

MEIOBYTE

Comunicamos Tecnologia

Distribuição gratuita
Portugal | Brasil

www.meiobyte.net

Edição n.º 6
Outubro 2010

COMO FAZER RETRATOS COM IMPACTO
GESTÃO DE ACTIVOS DE TECNOLOGIA
DA INFORMAÇÃO
AS RELAÇÕES PÚBLICAS E O DESAFIO
DA INTERNET

A GESTÃO DE PROJECTOS COMO SUPORTE À GESTÃO

Meio ano, Meio Byte

A revista Meio Byte chega a sua sexta edição. Durante estes seis meses, a equipa da Meio Byte, composta por mim, por Ana Silva (Editora), Elisabete Oliveira (Designer), Filipe Murteira (Webdesigner), Luis Graça (Fotografia), Roberta Cheregati (correspondente Brasil) e Chipy (claro!), levaram aos leitores, informação através dos artigos de Anderson Marcelino, António Paraiso, Bruno Cruz, Bruno Rocha, Celso Simões, Marquesani, Diogo Rabelo, Emmanuel José, Eva Mendes, Isabel Jesus, Jorge Lascas, Jorge Pereira, Luis Graça, L. Amaral, Luis Fernandes, Manuel Teixeira, Marco Vieira, Maria Isolda, Maria João, Mena

Wagner, Miguel Carvalho, Nuno Alexandre,

Nuno Silva, Patricia Aquino, Paulo Aguiar,

Paulo Espanha, Pedro Henrique, Rodrigo

Araujo, Rubens Ornelas, Rui Lopes, Rui Na-

tal, Rui Silva, Roberta Cheregati, Thiago Medeiros, DRI e Panda Security. Todos, equipa permanente e colaboradores, participaram de forma colaborativa e gratuita. Em nome da revista Meio Byte, gostaria de sublinhar o que foi escrito no editorial da MB nº 01, ou seja, *“dar os parabéns a toda a equipa da Revista Meio Byte, incluindo seus colaboradores, por acreditarem, por fazerem um trabalho sério, fundamentado e independente. Por ajudar a tornar um sonho, uma realidade.”*

Na edição nº 1 informamos que a cada número esperávamos ser possível a evolução e o crescimento das abordagens, dos temas e do conteúdo em si. E conseguimos, pois a revista não foi criada com o intuito de ter só temas de informática. E isto poderemos ver nesta presente edição, onde trazemos assuntos importantes para o dia-a-dia profissional (e até pessoal), como o trabalho e gestão de equipas, vestir a camisola, o que são padrões de pensamento negativos, liderança e motivação. Leremos também temas sobre gestão de projectos em perspectiva e SLA. Como fazer fotografia de impacto? E a tecnologia em motocicletas? Entre estes interessantes assuntos, veremos quanto vale uma marca e sobre as relações públicas face ao desafio da Internet.

Ah sim. Não poderia esquecer de convidar o leitor a ler as dicas do Chipy.

Alecsander Pereira [Director-Geral]

Director-Geral

Alecsander Pereira

administracao@meiobyte.net**Editora / Directora de Comunicação**

Ana Silva

editor@meiobyte.net**Directora Administrativa**

Márcia Gomes

adm@meiobyte.net**Coordenadora de Comunicação**

L. Amaral

editor@meiobyte.net**Marketing**

Roberta Betancur

espanol@meiobyte.net**Fotografia**

Luís Graça

fotografia@meiobyte.net**Design e Paginação**

Elisabete Oliveira

design@meiobyte.net**Programador Web**

Filipe Murteira

web@meiobyte.net**Colaboradores deste número**

Alecsander Pereira, Ana Silva, Anderson Marcelino Pereira, Chippy, Emanuel da Silva, Eva Mendes, Isabel Jesus, Luís Fernandes, Luís Graça, Maria João Martinho, Mena Wagner, Roberta Betancur, Rubens Ornelas, Rui Silva, Thiago Medeiros

Tradução e Revisão

Ana Silva

Tecnologias

Alecsander Pereira

Periodicidade: Mensal**Revista de distribuição gratuita**

A responsabilidade dos artigos é dos seus autores. A direcção da revista responsabiliza-se pelos artigos sem assinatura.

É proibida a reprodução total ou parcial de textos, fotografias ou ilustrações da revista Meio Byte para qualquer fim, mesmo comerciais, sem autorização expressa do Administrador ou do Editor.

DESTAQUE**LIDERANÇA E MOTIVAÇÃO**

A gestão de projectos em perspectiva

4 - 5

ENTREVISTA

Tecnologias que “apimentam” essas super máquinas

6 - 9

BYTES do MÊS**DESENVOLVIMENTO PESSOAL**

Como alterar padrões de pensamentos negativos

10 - 12

MOTIVAÇÃO

Vamos vestir a camisola?

13 - 15

COMUNICAÇÃO E TECNOLOGIA

As relações públicas face ao desafio da Internet

16 - 17

FOTOGRAFIA DIGITAL

Como fazer retratos com impacto

18 - 20

SLA - SERVICE LEVEL AGREEMENT - PARTE 2

Como construir e gerenciar um SLA

21 - 22

MOTIVAÇÃO

Mais do que ser chefe, ser líder

23 - 25

Motivação de equipas

26 - 27

ACTUALIDADES**BYTE NOTÍCIA**

28 - 30

HARDWARE DO MÊS

31

JOGO DO MÊS

32

LINKS DO MÊS

33

ESPECIAL MEIO BYTE

Quanto vale uma marca?

34 - 37

TECNOLOGIAS**UBUNTU 10.10**

38 - 39

UM BYTE SEGURO**SEGURANÇA**

Sequestro de computadores

40 - 41

BREVES

42 - 43

DICAS DO CHIPPY

44

((DESTAQUE))

LIDERANÇA E MOTIVAÇÃO



Maria João Martinho

Quality Manager na OCP Portugal SA

A GESTÃO DE PROJECTOS EM PERSPECTIVA

"Um Projecto é um esforço complexo e não rotineiro realizado temporariamente e uma só vez, que está limitado em tempo, custo, recursos e especificações de desempenho, para criar um produto / serviço único (objectivo) satisfazendo necessidades de um cliente."
(Fonte PMI)

A complexidade da gestão de um projecto torna-se evidente logo desde o momento da definição do seu âmbito, planificação e delineamento das especificações, sendo uma realidade efectiva ao longo de todo o projecto, pelas inúmeras variáveis a considerar e a gerir.

Um desenvolvimento, para ser considerado projecto, tem necessariamente de estar delimitado no tempo e ser dirigido a um cliente específico, devendo o objectivo estar claramente definido.

Antes de iniciar qualquer projecto é necessário perceber as efectivas mais-valias que a sua implementação irá gerar. Uma atenta análise custo/benefício deve ser empreendida nesta fase.

Uma adequada previsão de custos e recursos a afectar é fundamental para a prossecução do projecto dentro dos parâmetros delineados.

O compromisso da Gestão de Topo, o envolvimento dos utilizadores e a experiência do gestor do projecto são factores críticos para o sucesso do projecto.

Antes de avançar com qualquer desenvolvimento é imprescindível ter percepção clara da situação actual.

A estimativa cuidada da duração das diversas etapas e actividades do projecto, a identificação precisa do caminho crítico e dos milestones, são etapas cruciais. A relevância de um eventual atraso na consecução do projecto, é dada pela criticidade da data prevista de conclusão do projecto.

Ao longo do projecto, a afectação de recursos deve ser balanceada, recorrendo para o efeito a técnicas de suporte como o crashing e o fast tracking. Entendendo-se por Crashing, a selecção das actividades críticas que podem reduzir-se com o menor incremento em custo por unidade de tempo e por Fast tracking o desenvolvimento de actividades em paralelo, que normalmente seriam desenvolvidas em série.

Assegurar uma comunicação interna eficaz, em todas as etapas do projecto, é imprescindível. Os "key users" devem ser envolvidos desde o



princípio. O projecto bem como a sua evolução devem ser divulgados a todos os envolvidos e interessados.

No que refere à participação de entidades terceiras no projecto, importa efectuar uma selecção cuidada das mesmas, não sendo o bastante ser conhecedor do portfólio dos potenciais fornecedores, deve-se adoptar, adicionalmente, como boa prática o contacto com alguns dos seus clientes para perceber como decorreu o desenvolvimento do projecto. Boa prática considera-se também, fazer constar no pedido de proposta os critérios de avaliação que serão tomados em consideração aquando da selecção.

Aquando da celebração do contrato, deverá ficar claro não só o âmbito do projecto como também o que está fora do âmbito. A referência, no contrato, aos mecanismos de penalização em caso de incumprimento é já prática habitual, sendo que a definição adicional de uma metodologia de premiação em caso de cumprimento, pode

traduzir-se num estímulo adicional para assegurar a consecução do projecto como delineado. A metodologia de documentação e aprovação de eventuais alterações ao projecto, deve também ficar contratualmente bem estabelecida.

A gestão de um projecto pressupõe, portanto, a atenção cuidada a uma multiplicidade de factores, que trabalhados de forma adequada e no tempo certo, potencializam a consecução bem sucedida do projecto.

Um projecto é um instrumento de mudança. Gerir um projecto e conseguir fazê-lo chegar a bom porto dentro dos timings estabelecidos e nas condições perspectivadas é claramente um desafio exigente mas sem dúvida muito enriquecedor.

Como afirmou Luc de Clapiers Vauvenargues “A ciência dos projectos consiste em prever as dificuldades de execução” e eu acrescentaria, e a capacidade de as gerir. ●



Roberta Cheregati Betancur

Profissional e Consultora na áreas de Comunicação e Comércio Exterior. Especialização em Empreendedorismo

TECNOLOGIAS QUE "APIMENTAM" ESSAS SUPER MÁQUINAS



Antônio Pimenta

Quase impossível não se apaixonar por elas. Mesmo idolatradas por uns e odiadas por outros, as mega motocicletas estão sendo cada vez mais vistas nas ruas e nas estradas. Seja no passeio com uma *custom* ou na velocidade com uma *speedy*, o que antigamente era apenas uma idéia de consumo intangível, tornou-se realidade. Com uma maior estabilidade na economia brasileira, financiamentos com prazos a perder de vista e o super aquecimento no mercado de veículos nos últimos tempos, o crescimento desse segmento foi inevitável. Conversei com Antônio Pimenta, um dos maiores conhecedores de motos do Brasil. Motociclista desde quatorze anos de idade, começou sua carreira trabalhando como *office boy*, formou-se em eletrônica, mas largou tudo para se dedicar à

sua grande paixão, trabalhar em tempo integral com motocicletas, ofício que pratica desde a adolescência. Seu estilo? As motos *touring*, estradeiras grandes, pesadas e muito, mas muito cromadas.

Pimenta, como é conhecido, sabe tudo sobre motos! Falamos sobre estilo, adas, tecnologias. Atualmente, ele possui uma *megastore* na cidade de São Paulo, onde se pode fazer uma cuidadosa lavagem de moto, comprar os últimos modelos em moda e artigos de segurança para motociclistas, fazer manutenção, reparos, escolher peças para personalizar sua máquina, ou se preferir, comprar a tão cobiçada moto dos seus sonhos.

Sua intenção é pilotar em estradas de diferentes países? Conversamos também com a Ana Pimenta, sua esposa. Ela

é diretora de marketing da Pimenta *megastore* e ainda organiza os mais badalados passeios pelo mundo através de sua empresa, a Let's Ride.

Após essa entrevista, vai ser difícil você não se encantar com a tecnologia e força dessas máquinas. Preparado para esse sentimento de liberdade? Acompanhe tudo nesse mundo sobre duas rodas, pois como dizem os norte americanos, "*If I have to explain, you would't understand*" (Se eu tivesse que explicar, você não entenderia).



Harley-Davidson WLA 1942



MeioByte Pimenta, o seu foco são as motos touring. Explique-nos um pouco melhor como são definidos os segmentos motociclísticos e quais os diferenciais desse estilo.

Pimenta Realmente, nosso foco é o cliente das motos touring ou custom, como também chamamos. As mais conhecidas desse segmento certamente são as Harley-Davidson®.

Existem as motos "speedy", normalmente as japonesas, carenadas, que atingem até 300 km/hora, para os amantes da velocidade. Já as "Big Trail" são motos de *full purpose*, que podem andar tão bem na terra quanto no asfalto. As motos de baixa cilindrada são comumente usadas para a locomoção na cidade ou para trabalho e por fim, as motos de trilha que são produzidas para os amantes da lama.

A moto touring é destinada ao lazer. Os motociclistas desse segmento não querem correr, querem passear, encontrar amigos, ir a bom restaurantes, fazer da viagem um prazer. Normalmente, são profissionais já bem posicionados em suas carreiras, que querem tomar um bom vinho, fumar um bom charuto, curtir e extravasar o estresse da rotina semanal.

MB Como está o mercado dessas super motos para os próximos anos no Brasil? Qual a sua previsão para o futuro desse segmento?

Pimenta O mercado está crescente, tivemos uma leve baixa com a crise mundial, mas a recuperação foi muito rápi-

da. A norte-americana Harley-Davidson Motor Company® está investindo pesado na produção desse segmento de motos para o Brasil, querem ampliar a rede de concessionárias e no mínimo, dobrar as vendas nos próximos dois anos. Para nós, isso é fantástico, pois o sucesso do nosso trabalho está totalmente ligado às vendas dessas motos.

MB Vemos nas estradas brasileiras, motociclistas cada vez mais jovens nessas máquinas que até pouco tempo eram voltadas ao público com mais de 40 anos de idade. Isso é uma realidade?

Pimenta Sim. O que acontece é que os preços e as condições de compra dessas motos melhoraram bastante. Outro fator é que na medida em que essas motos vão envelhecendo, os valores vão caindo e os jovens apaixonados por esse segmento ganham condições de obter seu objeto de desejo. A vantagem desses jovens é que os proprietários de motos custom possuem um grande senso de cuidado e realizam manutenção preventiva, o que prolonga a vida da moto e faz com que elas mesmo usadas, sejam praticamente como novas. Sorte de quem as compra!

MB De onde partiu a idéia dessa mega store para motocicletas e motociclistas?

Pimenta A idéia de montar a loja partiu de uma necessidade que víamos no mercado de existir uma loja onde se



pudesse fazer tudo em uma motocicleta fora da única opção que antes era a concessionária. O cliente que tem moto sempre ficou muito preso aos padrões dessas concessionárias, então nós quisemos ir além. Eu e meu sócio iniciamos o projeto com o arquiteto contratado, que também é motociclista. Levou algum tempo até definirmos o padrão ideal, pois fizemos tudo de uma forma que o cliente se sentisse bem dentro desse espaço. Montamos o escritório, o show room, o café, a área para lavagem das motocicletas, a oficina, enfim, uma concepção bem diferente do que vemos no mercado. Tudo isso, num amplo espaço de três andares. E acho que conseguimos. A loja foi muito bem aceita.

MB Qual o diferencial que você oferece ao cliente que chega a sua loja?

Pimenta A loja fica aberta de segunda à sábado, para todo tipo de atendimento, seja para compra de acessórios para motos ou vestuário, manutenção ou lavagem. Nas manhãs de sábado, oferecemos um excelente buffet de café da manhã, onde nossos clientes podem servir-se à vontade, enquanto fazem suas compras ou aguardam a execução de algum serviço em suas motocicletas. Na verdade, esse café tornou-se um ponto de encontro de amigos e familiares, que se reúnem na loja para falar sobre motos, combinar passeios e fazer novas amizades. O ambiente é agradável e muito descontraído. Eles chegam de manhã, tomam café, conversam com o grupo e juntos, em suas motos, partem para um almoço em alguma cidade próxima a São Paulo.

MB Ana, sabemos que você tem uma grande participação nisso tudo. Sua empresa, a Let's Ride leva milhares de motociclistas para passeios ao redor do mundo. Como está a sua participação nesse projeto da Pimenta mega store?

Ana Pimenta Ando de moto desde os quinze anos, sou uma apaixonada! Detesto andar de carro. Há muitos anos que trabalho com eventos, levando motociclistas para passeios principalmente aos Estados Unidos, onde fazemos Daytona, Route 66 e Key West, entre muitos outros. Participamos dos 95 anos da Harley-Davidson®, dos 100 anos e

dos 105 anos. Se tudo continuar assim, faremos parte dos 110, 120 e os que vierem. Organizamos também passeios menores, estilo bate-volta, onde viajamos para um local próximo, almoçamos e voltamos pra casa, ou o bate-fica, com maior distância e acomodações para pouso. Já organizamos passeios para os Alpes Suíços, Portugal e também alguns países da América do Sul. Nossos clientes adoram e nos cobram sempre passeios diferentes e inéditos. Ano passado fomos para Punta del Leste no Uruguai e o sucesso foi tão grande que este ano vamos repetir. Atualmente, a Let's Ride funciona dentro da loja Pimenta, onde também sou responsável pela área de marketing.

MB Com a preocupação mundial em reduzir poluentes da atmosfera, como os fabricantes dessas motos de altas cilindradas estão trabalhando para respirarmos um ar mais saudável? Qual a preocupação de vocês com o meio ambiente?

Pimenta Hoje a tecnologia está presente no segmento de motos, às vezes até superando as tecnologias usadas nos automóveis, visando a redução de poluentes na atmosfera. Essas máquinas já não usam carburador há mais de dez anos, utilizando apenas injeção eletrônica, o que faz com que algumas cheguem ao nível zero de emissão de CO₂ no ambiente. Para nossa oficina, importamos um equipamento analisador de gases, que nos permite regular a motocicleta e deixá-la emitindo o mínimo de poluentes como monóxido, dióxido de carbono e hidrocarbonetos, além de permitir menor consumo de combustível e melhor performance, sem poluir. Como também temos essa preocupação ambiental em nossa empresa, nós tratamos toda a água usada na lavagem das motos. Nos fundos da oficina temos três tanques. Um que age por decantação, filtrando sólidos e passando a parte líquida para outro tanque que filtra tudo que flutua, como óleo. Por fim, essa água passa para um último tanque que a filtra novamente e libera uma água já pré tratada para as galerias de escoamento.

MB Atualmente o que há de mais moderno em tecnologia na fabricação das motos touring e seus acessórios?



Interior da loja

Pimenta Basicamente, a injeção eletrônica, freios ABS, controle de suspensão. Num trânsito pesado, a moto de dois cilindros pode ter um deles desligado, visando a redução no consumo de combustível e na emissão de poluentes.

Já como acessórios, algumas possuem navegador GPS, rádio MP3 com som independente para piloto e garupa, intercomunicador com Bluetooth, que permite o piloto atender a uma ligação telefônica e a comunicação entre capacetes apenas com controle de voz.

Como itens de segurança, atualmente existem centenas de produtos que contribuem para uma pilotagem mais segura, independente do padrão da moto. São capacetes levíssimos, que resistem a quedas de até 300 km/hora, viseiras de polícarbonato com 3 mm de espessura, jaquetas de cordura, com protetores para cotovelos, ombros e coluna, botas impermeáveis, com protetores de tornozelo, enfim, já existe muita tecnologia no que diz respeito a proteção dos motociclistas.

MB Falando de manutenção e reparos. Como funciona atualmente a oficina dessas motos?

Pimenta Falando novamente em injeção eletrônica, hoje em dia não se faz manutenção nesses veículos sem um computador. O mecânico deixou de ser aquele profissional sujo de graxa e deu lugar a técnicos especializados, que são contratados não só pela experiência, mas por sua qualificação profissional. Esses técnicos trabalham de avental branco. Simplesmente conectam plugs ao seu veículo e fazem um diagnóstico totalmente computadorizado do motor. Através de sensores de informação e sensores de ação, informações como temperatura do ar, do motor, pressão atmosférica, entre outras, são repassadas ao computador que já direciona a um diagnóstico preciso. Os motores atuais são inteligentes e se auto regulam a cada mudança de altitude, pressão atmosférica ou combustível. Se uma moto sai do Brasil e tem o tanque abastecido em outro país, com uma gasolina sem adição de etanol, o desempenho vai ser visivelmente melhor, justamente por causa dessa adaptação do motor. Por isso, os fabricantes das motocicletas de alta cilindrada recomendam combustível

com alta octanagem, as chamadas gasolinas Premium.

MB Vocês costumam importar equipamentos, ferramentas e manuais visando reparo imediato das motos que chegam à oficina com problemas. Isso é um diferencial nesse mercado?

Pimenta Sim. Esse é o nosso grande diferencial. Nós não esperamos ter o cliente com problemas para corrermos atrás de uma solução. Como nossa experiência é mais voltada para as motos touring, que normalmente são norte americanas, trazemos dos Estados Unidos não só ferramentas de reparo, mas também o conhecimento técnico em possíveis problemas que possam existir nas motos que foram importadas de lá. Há algum tempo, importamos um Dinamômetro, aparelho que na verdade é uma bancada de testes, onde se acelera a moto até seu limite, fazendo uma medição precisa de sua potência, sem arriscar nas ruas ou pistas a vida de pilotos de testes. Esse Dinamômetro funciona dentro de uma sala isolada acusticamente e visa não só medir o limite de velocidade, mas através de gráficos computadorizados, mostrar pontos para uma regulagem onde se atinge melhor torque ou uma aceleração mais linear e macia.

MB Quais são os próximos projetos do Antonio Pimenta, empresário?

Pimenta Com a quantidade de passeios que fazemos pelo Brasil, sempre ouvimos de outros motociclistas comentários sobre a necessidade de lojas nos moldes da nossa em outros estados brasileiros. Como trabalhamos dentro de padrões muito altos de profissionalismo e estrutura, muitas vezes recebemos até propostas de parcerias para a ampliação de nossos negócios. Um desses convites veio de uma loja muito bem equipada, localizada na cidade de Balneário Camboriú, no estado de Santa Catarina. Acabamos de fechar essa parceria e estamos muito contentes, pois poderemos levar para outro mercado, nosso conhecimento e qualidade. A loja, que já possui uma estrutura excelente e de altíssima qualidade, chamava-se HD Point, mas desde o fim de setembro já atende como HD Point Pimenta. Certamente, será uma parceria de grande sucesso! ●



Mena Wagner

Formadora, Coach e Counsellour, com experiência essencialmente na área comportamental. Conselheira Clínica

Como alterar padrões de pensamentos negativos

“O que são padrões de pensamento negativos?”, poderíamos pensar. Afinal, não somos livres de pensar o que queremos? Ou as filosofias do “tens que fazer” e do “não podes fazer” também já querem controlar a forma como usamos o nosso pensamento?

O nosso pensamento é talvez aquilo em que somos mais livres. Os outros não têm como nos “proibir” de pensar seja no que for. Mas aquilo em que passamos tempo a pensar, tem alguns efeitos em nós. Então acho que faz sentido nós escolhermos com cuidado o que queremos que ocupe o nosso pensamento.

Os nossos padrões de pensamento são bastante inconscientes. E podemos facilmente verificar isso em nós próprios. Se tentar perceber, por exemplo, em que esteve a pensar ontem durante TODO o dia, provavelmente não conseguirá lembrar-se de mais do que uns poucos tópicos.

No entanto, o seu pensamento esteve a ser usado durante todo o dia, sem interrupção.

Quando algo começa a ter um grande “tempo de antena” no mundo dos nossos pensamentos, começa a dirigir também as nossas acções. Isto tanto pode acontecer em situações simples e sem grande importância, como em aspectos que acabem por levar a problemas considerados distúrbios mentais, como em alguns casos de paranoia, por exemplo.

Um padrão de pensamento negativo pode levar-nos a viver desconfiados, a andar preocupados, a desenvolver baixa auto-confiança ou auto-imagem, a ressentimento ou conflitos, depressão, ataques de pânico e mesmo a alguns problemas psicossomáticos como enxaquecas, problemas digestivos, etc.

O padrão de pensamento, para além de ser inconsciente, também é geralmente não intencio-



Tenho encontrado pessoas que se sentem completamente escravizadas pela sua forma de pensar; que querem deixar de pensar "naquilo" mas não conseguem. Muitos vão tentando usar estratégias para se livrarem de pensamentos que os atormentam, mas sem grande resultado. Porquê?

nal. Tenho encontrado pessoas que se sentem completamente escravizadas pela sua forma de pensar; que querem deixar de pensar "naquilo" mas não conseguem. Muitos vão tentando usar estratégias para se livrarem de pensamentos que os atormentam, mas sem grande resultado. Porquê? A intenção está lá. A motivação (considerada tão importante) por vezes é fortíssima. Então porque não conseguem mudar o seu padrão de pensamento?

Não podemos esquecer que o nosso cérebro está em constante actividade e o nosso pensamento também. Para além disso, quanto mais pensamos numa coisa, mais forte ela fica no nosso pensamento. Ou seja, se estamos a tentar deixar de pensar em algo, na prática o que estamos a fazer é a reforçar esse tema, a torná-lo mais importante no nosso pensamento.

O primeiro passo para mudarmos padrões de

pensamento negativos é identificarmos os nossos. É importante apercebermo-nos do tipo de pensamentos e temas que andam pela nossa mente. Vale a pena gastar alguns dias a analisar os nossos próprios padrões de pensamento. Tentar perceber, várias vezes ao dia, em que estava a pensar nesse momento. E dividir esses pensamentos em categorias: preocupação, pensar mal de alguém, achar que não é capaz de alguma coisa, fantasias, etc. A escrita é uma ferramenta muito útil que vale a pena usar quando estamos a tentar mudar algo.

O segundo passo é mudar. Como conseguir isso? Se tentamos tirar algo do nosso pensamento ele fica "vazio" e a tendência é voltar a "encher", normalmente com o que acabou de sair. Então a estratégia não pode ser "tirar" mas sim "colocar". Ou seja, em vez de tentarmos deixar de pensar numa coisa, é muito mais eficaz ○



colocarmos outra coisa no nosso pensamento. Podemos fazer uma lista com algumas coisas que podemos pensar ou fazer quando apanhamos o nosso pensamento em flagrante, a andar por onde não deve. Estas coisas devem ser agradáveis e suficientemente fortes para substituírem o pensamento negativo. No princípio é natural o pensamento que não queremos, voltar logo a seguir. Então voltamos a colocar outra coisa na mente. Tenho verificado que quando são formas de pensar muito persistentes, ajuda usarmos a nossa voz, por exemplo cantando ou planeando coisas em voz alta.

Enquanto está a fazer isso precisa também de desenvolver a sua capacidade de análise. De perceber o que está a resultar e o que precisa de alterar.

Na prática isto não é fácil e requer trabalho e persistência. Mas acho que o resultado compensa. ●

O PRIMEIRO PASSO
PARA MUDARMOS
PADRÕES DE
PENSAMENTO
NEGATIVOS É
IDENTIFICARMOS OS
NOSSOS.



Isabel Jesus



Licenciada em Jornalismo e Ciências
da Comunicação

Vamos vestir a camisola?




Ao nível empresarial, a sociedade moderna não é uma economia de mercado, mas sim uma economia organizacional em que o foco de importância passou do conceito de mercado – mais abrangente – para as Organizações. De um Mercado passou-se para os vários mercados das várias Organizações.

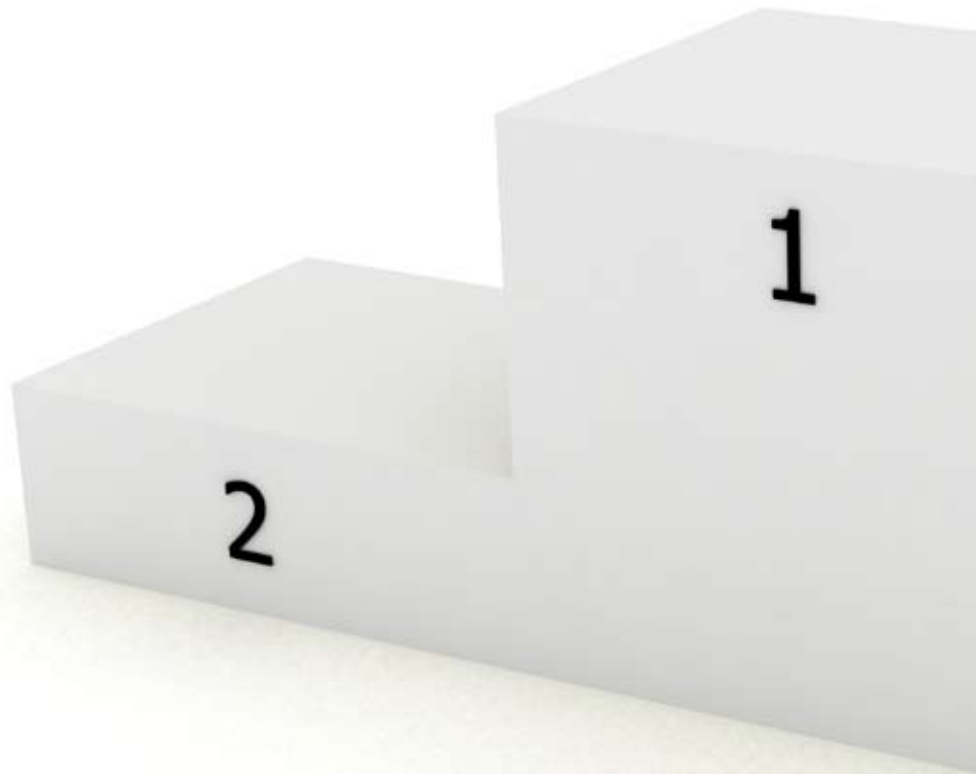
São elas que através das suas capacidades e competências garantem competitividade à sociedade e através de conceitos como Mercado, Hierarquia, Clã e Rede é possível distinguir, de uma forma mais clara.

Sim, sabemos que Scottapontou três perspectivas em relação ao conceito de Organização, mas também sabemos que cada vez mais as organizações são vistas como organismos vivos, que em tudo são iguais ao ciclo de vida do produto. Se não forem cuidadas nascem, desenvolvem-se e morrem sem (nós, participantes) darmos e sem (eles, público externo) darem por ela. E não é isso que ninguém quer, certo?

Cada vez mais vivemos num mundo complexo, em que a comunicação assume um papel privilegiado, uma vez que surge como uma forma de interligar e unir mais as pessoas.

O mundo empresarial não foge à regra: hoje em dia, é imperativa a existência de uma comunicação específica neste meio, que comunique a empresa quer a nível interno como externo, bem como numa perspectiva mais comercial ou de mercado, daí que diferenciação, marketing focado no “nicho” e posicionamento, sentimento de presença, comunicação intra-rede e interna, coaching empresarial e coaching de topo sejam cada vez mais procurados pelas empresas em todo o mundo e comecem a fazer parte do léxico das organizações actuais e atentas.

Bem-vindo à realidade. Se a sua empresa é suficientemente inovadora para criar um produto/serviço único que lhe garante lucros, é natural que a sua equipa seja cobiçada. E para que este cenário continue, o caminho a seguir é a partilha 



de experiências e a motivação, ou os “abutres” da concorrência irão atacar e desfazer esse espírito e essa unidade em bocadinhos. Tudo porque as pessoas, os participantes são fundamentais na organização, são o capital, o activo mais valioso. Numa das minhas experiências profissionais, na primeira semana de trabalho foi-me dado a ler o livro “Picos e Vales”. Durante uma semana, nas horas estipuladas pela empresa, lia, avidamente, e ao longo da história pensava que estava, eu – Isabel – a aprender algo para aplicar no meu dia-a-dia. Mas cerca de 11 dias depois fui posta à prova: tive que comparecer à 1ª reunião trimestral da instituição. Com colegas de todo o país, todos bastante mais velhos, consegui sentir-me parte da equipa. Partilhar valores e apreender métodos com cada um.

Porquê? Porque, vim a descobrir ao jantar, esse livro foi o presente de Natal de todos, e tudo o que tinha aprendido se aplicava a todos nós. Assim sendo, estas acções de formação “mascara-

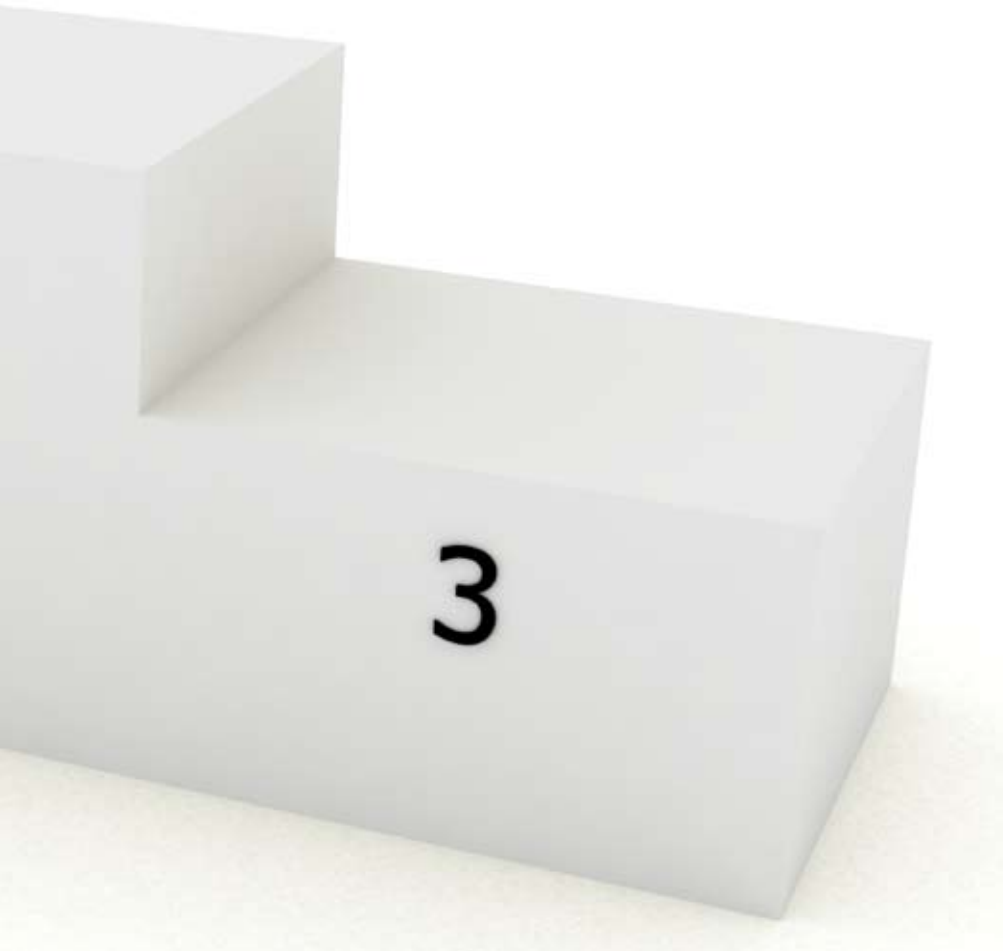
da” funcionam como Motivação (Recompensa) para que a empresa prospere; já que enquanto um conseguisse clientes todos estaríamos motivados.

Desta forma, o sentimento de pertença, a noção de que “em equipa que ganha não se mexe”, depende das funções de comunicação para sobrevivência.

“A identidade de cada um, no exercício e reflexão dos valores éticos corporativos, funde-se com a própria marca da empresa, promovendo relações positivas entre empregadores, empregados e clientes [...]” (Márcia Leão)

A finalidade é conseguir o bom funcionamento organizacional, uma maior motivação e satisfação dos seus públicos internos e maior notoriedade por parte dos públicos externos, bem como procurar estabelecer e manter relações duradouras de confiança.

Jantares de Natal, celebração dos aniversários em pleno escritório, e-mails internos com um tom



mais informal (sem exageros, claro!) e até mesmo um momento de despedida quando um colega deixa o grupo devem ser práticas abraçadas em pleno e não com medo de esbater as fronteiras entre vida profissional e momentos de ócio.

Ao fim e ao cabo passamos cada vez mais tempo dos nossos dias no local de trabalho. Ao fim e ao cabo as fronteiras estão mais que esbatidas nos nossos níveis de stress diário, no trabalho que levamos para casa.

Deixo só uma pequena pergunta: vamos vestir a camisola? ●

A FINALIDADE É CONSEGUIR O BOM FUNCIONAMENTO ORGANIZACIONAL, UMA MAIOR MOTIVAÇÃO E SATISFAÇÃO DOS SEUS PÚBLICOS INTERNOS E MAIOR NOTORIEDADE POR PARTE DOS PÚBLICOS EXTERNOS, BEM COMO PROCURAR ESTABELECE E MANTER RELAÇÕES DURADOURAS DE CONFIANÇA

**Eva Mendes**

Mestre em Relações Públicas

As Relações Públicas face ao desafio da Internet como novo meio de comunicação nas organizações desportivas

No âmbito da investigação para a minha dissertação de mestrado intitulada “ As Relações Públicas face ao desafio da Internet como novo meio de comunicação”, analisamos todos os websites dos clubes da primeira divisão em Portugal.

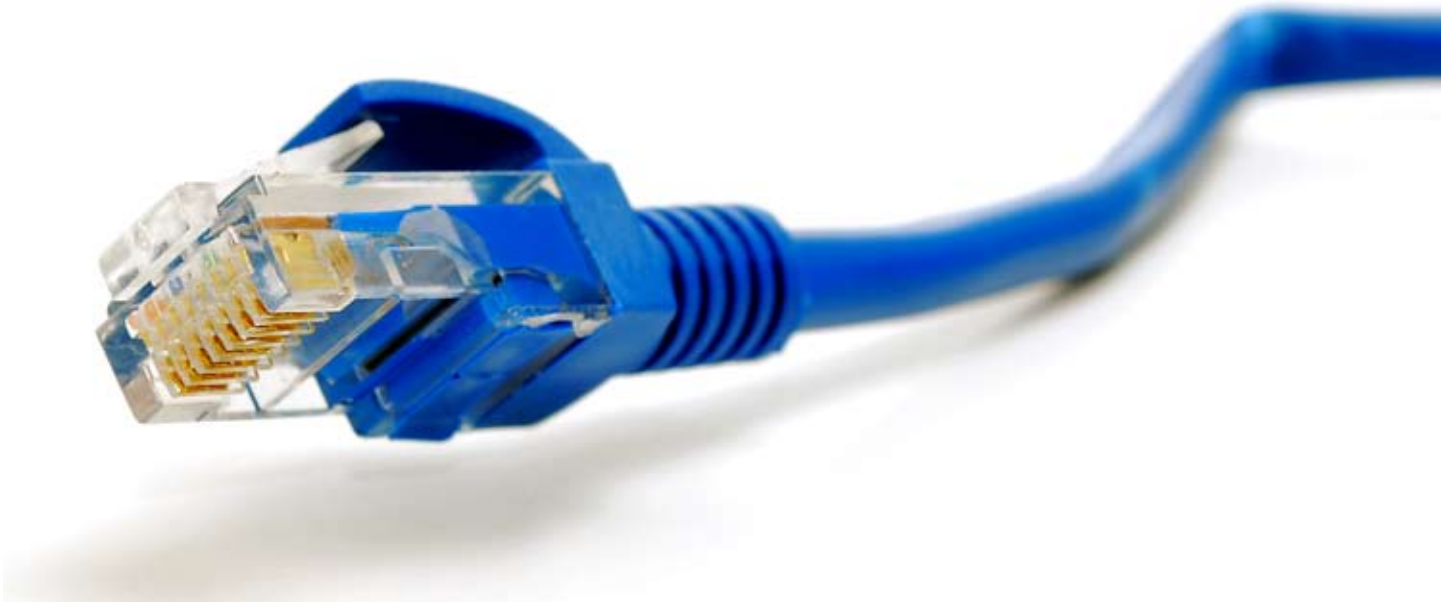
Assim, e após análise dos resultados obtidos, podemos agora relacioná-los com as duas hipóteses que inicialmente tínhamos definido no nosso estudo.

É certo que a Internet faz parte do dia-a-dia da maioria das pessoas de todo o mundo, incluindo estudantes, gestores, bancários e o que nos interessa, RP's. Segundo a nossa primeira hipótese (H1: *A Internet é um meio de comunicação e interacção utilizada pelos RP, susceptível de interagir com diversos públicos dos clubes*) conseguimos concluir que esta hipótese se verificou. De facto, a Internet vem ajudar e muito na melhoria das organizações desportivas. Permite uma interacção directa em tempo real, um maior alcance geográfico, e uma difusão de informação mais bem conseguida. A presença diária da Internet e a estruturação do seu *website* facilita a localização da sua organização. E não é somente ao adepto ou simpatizante que facilita a informação e o contacto directo, mas sim ao próprio profissional de

RP. Conseguirá contactar mais facilmente outros interlocutores, recolher a informação que pretende e interagir com os diferentes públicos através dos meios que a Internet disponibiliza.

É caso para dizer que a Internet trouxe consigo rapidez, proximidade e facilidade de comunicação. Os profissionais de comunicação apenas terão que se moldar a este novo facto, a este novo meio de comunicação, na medida em que têm de proporcionar ao cliente melhor qualidade de atendimento, com personalização do serviço e possível entretenimento. Da possibilidade de melhor organização de conteúdos por parte dos nossos RP's resultará a rapidez no envio e alteração de documentos ou informações, de baixo custo e sobretudo um *feedback* em tempo real, indispensável nos dias de hoje.

No futuro, com o já iniciado processo de profissionalização da gestão do futebol, deve haver um crescimento elevado do negócio futebolístico, pois existem boas intenções de iniciativas na área de marketing, RP e relacionamento. Porém, a consciência de que é necessário trabalhar estes aspectos deve vir de dentro do clube. Assim, neste contexto, (H2: *No contexto das RP,*



os clubes maiores utilizam a Internet de uma forma mais determinante face aos clubes mais pequenos) conseguimos perceber que, de facto, os três grandes (Porto, Sporting e Benfica) são os principais clubes a utilizar a Internet como ferramenta de comunicação. Eles fazem parte de um panorama nacional e internacional de renome e sentem necessidade de o manter. O elevado número de sócios espalhados por Portugal e pelo Mundo também influencia o uso das novas tecnologias. Com isto, todos os simpatizantes, de qualquer parte do mundo conseguem aceder a informações sobre o clube a qualquer altura, a qualquer hora. E isso continua a ser ainda uma grande preocupação de um RP que tem de continuar a elevar a imagem da organização, a melhorá-la, a torná-la mais clara, para que o visitante não vá apenas uma vez ao *website*, mas sim, tornar-se um hábito saudável.

No entanto, podemos concluir nesta hipótese que embora os clubes maiores utilizem e trabalhem na Internet com maior regularidade que os outros, importa salientar que se começa a verificar um pequeno aumento e vontade das pequenas organizações em começar a adoptar a Internet como um importante instrumento de comuni-

cação. No nosso estudo percebemos isso, uma vez que a maioria desses clubes salientou que a Internet é mesmo importante para o seu trabalho (de RP) na organização, porque, de alguma forma, consegue captar e chamar a atenção de muitos mais adeptos e simpatizantes. E é a sua disponibilidade 24h por dia que torna a Internet mais valorizável. ●



Luís Graça
Fotojornalista

Como fazer retratos com impacto

Desde os inícios da humanidade, uma das maiores preocupações e dificuldades que o Homem teve foi a representação de momentos e pessoas relevantes na sua vida. As antigas grutas de Angoulême, onde se descobriu aquele que se pensa ser o mais antigo retrato do mundo, com cerca de 27.000 anos, atesta que a preocupação de retratar o ser humano é um assunto que o tem vindo a atormentar desde sempre.

O retrato e os grandes mestres

O retrato é um dos temas mais recorrentes dentro da fotografia. Ajuda-nos a lembrar ou relembrar como uma pessoa é ou era, e liga-nos, de imediato, ao momento em que o mesmo foi capturado. Um retrato é algo de muito pessoal e íntimo. É aquilo que somos e sentimos naquele momento e naquele contexto e transmite informação muito para além da nossa compreensão. E é claro que depois também existem aqueles que são enigmáticos, que nos obrigam a olhar para eles e tentar decodificar a mensagem que ali é transmitida. O exemplo mais flagrante desta incapacidade de decodificação pode perfeitamente ser representado pelo retrato mais enigmático do mundo: a

Mona Lisa de Leonardo Da Vinci. [FIG1]

Os grandes mestres pintores são sem dúvida fonte de inspiração para se conseguirem grandes retratos fotográficos, e tudo porque tinham de trabalhar os seus temas tendo em conta as dificuldades impostas pela inexistência de melhor tecnologia de captação da imagem, além dos seus olhos, do seu talento, de estudo, pincéis e pigmentos de cor. Sugiro, antes de qualquer fotógrafo se lançar neste tema, que veja ou reveja os trabalhos de Leonardo Da Vinci, Caravaggio, Rembrandt, Velásquez, Michelangelo, El Greco, Degas, Botticelli, Rafael, Monet, etc. Muitos dos aspectos importantes na fotografia de retrato foram amplamente discutidos e testados por todos estes grandes nomes da pintura, o que dá a



figura 1



figura 2



figura 3

todos os aspirantes a fotógrafos retratistas uma base de conhecimento enorme e de valor incalculável. Chamo sobretudo a atenção para a forma como estes artistas lidavam com a luz, com a composição dos temas e a captura do momento chave.[FIG2]

Na arte fotográfica também existem alguns nomes de referência em termos da área dos retratos, nomeadamente Henri Cartier-Bresson, Richard Avedon, Irving Penn, Philippe Halsman, Annie Leibovitz, entre outros. São nomes que representam estilos de trabalho diferentes, uns dos outros, mas que de alguma forma apresentam regras e formas de trabalho muito profissionais e, acima de tudo, com impacto suficiente para terem chamado a atenção do mundo para si.

○ retrato fotográfico

A captura de um retrato é uma acção que deve ser preparada atempadamente pelo fotógrafo, nomeadamente em termos da disposição do local onde será executado o retrato, a luz existente, e como a usar para criar um retrato com força e expressividade, e para que se consiga isso é necessário ter o equipamento devidamente calibrado e preparado, para que se consiga capturar a naturalidade do nosso tema.

[FIG3]O foco tem sempre de incidir sobre os olhos do retratado, uma vez que são os olhos o primeiro local para onde se olha quando se vê um retrato. Outro aspecto a ter sempre em conta é o fundo do retrato. Diversas vezes o fundo torna-se demasiado "berrante", o que distrai a atenção relativamente

ao retratado. Nestas situações, o fotógrafo deve optar ou por seleccionar um outro local para a captura da imagem ou, em alternativa, desfocar o fundo utilizando uma abertura de diafragma maior, na ordem dos $f/2.8$ ou $f/4$. Isto fará que qualquer objecto de fundo se torne apenas numa mancha de cor, direccionando o foco da atenção para o tema.

A direcção e a qualidade da luz é outro dos assuntos que foi amplamente discutido entre os pintores clássicos. A famosa luz de Rembrandt (ponto de luz a 45° relativamente ao tema), que deve o seu nome ao facto dos quadros deste artista espelharem a soturnidade dos interiores das casas holandeses do século XVII, são exemplos de como a luz e a sua qualidade contribuem para criar ambientes de grande beleza relati- ○



vamente aos retratados. Outro grande artista que utilizou este estilo de luz foi Vermeer, colocando os seus temas perto de janelas, o que é aliás uma técnica bastante usual e com resultados muito interessantes relativamente aos retratos fotográficos.

Ter em atenção:

Grandes aberturas de diafragma criam uma curta profundidade de campo, é necessário nestes casos em particular ter cuidado com o foco. Um erro clássico é focar o nariz em vez do olhos.

Fundos escuros podem causar sobreexposição, e fundos claros subexposição

Ainda no seguimento da nota anterior, peles escuras podem causar sobreexposição e peles mais claras subexposição
ISO's altos podem provar ruído na imagem e mudanças na cor que poderão arruinar o tons delicados da pele

Na fotografia de grupo, uma técnica para impedir que nenhum dos membros feche os olhos é pedir para eles fecharem os olhos momentos antes, contar até três e no três, eles abrirem os olhos. Com esta técnica ninguém ficará com os olhos fechados

Use os sistemas da sua máquina fotográfica para reduzir os olhos vermelhos. ●



Anderson Marcelino Pereira



ITIL Manager Certified

Como construir e gerenciar um SLA (Service Level Agreement)?

Parte 2



No artigo anterior, falei um pouco sobre meu trabalho atual como Service Level Manager e algumas de minhas metas e objetivos dentro do Processo de Service Level Agreement. Neste artigo, darei continuidade falando sobre Planejamento, Estrutura e como implementar um SLA.

Comparo o meu trabalho a uma viagem para a Disney, onde eu inicialmente preciso saber o destino, providências a serem tomadas antes da viagem (passaporte, visto, formulários a serem preenchidos), se irei por conta própria ou através de um pacote de serviços oferecidos por alguma empresa terceira, quais os tipos de transporte e hospedagem que quero agregar na minha viagem, quais os parques que irei visitar, qual o portfólio de serviços oferecidos pela empresa, o roteiro durante a viagem, etc.

As mesmas coisas têm acontecendo para um SLA, ou seja, PLANEJAMENTO!

Na fase de planejamento você nomeia uma pessoa que será responsável pelo processo e suas atividades, faz uma campanha de conscientização da missão, objetivos, escopo e papéis e responsabilidades de cada envolvido.

Com esse trabalho inicial você ganhará apoio em todas as fases das atividades do processo de Gerenciamento de Nível de Serviço.

Nessa fase é fundamental que ferramentas e técnicas de monitoramento sejam criadas, revisadas ou melhoradas; para assegurar que o processo possa ser eficiente e eficaz no que diz respeito à SLA.

Agora é o momento de definir e aprovar os níveis de serviços apropriados entre as partes envolvidas para a entrega do serviço prestado.

Identificamos os recursos necessários, critérios de qualidade, confeccionamos o primeiro Piloto de SLA (Contrato), planejamos o Catálogo de Serviços e a estrutura do SLA. Identificamos parceiros para a adoção de uma ferramenta para automatizar o processo e os principais riscos envolvidos. ○

Todas estas etapas acima mencionadas devem ser consideradas como um projeto que tem início, meio e fim.

Sempre digo que aqui é que devemos gastar um maior tempo possível para identificação dos requisitos de negócios e serviços para a criação de um *Portfólio de Serviços*, que é um Banco de Dados onde você encontra todos os detalhes de serviços e seu status que irá dar origem ao Catálogo de Serviços (visão do cliente do Portfólio de Serviços).

Serviço definido e aprovado, vem agora o Gerenciamento do Nível de Serviço, onde definimos nos SLA tudo o que foi acordado entre as partes envolvidas.

Neste momento como Service Level Manager, tenho que definir, documentar, acordar, monitorar, medir, relatar, revisar todos os níveis de serviços fornecidos pela TI.

Garantir que TI e seus clientes tenham as expectativas claras dos serviços a serem entregues.

Neste momento do Processo de Gerenciamento de Nível de Serviço que começa uma relação entre o Service Level Manager e o Cliente (Negócio).

Eu me torno o ponto único de contato e comunicação para os clientes e gerentes de negócios da empresa no eu diz respeito à SLA. Sou o representante legal do fornecedor do serviço de TI e o Negócio e vice-versa.

Gerencio a expectativa de cada parte envolvida para garantir a qualidade de entrega do serviço de acordos com as necessidades levantadas nos Requisitos de Nível de Serviço.

No próximo artigo irei falar sobre o Escopo e Atividades, até chegar a confecção do SLA.

Abraços e até o próximo artigo! ●





Rui Silva



Quinze anos de experiência em diversos sectores com vários cargos de responsabilidade dentro dos Dep. Comerciais

Mais do que ser chefe, ser líder!

Falar em Gestão de Equipas de trabalho é quase tão controverso como falar de futebol, politica ou religião.

Quase todos nós temos uma opinião formada sobre o tema e levamos a nossa experiência (seja prática ou teórica) a bloquear novos dados.

Quando falamos em Gestão de uma equipa, acredito que a primeira análise a fazer é se somos um líder ou seremos um chefe?

Se formos um Chefe, regra geral o que aconteceu foi sermos promovidos porque éramos o melhor colaborador, ou o mais antigo, o que nem sempre quer dizer que realmente estamos preparados para assumir funções ("um bom colaborador nem sempre dá um bom chefe").

Outra questão é, queríamos mesmo assumir a responsabilidade de gerir uma Equipa?

Por vezes somos confrontados com um convite e não temos a coragem de dizer que não e expli-

car (porque temos receio de ficar mal vistos ou pura e simplesmente achamos que não estamos preparados para assumir esse cargo). Ou simplesmente aceitamos porque nos agrada o título e o aumento.

Não há almoços grátis, quando nos dão algo é expectável que nos peçam algo em troca. Aquilo que nos vão pedir ou é mudança ou continuidade. Se for continuidade, podemos ter o trabalho algo facilitado. Mas por norma o que nos pedem é mudança.

Estamos realmente preparados para mudar? Muitas vezes a mudança tem que começar em nós, deixarmos de dar certos dados e conhecimentos como adquiridos e estarmos realmente abertos a mudar. Seja através de investigação por conta própria, seja pedindo ajuda a quem eventualmente está mais habilitado que nós. Mas muitas vezes começa por estarmos realmente ○



atentos ao que nos envolve, termos de deixar de estar tão focados no nosso objectivo e começar a olhar para o objectivo comum, e aqui entra a parte da equipa.

Quando falo em equipa, não estou apenas a falar dos colaboradores directos, estou a falar da " Big Picture". A equipa é um todo, que vai desde os nossos Administradores, colegas de outros departamentos e até aos nossos FSE (Fornecedores de Serviços Externos).

A grande parte dos nossos actos vai disseminar em influências por toda a estrutura.

Aqui tem que começar a entrar a nossa "veia" de líder. A nossa capacidade de influenciar quem e o que está à nossa volta.

Um líder não é quem manda fazer, é quem ajuda e leva a fazer, é quem partilha a sua visão para o bem comum (entre outros atributos).

Está realmente preparado para as suas novas ta-

refas? Será que o título e o aumento não se estão a transformar num presente envenenado?

Vamos acreditar que sim! Está realmente preparado para começar a marcar a diferença! Na nossa espiral de influência, vamos começar por dentro, os nossos colegas directos. Vamos começar por conhecê-los (seja uma equipa nova, sejam já colegas de trabalho).

Como não há duas pessoas iguais, não podemos ter a mesma atitude e postura para ambos. De acordo com a teoria de Maslow, são diversas e podem ser hierarquizadas as necessidades do ser humano (muito importante- o colaborador é um ser humano), da mesma maneira que de acordo com a PNL (Programação Neuro Linguística), uma pessoa poder ser motivada por aproximação ou afastamento.

Daí ser extremamente importante conhecer muito bem os seus colegas e quase arrisco a dizer

que os devemos também conhecer também a um nível pessoal (ver como são e se comportam fora do âmbito profissional), coloquei o parêntesis para realçar que o nível pessoal tem que ser extremamente e devidamente acutelado. Por vezes uma relação demasiado pessoal com um colaborador pode ter uma influência bastante negativa numa tomada de decisão ou posição em relação ao mesmo.

O facto de conhecer bem a sua equipa vai-lhe permitir adaptar o seu estilo de liderança consoante determinado colaborador especificamente, perante a equipa como um todo e perante os desafios que vão surgindo no desenvolver da sua actividade.

Feito este reconhecimento dos seus colaboradores directos, vamos partir para a parte da motivação.

A motivação dos colaboradores da sua Equipa está revestida de muitas formas e feitios.

Não há uma forma única nem infalível de motivar, não é um acto único e isolado, é um processo constante e mutável.

Para aumentar a motivação, comece a trabalhar na desmotivação. Fale com os seus colaboradores, faça-os sentir que são importantes para a estrutura. Perceba o que realmente eles sentem e como se sentem perante a empresa.

Precisam de mais formação?

Precisam de mais reconhecimento (nem sempre é financeiro)?

Precisam de mais meios (ou melhores) para desenvolver a sua actividade?

Etc.

Acredito que vai conseguir manter a sua Equipa bem motivada.

Eu defendo que uma das melhores formas de manter a sua equipa motivada é ajudando-os a sentir o SUCESSO, a realizar e atingirem os objectivos. Não adianta ter uma Equipa altamente motivada se em ultima análise não realizarem os seus objectivos. ●

Quando falo em
equipa, não estou
apenas a falar dos
colaboradores directos,
estou a falar da " Big
Picture". A equipa é um
todo, que vai desde os
nossos Administradores,
colegas de outros
departamentos e
até aos nossos
Fornecedores de
Serviços Externos



Emanuel da Silva

Formado em Engenharia Naval - Mecânica. MBA Gestão de Projectos - Subsea (Petróleo e Gás), multinacional petrolífera e consultor em Gestão de Projectos

Motivação de equipas

A motivação de uma equipa está directamente ligada à liderança que é exercida sobre esta equipa. A liderança e a motivação são dois factores essenciais para o sucesso de qualquer equipa. Como em tudo, existem bons e maus líderes. Uma boa liderança é determinante para a motivação da equipa. Mas exercer uma liderança eficaz e consequentemente motivar uma equipa é uma tarefa complexa. Um bom líder, está constantemente a aprender e a adaptar-se em função das circunstâncias.

Motivar equipas exercer uma liderança participativa, de forma eficaz e eficiente de modo a direccionar a equipa para alcançar os objectivos definidos. É importante que um líder conheça bem os seus colaboradores e quais os objectivos pessoais de cada um, pois cada colaborador equipa tem objectivos diferentes e é importante alinhar tais objectivos aos objectivos da equipa.

É importante que um líder saiba adaptar o seu estilo de liderança às circunstâncias, à envolvente, à tarefa e à equipa, pois uma equipa passa por diversas fases de evolução. Criar um ambiente favorável à criatividade dos colaboradores, mostrando confiança e permitindo que estes definam como fazer o seu trabalho, faz com que os colaboradores se sintam cada vez mais integrados, comprometidos e se identifiquem com o seu trabalho.

Sendo o ser humano um ser insatisfeito por natureza, um dos grandes desafios dos líderes de equipas será manter sempre a motivação dos seus colaboradores. Portanto, podemos dizer que a motivação deve ser uma preocupação constante. De formas a manter os colaboradores motivados, o líder deverá ter a capacidade de criar uma visão que possa transformar-se em realidade e que incentive os colaboradores a mudar. É importante definir bem

o que se pretende fazer, interagir com os colaboradores no sentido de alinhar os seus objectivos individuais aos objectivos da equipa, incentivando-os portanto a trabalhar neste sentido.

Finalizando, podemos concluir que uma equipa estará motivada se souber:

- Reconhecer a importância do trabalho em equipa;
- Identificar as características e objectivos individuais;
- Delegar e responsabilizar os colaboradores nas suas tarefas.

Definir claramente os objectivos a alcançar, que devem ser:

- Realistas;
- Específicos;
- Mensuráveis
- Alcançáveis;
- Claros.

Algumas técnicas e princípios que podem ajudar à motivação de uma equipa:

- Conhecer as causas do êxito ou do fracasso de uma tarefa, aumenta a motivação;
- O reconhecimento do sucesso, por parte do líder, é bastante motivador;
- Tarefas demasiado difíceis ou demasiado fáceis geram desmotivação;
- O líder que dá autonomia no trabalho promove a motivação, o sucesso e a auto estima;
- Definir objectivos e referir-se a eles na presença dos outros quando alcançados gera motivação;
- O líder deve mostrar interesse por cada colaborador, de um modo individual e de um modo geral, como elemento pertencente a equipa. ●

Mais uma rede social

PING (da Apple)

E a Apple resolveu entrar em tudo aquilo que puder. Agora a novidade é a entrada da marca no mercado de redes sociais, com a criação do Ping, um site de discussão sobre música vinculado ao iTunes.

Steve Jobs, CEO da Apple, foi questionado relativamente ao porquê de a empresa criar a sua própria rede social e se esta decisão de lançar estremeceu a relação entre a empresa e o Facebook, já que a Apple poderia desenvolver serviços no Facebook, como outros sites de música já fizeram. Jobs disse que a Apple considerou esta hipótese e chegou a discutir o assunto com o Facebook, segundo reportagem do jornal americano *The New York Times*. Porém, os termos da rede social eram muito “pesados”.

Ainda assim, a Apple usou alguns dos interfaces abertos de programação do Facebook para permitir que os usuários encontrem os seus amigos da rede social no Ping. Mas o recurso parou de funcionar logo de seguida, pois segundo fontes do jornal, o Ping tinha o potencial de enviar muito tráfego para o Facebook, causando instabilidade no site e problemas de infra-estrutura.

Fim do serviço Windows Live

Durante o evento TechCrunch Disrupt, em Nova Iorque, a Microsoft anunciou o fim do serviço de blogs do Windows que será substituído pelo Wordpress, da empresa americana Automattic.

O Windows Live não conseguiu conquistar muitos usuários por falta de bons recursos e opções interessantes para os “bloggers”. Para que os usuários possam publicar conteúdo na plataforma, o Wordpress criou uma ferramenta que permita a importação do conteúdo do serviço da Microsoft para o novo sistema. Os “bloggers” só terão a ganhar, pois a parceria vai dar aos utilizadores acesso a recursos como edição de CSS, temas gratuitos e mais espaço para armazenamento. E a Automattic, o que ganha com isto? Ganha um público potencial de 30 milhões de usuários que hoje está na rede da Microsoft. A Wordpress possibilita também a integração de serviços como o Messenger, permitindo que os usuários exibam o conteúdo para os seus contactos.

Google corrige falha que contaminou perfis do Orkut

Foi corrigida pelo Google uma falha de segurança que provocou a infecção de mais de 190 mil utilizadores no Orkut. A Google emitiu uma nota oficial a informar que o problema foi um código presente no ‘Novo Orkut’ e recomenda que os utilizadores troquem a senha utilizada na rede social.

Segundo a empresa americana, o problema foi causado por uma modificação efectuada pela equipa de criadores da rede social. A Google analisou o código de script e informou que este não revelou qualquer activi-

dade maliciosa. Apesar do problema já estar resolvido, eles continuam a estudar a vulnerabilidade para ajudar a evitar problemas semelhantes no futuro.

A falha incluía os utilizadores ‘Infectedos pelo Vírus do Orkut’ na comunidade, sem que houvesse a necessidade de aprovação. Além de se tornar membro sem saber, o utilizador também enviava um código malicioso para os seus contactos na rede através de um recado.

Para quê ter réguas? Use os dedos.

Se voltarmos ao passado na história das medições, saberemos que nos tempos antigos, partes do corpo eram usados para ser o padrão para as medições. Peguemos como exemplo a medição “pé”, ou feet, que correspondia ao tamanho médio dos pés masculinos adultos.

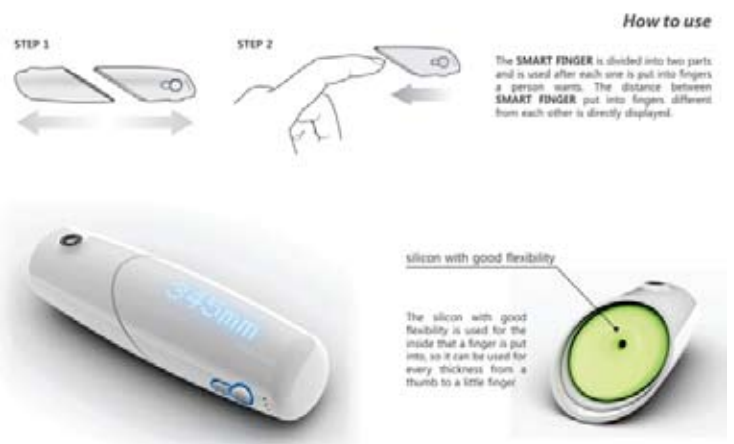
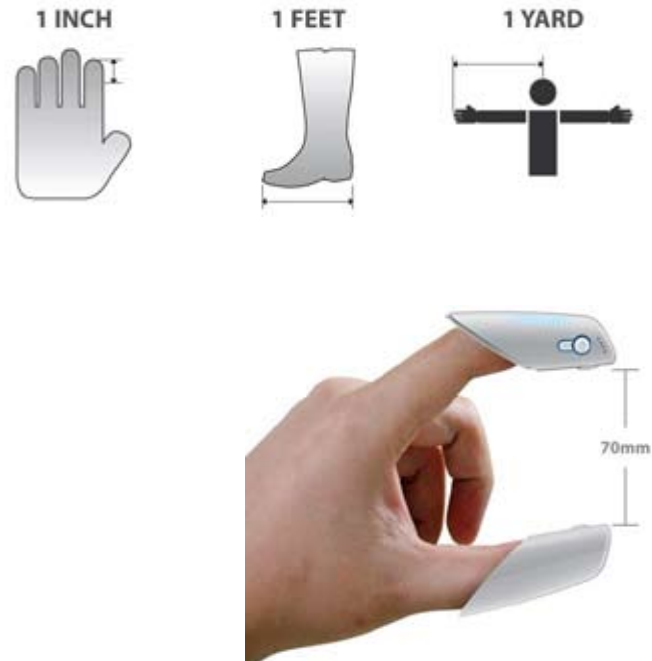
Esta medida é amplamente usada na aviação, e actualmente equivale a 30,48 centímetros. Portanto, “um pé”.

Esta necessidade de uniformidade abriu caminho para os sistemas métrico e imperial que hoje são comumente usados. No entanto os nossos instintos básicos ainda nos fazem querer usar ‘um palmo’, ‘dois espaços de dedo’ ou a “distância de um braço”. Percebemos então que velhos hábitos costumam a morrer. Para dar continuidade a este paradigma, entre a precisão e aproximações humanas, foi idealizado o Smart Finger.

O Smart é um dispositivo que cobre o polegar e o indicador (ou qualquer outros 2 dedos) e utiliza os sinais transmitidos entre as duas pontas do dedo para calcular a medida.

O produto, que é feito de silicone, pode medir comprimento, largura e volume de forma intuitiva. Para medir a distância, é efectuado um cálculo com base no tempo que o sinal demora a chegar de uma ponta a outra. Este resultado é exibido através de um LED.

Os designers criadores do Smart Finger são Choi Hyong-Suk, Jung Ji-Hye Park e Yoo-Jin



Workshops Compuworks - Microsoft Portugal e HP

A Compuworks está a organizar a primeira edição de um conjunto de workshops gratuitos chamados CWorkshops. Este evento é dirigido a directores gerais e responsáveis de informática das PME nacionais, com entrada gratuita e limitada a 18 participantes, segundo um comunicado da empresa. Vai decorrer nas instalações da Microsoft, no campus tecnológico do Tagus Park, nos dias 12,13 e 14 de Outubro.

Neste primeiro workshop vão ser discutidos temas como a segurança, disponibilidade, redundância, optimização, virtualização, Plataformas e Aconselhamento de TI, alertando para a importância de uma eficaz gestão informática.

A Microsoft Portugal e a HP vão estar presentes no evento para apresentarem o portfólio de produtos e de serviços, com enfoque em soluções específicas para PME.

Sharp apresenta tablet Galapagos

O leitor Galapagos, que será lançado em Dezembro, é a aposta da Sharp para competir no mercado japonês com o iPad da Apple e o Reader da rival Sony. O Galapagos, em estilo Tablet, foi anunciado pela empresa nesta segunda-feira. A Sharp informou ainda que o produto chega às lojas do Japão em Dezembro e deve oferecer acesso a cerca de 30 mil livros, revistas e jornais.

O aparelho, que tem duas versões, com telas de 5,5 e 10,8 polegadas, vem com o sistema operacional Android e

com o sistema operacional Android e será dotado apenas de acesso Wi-Fi. Os preços dos aparelhos ainda não foram divulgados. A Sharp negocia com a Verizon Communications, dos Estados Unidos, a possibilidade de lançar o Galapagos também no estrangeiro. A Sharp planeja para o ano de 2011 expandir as opções do serviço de download, oferecendo aos usuários filmes, músicas e jogos, já que tem uma estimativa de venda de um milhão de aparelhos no próximo ano.



Google Street View no Brasil

Na última semana de setembro, O Google começou a mostrar imagens em mapas capturadas nas ruas de três grandes regiões metropolitanas do Brasil com o serviço Street View, integrado ao Google Maps. Segundo a empresa, foram percorridos mais de 150 mil quilômetros de vias em 51 municípios.

As imagens estão entrando no ar aos poucos. As cidades iniciais do Google Street View no Brasil incluem São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e suas áreas metropolitanas, como São Bernardo do Campo, Campinas, Niterói e Curvelo, além da região histórica de Minas Gerais.

O Google Street View pode ser visto direto no endereço maps.google.com e em smartphones com navegador completo, como BlackBerry, Android e iPhone.

A primeira fase do Google Street View no Brasil foi feita em parceria com a Fiat, que forneceu os veículos que foram equipados com câmeras para percorrer as cidades. Na próxima fase, um triciclo vai percorrer os locais onde os carros não têm acesso.

Para aumentar a interação com o Google Street View, o Google vai colocar no ar um site especial (www.exploreostreetview.com.br), para acessar locais que já tenham o Street View e ainda vai aceitar sugestões dos visitantes, através de votação, para novos locais onde o triciclo deve visitar e fotografar.

maps.google.com

www.exploreostreetview.com.br

WD TV

Imagine ter uma central de multimédia para se conectar facilmente a uma TV e oferecer acesso a todo seu conteúdo digital, como filmes, músicas e fotos a partir de um só lugar. E o melhor de tudo: aceder através de controlo remoto. Há quem ligue o disco externo a um portátil e à televisão. É uma opção, mas utilizar um equipamento tão caro para realizar essa função, dói no bolso. Além de que o disco não tem a facilidade do controlo remoto.

Falemos então um pouco dos produtos *WD TV Live* e *WD TV Mini*, da linha WD TD da Western Digital

WD TV LIVE



WD TV Mini



Os produtos WD TV, além de terem um preço acessível, são muito simples de instalar e usar.

Com o seu reduzido tamanho e com uma pequena fonte de alimentação que acompanha o produto, ele acomoda-se facilmente em qualquer local. Os aparelhos possuem saída HDMI e reproduzem vídeos nos formatos mais conhecidos, como AVI (Xvid), MPEG1, 2 e 4, VOB e MKV. No site da Western Digital (indicado no final do artigo) poderá encontrar a lista completa. O produto tem também saída para vídeo componente e vídeo composto (o conhecido RCA), para os casos de TV que não tenham uma entrada HDMI. O equipamento já vem com os cabos HDMI, vídeo composto e componente. O som 5.1 é transmitido pelo cabo, utilizando a conexão HDMI. Como o WD TV Live tem apenas a saída de som SPDIF, os outros dois tipos de conexão só irão transmitir o sinal de vídeo. Para o sinal de som, será necessário um cabo para saída de som digital. A vantagem da conexão SPDIF é a reprodução de um som sem chiados. Mas, por ser digital, a TV também terá que ter uma entrada compatível. O cabo de som SPDIF não acompanha o WD TV Live.

O WD TV Live também pode ser conectado a uma rede Wi-Fi, usando um adaptador Wi-Fi USB. A segunda entrada USB do WD TV Live serve para essa função. Após conectar o adaptador (chamado de dongle Wi-Fi), basta ir ao menu de configuração, item Rede e escolher o tipo de rede: cabeada ou wireless.

Basta ligar um HD externo, ou uma Pen USB, na interface USB 2.0 do WD TV Live para exibir os arquivos multimédia directamente na TV. Feito isto é possível navegar na interface, utilizando o controlo remoto, escolhendo o que se deseja ver: vídeo, foto ou música. Após a escolha, o software se encarrega de montar as miniaturas de cada arquivo. E pronto. É seleccionar o que interessa, carregar no botão Play e curtir.



A Meio Byte testou o WD TV Mini. O Seu funcionamento foi perfeito. Os filmes, fotos e músicas foram exibidos sem nenhum tipo de problema.



Pontos fortes do produto:

Fácil instalação e configuração (rede), aceita legendas de filmes, ótimo acabamento e um interface muito simples e prático.



Os modelos do WD TV podem ser visto no site:
<http://www.wdc.com/en/products/index.asp?cat=30>

SERRA X DILMA

é o jogo do momento

A disputa à presidência do Brasil chegou à internet. Um novo jogo coloca os candidatos que estão a frente nas sondagens, José Serra e Dilma Rousseff, literalmente à “porrada” em frente ao Palácio do Planalto.

Antecipar o resultado das eleições e conhecer as intenções de voto das eleições é agora mais fácil com o novo jogo que está a divertir os cibernautas, disponível no site

www.serraxdilha.com



Neste jogo “SerraXDilma” os candidatos travam lutas ferozes, quase tão ferozes quanto os debates políticos que têm antecedido as eleições presidenciais brasileiras de 2010. Se nos debates há “facadas pelas costas” e “golpes baixos”, neste jogo online há socos na cara e na cabeça.

O jogo do combate entre Dilma e Serra foi criado pelo Canal PT, o mesmo que em 2009 criou o jogo “Sócrates versus Manuela”, na época candidatos a Primeiro Ministro em Portugal (sendo ganho por José Sócrates, actual Primeiro Ministro).



Pode ser jogado online, grátis, sem necessidade de downloads. Os criadores do site informam que não acreditam em previsões nem em sondagem à boca da urna. Para eles as presidenciais resolvem-se no site!

Escolha o seu candidato e dê porrada no teu adversário de modo a fazê-lo subir nas intenções de voto, pois, no “SERRAXDILMA” a campanha eleitoral resolve-se ao soco. José Serra e Dilma Rousseff disputam votos numa luta sem precedentes.

Como jogar o jogo Serra versus Dilma: No ecrã inicial, escolha qual dos políticos quer encarnar: Dilma ou Serra, e clique para o seleccionar. Depois use as teclas para lutar contra o adversário. Para ganhar o combate não necessita de usar discursos eloquentes nem de fazer promessas, apenas de ser bom a lutar à esquerda e à direita (o que é uma vantagem em relação a Serra e Dilma pois estes apenas estão especializados em um dos campos, cada um no seu, claro).



A televisão é um dos aparelhos que não pode faltar no nosso lar. No site abaixo pode ver 15 Curiosidades sobre a Tv Brasileira.

<http://www.erro500.com.br/2010/09/15-curiosidades-sobre-tv-brasileira.html>

REFORMA ORTOGRÁFICA

Como estão os seus conhecimentos a respeito da reforma ortográfica? Quer avaliar? Pois bem, a FMU, em parceria com as empresas brasileiras Retoque Comunicação e o LivroClip, apresentam o Jogo da Reforma Ortográfica, uma maneira interactiva e divertida de aprender mais sobre as novas regras da língua portuguesa.

Confira o jogo no site abaixo e aproveite para melhorar seu conhecimento sobre as alterações da reforma ortográfica.

<http://fmu.br/game/home.asp>

LER OU OUVIR?

O NaturalReader é um software do tipo "Text to Speech", ou seja, ele lê o conteúdo de texto e faz a sua reprodução como áudio. Documentos do Word, páginas da internet, ficheiros PDF e e-mails podem ser convertidos para áudio. E estes textos convertidos podem ser salvos em arquivos MP3 e WAV.

Além da versão FREE, o NaturalReader possui versões pagas com mais recursos e uma melhor pronúncia das palavras.

<http://www.naturalreaders.com/index.htm>

SOFTPERFECT NETWORK SCANNER

SoftPerfect Network Scanner é um scanner de IP com interface moderna e muitas características avançadas. Ele é destinado a administradores de sistema e usuários em geral interessados em segurança de computadores. A aplicação procura por portas TCP / UDP e mostra que tipos de recursos são compartilhados na rede (incluindo o sistema e ocultos).

Download: <http://www.softperfect.com/products/networkscanner/>



Manuais/ Apostilas Grátis

Você quer aprender Visual Basic, Office, Corel, Flash, entre outras aplicações? Ou quer ter um manual para poder fazer algumas consultas de vez em quando? Então aceda ao site da APOSTILANDO e baixe as mais diversas apostilas sobre os mais diversos assuntos da área de tecnologia.

<http://www.apostilando.com>



Rubens Ornelas

Profissional e Consultora na áreas de Comunicação e Comércio Exterior. Especialização em Empreendedorismo

QUANTO VALE UMA MARCA

São várias as formas usadas para avaliar o valor de mercado de uma marca e ou uma empresa. Dentre as muitas, escolhemos três metodologias, além de citar alguns conceitos com respeito ao assunto.

As três metodologias escolhidas são: Avaliação com base no valor atual dos fluxos futuros de dividendos, Avaliação com base nos lucros futuros e Capitalização dos fluxos de caixa.

CONCEITO

A avaliação econômico-financeira de empresa ou marca é assunto que está em evidência e suscita acaloradas discussões, principalmente quanto aos métodos que possam ser utilizados.

A avaliação de uma empresa não pode ser feita segundo princípios de uma ciência exata. O peso que os técnicos em avaliação atribuem aos diversos fatores envolvidos no processo de avaliação não é uniforme. Isto se deve a um problema de julgamento pessoal de cada avaliador que é influenciado pela experiência que este especialista acumula, bem como pelos motivos da avaliação para o comprador ou vendedor.

A determinação de valor de uma empresa é difícil, principalmente por ser constituída do conjunto de bens heterogêneos e destinados a produzir riqueza, dentro das mais diversas conjunturas econômicas e sociais.

Dentre as concepções de valor da empresa, destacam-se as seguintes:

a) Valor Patrimonial: o valor da empresa é deter-

minado pelo somatório dos bens que constituem o patrimônio da empresa.

b) Valor Econômico: o valor da empresa decorre do potencial de resultados futuros.

FATORES QUE INFLUENCIAM NA AVALIAÇÃO DA EMPRESA OU MARCA

Existem muitos fatores que influenciam na avaliação de uma empresa ou marca. Dentre os muitos citaremos alguns abaixo:

- Influências econômicas de longo prazo
 - a) Políticas econômicas e fiscais do governo
 - b) Crescimento da população e programas sociais
 - c) Gastos públicos
 - Influências econômicas de curto prazo
 - a) Políticas tributárias vigentes
 - b) Política monetária e controle do crédito pelo governo
 - c) Relação salário-preço
 - d) Efeito da falência de uma grande empresas
- Antes, por volta de 1980, nos casos de fusão e



aquisição de empresas, era costumeiro utilizar múltiplos da ordem de sete ou oito, ou seja, pagar pelas empresas adquiridas sete a oito vezes o valor de seus resultados, de acordo com sua imagem no mercado e outras variáveis. Depois de 1980, puderam-se ver estes múltiplos crescerem até atingir as alturas.

Os homens de finanças preferem as empresas com marcas fortes porque o risco é menor. Ao pagar caro por empresas de marcas, o financista adquire fluxos de caixa projetados que são praticamente certos.

O valor da marca não é incluído no resultado atual, mas é garantia dos resultados futuros. O futuro justifica seu preço. O montante atingido por transações fornece uma indicação sobre o valor financeiro da marca, ao menos aos olhos do adquirente. Esse valor é, no máximo, igual à diferença entre o preço pago e o valor do ativo líquido, o valor contábil da companhia. A avaliação financeira das marcas fornece a ocasião de um encontro de todas as funções da empresa.

Ela introduz uma perspectiva de capitalização de longo prazo.

Já que a marca aspira a ser um ativo, convém partir da definição de ativo: um elemento portador de prováveis ganhos futuros. Os avaliadores definem métodos fundados sobre os retornos esperados da propriedade da marca.

Hoje, os analistas financeiros utilizam o perfil da marca para estabelecer seu business plan e a previsão dos fluxos líquidos esperados no futuro a partir do mercado atual da marca, ou de novos mercados aos quais ela se destina. O analista financeiro utiliza o perfil de marca como elemento de diagnóstico e de realismo nas previsões de fluxo de caixa e na definição do coeficiente de atualização, medida do risco.

Um fator específico usado hoje para avaliação é o conceito de goodwill que está relacionado com a capacidade de ganho da empresa. O goodwill está associado com a variação de atributos intangíveis inter-relacionados que derivam de uma avaliação agregada dos futuros ganhos da empresa. ○

AValiação com base no valor atual dos fluxos futuros de dividendos

Considerando que o fluxo de dividendos futuros permaneça constante, o valor da ação pode ser determinado pela seguinte fórmula, considerando-se um fluxo perpétuo de dividendos.

$$\text{Preço} = \frac{\text{dividendos}}{\text{Taxa de capitalização}}$$

$$P_0 = \frac{D_1}{K}$$

Onde:

P_0 = preço da ação no momento zero

D_1 = fluxo anual e perpétuo de dividendos

K = taxa de retorno exigida

Considerando-se que a empresa se situe numa economia em crescimento, é normal que sua renda também cresça anualmente e, conseqüentemente, o fluxo de dividendos pago aos investidores seja maior no futuro.

$$P_0 = \frac{D_1}{K - g}$$

g = taxa de crescimento

AValiação com base nos lucros futuros

Para aplicação deste método, faz-se necessário realizar diagnóstico prévio, a fim de determinar qual a média de lucro a ser auferido pela empresa que se vai adquirir.

Assim, o valor da empresa será obtido pela seguinte fórmula:

$$V = PL + G,$$

$$\text{Sendo } G = \frac{LP - PT}{i} \times (1 - vn)$$

V = Valor da empresa

G = goodwill

PL = Patrimônio total

LP = Lucro previsto (médio)

i = Taxa de juros

N = Número de anos de existência da empresa

$$vn = \frac{1}{(1+i)^n} = \text{multiplicador do valor atual}$$

Exemplo:

Qual o valor de uma empresa cujo patrimônio líquido é de \$1.700.000,00, patrimônio total é de \$6.000.000, com um lucro previsto de \$500.000,00 ao ano à taxa de 6% ao ano no período de 50 anos com vn igual a 0,05?

$$PL = 1.700.000,00$$

$$PT = 6.000.000,00$$

$$LP = 500.000,00$$

$$n = 50 \text{ anos}$$

$$i = 6\% \text{ a . a .}$$

$$vn = 0,05$$

Primeiro calculamos o goodwill:

$$G = \frac{LP - PT}{i} \times (1 - vn)$$

$$G = \frac{500.000,00 - 6.000.000,00}{0,06} \times (1 - 0,05)$$

$$G = 2.333.333,33 \times 0,95$$

$$G = 2.216.666,67$$

Segundo calculamos o valor da empresa:

$$V = PL + G$$

$$V = 1.700.000,00 + 2.216.666,67$$



$$V = 3.916.666,67$$

CAPITALIZAÇÃO DOS FLUXOS DE CAIXA

$$\text{Valor da Marca} = \sum_{T=1} \frac{RM}{(1+R)^T} + \frac{\text{Valor residual}}{(1+r)^N}$$

Considerando uma perpetuidade nos rendimentos a partir de um determinado ponto (ano) futuro.

$$\frac{RM}{(1+R)^T} \quad \frac{\text{Valor residual}}{(1+r)^N}$$

Trata-se da perspectiva clássica de avaliação financeira de todo investimento, material ou imaterial. A análise estabelece a previsão das receitas atribuíveis à marca, ano a ano, sobre um período de cinco ou dez anos. A taxa de atualização escolhida é o custo médio ponderado do capital, aumentando se necessário para levar em conta o risco, se a marca for fraca. Além desse período, o valor residual é estimado como o resultado de uma renda perpétua, supondo que a receita é constante ou crescente à taxa constante.

RM = Receita futura prevista no ano t, atribuível à marca

R = Taxa de atualização

$$\text{Valor residual além do ano } N = \frac{RM}{r} \text{ ou } \frac{RM}{r-g}$$

g = Taxa de crescimento das receitas ou simplesmente:

$$\frac{RM}{r} \text{ ou } \frac{RM}{r-g}$$

Considerando uma perpetuidade a partir da data zero.

Com exceção dos modelos de "avaliação patrimonial contábil" e "avaliação patrimonial de mercado", todos os outros modelos apresentados levam em consideração, implícita ou explicitamente, a capacidade de geração de rendimen-

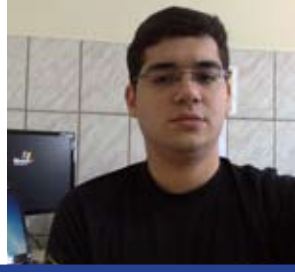
tos da empresa. Em outras palavras, os ativos da empresa são considerados em seu conjunto e não isoladamente e seu valor decorre da capacidade de produzir renda ou serviços. Inclui-se neste conjunto o goodwill que está associado à capacidade de ganho da empresa.

A maioria dos autores recomenda a utilização dos modelos baseados nos futuros fluxos de rendimento, para a avaliação de empresas em funcionamento. Vale observar que nestes modelos o analista poderá escolher aquele que mais se ajuste a cada caso de avaliação. Poderá ainda fazer algumas combinações dos modelos ou métodos a fim de estabelecer comparações entre os resultados encontrados.

CONCLUSÃO

Se o valor total da empresa excede a soma dos valores dos ativos avaliados separadamente, este excesso deve representar o valor de todos os fatores positivos que tornam a empresa mais valorizada que a soma dos ativos específicos. O que é o caso do valor da marca.

Quando os analistas financeiros calculam o valor de mercado de uma empresa, implicitamente consideram o valor da marca, baseados em vários fatores como vimos acima. Considerar a marca é considerar o retorno que uma determinada empresa pode gerar ao longo dos anos. Ter uma marca forte é sinal de bons resultados. ●



Thiago Medeiros

Microsoft Certified Technology Specialist

Ubuntu 10.10

Saiu o Beta do Ubuntu 10.10 nomeado Maverik Meercat. Dentre as novidades podemos citar o novo centro de softwares, agora com uma área de destaques, novidades e a inclusão de uma categoria um tanto inesperada em um sistema de código livre como o Linux. Agora, no diretório do Ubuntu existe uma divisão de softwares "Para Compra". Nessa área aplicativos comerciais que rodam no sistema gratuito serão listados e podem ser baixados em regime de teste, para posterior compra pelo usuário. Essa nova versão também dá suporte a gestos multi-toque em touchpads e telas touchscreen.

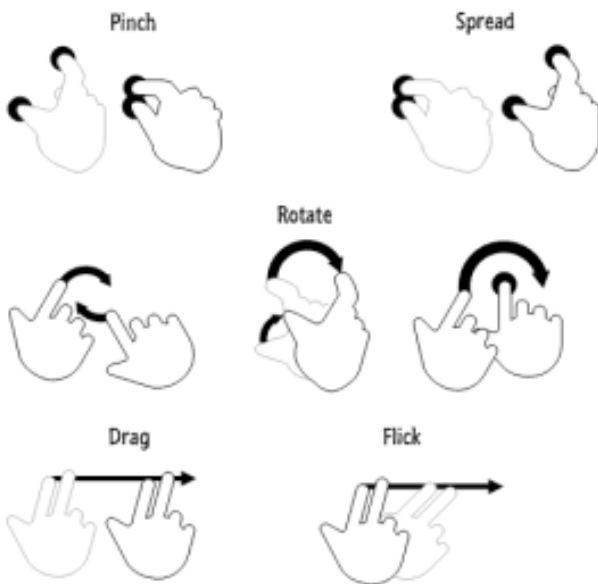
Tela de Abertura do Ubuntu 10.10 com as opções de testar e instalar.



Novo Centro de Softwares:



Suporte a gestos multi toque:



Como essa versão não é uma versão de suporte a longo prazo (LTS), algumas mudanças serão necessárias para poder receber a nova versão pelo Gerenciador de atualizações.

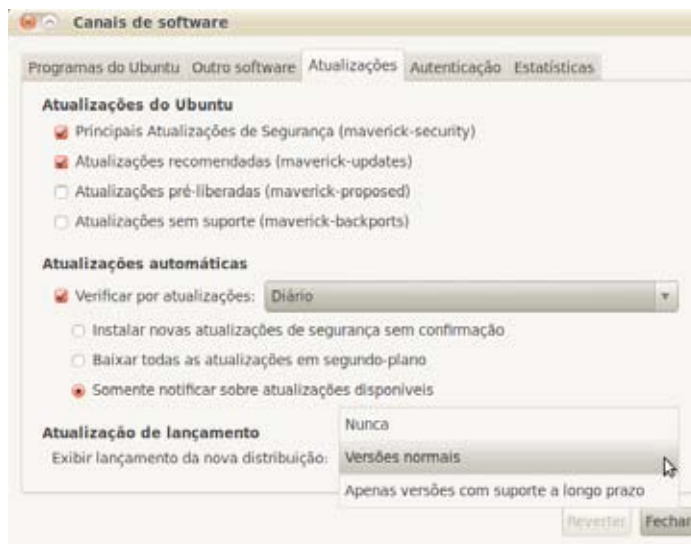
Selecione versões normais para poder receber a atualização para versão 10.10

O Ubuntu está cada vez melhor e completo. Houve também uma mudança nos ícones, novos papéis de parede, um controle de volume melhorado, entre outros.

Para baixar a versão beta clique aqui: <http://cdimage.ubuntu.com/daily-live/current/>

Para atualizar manualmente do Ubuntu aperte alt + f2 e digite: update-manager -d

A versão final está prevista para o dia 10 de outubro de 2010.



((BYTE
SEGURO))

SEGURANÇA



Luís Fernandes

Panda Security

Sequestro de computadores

O negócio do *rogueware*, de que tanto se fala ultimamente, tem vindo a evoluir rapidamente. O *rogueware* consiste em qualquer tipo de software falso, desenvolvido com o objectivo de roubar dinheiro aos utilizadores enganando-os quanto à sua real função. Actualmente os exemplos mais comuns (e infelizmente cada vez mais frequentes) são os falsos antivírus, que levam os utilizadores a pagar pelas versões completas de programas que supostamente removem as (falsas) infecções por eles detectadas. Desde 2008 tem vindo a verificar-se um aumento da utilização dos falsos antivírus de forma massiva por parte dos ciber-criminosos, como base dos seus esquemas de fraude e extorsão de dinheiro.

Recentemente detectámos um novo tipo de *rogueware* que incorpora técnicas de *ransomware*, baseadas no sequestro de informação dos utilizadores. Esta nova ameaça é a primeira a demonstrar uma nova e muito mais agressiva tendência na venda de falsos antivírus. Até agora, quando um computador era infectado com este tipo de malware, os utilizadores eram apenas alertados para adquirir a versão paga do programa para poderem proceder à desinfeção das supostas ameaças detectadas, pelo que os seus computadores continuavam a funcionar sem problemas,

apesar dos constantes avisos incómodos. Agora, combinando técnicas de *ransomware*, todo o conteúdo dos computadores é bloqueado e qualquer tentativa para executar um programa ou abrir um documento será feita em vão, tornando o computador completamente inútil a menos que as vítimas procedam à compra do falso software para eliminar o problema.

Como os computadores infectados são extremamente difíceis de desinfectar manualmente, mesmo para quem possua um razoável nível de conhecimentos técnicos, os computadores são literalmente sequestrados, forçando as vítimas a pagar um resgate para recuperar o conteúdo. A alternativa, impensável na maioria dos casos, é a formatação do computador. Visto que a maioria dos utilizadores comuns prefere evitar esta solução drástica, além de que muitos estarão convencidos de que o PC estará realmente infectado, optam obviamente pelo pagamento que lhes permita restabelecer o funcionamento normal do computador. A única aplicação que pode ser utilizada é um browser da Internet, para permitir convenientemente à vítima pagar pelo falso antivírus.

Ao pagar o “resgate” é fornecido um código de



activação, que liberta os ficheiros e aplicações bloqueados quando introduzido na falsa aplicação, que permite a recuperação do funcionamento e da informação. O falso antivírus, no entanto, permanecerá no sistema, o que origina um problema maior do que o da mera extorsão de dinheiro através de um esquema enganador. Tendo em conta que muitas das vítimas estarão convencidas de que o falso antivírus é um produto genuíno, iludidas pelo facto dos avisos de infecção terem desaparecido e do sistema ter sido restaurado após a sua aquisição, estamos perante uma série de casos em que os utilizadores estarão completamente desprotegidos mas utilizarão a Internet perfeitamente convencidos de que o fazem em total segurança.

Muitos deles poderão mesmo acabar por substituir uma solução de segurança genuína por esta completamente ineficaz, aumentando a probabilidade de infecção dos próprios e de terceiros. Isto porque, vendo-se impedidos de utilizar qualquer tipo de ferramenta de detecção ou desinfecção, já que todas as aplicações são bloqueadas por esta aplicação maliciosa, acabam por se limitar à única solução que lhes é apresentada. A Panda investiga e dá a conhecer os principais casos de ransomware, disponíveis no blog do PandaLabs

em pandalabs.pandasecurity.com pesquisando pela palavra “ransomware”.

São casos como este que demonstram a importância extrema em possuir soluções de protecção proactiva, que permitam detectar ameaças ainda não identificadas através de análise baseada em padrões comportamentais, e que proactivamente bloqueiem as aplicações e ficheiros com comportamento suspeito, possíveis de causar danos nos computadores.

Esperemos que todos os afectados por este tipo de ameaça acedam a esta informação antes de se tornarem mais uma vítima deste esquema fraudulento. Para mais informação sobre este tipo de ameaça e para conhecer alguns exemplos, visite

www.pandasecurity.com/homeusers/security-info

Pacote de segurança da MICROSOFT será gratuito para pequenas empresas

Segundo a Microsoft, a partir de Outubro, o pacote Security Essentials poderá ser instalado sem pagamento de licença em até 10 computadores. A partir do mês que vem, o pacote de segurança Microsoft Security Essentials (MSE) poderá ser utilizado gratuitamente por pequenas empresas que queiram instalá-lo. O software está disponível para Windows XP, Vista e 7.

O fim do PDF?

Um analista da Sophos, chamado Paul Baccus, realizou uma pesquisa entre os participantes da Virus Bulletin 2010, que foi realizada este ano em Vancouver, no Canadá. O objectivo do inquérito, feito aos 600 especialistas de segurança de todo o mundo que compareceram ao evento, era avaliar qual seria o futuro do Adobe PDF.

Por causa da alta popularidade do padrão, que faz com que ele seja alvo frequente de hackers, aproximadamente 97% dos participantes votaram a favor da abolição deste formato e substituí-lo por um padrão de arquivo mais seguro. A ideia é criar um formato semelhante, mas, mais seguro.

O seu PC é um 'ZOMBI'?

Os botnets são uma das principais ferramentas para crimes cibernéticos (Ciber-crimes), pelo facto permitirem ataques em grande escala e de forma anónima. Mas o que é uma botnet?? Uma botnet é uma rede de computadores infectados com códigos maliciosos que são controlados por um cibercriminoso. Estes utilizam recursos de tal forma que os computadores infectados trabalham de forma conjunta. Quando um computador é infectado por um malware do tipo bot passa a ser chamado de "zombi".

Se seu computador está com um dos sintomas abaixo, pode ser que seja um Zombi:

1. Se aparece conteúdo no mural de sua rede social (Hi5, Orkut, Facebook, etc.) não enviado por si, pode ser que seja um acesso não autorizado à conta no site. Neste caso, precisa mudar a sua senha. Mas é importante verificar que o computador não tem nenhum malware antes de mudar a senha.
2. Não é possível baixar actualizações do sistema operacional: Mesmo que não esteja sendo causado por um malware, se você não actualizar os pacotes de segu-

rança regularmente, o sistema será infectado.

3. Se a ventoinha do processador funciona em alta velocidade mesmo quando o computador está ocioso, pode indicar que um programa é executado sem o conhecimento do utilizador. Mas um outro problema que pode levar a ventoinha a trabalhar é muita sujidade no computador ou uma falha da peça.

4. Se o seu computador demora muito tempo para desligar, ou não desliga correctamente, também pode ser um indício. Infelizmente, erros no sistema operacional ou conflitos com programas legítimos podem também causar o mesmo sintoma.

5. Os seus amigos e familiares têm recebido e-mails seus que você não enviou: Este pode ser um sinal de um malware, ou então alguém descobriu a senha da sua conta de e-mail.

6. Abrir janelas com propagandas, mesmo quando não se está a usar um navegador, pode ser um adware mas também pode ser um malware em seu computador.

Fique atento!

Mantenha o navegador, plug ins e Windows actualizados.

Se receber mensagem de uma suposta empresa ou rede social, entre em contacto ou verifique o status do perfil.

Não siga instruções de mensagens suspeitas. Jamais clique em hiperligações ou arquivos executáveis.

Não acredite em propostas miraculosas e tenha cuidado com os dados que fornece.

Os conteúdos mais usados em golpes são pornografia, correntes, fofocas e prémios.

Para ver o endereço real, passe o cursor sobre a hiperligação e leia a barra inferior.

Erros gramaticais podem ser indício de mensagem ou site fraudulento.



Versão móvel do malware Zeus ataca LINKEDIN e SMARTPHONES

Henry Stern, pesquisador de segurança sênior da Cisco, informou que desde o dia 27 de Setembro, cibercriminosos enviam spams na forma de convite para integrar a rede social LinkedIn. Ainda de acordo com Stern, até o momento, este é o maior ataque de phishing relacionado com o LinkedIn.

Já Guillaume Lovet, gerente sênior da Fortinet FortiGuard Threat Response Team, informou que uma variante do malware Zeus que ataca smartphones, é capaz de interceptar confirmações enviadas por instituições bancárias via mensagens de texto (sms). A ameaça, que intercepta confirmações enviadas por instituições bancárias via SMS, atinge aparelhos como BlackBerry e Nokia.



Despreparo de sites de REDES SOCIAIS

Ataques em algumas redes sociais. Foi assim que iniciou e terminou a penúltima semana de Setembro. Dia 21 foi o Twitter, na sexta e sábado, dias 24 e 25, o Orkut e para terminar a semana no dia 26, domingo, foi a vez do Twitter e do YouTube. Na verdade a referida semana resume o mês de Setembro, que mostra o despreparo das empresas que criam portais de internet para lidar com segurança.



Mais um patch de correção da MICROSOFT

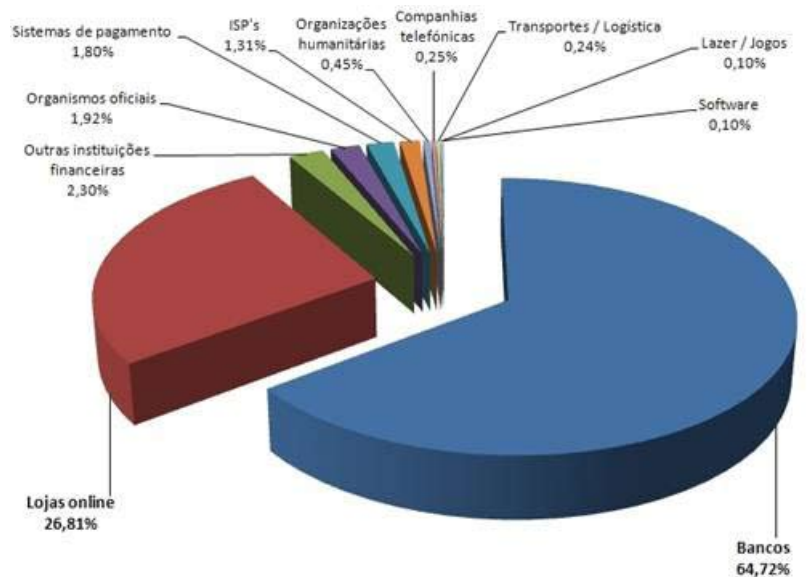
Menos de duas semanas após a discussão sobre um bug no ASP.NET e sobre um ataque efectivo contra ele numa conferência na Argentina, a Microsoft liberou um patch de emergência para a falha no ASP.NET.

O patch já está disponível no Microsoft Download Center. Em poucos dias também estará disponível no Windows Update e Windows Server Update, segundo a Microsoft.

PANDA SECURITY identifica 57.000 falsos websites por semana

Todas as semanas, os hackers criam cerca de 57.000 novos endereços Web que posicionam entre os principais resultados de pesquisas realizadas em conhecidos motores de busca, na esperança de levar o maior número possível de vítimas a clicarem nestes links. Para enganar facilmente os utilizadores, utilizam em média 375 nomes ou marcas de elevada notoriedade, reconhecidos a nível mundial. eBay, Western Union e Visa lideram o ranking das marcas mais utilizadas, seguindo-se a Amazon, Bank of America e Paypal.

Estas são as conclusões de um estudo elaborado pelo PandaLabs, que monitorizou e analisou os principais ataques de Black Hat SEO (técnicas de optimização de resultados em motores de busca) ao longo dos últimos três meses.



Segundo Luis Corrons, Director Técnico do PandaLabs, "O problema é que quando se visita um website através de motores de busca, é difícil para os utilizadores saberem se é legítimo ou não."

Para mais informações sobre estas e outras ameaças, visite o blog do PandaLabs em www.pandalabs.com



Este estranho D.O.S.

O DOS, ou Disk Operating System, é um sistema operacional bastante antigo, lançado na década de 1980 e que era muito utilizado nos primeiros computadores pessoais. Mas muitas de suas funcionalidades têm aplicação até nos dias de hoje, apesar da sua "idade". A sua utilização é baseada em linhas de comandos, isto é, na digitação de instruções por parte do usuário.

Vamos ver alguns deste comandos:

DATE - C:\>date

```
C:\Meio Byte>date
A data actual é: 29-09-2010
Introduza a nova data: <dd-mm-aa> _
```

O comando DATE actualiza a data do sistema operacional. Digite date e o sistema informará a data actual e pedirá a digitação da nova data no formato dd-mm-aa (dia, mês e ano), por exemplo: 29-09-10.

TIME - C:\>time

Semelhante ao comando date, só que o comando time modifica a hora do sistema operacional em vez da data.

DIR

Um comando interessante. Ele mostra a lista de ficheiros de uma pasta (ou directório = DIR). Essa instrução pode conter alguns parâmetros, entre eles:

/P - lista a pasta com pausas para quando a quantidade de ficheiros é grande e não pode ser exibida de uma só vez na janela

/W - lista as pastas organizando a visualização na horizontal;

/S - Exibe a pasta actual e também o conteúdo das subpastas;

/? - Para conhecer todos os parâmetros do comando dir.

Vamos supor que queremos exibir todos os ficheiros que têm a extensão DOC (ficheiros do Word) que estejam no disco. Fazemos então:

```
C:\Meio Byte>dir *.doc /s
```

A demora na resposta vai depender do tamanho de seu disco e da quantidade de ficheiros que lá existam. Podem ser segundos, minutos ou horas

```
Total de ficheiros listados:
6167 ficheiro(s) 1.939.066.220 bytes
9 dir(s) 49.741.578.240 bytes livres
```

Caso utilize o comando **DIR *.DOC /S > LISTA.TXT** será gerado um ficheiro texto com todos os ficheiros DOC e as respectivas pastas. Assim poderá consultar os ficheiros e organizar melhor o disco quando necessitar.

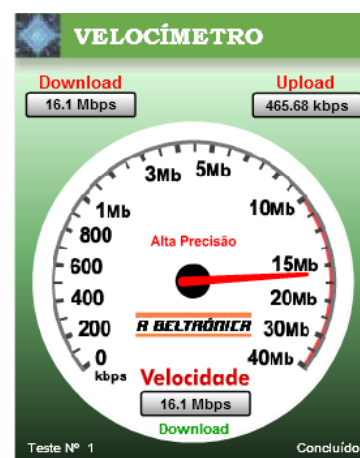
Medindo a sua velocidade na net

Você sabe qual a velocidade da sua internet, tanto para Download, quanto para Upload?

Para ter acesso a esta informação pode aceder ao site

<http://www.abeltronica.com/velocimetro/pt/?idioma=pt&newlang=pt>

Este velocímetro, de alta precisão e calibrado regularmente, é uma ferramenta muito interessante, que permite medir a velocidade do seu acesso, tanto os downloads como os uploads. Ele permite medir a velocidade do seu acesso nas comunicações dentro do país ou nas comunicações internacionais.



É importante ressaltar que a velocidade da sua ligação à Internet depende não só das características técnicas do seu acesso como também do tráfego, dia e hora, do local para onde esteja a enviar ou a receber, quantidade de pessoas com quem partilha a rede.

Por este motivo é que deve fazer várias medições para saber a estabilidade do seu acesso. Para este controle, uma janela com relatórios e gráficos de todos os testes ficará disponível para que possa analisar a estabilidade do seu acesso.

Quando a variação entre cada leitura for inferior a 5%, o seu acesso considerase estável.

A um byte de distância



Chipv e Rom



Então, Chipv.
Como foi o
atendimento?



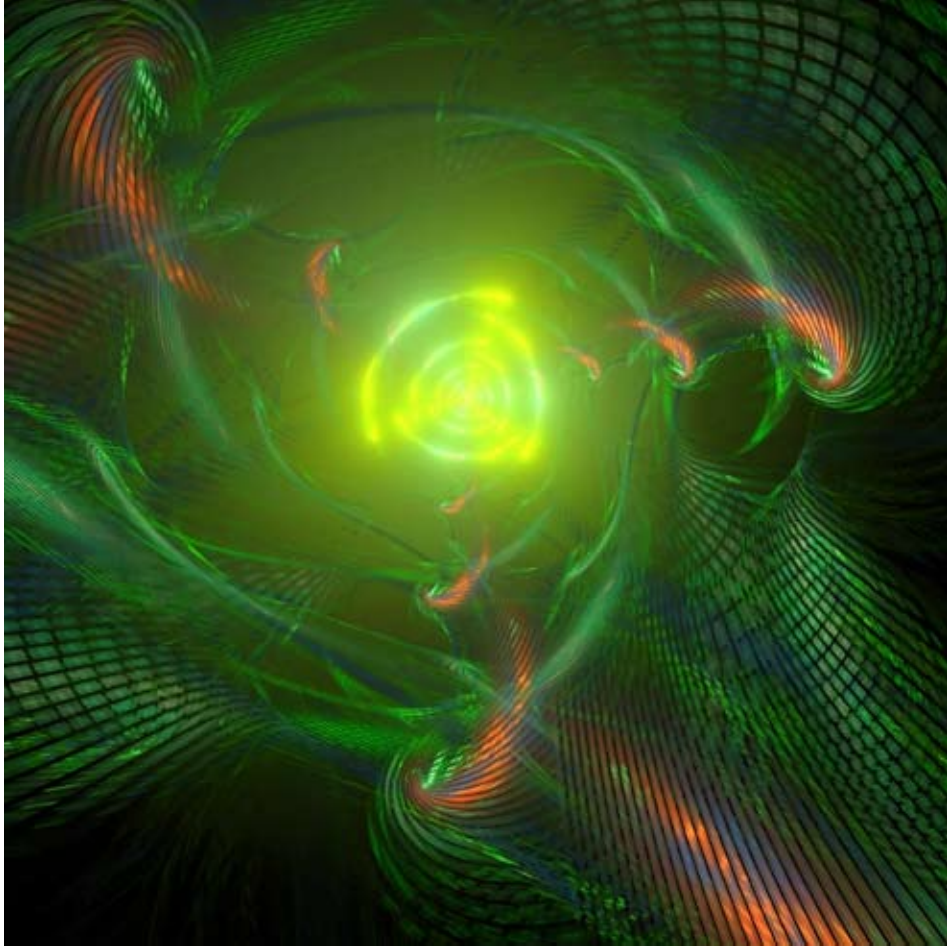
Perguntei ao cliente
qual o modelo do
equipamento.



E o que ele
disse?



Que era um Inox 510



COMUNICAMOS
TECNOLOGIA

MEIOBYTE
Comunicamos Tecnologia

www.meiobyte.net