

COLUNA DO HERÓDOTO

Empresário americano de olho na Amazônia



Heródoto Barbeiro (*)

Um dos homens mais ricos do mundo tem interesse na Amazônia. Ela é uma área que está constantemente no noticiário ambiental e policial.

Há uma devastação em andamento e parte das madeiras nobres é enviada para o mercado norte-americano. Deste provém o investimento para uma iniciativa que pretende mudar o destino da região, praticamente abandonada por inúmeros governos federais.

Revistas europeias e norte-americanas, vez por outra, fazem reportagens sobre os povos indígenas, seus costumes e origem, para gáudio daqueles que procuram matérias diferenciadas sobre o planeta. Pouco se fala sobre a devastação da mata, a pilhagem de exemplares da flora e da fauna de grande riqueza, o roubo de amostras da biodiversidade amazônica.

A região ainda vive sem lei, sem Estado, onde as disputas são resolvidas à bala e as terras invadidas por aventureiros de toda espécie. As grilagens se constituem em fazendas imensas, grandes latifúndios, que um dia vão gerar lucros para seus administradores e dividendos para os acionistas, estejam onde estiverem. Está é a dinâmica do capitalismo destes tempos.

Há setores no Brasil que olham com grande preocupação a chegada de iniciativas capitalistas estrangeiras na Amazônia. Ninguém pode garantir que amanhã uma entidade internacional venha a declarar a região patrimônio da humanidade e instale uma administração alienígena na área. Tudo o que lá existe pertence ao povo brasileiro.

Assim, quando se abrem na floresta grandes fazendas ou outras atividades, se está tirando um bem que pertence a todos. Contudo há os que defendem o desenvolvimento local com atividades compatíveis com a floresta. Garimpeiros buscam nos rios o ouro que contrabandeam sem o menor esforço. O Estado brasileiro não tem condições de impedir todo tipo de assalto na imensa área que está, pela constituição, sob sua guarda.

A presença constante de estrangeiros, muitos

travestidos de expedições científicas, fazem levantamentos que são enviados para o exterior e estudados nas universidades. Todos ainda se lembram quando os ingleses contrabandearam mudas de látex para plantar na Indochina e quebraram a economia amazônica. Há investidores que podem bancar projetos na Amazônia, desde que tenham o aval de empresas internacionais e até mesmo de governos estrangeiros.

Mesmo com grandes riscos o empresário decide investir na Amazônia. Ele é um capitão de indústria famoso, líder de uma fábrica de automóveis que quebra os paradigmas da produção de veículos e conquista parte do mercado mundial. A indústria que lidera funciona verticalmente, isto é, produz desde ferro, aço, madeira, vidro e os pneus. Nestes está um gargalo da empresa.

O látex é importado da Ásia e está sob o controle dos concorrentes europeus que formam um cartel e manipulam os preços. O magnata decide comprar uma imensa área de 1 milhão de hectares nas margens do rio Tapajós, a cerca de um dia e meio de viagem de barco de Santarém, no Pará.

Henry Ford planeja construir uma cidade na selva para produzir látex para abastecer mundialmente a economia. Nasce a Fordlândia no meio da exuberante floresta. Barcos carregados de material de construção chegam e saem constantemente do porto. Milhares de trabalhadores estrangeiros e brasileiros se juntam no esforço de realizar um sonho que mistura natureza e competição.

O presidente Washington Luis vê com bons olhos a chegada dos americanos. Estes não se dão conta que poderiam obter as terras gratuitamente do governo brasileiro. Compram uma área inadequada para a plantação das seringueiras, cometem uma série de erros de projeto e são alvo de uma revolta dos trabalhadores que leva a direção a fugir de barco pelo rio Tapajós. Apesar do fracasso outros empresários se interessam pela riqueza da Amazônia.

(*) - É jornalista do R7, Record News e Nova Brasil fm, além de autor de vários livros de sucesso. Acompanhe no YouTube "Por dentro da Máquina", (https://www.youtube.com/channel/UCAhPaippPycI3E1ZRdLc4sg).

Redes sociais fazem mal à saúde

A revista Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking publicou os resultados de um estudo conduzido por um grupo de pesquisadores da Universidade de Bath, Inglaterra, que confirma os benefícios obtidos pelo afastamento das redes sociais.

Vivaldo José Breternitz (*)

Apenas uma semana longe do Instagram, Facebook, Twitter e TikTok, segundo a pesquisa, é suficiente para melhorar os níveis de bem-estar psicológico e mitigar a ansiedade e a depressão.

Dos participantes da pesquisa, alguns foram orientados a evitar o uso de redes sociais; os demais continuaram seguindo suas rotinas. Após sete dias, os pesquisadores observaram uma diferença substancial entre aqueles que abandonaram as redes sociais ou diminuíram muito seu uso e os que continuaram a usar os aplicativos.

As pessoas que pararam de usar as mídias sociais tiveram melhorias significativas nos níveis de bem-estar, depressão e ansiedade. Os pesquisadores recomendaram a realização de novos estudos, examinando os efeitos a longo prazo e com populações maiores, embora reiterem que os resultados de seus estudos são mais uma evidência acerca dos efeitos negativos do uso prolongado das mídias sociais.



As pessoas que pararam de usar as mídias sociais tiveram melhorias significativas nos níveis de bem-estar, depressão e ansiedade.

A verdade é que, apesar dos depoimentos da antiga executiva da Meta, Francis Haugen, que mostraram como o Facebook e o Instagram prejudicam a saúde dos adolescentes, dos inúmeros depoimentos de Mark Zuckerberg ao congresso americano e dos escândalos repetidos e contínuos, fica claro que o objetivo das redes sociais é que fiquemos conectados a elas o maior tempo possível, independentemente dos impactos sobre nossa saúde e bem-estar.

Há um crescente consenso em considerar as mídias sociais como os cigarros do novo milênio. No entanto, é bom lembrar que se hoje todos sabemos que fumar aumenta exponencialmente os riscos de câncer e doenças cardio-

vasculares, foi preciso mais de meio século para deixar isso claro e vencer a luta para reduzir o poder dos grandes fabricantes de cigarros.

No caso das redes sociais, a luta ainda está no começo. Embora a evidência científica sobre o desequilíbrio entre os efeitos negativos e positivos de plataformas como o Facebook e o Instagram seja cada vez maior, continuamos a considerar estes serviços como algo vital em nosso cotidiano, apesar dos danos que podem nos trazer.

Será que isso realmente é verdade? Vale a pena refletir.

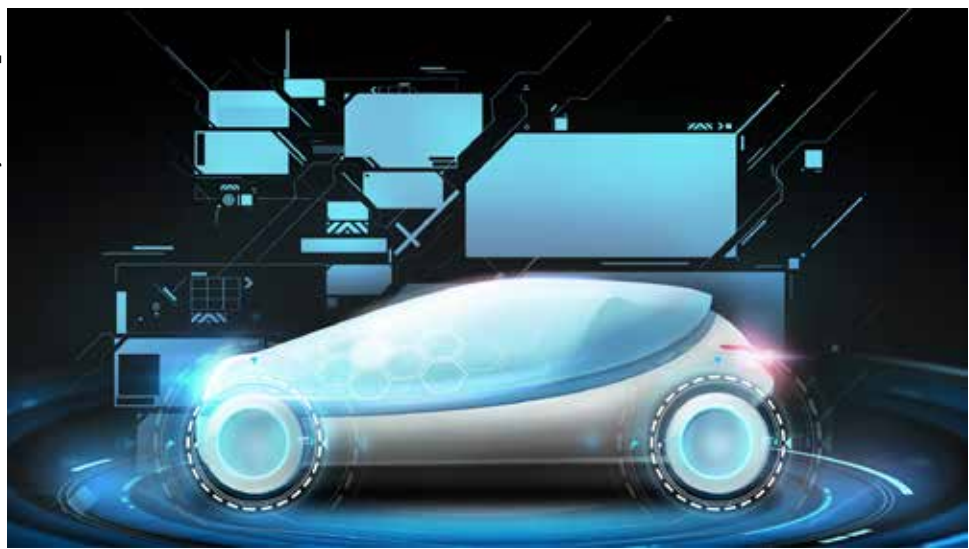
(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de IoT.

Realidade virtual e aumentada: qual é o impacto no mercado automotivo?

As novas tecnologias digitais sempre costumam chegar ao mundo automotivo com força e gerando grandes expectativas. Isso acontece devido à alta capilaridade dos automóveis como um todo nas diversas sociedades do planeta, a constante evolução do setor em parâmetros de segurança, e, claro, no conforto e melhoria da experiência dos usuários. O desenvolvimento de conceitos e produtos das realidades virtual e aumentada, por exemplo, permite novas possibilidades ao segmento e já apresenta inovações significativas no mercado automotivo.

Para caráter de clareza é importante, antes de tudo, diferenciar os dois termos. Realidade virtual é responsável por levar um usuário a um novo ambiente, criado por computador. No espaço digitalizado, o indivíduo é capaz de interagir por meio de um aparato físico com elementos virtuais, em uma imersão que viabiliza experiências diversas. A realidade aumentada, por sua vez, é a projeção de elementos digitais em interação com o mundo real, espaço no qual vivemos. A RA também permite novas experiências e interações, mas utiliza como base principal os elementos que podemos acessar sem qualquer tecnologia. Uma das coisas que essas realidades têm em comum é a necessidade da existência de um intermediário para serem acessadas — tablets, smartphones, etc.

No mundo automotivo, ambas já são utilizadas em diferentes frentes, como na produção de carros e na interação com usuários. Na indústria, a realidade aumentada pode, inclusive, substituir o monitoramento direto no campo pela virtualização das plantas, o que evita o fechamento total de operações em situações adversas, como em uma pandemia. A RA, quando combinada com tecnologias de Business Intelligence, Internet das Coisas (IoT, em inglês) e Machine Learning, por exemplo, pode disponibilizar informações e análises fundamentais entre o mundo real e



digital. A utilização de ferramentas de realidade aumentada em tempo real ajuda a indústria no acompanhamento de equipamentos em funcionamento, e, ainda, permite a detecção da necessidade de reparos em maquinários. A realidade virtual também está se tornando cada vez mais comum nos processos produtivos do setor, por meio da aplicação de treinamentos digitais e interativos que as montadoras levam aos funcionários.

Do ponto de vista dos usuários, um dos avanços mais notáveis que a realidade aumentada traz ao mundo automotivo é o surgimento de carros autônomos. Esses veículos utilizam informações do mundo real (outros automóveis, sinalizações, pista) para se movimentarem e criam uma interação digital para os integrantes do carro, além de garantirem a segurança no trânsito — premissa fundamental a quem entra em um automóvel. A realidade virtual, além de sua utilização como treinamento em ambiente industrial automotivo, também permite experiências inovadoras aos clientes — em potencial ou fidelizados. A RV já é

utilizada para apresentar novos produtos e experiências às pessoas, em feiras e eventos, garantindo maior conhecimento das pessoas sobre determinados automóveis. Além disso, a realidade virtual pode ser utilizada para treinamentos de pessoas em segurança automotiva.

A compra de automóveis, tradicionalmente feita em concessionárias, aos poucos também vai sendo realizada por meio da utilização de tecnologias de realidade aumentada. Montadoras já usam experiências de imersão no processo de compra para interessados em conhecer modelos novos, além de conectar técnicos e engenheiros no projeto. Carros digitalizados já são realidade há muito tempo (com o perdão do trocadilho) e isso tende a aumentar cada vez mais, seja no processo de produção industrial ou na promoção de experiências ao público consumidor.

(Fonte: Flavio Vasques é Diretor da VC ONE, empresa que trabalha com soluções inteligentes para o mercado automotivo)

News @TI

Demoday para escolher vencedoras da 1ª edição do desafio The Next Gen

A Meta Ventures, Corporate Venture Capital da Meta, realizará na terça-feira, 31 de maio, o Demoday The Next Gen, etapa final da primeira edição do desafio de incentivo ao empreendedorismo feminino. No evento serão anunciadas as três vencedoras do desafio. As finalistas selecionadas foram: WorkHub Digital, ABCfield, Efluxus, Filterfeed, Bella&Materna e B.nous. As startups se apresentarão para um júri composto pelo Head da Meta Ventures, Marcio Flóres, pela investidora da Potencial Ventures, Itali Collini, a Tech Manager do Itaú BBA, Julia de Luca, pela Head de Aceleração da B2Mamy, Bianca Levy, a Corporate Venture Capital Analyst da We

Impact, Kerolina Lima, pela Co-Head do Cubo Itaú, Renata Zanuto, a Coordenadora de Aceleração da Impact Hub SP, Jéssica Pereira, e o Diretor Executivo da Abstartups, Luis Othero. A banca será responsável por selecionar as três startups que se tornam candidatas a receber investimento de até R\$ 2 milhões pela Meta Ventures, além de participar de um projeto de mentoria que iniciará em 23 de junho com conclusão em 22 de setembro.

Escola superior de Ciência do CNPEM abre processo seletivo para a sua segunda turma

A Ilum Escola de Ciência abre no próximo dia 1º de agosto o período de inscrições para o processo seletivo do curso superior

de Ciência e Tecnologia, nível bacharelado. Essa será a segunda turma do bacharelado, lançado no ano passado pelo Centro Nacional de Pesquisa em Energia e Materiais (CNPEM), organização vinculada ao Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações (MCTI). As aulas para a primeira turma tiveram início em março último. Com duração de três anos, em período integral, o curso é gratuito, tem a nota máxima do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP) e coloca em prática propostas e metodologias pedagógicas inovadoras para a formação de cientistas e pesquisadores conectados com a realidade da pesquisa científica atual e com os desafios do futuro. Sem fins lucrativos, a escola conta com financiamento do Ministério da Educação (MEC) (https://ilum.cnpem.br/).