresas negativas.

O conhecimento, por exemplo, de que um determinado candidato havia sido preso por suspeita de venda ilegal de anabolizantes em academias da cidade e que, depois de ter se tornado policial militar, essa mesma

pessoa havia recebido 60 sanções disciplinares, 14 repreensões e duas advertências por comportamento inadequado, provavelmente evitaria o desperdício de energia das últimas semanas, causado porque esse mesmo político assumiu um comportamento e uma defesa de teses não condizentes com o que se espera de um parlamentar.

Quantos casos como esse já aconteceram? Quantos ainda estão para ser descobertos? Até quando esse tipo de erro será cometido? Afinal, assim como existe tecnologia para captar, processar, minerar, orquestrar e extrair de banco de dados as melhores informações sobre consumidores para a criação de produtos e serviços, também existem ferramentas para auxiliar o eleitor a escolher melhor seus representantes.

Durante muito tempo os bancos, financeiras e varejistas contaram com os chamados Cadastros Negativos de crédito, ou seja, um repositório de informações que denunciavam se uma pessoa tinha deixado de pagar alguma conta em algum momento de sua vida. Hoje, além da lista negativa existe ainda a lista positiva.

E no caso dos candidatos? Onde o eleitor pode consultar se existe alguma incoerência entre a realidade do comportamento histórico daquele político e a lista de qualidades que ele apresenta no momento da campanha?

As plataformas de tecnologia especializadas em compliance judicial hoje em dia já são capazes de disponibilizar, a baixos custos, a possibilidade de fazer pesquisas por meio de mineração de dados através de mais de 3.500 fontes, nacionais e internacionais, realizando análises, a partir de Inteligência Artificial para verificação de processos, vestígios de corrupção, lavagem de dinheiro, terrorismo, leis ambientais, crédito e mídia negativa, entregando esse resultado para os clientes em menos de um minuto.

Por que não colocar tudo isso à disposição do eleitor? Será que já não é hora de se falar em 'Open Election' com o mesmo entusiasmo que se fala em Open Finance, Open Banking, Open Insurance e tantos outros opens? Com a palavra as autoridades! Ou será que só os eleitores devem ter seus dados conhecidos e compartilhados?

É CEO da Kronoos  
(<https://kronoos.com/>).

Espaço: aumenta a  
presença da lei

O projeto Artemis da NASA pretende voltar a levar pessoas à Lua a partir de 2025.

Vivaldo José Breternitz (\*)

Preparando-se para esse futuro, foi proposta uma emenda à legislação canadense, que permitiria o julgamento de astronautas do país por transgressões e crimes cometidos na Lua ou em viagem ao nosso satélite.

A ideia básica é que se um astronauta cometer, fora da Terra, qualquer ato que se cometido no país fosse considerado ilegal, ele será responsabilizado nos termos das leis canadenses.

O código criminal do Canadá já considera crimes cometidos por astronautas a bordo da ISS (Estação Espacial Internacional) como puníveis pela lei canadense, mas é interessante notar que o ora proposto fala especificamente da Lua; talvez isso tenha algo a ver com o fato de que na segunda viagem da nave Artemis, está prevista a presença de um tripulante canadense.

Essas novas regras são um passo à frente em relação às normas ora vigentes, delineadas pelas Nações Unidas, que não são atualizadas desde 1967 e que são muito pouco específicas, basicamente prevendo que o tratamento dado a infrações seja feito de acordo com as regras adotadas pelo país de origem do acusado.



cottonbro\_de Pexels\_CANVA

Talvez em breve vejamos outros países seguindo os passos do Canadá, face à provável aceleração da exploração do espaço, porque onde quer que estejam seres humanos, há possibilidade de desvios de conduta. Até na lua.

(\*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de IoT.

Quatro dicas para impulsionar vendas online  
e oferecer uma boa experiência de compra

As vendas online tiveram um crescimento de 12,59% no primeiro trimestre de 2022, na comparação com o mesmo período do ano passado, segundo o índice MCC-ENET. O faturamento do comércio eletrônico no período aumentou 11,02% na mesma comparação. Cresce também o número de lojas online no país. Pesquisa da PayPal Brasil com a BigDataCorp aponta que, em média, 789 novas lojas online foram criadas por dia em 2021 – ao todo, já são mais de 1,5 milhão de lojas virtuais no Brasil.

E na medida em que cresce o volume de e-commerces, aumenta a competitividade no setor e a importância de proporcionar a melhor experiência para o cliente. "Se o seu e-commerce proporciona uma boa experiência de compra, o consumidor vai, com certeza, recomendar a sua loja e, provavelmente, comprar mais vezes. São as experiências positivas, de ponta a ponta, que aumentam as chances de conversão e de fidelização", comenta Rodrigo Schiavini, Diretor de Negócios da SmartHint, o maior e mais utilizado sistema de busca inteligente e recomendação para e-commerce da América Latina, empresa pertencente ao grupo Magazine Luiza.

Rodrigo traz quatro dicas que podem ajudar lojistas a vender mais e a criar uma boa experiência para o público:

## 1. Invista em soluções de logística

O consumidor de hoje, cada vez mais, tem pressa para comprar e também para receber seus produtos em casa. Da mesma forma, espera agilidade e praticidade no atendimento se necessitar de informações para acompanhar o pedido ou fazer alguma troca ou devolução. Há ferramentas disponíveis no mercado que aperfeiçoam essa logística, aprimoram o atendimento e encurtam prazos. De chatbots a plataformas de logística reversa, vale a pena conferir as soluções disponíveis e investir naquelas que podem trazer melhorias e bons resultados.



## 2. Aproveite as datas comemorativas

Impulsionar as vendas online não é algo complicado de se fazer e uma boa tática é aproveitar os feriados e datas comemorativas para divulgar cupons de descontos e promoções válidas por tempo limitado. Com isso, além de acelerar as vendas, o lojista ainda cria uma aproximação com o consumidor, que costuma encarar de forma positiva a oportunidade de comprar itens já desejados em condições mais atrativas. Essa facilidade e atenção também influencia na experiência de compra e pode favorecer a fidelização.

## 3. Explore as redes sociais

As redes sociais são vitrines de vendas e também importantes canais de relacionamento. É importante investir em mídia espontânea e definir estratégias conforme o comportamento do seu público. O Instagram e o Facebook são as plataformas que mais atraem clientes, devido à ferramenta de catálogo que possuem. Mas dependendo do público alvo do seu negócio, outras plataformas também

podem ser interessantes – muitos lojistas estão vendendo pelo TikTok, por exemplo. Além de usar as redes sociais como canal de venda, esses ambientes são ótimos para interagir, gerar identificação, fortalecer a reputação da marca e fidelizar.

## 4. Otimize os mecanismos de pesquisa

Assim como a plataforma da loja precisa ser intuitiva e agradável de navegar, os mecanismos de busca disponíveis também precisam facilitar a jornada de compra e direcionar o consumidor naquilo que ele deseja e necessita. O sistema de busca inteligente e recomendação da SmartHint, por exemplo, tem busca por voz e faz recomendação proativa de forma personalizada e automatizada, ou seja, recomenda ao cliente produtos com maior chance de compra e mais relevantes conforme seu histórico de navegação e seus interesses. Essas e outras facilidades tornam a busca mais ágil e assertiva e, com isso, a experiência de compra fica mais prática, fluida e agradável.

## News @TI

Alper abre inscrições para programa  
de aceleração de startups

A Alper Consultoria em Seguros, por meio do seu braço digital, abre inscrição para a 4ª edição do programa de aceleração de startups. A Alper Digital selecionará cinco startups que irão participar de um programa de 12 meses que tem como objetivo gerar valor por meio de negócios, relacionamento e infraestrutura, sem solicitação de equity. A Alper é referência em soluções de seguros e está sempre na vanguarda, buscando novas maneiras de inovar e trazer tecnologia com ganho de eficiência e escalabilidade no mercado. "Lançar a 4ª edição do Alper Digital é muito importante para nós. Queremos ampliar as soluções digitais aos nossos

clientes, além de incentivar a inovação no mercado. As iniciativas digitais são um importante nicho da companhia, que vem investindo fortemente em serviços e soluções, para transformar o mercado de seguros e as entregas para nossos clientes", explica o CEO da companhia, Marcos Couto (<http://digitalalper.com.br/>).

## Curso de Inclusão Digital para o público 60+

O Centro de Pesquisa e Formação do Sesc realiza, de 21 de junho a 17 de julho, o curso Inclusão Digital 60+: Um direito de todos. Direcionado para o público com mais de 60 anos, o curso visa ao desenvolvimento tecnológico por meio do uso de smartphones, a fim de democratizar o acesso à informação,

auxiliar na inclusão digital e social, proporcionar conhecimentos e facilitar o dia a dia. A partir, de aulas teóricas e práticas, oferece conteúdo desde funções básicas, aplicativos e interações nas redes sociais. Em uma sociedade cada vez mais digitalizada, a participação e o acesso às tecnologias de comunicação da informação (TIC) torna-se essencial para a realização de tarefas cotidianas. O objetivo desse curso é promover o letramento digital do público com mais de 60 anos, visando o fortalecimento de capacidades e o desenvolvimento de novas habilidades para o uso seguro, crítico e consciente da tecnologia. A proposta inicia com a aprendizagem das funções básicas, o uso de aplicativos, e-mail, redes sociais, discussões sobre compartilhamento consciente e termina com a utilização de ferramentas para produção de cartões, convites e álbum de fotos ([sescsp.org.br/cpf/](http://sescsp.org.br/cpf/)).

ricardosouza@netjen.com.br