

Homens feministas sim, por que não?

Vinicius Marchese (*)

Democracias frágeis são aquelas em que não há a devida representatividade social nos espaços de poder e de decisão

Todos os anos, nessa data, nos deparamos com os mesmos dados que revelam a profundidade do abismo que separa homens e mulheres na política brasileira. Com menos de 100 anos de participação na vida política, pois só alcançaram o direito ao voto em 1934, as mulheres são mais de 52% da população, contudo, representam apenas 15% dos parlamentares no Congresso Nacional.

Portanto, para fortalecer a democracia é preciso adotar ações que visem assegurar a diversidade da população em tais ambientes. Em cálculo proporcional sobre o atual cenário, constatou-se que somente em 120 anos chegaríamos ao equilíbrio de gênero na política do país. E isso porque temos dispositivos como as cotas partidárias, que determinam que 30% das candidaturas sejam de mulheres.

Além disso, ao determinar que os partidos devem repassar 30% das verbas do Fundo Eleitoral para as campanhas das candidaturas femininas, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) impactou diretamente as últimas eleições. Se em 2014, os homens concentraram 90% das receitas das candidaturas a deputado federal, em 2018, o número da proporção das receitas para as mulheres saltou de menos de 10% para cerca de 22%.

São medidas necessárias para incentivar a participação de mulheres e aumentar a representatividade no Brasil, mas não podemos parar por aí. Há muito que refletir sobre o papel dos homens nessa jornada pela equidade de gênero, e tenho sentido que não podemos mais nos furtar a essa responsabilidade. Sabemos que a ausência das mulheres em cargos eletivos e de liderança está diretamente vinculada às suas atribuições na sociedade. São elas que, na imensa maioria das vezes, são responsáveis pelo cuidado da casa e da família, o que acaba se afastando

da vida pública.

Outro fator cultural é o próprio preconceito da população que não vota em mulheres por puro e simples machismo. Então, como transformar esse ambiente para que seja acolhedor para as mulheres? Se elas levariam 120 anos para ficar em pé de igualdade com os homens na política, como solucionar essa equação e garantir que políticas públicas sejam elaboradas para corrigir essas distorções sociais? Tendo essas perguntas em mente, volto ao questionamento anterior. Qual é o papel dos homens para se conquistar a efetiva equidade de gênero?

Entendo que a nossa função é desconstruir o nosso próprio olhar, enviesado por anos e anos de uma cultura que privilegia os homens, constatada na prática em inúmeros dados sobre a representatividade das mulheres. Se nossa democracia só será fortalecida com mais participação de mulheres brancas, negras, indígenas, LGBTQIA+, os homens precisam fazer a sua parte.

Para muito além de dar voz e espaço a quem não tem, também precisamos assumir um compromisso de que as nossas atitudes e ações terão um cunho de igualdade. Não há como saber em que medida o outro está sendo impactado e, por isso, o diálogo precisa ser uma constante ferramenta de construção. Simone de Beauvoir afirmou que o único homem feminista é aquele que enxerga a mulher como sujeito.

Nesse debate sobre se os homens podem ou não se intitular feministas, pró-feministas, ou simplesmente, aliados, não devemos nos esquecer que a gestão pública carece de pessoas comprometidas com a transformação de toda a sociedade. Ser um homem feminista, pró-feminista, ou aliado, é reivindicar uma identidade política equitativa e inclusiva e atuar incansavelmente para que a metade da população possa se ver representada e tenha seus direitos preservados.

Afinal, o feminismo é sobre a igualdade entre todas as pessoas.

(*) - Engenheiro de Telecomunicações, é presidente do Crea-SP.

A importância da LGPD no e-commerce

Antes de adentrarmos nos aspectos mais técnicos da Lei Geral de Proteção de Dados, é importante conceituar o que de fato é um e-commerce e como ele está presente no dia a dia das pessoas

Daniel Godinho (*)

Buscando uma conceituação mais simples e didática, basta dizer que o e-commerce é uma "loja virtual", ou seja, empresas comercializam produtos e serviços em um ambiente totalmente online.

Os primeiros registros de loja virtual no Brasil surgiram em 1996. Mas apenas em 1999 os consumidores começaram a demonstrar certo interesse nas compras online. Com a pandemia, as vendas pela internet cresceram 27% e atingiram R\$ 161 bilhões em 2021. Deste modo, é notório que a necessidade de distanciamento social trazido pela pandemia, impulsionou o comércio eletrônico, fortalecendo a cultura das transações online.

Todavia, mais transações online trazem alguns problemas que merecem ser mencionados. Aumento do fluxo de tratamento de dados pessoais; o risco de ataques cibernéticos; o aumento dos riscos de fraudes por engenharia social e do risco de incidentes com dados pessoais, entre outros. As maiores empresas do mundo hoje em dia têm como seu negócio principal o tratamento de dados pessoais, assim temos o



Os algoritmos podem criar perfis, direcionar publicidade e até prever certos comportamentos do usuário.

Google, Amazon e Tesla, por exemplo.

Sendo assim, o dado pessoal tornou-se um ativo valioso para as empresas, pois, por meio das informações, os algoritmos podem criar perfis, direcionar publicidade e até prever certos comportamentos do usuário. Desse modo, com a valorização do dado pessoal e sua utilização em massa (Big Data), criou-se a necessidade de mais legislações sobre o assunto. A partir de então várias leis foram criadas ao redor do mundo (e.g. GDPR, CCPA e LGPD).

A LGPD tem como escopo a proteção e regulação do tratamento de dados pesso-

ais dos titulares de dados ou "usuários". Vale mencionar que a LGPD não se aplica apenas ao ambiente online, mas pode-se dizer que é nele que ocorre a maioria dos tratamentos de dados pessoais (armazenar, coletar, compartilhar etc).

O e-commerce traz em seu conceito um grande fluxo de tratamento de dados pessoais, como nome, CPF, endereço, e-mail e dados bancários, só para citar alguns.

Os dados pessoais usados no e-commerce precisam ser tratados em conformidade com a LGPD. Pode-se dizer que a empresa que possui um e-commerce

está, muito provavelmente, mais vulnerável às sanções do que aquelas que não possuem. Tal afirmativa baseia-se justamente na quantidade expressiva de dados que são tratados e expostos nas lojas virtuais.

Além das sanções administrativas da LGPD previstas em seu artigo 52, cumpre salientar que os titulares de dados pessoais ou usuários de e-commerce podem ingressar com ações judiciais em face do provedor de aplicação (e-commerce), caso sintam-se lesados de alguma forma pelo tratamento indevido de seus dados pessoais, bem como possuem o direito de saber como os seus dados estão sendo tratados.

Vale ressaltar também o impacto reputacional negativo de um e-commerce que não está adequado à LGPD, que poderá gerar um prejuízo maior do que quaisquer sanções, sejam judiciais ou administrativas. A proteção de dados foi inserida na Constituição como direito fundamental, ou seja, este tema não irá cair no esquecimento. Para aqueles que acham que a LGPD não vai pegar, pasmem - a LGPD já pegou!

(*) - Professor, é advogado do Cerqueira Leite Advogados, encarregado de Proteção de Dados.

Kubernetes e inovação no varejo: uma ótima combinação

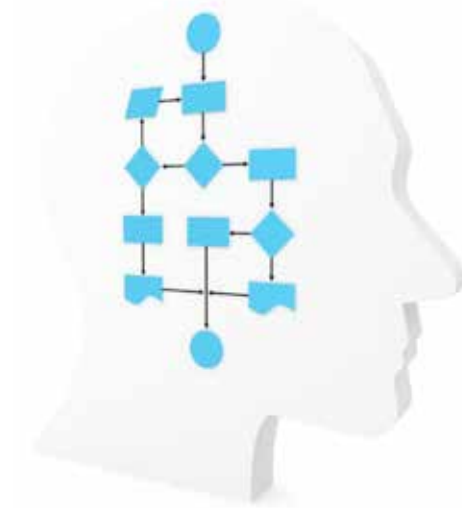
Elder Jascolka (*)

O varejo é um setor envolvido em transformações constantes, especialmente nos dias de hoje, em que o consumidor determina o modo como quer ser atendido.

Como se não fosse suficiente, para se destacar em um cenário extremamente competitivo, o segmento precisa apresentar um ótimo time to market, buscar as melhores margens de lucro, ter um ambiente rápido e disponível (sempre!) e, mais do que nunca, precisa ser seguro!

Tudo isso, claro, respeitando outros elementos bastante característicos desse mercado, como sazonalidade, lançamentos constantes, momentos de pico ou queda de acessos, entre outras variantes. São por essas razões que o varejo demanda uma infraestrutura tecnológica extremamente flexível, capaz de oferecer os recursos necessários que atendam às demandas do setor de forma ágil e automatizada. É aí que Kubernetes entra em ação.

Embora não seja um termo tão comercial como geralmente estamos habituados, Kubernetes é uma unanimidade entre os que usam e demonstra na prática porque é a bola da vez. Kubernetes é uma plataforma que auxilia o varejo a tornar suas operações mais flexíveis, ágeis, seguras e mantê-las sempre disponíveis, mesmo quando é esperado um pico



Kubernetes ajuda na produtividade dos desenvolvedores e permite que eles sejam direcionados para atividades mais estratégicas.

elevado de acessos e transações em datas comemorativas.

As razões para isso são simples: a tecnologia atua para que os recursos das plataformas digitais funcionem da maneira mais otimizada, automatizada e inteligente possível, melhorando a performance do site e a experiência do cliente.

Além disso, Kubernetes ajuda na produtividade dos desenvolvedores e permite que eles sejam direcionados para atividades mais estratégicas, já que as aplicações podem ser implementadas em segundos de forma automatizada.

Aliás, as cargas de trabalho são gerenciadas com mais inteligência, trazendo eficiência às operações, inclusive na busca por falhas, sendo corrigidas instantaneamente devido ao seu recurso de recuperação automática. Os recursos automatizados de algumas plataformas de Kubernetes mantêm o ambiente mais protegido ao identificar vulnerabilidades e brechas com mais facilidade, e melhora a segurança da aplicação como um todo.

Algumas dessas soluções ainda suportam diversos mecanismos de autenticação de usuários, controle de acesso baseado em função e criptografia os dados em backup em trânsito e no destino. Como se pode ver, Kubernetes é uma tecnologia em ascensão entre diversas verticais de negócios, em especial no varejo, extremamente estratégica para as companhias por melhorar a qualidade, aumentar a escalabilidade e acelerar a entrega de aplicações para as áreas de negócios.

À medida que os varejistas vão aprofundando seu conhecimento sobre Kubernetes e os benefícios para as operações, é natural que a demanda pelo serviço cresça, principalmente quando esta plataforma oferece agilidade, segurança, disponibilidade e ainda aperfeiçoa a experiência do usuário na ponta.

(*) - É country manager da Veeam Brasil (www.veeam.com.br).

EDITAL DE CITAÇÃO expedido nos autos da Ação de Usucapião, PROCESSO Nº 0150321-34.2006.8.26.0100 O(A) MM. Juiz(a) de Direito da 2ª Vara de Registros Públicos, do Foro Central Cível, Estado de São Paulo, Dr(a). Vivian Labruna Catapani, na forma da Lei, etc. FAZ SABER a(o) Manoel Negro Vidal Filho, na pessoa do responsável, Albino Diniz Dias da Silva, Helena Precivicius Cara, Naomitsu Yamazaki, Satoe Hattori, Nasaaki Yoshii e Sakiko Nakamura, réus ausentes, incertos, desconhecidos, eventuais interessados, bem como seus cônjuges e/ou sucessores, que José Raimundo Araújo Diniz, Tityoko Luzia Abe Diniz, Saad Agis Habelite, José de Gouvea, Sandro Ronaldo Cavalcanti Júnior, Ana Cláudia Rabelo Cavalcanti e Juliana Diniz Cavalcanti ajuizou(ram) ação de USUCAPIÃO, visando declaração de domínio sobre imóvel situado na Rua Peçanha, nº 135, Jardim Imperador, São Paulo/SP, alegando posse mansa e pacífica no prazo legal. Estando em termos, expedem-se o presente edital para citação dos supramencionados para contestarem no prazo de 15 (quinze) dias úteis, a fluir após o prazo de 20 (vinte) dias da publicação deste edital. Não sendo contestada a ação, o réu será considerado revel, caso em que será nomeado curador especial. Será o presente edital, por extrato, afixado e publicado na forma da lei.

O que os funcionários pensam dos seus superiores

O portal de empregos Jobatus lançou uma série de pesquisas e questionários dirigidos a parte da população trabalhadora do nosso país. Com uma taxa de participação de 92,8%, foi registrado um total de 705.000 comentários de pessoas, das quais 48,93% eram mulheres (344.956) e as 51,07% restantes eram homens (360.044). A pesquisa foi construída em torno de duas diretrizes centrais.

Por um lado, foram levados em conta elementos objetivos, como as características que

atribuem a um bom chefe e as diferenças entre chefe e líder; enquanto, por outro lado, os participantes foram questionados sobre aspectos puramente subjetivos, como as suas opiniões específicas sobre a personalidade de seus chefes, a maneira como trabalham, a maneira como administram suas relações pessoais e profissionais com seus funcionários e seu nível de satisfação ou insatisfação com a maneira como administram a empresa.

Dentre os dados mais relevan-

tes destacados pelo relatório, destacam-se os seguintes:

- 43% das pessoas entrevistadas consideram "chefe" e "líder" conceitos idênticos. Dos 57% que os reconhecem como termos diferentes, apenas 12% podem citar verbalmente ou explicar com exemplos algumas das suas diferenças.
- Entre as características que eles atribuiriam a um bom chefe ou líder, as mais repetidas são o domínio das habilidades sociais - especialmente comunicação e empa-

tia - (92%), tolerância (84%), humildade (83%) e carisma (78%). Entretanto, apenas 56% reconhecem qualquer uma dessas qualidades na personalidade específica do seu próprio chefe.

- Numa escala entre 1 e 10, onde 1 é 'péssimo' e 10 é 'excelente', 36% dos participantes afirmam ter um bom relacionamento com os seus chefes (classificando-o entre 7 e 10) enquanto 54% o descrevem como 'cordial' ou 'indiferente' (classificando-o entre 5 e 6

pontos) e 10% o descrevem como 'ruim' ou 'desagradável' (classificando-o entre 1 e 4 pontos).

- Em geral, a maioria dos entrevistados concorda com a maneira como os seus superiores dirigem a empresa (70%), embora 15% acreditem que ela poderia ser melhorada se eles mostrassem níveis mais altos de comprometimento e comportamento mais flexível em relação aos trabalhadores. - Fonte e outras informações: (www.jobatus.com.br).

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Portal de Assinaturas Certisign. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://www.portaldeassinaturas.com.br/Verificar/CAC0-C442-62A0-B001> ou vá até o site <https://www.portaldeassinaturas.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: CAC0-C442-62A0-B001



Hash do Documento

2F917AF82A65247B8E003740CB922AB2A00760D91E914C26BA1AC9A779D902BC

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 09/03/2022 é(são) :

Lilian Regina Mancuso - 008.007.358-11 em 09/03/2022 20:09 UTC-03:00

Tipo: Assinatura Eletrônica

Identificação: Autenticação de conta

Evidências

Client Timestamp Wed Mar 09 2022 20:09:46 GMT-0300 (Horário Padrão de Brasília)

Geolocation Latitude: -23.4937561 Longitude: -46.7234659 Accuracy: 12.488

IP 187.116.107.70

Hash Evidências:

C156FBD63B31DECF55360D259CDA1D6148A171CE9E13FD2E705FB147828DF9F5

