

O multiverso, a educação e o trabalho

Acedriana Vicente Vogel (*)

É possível para a ciência que, em um conjunto hipotético de universos possíveis, tenhamos vidas diferentes desta que levamos nesta intersecção específica do espaço-tempo

Chamado multiverso é uma possibilidade teórica real, ainda não completamente provada, mas que já foi celebrada em livros, filmes, séries e músicas por todo o mundo. Também pode ser uma forma de explicar como algumas áreas da vida humana – como a educação e o mundo do trabalho – caminham em tão impressionante descompasso.

Em uma recente pesquisa envolvendo gestores das melhores universidades dos Estados Unidos, constatou-se que mais de 90% deles acreditam que seus alunos são muito bem preparados para os desafios que encontrarão nas empresas. Esses profissionais da educação, preparados por anos, às vezes décadas de vivência acadêmica, estão seguros de que o ensino oferecido em suas instituições é o suficiente para formar os trabalhadores do amanhã.

Do outro lado do balcão, a opinião parece ser muito divergente. Essa mesma pesquisa apontou que mais de 80% dos executivos das principais empresas dos mesmos Estados Unidos relatam exatamente o contrário. Para eles, os egressos das universidades chegam muito mal preparados para situações básicas da vida profissional. Assim como na teoria do multiverso, gestores educacionais e executivos vivem em mundos completamente distintos um do outro.

Eles não falam sequer o mesmo idioma. E o pior é o risco da tradução, que acaba por perder nuances importantes das duas culturas e comprometer de forma significativa o sentido do texto. Mas não importa o tamanho ou a infinidade das galáxias, constelações ou rios que se-

param esses dois universos, não podemos deixar que eles continuem caminhando de maneira tão descasada. A atividade da escola não pode estar divorciada do mundo do trabalho.

Por outro lado, também não se pode permitir que o futuro da escola como instituição seja decidido sem a sua participação lúcida e ativa. O retorno ao trabalho presencial, após a reclusão pandêmica, não deixa margem para dúvidas: a escola é um espaço formal privilegiado para o desenvolvimento humano. Não há como avançar nesse alinhamento de expectativas sobre as entregas da educação sem responder à pergunta: o que cabe à escola?

E mais: do que abriremos não em nossos currículos para que possamos fazer uma entrega pedagógica honesta? Somente com esse olhar cuidadoso para o universo do ensino poderemos construir uma formação que esteja mais de acordo com o que o universo do mercado precisa. E, entretanto, também é esse olhar que vai permitir promover esse casamento sem, contudo, deixar de lado conteúdos acadêmicos que têm muito valor, ainda que esse valor não possa ser monetizado.

Parar, sentar e pensar juntos, profissionais da educação, executivos das empresas, governo, famílias e estudantes – sem tradutores – é um luxo necessário que demanda tempo, exige velocidade e requer escolhas. Todos somos relevantes nesse debate para dar sentido ao nosso pedaço do multiverso: um mundo real repleto de desafios que exigem pensamento crítico, comunicação, colaboração e criatividade.

Temos a responsabilidade de oferecer um horizonte para uma geração ávida por pertencer a uma escola que fale a sua língua. E que essa língua seja compreendida e valorizada no mundo do trabalho. Não podemos permitir que “na briga entre o mar e a pedra, quem apanhe seja o caranguejo”.

(*) - É diretora pedagógica do Sistema Positivo de Ensino.

Publicidade: o que esperar do mercado de mídia

Pesquisa realizada pela Global de Entretenimento e Mídia da PwC mostrou que apesar do impacto causado pela pandemia, o mercado de publicidade deve crescer 6,7% em 2022. Entre as áreas que se destacam na retomada, a publicidade digital aparece entre as mais procuradas. Segundo Fábio Luciano Schmitz, diretor de novos negócios da Seven Comunicação Total, agência que há 25 anos atua no mercado, a transformação digital impulsionou novas oportunidades do mercado publicitário.

A possibilidade do chamado data driven, ou seja, a gestão de dados e uso dessas informações estratégicas de navegação para direcionamento de campanhas, é uma delas. “Ainda temos um grande nicho para explorar na TV e na mídia externa em determinadas estratégias de comunicação. Mas é fato que nunca tivemos à disposição tantas informações precisas sobre o perfil do público atingido e suas preferências como agora, na era da Internet”, avalia.

A publicidade online ganha espaço também por conta do crescimento exponencial de acesso ao universo online. Atualmente, mais de 152 milhões de brasileiros possuem acesso à Internet, o que democratizou também o acesso à informação e a descoberta de novos nichos para muitas empresas. E o crescimento do mercado publicitário deve reaquecer, especialmente neste meio.

Osgastoscompublicidade também devem aumentar 6% até 2025 e o Brasil possui o maior mercado de publicidade na Internet da América Latina. “Hoje o brasileiro passa cerca de quatro dias inteiros por semana conectado. Existe aí uma gama de possibilidades para que as marcas criem um relacionamento de proximidade e de fidelização com o seu consumidor, através da criação de estratégias de comunicação que contemplem os diferentes formatos que o online nos permite explorar.” salienta o especialista. - Fonte: (https://agenciaseven.com.br/).

Botnets: como esta ameaça invisível prejudica sua empresa

Ransomware, ou “sequestro de dados”, é o vírus/malware que tem gerado um tipo de cibercrime cada vez mais conhecido pelo brasileiro

Nilton Souza (*)

Embora ele já exista há anos, foi a partir da pandemia e da implementação da LGPD - que obriga as empresas atacadas e que tenham tido dados comprometidos a comunicarem o ocorrido - que este tipo de ataque chegou de vez ao conhecimento popular.

A sua popularidade se dá por ser um tipo de método relativamente fácil, comparado com outros de conseguir que a vítima efetue um alto pagamento (em criptomoedas) para o invasor, em grande parte das vezes por extorsão. Existe um número quase incalculável de cibercriminosos, que em sua grande maioria, planejam em um primeiro momento a infecção do maior número de máquinas possível, até que se ache uma boa oportunidade de se pedir um resgate.

Por ‘uma boa oportunidade’, entende-se que é a infecção de um servidor que contém dados e informações críticas que trariam enormes prejuízos caso a vítima fique sem acesso ao sistema. O ponto de partida dos cibercriminosos, para que possam maximizar a chance de fazer uma vítima, funciona de maneira descentralizada,



O resultado de tudo isso é que hoje nossa internet está tomada por computadores “zumbis”, infectados com alguma “botnet”.

iniciando pelos seus computadores para infectar outros que, por sua vez, são programados - sem que seu dono perceba - para usar a sua capacidade de processamento para buscar brechas em outras máquinas.

Estas, infectadas, também fazem o mesmo, em um processo que se torna exponencial. Estes sistemas que fazem esta busca constante por outros computadores vulneráveis para conseguir infectar são chamados pelo mercado de “botnets”. Em campanhas mais direcionadas, como os ataques a grandes varejistas ou órgãos públicos, os criminosos já têm um caminho traçado até o alvo e buscam brechas para

invadir aquela rede.

O problema é que nesses ataques mais amadores, por vezes os próprios criminosos desistem da ação, ou por algum outro motivo, acabam perdendo o contato com as Botnets anteriormente distribuídas na internet. Enquanto isso, computadores infectados vão fazendo cada vez mais máquinas infectadas. Para se ter ideia, em alguns casos, uma dessas máquinas acaba tendo seu conteúdo “criptado” e, ao pagar o resgate solicitado, não recebe as chaves para liberar os arquivos. Isso porque o “sequestrador” dos dados, simplesmente, abandonou aquela “campanha”.

O resultado de tudo isso

é que hoje nossa internet está tomada por computadores “zumbis”, infectados com alguma “botnet”. Um levantamento feito pela Abrahositing (Associação Brasileira das Empresas de Infraestrutura e Hospedagem na Internet), apontou que chocantes 60% do tráfego de dados nos provedores brasileiros eram de Botnets, sendo que 55% deste total - ou seja, pouco mais de 30% do tráfego - era composto de robôs maliciosos.

Como gestor de uma empresa nacional de segurança da informação, me deparo constantemente com situações semelhantes ou até piores que esta quando analisamos o fluxo de dados que entram na rede das empresas. E a estimativa é que a situação piore cada vez mais.

Diante deste cenário caótico, mitigar as brechas em todos os equipamentos ligados à rede empresarial é a única saída para proteger os dados de sua empresa, e também seus equipamentos profissionais e pessoais de serem invadidos, ou eventualmente também virarem “zumbis” à serviço do caos.

(*) - É diretor de negócios da BluePex, empresa especializada em segurança da informação e disponibilidade (www.bluepex.com.br).

Como as novas tecnologias afetam o setor jurídico

Daniel Marques (*)

O mundo real e o virtual estão cada vez mais conectados. O avanço tecnológico desenvolveu mecanismos que transportam as pessoas para realidades que antes só existiam em filmes de ficção científica. Conceitos como o metaverso, por exemplo, avançam em múltiplas áreas da sociedade, que tenta se adaptar às pressas. No final de abril, a venda de 55 mil escrituras de terrenos virtuais em um metaverso movimentou cerca de R\$ 1,5 bilhão, até então, a maior venda de NFTs já conhecidas da história.

NFTs são certificados digitais de autenticidade e propriedade criados em blockchain e representam ativos digitais ou físicos. Esse novo cenário de movimentações financeiras faz com que a área jurídica passe por uma reciclagem à medida que as demandas sobre o metaverso também avançam. É por isso que o mercado jurídico precisa se especializar no entendimento de temas novos, como o funcionamento dos Smart Contracts, NFTs, Criptomoedas, Blockchain, Metaverso, automação, Inteligência Artificial e Web3.

É importante que o advogado possa entender como através das tecnologias surgem novas relações sociais e pensar em novas formas jurídicas para atender essas demandas. Enquanto muitos ainda duvidam do impacto das novas tecnologias na sociedade, os advogados que se especializam são os que serão chamados para ajudar as pessoas a fazer suas declarações de imposto de renda de criptomoedas, NFTs, criar Smart Contracts e defender a propriedade intelectual nessa nova economia.

Na Associação Brasileira de Lawtechs e Legaltechs (AB2L), fizemos uma pesquisa que mostrou que 30% do tempo do advogado é gasto com atividades burocráticas. Automatizando essas tarefas, o profissional do direito pode dedicar mais tempo em funções jurídicas, entender e atender melhor seus clientes, criar novas teses e aperfeiçoar seus conhecimentos.

Os advogados, em geral, têm muita resistência às novidades e, por isso, a AB2L tem um trabalho muito grande de educar o mercado e mostrar que as novas tecnologias vieram para auxiliar o dia a dia do advogado. Essa adaptação a esse novo mundo precisa acontecer independentemente da idade e tempo de experiência. A partir do momento em que perdemos a curiosidade, perdemos também a paixão pela vida.



A velocidade das inovações é muito rápida e devemos nos adaptar.

Precisamos resgatar no coração dos advogados essa paixão por inovar e buscar novos caminhos na busca pela justiça. Vivemos a época de ouro da advocacia, com oportunidades que nunca existiram. Devemos perceber que nesta quarta revolução industrial não existe “status quo” e que a velocidade das inovações é muito rápida e devemos nos adaptar. O advogado é e sempre será indispensável, mas se você é um profissional que faz trabalho de máquina, vai ser substituído por uma. Veremos cada vez mais um direito fluido.

O conjunto de demandas repetitivas, de menor impacto social, mais voltados a causas materiais possuem uma tendência de serem cada vez mais automatizadas.

A mesma mudança deve acontecer nos tribunais. Teremos demandas mais complexas, que sempre precisarão de uma inteligência jurídica mais profunda. Então, o que vejo no tribunal do futuro é: demandas de menor impacto decididas pelas partes através da mediação e conciliação, e demandas de maior complexidade chegando aos tribunais.

Nos próximos anos vamos observar que os sistemas tecnológicos já serão criados e desenhados dentro dos princípios legais e éticos, impedindo o desrespeito às leis, viveremos a era do que chamo de Ética e Law by Design.

(*) - É advogado e presidente da Associação Brasileira de Lawtechs e Legaltechs (https://ab2l.org.br/).

Conheça as regras do feriado trabalhado

A sua empresa conhece as regras do ponto facultativo? A palavra “facultativo” indica algo que é opcional, que pode ser escolhido por alguém. Assim, o ponto facultativo indica dias em que o trabalho é opcional, ou seja, os empregadores podem escolher se seus funcionários deverão trabalhar ou não.

O ponto facultativo geralmente acontece em datas próximas de feriados, como é o caso da segunda-feira de carnaval, como apresentamos anteriormente. Esses dias também são conhecidos como “emendas” de feriado.

Antes da Reforma Trabalhista entrar em vigor, o funcionário que fosse chamado

para trabalhar nos dias de feriado ou aos domingos deveria receber o valor das horas trabalhadas em dobro.

Agora, no entanto, as empresas não são obrigadas a pagar pelo dia trabalho com uma remuneração financeira, pois os funcionários podem fazer a compensação das horas trabalhadas através do banco de horas. Uma empresa pode pedir que o funcionário compareça ao serviço na sexta-feira Santa e folgue na segunda-feira seguinte, por exemplo. Tudo depende do acordo que será feito.

“É muito importante que as empresas tenham profundo conhecimento sobre as regras que envolvem o trabalho nos dias de

feriado, pois esse tipo de situação abre espaço para muitos problemas nas empresas que não conhecem a lei”, comenta Thomas Carlsen, COO e co-fundador da mywork, startup especializada em controle de ponto online e gestão de departamento pessoal.

“Um controle de ponto online é a melhor forma de organizar as escalas de trabalho durante feriados na sua organização, pois permite que as empresas acompanhem de perto o dia a dia de trabalho dos funcionários, inclusive daqueles que costumam trabalhar nos feriados, como acontece em restaurantes, mercados, bares, etc”, afirma o executivo. Fonte e outras informações: (www.mywork.com.br).