

Meio Byte

Entrevista com Dr Celso Perioli

Superintendente da Polícia Científica

do Estado de São Paulo

ByT.I.
Gestão de Serviços do Negócio
Muito além dos Três Mosqueteiros

Byte Mobile
Smartphone ou "Carteira Digital?" As duas coisas ao mesmo tempo

Especial MB
Motivos por trás das Botnets

Game do Mês
Mortal Kombat

Tecnologias
BYOD - Bring Your Own Device



Feliz Ano II Feliz Meio Byte

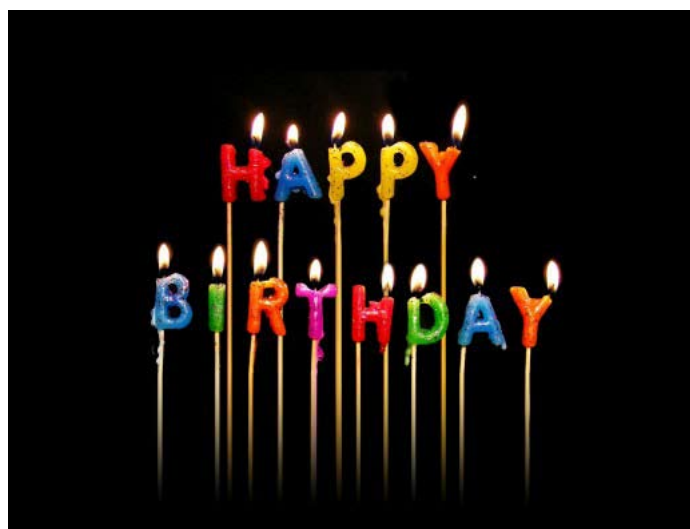
Iniciamos nosso segundo ano da melhor forma possível: Trabalhando muito! Trabalhando para você, leitor, que está antenado em todas as formas de tecnologia e acompanha as tendências mundiais em TI, corporativismo e gestão. Esta é a sua Revista MEIO BYTE!

Você gosta da série de televisão CSI? Não perde um episódio? Pois então você vai achar nossa entrevista do mês sensacional. Conversei com o Superintendente da Polícia Científica do Estado de São Paulo, Dr. Celso Perioli. Ele me deu uma aula de criminalística, falou sobre os principais equipamentos tecnológicos utilizados em perícia forense e nos contou tudo que há de mais novo neste departamento, que é considerado um dos mais modernos do mundo.

Você conhece a sigla BYOD? Ela significa "Bring your own device", algo do tipo "Traga seu próprio dispositivo". Atualmente, as pessoas não se desconectam mais. Trabalham, ouvem músicas, assistem vídeos, jogam e se comunicam em tempo real. Com o advento dos telefones celulares, tablets e computadores portáteis, cada vez menos dependemos de um ponto fixo para esses afazeres. Este é o tema do excelente artigo de nosso colaborador Otto Pohlmann.

No Especial MEIO BYTE, temos um excelente artigo da Equipe Panda, que esclarece os "Motivos por trás das Botnets". Muito válido para quem fica desanimado com a quantidade de spams que recebe e quer conhecer o outro lado dessa dinâmica.

Em nossa coluna/rubrica Game do Mês, não poderia fal-



tar nesta edição de aniversário um jogo que faz sucesso há décadas e está cada vez melhor: MORTAL KOMBAT. Incrível como ele consegue atravessar gerações num período de tempo considerado tão curto. Aposto que você concorda que esta constatação faz sentido.

E para os interessados, como eu, por Comércio Exterior e Relações Internacionais, criamos a nova coluna/rubrica BYTE COMEX. Nela, o professor Clailton Soares, que já é nosso habitual colaborador, esclarece de uma forma didática e simples como anda o mundo dos negócios internacionais.

Claro que tem muito mais. Smartphones, E-mail Marketing, Gestão de Serviços, Segurança da Informação, Software Livre, Comportamento na era da Informação, Marketing Digital, Malwares, Descontos na Web... Ufa! Artigos de altíssimo nível de conteúdo, escritos por profissionais de primeira linha.

E por falar em profissionais, eu e toda a equipe MEIO BYTE temos que agradecer de montão a todos os profissionais que de alguma forma colaboraram para chegarmos até aqui e continuarmos adiante, com muito esforço e dedicação, para levar a você, estimado leitor, uma revista moderna e inovadora.

A todos, muito obrigada!

Roberta Cheregati Betancur [Editora]

FICHA TÉCNICA



Director-Geral
Alecsander Pereira
administracao@meiobyte.net

Editora / Directora de Comunicação
Roberta Cheregati Betancur
editor@meiobyte.net

Directora Administrativa
Márcia Gomes
adm@meiobyte.net

Coordenadora de Comunicação
Eva Mendes
comunica@meiobyte.net

Marketing
Roberta Cheregati Betancur
editor@meiobyte.net

Fotografia
Elisabete Oliveira
design@meiobyte.net

Design e Paginação
Elisabete Oliveira
design@meiobyte.net

Programador Web
Filipe Murteira
web@meiobyte.net

Colaboradores deste número
Alecsander Pereira, Any Zamaro, Bruno Rocha, Carla Oliveira, Clailton Soares, Chipy, Eva Mendes, Fernando Franzini, Gilberto Sudré, Iris Ferrera, Isabel Patrícia Jesus, Luiz Leopoldino, NBPRESS, Otto Pohlman, Panda Security Portugal, Pedro Eugênio, Renann Fortes, Roberta Cheregati Betancur, Rui Natal, Victor Archela

Tradução e Revisão
Roberta Cheregati Betancur e Eva Mendes

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 quaisquer fins, mesmo comerciais, sem autorização expressa do Administrador ou do Editor.

DESTAQUE	4 - 5
O comportamento na era da informação <i>by Iris Ferrera</i>	
ENTREVISTA	6 - 9
Dr. Celso Perioli CSI? Que nada! Esta polícia científica é brasileira <i>by Roberta Cheregati</i>	
BY.TI - Serviços e Processos <i>by Rui Natal</i>	10 - 13
Gestão de Serviços do Negócio Muito além dos Três Mosqueteiros	
BYTES do MÊS	
O email marketing deve conquistar seu público <i>by Any Zamaro</i>	14
O Marketing Digital ao serviço da informação <i>by Eva Mendes</i>	15
Desconto na web é o novo foco de empreendedores <i>by Pedro Eugênio</i>	16
BYTE TECH	
Software Livre: maduro para o mercado corporativo <i>by Gilberto Sudré</i>	17
UM BYTE SEGURO	
Segurança da Informação, não hesite em dispensá-la <i>by Luiz Leopoldino</i>	19 - 20
Malware, O perigo é silencioso e está no site ao lado! <i>by Renann Fortes</i>	21
BREVES	23
TECNOLOGIAS	24
Android <i>by Bruno Rocha</i>	
BYOD <i>by Otto Pohlmann</i>	25 - 26
MEIO E GESTÃO	
Profissional vs Paraquedista - Parte II <i>by Fernando Franzini</i>	27 - 29
As aparências enganam... <i>by Isabel Patrícia Jesus</i>	30
BYTE MOBILE	21 - 34
Smartphone ou "carteira digital"? As duas coisas ao mesmo tempo <i>by Carla Oliveira</i>	
ESPECIAL MEIO BYTE	35 - 36
Motivos por trás das botnets <i>by Equipa Panda</i>	
ACTUALIDADES	
Byte Notícia	38
Hardware do mês	40
Links do mês	41
Jogo do mês Mortal Kombat <i>by Victor Archela</i>	42 - 43
BYTE COMEX	
NALADI - Entendo seu objetivo <i>by Clailton Soares</i>	45
DICAS DO CHIPY	46



Iris Ferrera

Arquiteta de Informação e UX Designer
da W3haus/ Brasil

O comportamento na era da informação

Estamos na era da informação e também a passos largos na caminhada para uma revolução interpessoal. Talvez, algo próximo de uma nova era que surge como parte deste novo comunicar, sem palavra falada, para expressar emoções, intenções e vontades.

Vivemos um período de grandes mudanças que afetam em cultura, economia, entretenimento e, principalmente, em sociedade. Este novo tempo, em seus vários aspectos, é refletido na quantidade de novas expertises, oportunidades de trabalho, tratamento e processos no envio e recepção de informações no meio digital.

E, se há aumento de informação e novas formas de interação é porque há uma busca proporcional por estes dados. O número de pessoas conectadas cresce proporcionalmente a medida que novos aparelhos com acesso a internet são disponibilizados, aumentando a necessidade de exibí-los nos vários formatos de conexão.

Quando uma pessoa se conecta à internet, quer encontrar, entender e gostar daquilo que está vendo ou mesmo buscando, portanto, a necessidade de organizar e deixar os conteúdos acessíveis à todos é fundamental. E para isto acontecer, várias áreas surgem da sinergia de expertises, em busca da melhor forma de exibí-los de acordo com o comportamento daquele que o procura.

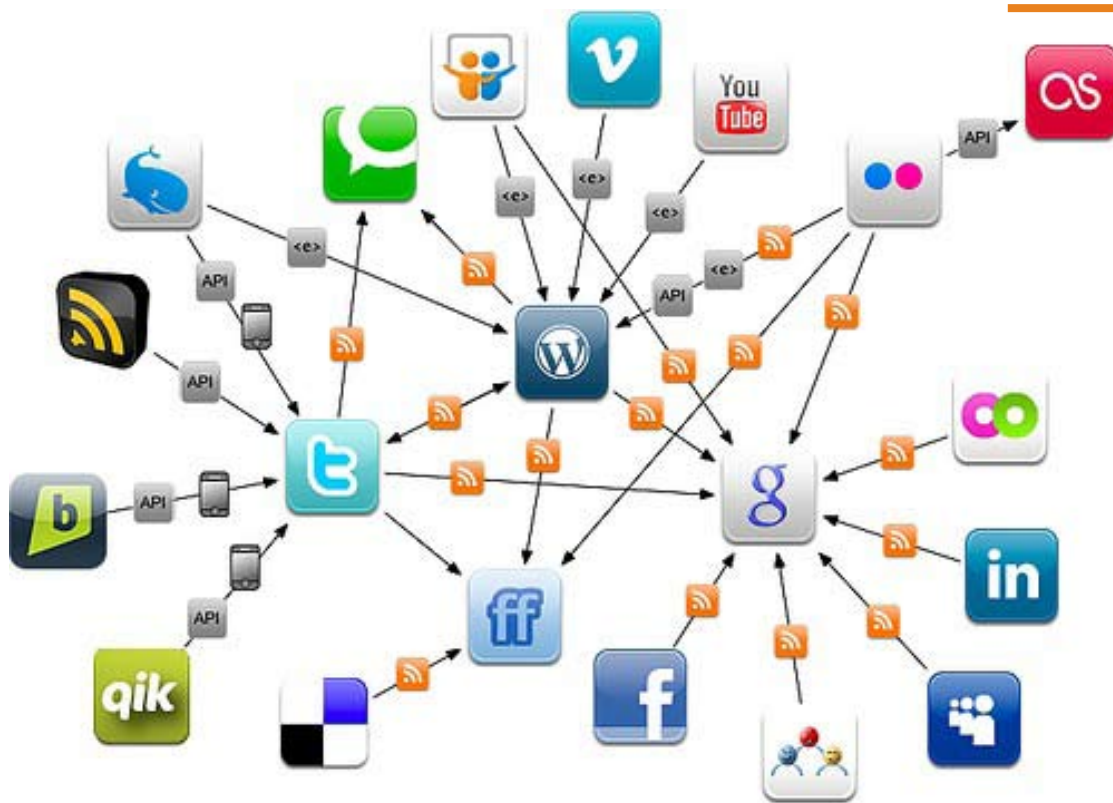
E vou mais além neste pequeno histórico do comportamento digital: a convergência de tecnologias não é mais uma "frase de impacto", e sim, uma necessidade para ab-

server e fidelizar estes internautas exigentes. Para nós que lidamos com informação, essa troca é fundamental para a gerência e desenvolvimento de produtos eficientes. O desafio deste cenário é transformar quantidade em qualidade e excesso em aprendizado.

Neste caso, só nos resta estudar muito para atender bem esta demanda. Entender o mercado, suas tendências e a psicologia de cada público e tudo que nos trouxer informações fiéis sobre o comportamento dos consumidores virtuais, com o intuito de criar soluções objetivas e sem esquecer que a solução não será exclusiva para um público e muitas vezes não irá mostrar um único produto.

Além do óbvio - os jovens são os mais conectados, quer seja por um simples comunicador instantâneo ou se tornando embaixadores de marcas e serviços - existem muitas verdades que se consolidaram e precisam ser absorvidas em qualquer projeto, no que diz respeito a comportamento dos internautas:

- 1 – Antes, quem apenas observava como um espectador de TV ou outro meio de comunicação passivo, hoje é visto como um colaborador e o motivo deste movimento é a quantidade de mídias interativas que surgem dentro do universo virtual.
- 2 - As pessoas geram e espalham conteúdo permitindo a colaboratividade de forma heterogênea. O que vai



diferenciar o consumo dessas informações geradas é a influência destes “disseminadores” em sua rede social (circulo de relacionamentos) e a mídia social (site que gera a rede social. Ex: orkut, facebook, etc.) em que estão espalhando as informações.

3 - Hoje qualquer pessoa de qualquer nível de conhecimento em internet ou mesmo de aparelhos como computadores, celulares, notebooks ou outros, estão convivendo com o virtual através de pessoas ou marcas que gerem valores ou intenções comerciais.

4 - Acima de qualquer ferramenta que esteja sendo exibido e consumido, o conteúdo hoje é o principal produto gerado pelos internautas quer seja ele de caráter social, publicitário ou comercial.

5 - Mídias sociais são ferramentas importantes para fomentar as redes sociais que se criam através dos relacionamentos possibilitados por elas. Além de diminuir as distâncias entre pessoas de interesse e afetos comuns, também servem como locais onde se pode praticar a livre expressão (tão importante para os jovens em sua formação).

6 - Para estar alinhado com a nova realidade e demanda de mercado virtual, as empresas tem que lidar com grande volume de informação, monitorar o comportamento dos seus públicos e à partir disso criar produtos on line que estejam cada vez mais próximos aos desejos destes que a cada dia que passa, estão ficando

cada vez mais personalizados.

7 - Para os meios de comunicação funcionarem de forma eficiente nesta era de informação é importante que haja uma troca entre eles.

8 - À medida que as pessoas se adaptam as novas mídias, elas começam a consumir simultaneamente várias delas como complemento a uma determinada notícia ou novidade.

E as mudanças são muitas e não se limitam apenas a informação, mas também ao consumo das mesmas e por isto, é muito importante acompanhar através de bons meios de comunicação conteúdos sobre tecnologia e comportamento digital, feito por quem está respirando os bytes desta evolução.

E abrindo um parêntese nesta edição de aniversário, nada melhor do que acompanhar matérias sérias e com muito know how por trás de cada autor. Por isto, eu parabeno e agradeço vocês da Meio Byte pela oportunidade de contribuir e pela excelência em fazer da revista um porto para se encontrar tendências e novidades sobre comportamento de mercado e tecnologias inovadoras. Vocês contribuem não só para a minha formação, mas de muitos bons profissionais focados no mercado e com olhar no futuro.

Que venham muitos anos! ■



Roberta Cheregati Betancur

Editora Meio Byte. Profissional das áreas de Comunicação e Comércio Exterior com especialização em Empreendedorismo.

DR. CELSO PERIOLI

Superintendente da Polícia Técnico-Científica do Estado de São Paulo

CSI? Que nada!

Esta polícia científica é brasileira

Parece difícil de acreditar, mas a Polícia Científica do Estado de São Paulo está cotada como uma das melhores do mundo. Num país de proporções continentais, esta instituição investiga, analisa, estuda e, por fim, soluciona os mais variados tipos de crimes, colaborando com outros estados e até outros países, que solicitam apoio de seus profissionais altamente qualificados e de seus aparatos tecnológicos de última geração.

Fui recebida na sede da Superintendência da Polícia Científica em São Paulo pelo perito criminal Dr. Celso Perioli, que desde 1998 ocupa o cargo de Superintendente deste departamento do Estado. Ele é incansável. Engenheiro, Policial, Advogado e Professor convidado pelo departamento CSI norte-americano, Perioli trabalha em prol do crescimento da área forense, sempre correndo atrás do que há de mais novo e moderno em todo o mundo. Viaja, estuda, reúne ideias com possibilidades e até briga para conseguir trazer ao Brasil o que há de melhor em investigação criminal. Ele foi peça-chave na investigação do acidente com o voo da TAM, ocorrido há quatro anos. Passou vinte e dois dias sem folga dentro do Instituto Médico Legal coordenando as equipes de perícia, visando um mínimo de respostas em respeito aos familiares da tragédia.

Falamos sobre técnicas forenses, comparadores balísticos, cromatógrafos, tomógrafos, enfim, de toda tecnologia utilizada atualmente nos melhores centros de criminalística

do mundo.

Coisas de filme de Hollywood? Não tenha dúvida! Mas o trabalho deles é daí para melhor...

MB Dr. Perioli, como começou seu trabalho como Perito Criminal?

CP Minha carreira começou em 1976, portanto, acabei de completar 35 anos como perito criminal. Tudo começou com a curiosidade que eu tinha de descobrir “coisas”. Eu estudava engenharia na FEI e, simultaneamente, comecei o curso superior de criminalística na academia de polícia, que durava três anos. Após esse curso, prestei concurso público para perito criminal e assim tudo começou. Meu trabalho teve início na área de acidentes de trânsito, pois além de estudar engenharia mecânica automobilística, eu também me interessava muito por esse segmento. Após assumir alguns cargos de diretoria em trânsito, em 1998 assumi, a convite do então Governador Mário Covas, a superintendência da Polícia Científica, que teve neste mesmo ano sua autonomia estabelecida através do decreto 42.847. O convite foi para dois anos de trabalho, mas por fim, já são treze anos no cargo. Com a criação dessa terceira polícia (além da civil e da militar), conseguimos focar melhor nosso trabalho, tornando-a a maior Polícia Científica do Brasil e uma das maiores do mundo.



“Atualmente, são três mil e seiscentos homens trabalhando, atendendo cerca de um milhão e duzentas mil requisições por ano.” Celso Perioli

MB Mas, o Senhor também é professor em algumas instituições nacionais e até internacionais. Fale um pouco sobre isso.

CP É que durante este período eu também me formei em direito e em seguida prestei concurso para professor da Academia de Polícia, na qual sou professor de balística, local de crime e criminalística; também sou professor convidado do Instituto Oscar Freire, da faculdade de medicina, no curso de especialização em medicina legal. Em 2009, fui fazer o primeiro curso de CSI (Crime Scene Investigation) na Flórida, na USPIT (United States Police Instructor Team), uma academia onde são treinados policiais de todo o mundo. Também recebi uma homenagem muito importante, pois eu era o único chefe de polícia científica que estava lá como aluno e acabei sendo convidado a ser monitor da instituição.

MB Como é o relacionamento da Polícia Científica com outras instituições similares ao redor do mundo?

CP A Polícia Científica de São Paulo, desde 2009, faz parte da AICEF (Academia Ibero-Americana de Criminalística e Estudos Forenses), que antigamente era representada apenas pela Polícia Federal. Hoje, temos contato com todos os dirigentes dos países Ibero-Americanos. Esse foi um avanço extremamente importante, pois através disso passamos a estabelecer um intercâmbio de informações,





Dr. Perioli (ao fundo) em simulação de local de crime com o consultor do CSI norte-americano Joseph Blozis, perito da Polícia de Nova York

não só na área de conhecimento, mas também na área de tecnologia, que é extremamente importante. No caso de tráfico de entorpecentes, trabalhamos em parceria com o norte-americano DEA (Drugs Enforcement Administration) e essa troca de informações também ocorre entre nós e a polícia de alguns países europeus.

MB Como funciona a estrutura da Polícia Científica do Estado de São Paulo?

CP Nossa estrutura congrega o Instituto de Criminalística e o Instituto Médico Legal, ambos quase centenários. Esses dois institutos gerenciam uma gama de atendimentos. Existe a parte de "local de crime", onde são feitas todas as coletas de evidências e onde o perito, com todo seu treinamento, analisa e coleta todos os vestígios presentes, para posteriormente encaminhá-los ao laboratório para que sejam processados. Na primeira parte, acontece todo o atendimento à cena do crime, para depois iniciar o trabalho do suporte técnico que está por trás. Toda esta estrutura é dividida em núcleos e equipes supervisionados por centros de perícia. Falando superficialmente de cada um, na criminalística temos o núcleo de documentoscopia, que trabalha com fraudes em documentos; o núcleo de engenharia, que trabalha com todos os crimes e eventos que envolvam engenharia, como acidentes do trabalho, incêndios, desmoronamentos e até acidentes aéreos como o da

TAM, onde foram estudadas as causas do ocorrido. Temos também os núcleos de física, de acidentes de trânsito, de crimes contra a pessoa, contra o patrimônio, laboratórios de biologia e bioquímica, onde estão ligados os estudos de DNA, que hoje são laboratórios certificados pelo GITAD, ou seja, todas as análises são feitas com reagentes certificados por esta instituição, que nos avalia anualmente. Além desses, temos também os laboratórios de química e de física. Enfim, todos os núcleos e laboratórios trabalham interligados e vários núcleos podem estar envolvidos numa mesma ocorrência. Tenho que falar também do núcleo de balística, que faz exames em armas e consegue estabelecer que cada arma em seu disparo possui uma marca que é individualizadora. Hoje, trabalhamos com comparadores balísticos também de última geração que chegaram recentemente, e estamos comprando um microcomparador com sistema automatizado. Um dos núcleos mais importantes também é o de entorpecentes, onde se faz a análise de todas as drogas que são apreendidas.

MB O que há de mais novo em tecnologia a ser usado pelos peritos criminais?

CP Atualmente, nos laboratórios de biologia e bioquímica temos os sequenciadores de DNA. Já possuíamos um e recentemente adquirimos outro, que é um aparelho de última geração, o que há de mais moderno no mundo. No

"Se não tivermos uma Polícia Científica bem treinada, quando ocorre uma tragédia, na verdade, temos duas tragédias" Celso Perioli



núcleo de química utilizamos equipamentos altamente sofisticados, microscópios que trabalham com infravermelho, outros que fazem ensaio de produtos orgânicos e inorgânicos e outro equipamento chamado Raman, que faz análise de tintas. No Núcleo de Análise Instrumental (NAI) temos cromatógrafos de última geração, cuja sensibilidade do equipamento é de parte/bilhão, chegando a parte/trilhão, altamente sensível até em material diluído. A maior parte desses equipamentos trabalha com referência na tabela periódica. No núcleo de identificação criminal, trabalhamos com um equipamento que faz identificação da voz. Numa sala de coleta de voz usamos um software que consegue selecionar uma voz, num universo de várias. Cada vez mais a tecnologia vem para auxiliar o perito e o mais importante nesses instrumentos é que eles promovem ensaios não destrutivos, ou seja, eu posso repetir o mesmo exame quantas vezes forem necessárias em qualquer lugar do mundo e o resultado tem que ser o mesmo.

MB E o que ainda falta para completar o trabalho da Polícia Científica?

CP Nós já possuímos uma estrutura comparada às melhores do mundo. O que ainda faltava era esse microcomparador balístico automatizado, que foi uma compra cara. Acabamos de receber também duzentos e oitenta maletas para locais de crime, que vem equipada com trena eletrô-

nica, netbook, materiais para coleta de impressão digital, GPS, câmara digital, pinças, tesouras, enfim, tudo que é necessário para o levantamento em uma cena de crime. Nós vemos com muito entusiasmo estes investimentos que estão sendo feitos na Polícia Científica. Recentemente, adquirimos um tomógrafo para o Instituto Médico Legal, que nos possibilita fazer a chamada Virtópsia, uma necrópsia sem abertura de cavidades. Preocupados com os próximos eventos que ocorrerão no Brasil, a Olimpíada e a Copa do Mundo, fizemos a compra de duas Unidades Especiais de Perícia, que são protótipos móveis. Uma mais focada em perícia de crimes contra a vida e a outra mais focada em crimes ambientais. Estes carros permitem análises em cena de crime de uma forma mais complexa e trabalho em equipe à distância, através de videoconferência. Estamos fazendo também um experimento com motocicletas, que agilizam o atendimento e o trabalho do perito no trânsito caótico de São Paulo.

MB O Senhor assiste ao seriado CSI?

CP Todos! (risos) Eu adoro e acho o seguinte: Claro que temos que saber distinguir a ficção da realidade. Mas, para quem gosta e entende do assunto, eu digo que pode ser até uma aula de criminalística em alguns aspectos. ■



Rui Natal

Especialista em Gestão de Infraestrutura de TI, com conhecimento em ITIL, BSM e ITSM. Professor de Cursos de Pós Graduação na área de TI

Gestão de Serviços do Negócio Muito além dos Três Mosqueteiros

“Os Três Mosqueteiros” é um romance de autoria do francês Alexandre Dumas lançado em 1844. Podemos achar estranho que na ilustração ao lado em verdade aparecem 4 personagens em primeiro plano. No entanto, a justificativa é simples, pois ele conta a história de um jovem, D’Artagnan, que decidiu ir para Paris na tentativa de se tornar membro do corpo de elite dos guardas do rei. Lá chegando, acaba por conhecer três mosqueteiros chamados: Athos, Porthos e Aramis. Juntos, eles acabaram envolvidos em diversas situações e grandes aventuras a serviço do rei da França, Luís XIII, e principalmente, da rainha, Ana d’Áustria. Em verdade, o título seria outro: “Athos, Porthos e Aramis”, mas o autor resolveu alterá-lo para “Os três Mosqueteiros”, e Alexandre Dumas aceitou este título na certeza de que este absurdo (quatro e não três) contribuiria para o sucesso do livro.

Início de tudo – Olhando para dentro

Com o surgimento das primeiras iniciativas de gerenciamento de sistemas ainda nas décadas de 70 e 80 para os mainframes e no início dos anos 90 para o ambiente distribuído, a leitura feita e a abordagem dada por muitos fornecedores a esta questão normalmente se voltava para ajustes, “tuning” de sistemas e melhorias de performance. Afinal, era isso que tanto atormentava as empresas na busca de realizar mais com o mesmo aparato instalado. E, como o cenário online começava a despertar e a dar os primeiros passos de

sua trajetória, o grau de exigência imposto pelos que lançavam mão de seus recursos e facilidades ainda era muito acanhado, até por conta do desconhecimento em torno de sua capacidade e da confiabilidade oferecida pela infraestrutura de comunicações.

Mudança de foco – Usuários e Clientes

Com o avanço da tecnologia de processamento de dados e das facilidades de comunicação – hoje chamado de TIC – e com a competição entre as empresas e organizações provedoras de produtos e serviços ficando mais refinada e acirrada, não só os usuários, mas principalmente os clientes passaram a escalar e migrar para outros patamares em termos de nível de exigência. Isso levou diversos fornecedores do segmento de TI a abrir um pouco mais o foco e a oferecer ferramentas e produtos para outras áreas até então não contempladas. O que se observou como desdobramento disso foram ferramentas específicas com finalidade e aplicabilidade bastante específica, localizada.

Em função da nova postura adotada pelos usuários e clientes, e os cenários e aplicativos online ficando cada vez mais expostos, as áreas que se mostraram mais sensíveis a este novo modelo de relacionamento foram as relativas às pequenas interrupções ou degradações na qualidade dos serviços prestados, na resolução de problemas, e nas iniciativas e



ações para corrigir as distorções e mau funcionamento dos componentes em geral da infraestrutura de TI.

Mas... Por que os Três Mosqueteiros?

Fizemos uma associação de idéias entre os primeiros movimentos e iniciativas em Gestão dos Serviços de TI (ITSM = IT Service Management) por parte das empresas e de diversos fornecedores com os três mosqueteiros. As primeiras soluções que surgiram no mercado direcionavam o foco para no máximo ou tão somente três áreas (nossos Três Mosqueteiros) do amplo e sofisticado cenário de Gerenciamento da Infraestrutura de TI, a saber: Gestão de Incidentes, Gestão de Problemas e Gestão de Mudanças. E, se o prezado leitor discordar alegando que em verdade eram 4 e não apenas 3 os mosqueteiros, podemos então acrescentar em nossa lista a Gestão de Configuração, ou, quem sabe, a Gestão de Nível de Serviço.

Dados estatísticos apontam que a maioria das empresas que implementou as “melhores” práticas do ITIL para a gestão da infraestrutura de TI acabou se limitando a estas 3(4) disciplinas. E até mesmo quando estendemos o horizonte para a automação de processos ITIL através de ferramentas, estas também teriam sido as áreas preferenciais. Por falar em automação, um aspecto que muito poucos se dão conta quando adotam ferramentas para agilizar os processos ITIL é a dificuldade crescente das integrações entre os diferen-

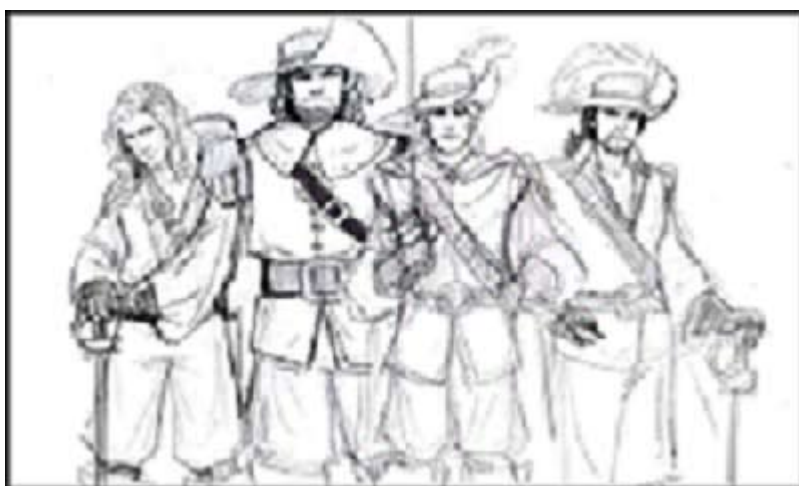
tes módulos. E esta dificuldade cresce de forma explosiva (exponencial) à medida que mais e mais processos precisam ser automatizados e que a necessidade de comunicação entre eles aumenta para prover a sinergia esperada e trazer os resultados e benefícios tão alardeados e almejados.

Gestão de TI – Primeiros movimentos

Desde o início do ITIL e de seus movimentos, já distante mais de duas décadas, as ações e iniciativas por parte da maioria dos fornecedores no sentido de uma Gestão da Infraestrutura de TI eram isoladas, localizadas, específicas, e acabavam por colocar o foco em apenas um ou dois mosqueteiros (disciplinas), talvez os mais importantes sob sua ótica. E muitos holofotes se voltavam para o Help Desk (na ocasião). Outros fornecedores abriram um pouco mais o foco e foram além dos 3(4) mosqueteiros. E não podemos deixar de mencionar vários esforços de empresas e organizações que costuraram em casa suas soluções. Mas a complexidade dos cenários tornou seus usuários e clientes mais exigentes e intolerantes em relação ao tempo e a forma de reação da TI. Definitivamente estávamos diante de um cobertor curto para o frio que assolava os cenários operacionais.

Integrações, Sinergia, Intercomunicação – Uma saída consistente

A Gestão de Serviços do Negócio é a resposta dada a esta



questão por alguns fabricantes e fornecedores. Eles entenderam que apenas através de uma plataforma ampla e unificada seria possível otimizar os custos de TI, com total transparência, agregando valor ao negócio, controlando os riscos, e assegurando a qualidade dos serviços sendo entregues e disponibilizados. Isto é, apenas através de uma plataforma (framework) é possível simplificar, padronizar e automatizar os processos de TI, de modo que todos os serviços do negócio por todo o seu ciclo de vida possam ser gerenciados de forma eficiente, independente do cenário em questão, seja ele distribuído, mainframe, virtual, ou baseado na computação em nuvem. A plataforma de Gestão de Serviços do Negócio é crucial para prover as integrações e a sinergia esperada pelos usuários, além da intercomunicação necessária que dá o respaldo a esta sinergia. Definitivamente, não está mais em discussão a questão da TI alinhada com o negócio, mas de que forma abordar este tema como uma unidade e com eficiência.

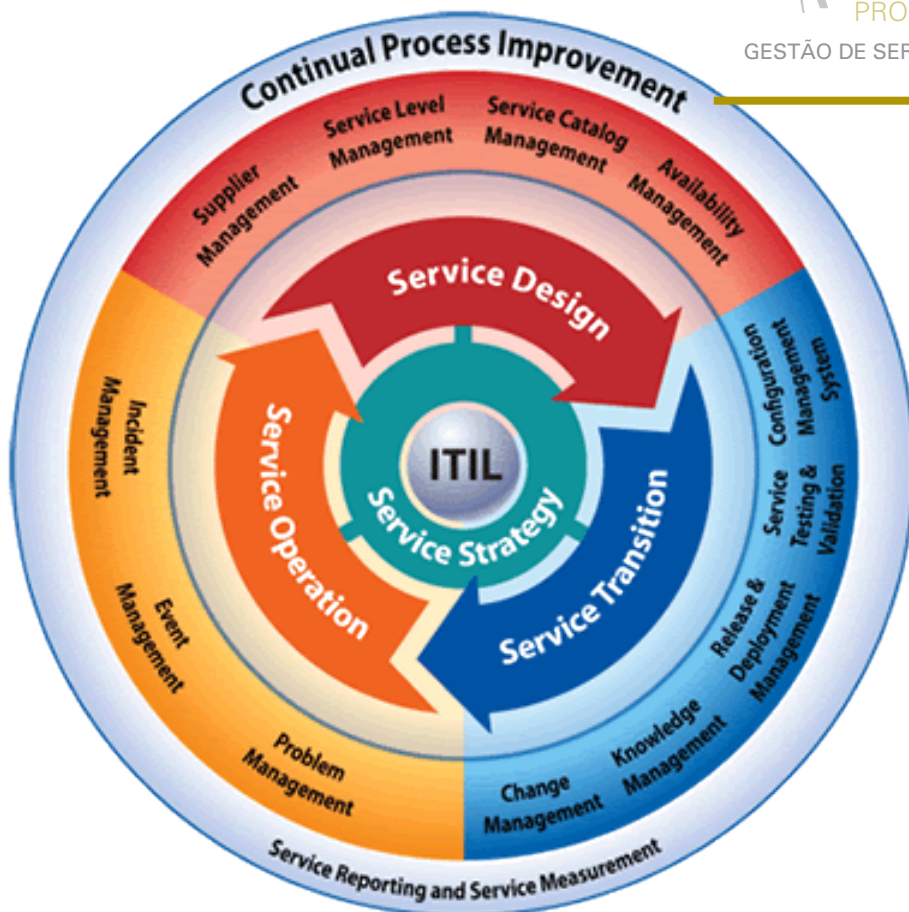
De volta aos 3(4) Mosqueteiros

Da mesma forma com que os 3(4) dignos membros do corpo de elite dos guardas tinham a missão de guardar e de resolver conflitos, as disciplinas do ITIL também tem muito neste sentido. Na medida em que elas não consigam evitar os incidentes e problemas antecipando-se a eles e agindo

de forma proativa, espera-se que ao menos introduzam processos harmônicos, sincronizados e integrados que agilizem sua identificação, diagnóstico, correção e a posterior restauração das atividades operacionais para os usuários.

Cresce o corpo de elite da guarda – Gestão dos Serviços do Negócio e sua abrangência

Deixando os 3(4) mosqueteiros de lado por um tempo, e de volta ao cenário operacional de TI, quando imaginamos a Gestão de Serviços do Negócio e seus propósitos, vamos mais além e engrossamos as fileiras deste corpo de elite em termos de membros ou atores. De volta às páginas já amareladas do ainda famoso ITIL V.2, se nos voltarmos para as empresas que implementaram algumas de suas melhores práticas e que até automatizaram diversos de seus processos, vamos nos deparar com uma grande maioria que colocou o foco tão somente nas disciplinas contidas no Service Support, não se importando (ainda) com as disciplinas de Service Delivery. Esta decisão é bastante racional na medida em que os problemas ou ruídos mais imediatos efetivamente vinham da área operacional e do suporte provido por ela. Se imaginarmos então a totalidade de disciplinas cobertas pelos dois livros famosos do ITIL V.2, não estamos de todo errados se afirmarmos que estas empresas estavam praticamente à cerca de 50% de todo o cenário vislumbrado até então pela biblioteca do ITIL. Neste momento o grande di-



ferencial entre as plataformas poderá ser um conjunto mais completo sendo coberto, ou seja, mais disciplinas dos dois livros do ITIL V.2 sendo contempladas.

A evolução da Gestão de Serviços do Negócio

Com a chegada da versão 3 do ITIL, a abordagem da Gestão de Serviços de TI ganhou mais refinamento, precisão e abrangência; afinal ela trazia cerca de 26 conjuntos de melhores práticas e imediatamente muitas empresas e organizações começavam a se dar conta de áreas não contempladas anteriormente. E, nesta hora uma plataforma ampla, unificada e padronizada leva vantagem para a expansão e adequação a este novo (maior) conjunto de disciplinas bem mais além do que os meros 10 conjuntos do ITIL V.2.

Mudança de foco da TI – Negócio

As pressões do mercado no sentido de uma TI mais responsiva e mais ágil - associada a orçamentos que tinham seu crescimento sensivelmente desacelerado e em alguns casos até apresentavam tendência de queda - ditaram uma nova postura das organizações de TI cada vez mais aderente às estratégias e aos objetivos dos negócios.

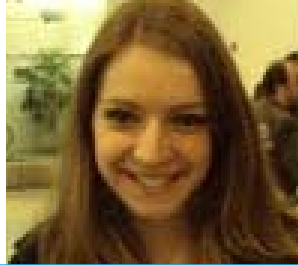
Fruto desta nova abordagem, as plataformas de ponta devem prover meios de definir um fluxo que em toda a sua dimensão assegure às organizações de TI a plena capacidade

de suportar, distribuir, monitorar e governar os serviços (do negócio) das empresas e organizações seguindo no compromisso cada vez mais rígido de um padrão de integração entre as partes.

E a Gestão de Serviços do Negócio não para por aí...

Em função do papel que os executivos de negócio esperam das organizações de TI, diversas iniciativas passaram a ser disparadas visando fazer a TI ser vista mais e mais como uma unidade que efetivamente agrega valor para o negócio, otimizando custos com total transparência, controlando riscos, e assegurando um aprimoramento cada vez mais significativo da qualidade dos serviços prestados.

Afinal, o foco em processos e apenas em algumas disciplinas operacionais já vai longe ao horizonte; e de forma galopante começamos a nos deparar com muitas cobranças por parte dos executivos no sentido de uma postura mais de administrar o Negócio TI – ou algo como um Gerenciamento do Negócio de TI. ■



Any Zamaro

Profissional de Marketing na VIRID Interatividade Digital, empresa especializada em envio e gestão de email marketing

O email marketing deve conquistar seu público



Em meio a tantas mensagens recebidas diariamente na Caixa de entrada, Twitter, Facebook etc, fica mais difícil chamar a atenção de um público específico para uma mensagem específica.

Não é novidade que você precisa conhecer seu público ao enviar um email marketing, mas será que só conhecer basta? Você também precisa conquistar. Essa é a palavra de ordem.

Possivelmente, seus concorrentes estão estudando o mesmo público que você, por meio da análise de cliques no email, quantidade de acessos ao site, compras efetuadas, compras não finalizadas, buscando melhores maneiras de se comunicarem com a base de contatos. Se você quer conquistar seu público, deve se preparar para uma corrida contra o tempo em nome da eficiência e da personalização.

Conquistar o público, o grande desafio

Uma mesma pessoa pode se cadastrar em diversos sites para receber newsletters. A primeira parte de uma conquista ocorre nesse momento. Envie um email de confirmação de cadastro para essa pessoa, chamando-a pelo nome (personalização), agradecendo o interesse e explicando como você vai se comunicar com ela. Fale sobre a frequência dos envios ou até mesmo do assunto que você vai tratar em seu email marketing, seja com foco em conteúdo ou em vendas.

Ninguém gosta de manter um relacionamento com quem não é interessante. Essa é a hora de mostrar o que você tem de melhor. Cumpra com o que foi tratado no primeiro email, só assim seu destinatário vai ver que sua empresa se preocupa com a base de contatos. Inicie seus envios

na frequência prometida, use sua criatividade e monte um template diferenciado.

Com a periodicidade estabelecida para os envios das mensagens, você vai perceber como seu destinatário se comporta, em quais links ele clica e por quais produtos se interessa e é justamente nesse momento que a prática da personalização no email marketing por meio do cruzamento da campanha com a base de dados é importante.

Seu email marketing não pode ser qualquer um, deve ser "O" Email Marketing! Preocupe-se com o interesse de cada destinatário e com os detalhes. Uma pesquisa britânica nos mostra as diferenças entre os sexos em resposta ao design do template de um email marketing: as meninas não gostam tanto assim da cor rosa e, entre os adultos, o estudo constatou que as mulheres gostam de conteúdo com mais cores no fundo e homens de cores escuras e linhas horizontais.

A frase-chave para o sucesso da conquista é estreitar o relacionamento

Se um número X de destinatários clicaram em um determinado produto, mas não compraram, mande outro email marketing mais tarde, só que personalizado, com o mesmo produto a um preço diferente e, novamente, chame a pessoa pelo nome, mostre que você a conhece e sabe de suas preferências. Além de mandar emails personalizados e diferenciados, você pode aproveitar datas comemorativas para conversar mais com sua base.

Lembre-se: Pessoas gostam de ser tratadas como pessoas e não como números. ■



Eva Mendes



Coordenadora de Comunicação Meio Byte.
Mestre em Relações Públicas

O Marketing Digital ao serviço da informação

Está visto. A Internet converteu-se num extraordinário meio de comunicação. E continuamos a prever que 2011 continuará a ser um ano de revolução para a Web. Pelo que já pudemos verificar neste primeiro trimestre de 2011, a mudança aconteceu mais rápido do que a nossa própria adaptação.

Vejamos: o Youtube tem cinco anos de existência enquanto que o Google já tem 10. Por sua vez, o Facebook conta já com mais de 600 milhões de utilizadores, e quantos de nós já são detentores de uma conta há mais de 2 anos?

Seguindo o raciocínio, atentemos ao seguinte: Quantas vezes a Internet e as redes sociais são referidas nos noticiários, e as primeiras informações surgem por indivíduos anónimos com vídeos e fotografias, captados pelos telemóveis e rapidamente colocados nas redes sociais? São estes novos dispositivos que vão realçar o facto da informação andar um passo à frente dos media.

Estamos, portanto, numa sociedade imediatista, e eis que o Twitter e Facebook surgem como os principais impulsionadores, considerados como as melhores ferramentas imediatistas que possuímos neste momento.

Temos a noção que não irá parar por aqui. O marketing digital usa todos os meios que estiverem disponíveis nos meios digitais para obter informações e não limitar-se à Internet. E já vimos que o sector de marketing digital utiliza diversos meios de comunicação de marketing através de canais digitais (mensagens de texto, really simple syndication (RSS), podcasts, vídeo e-mails, sites, blogs...).

E, claro, que estas estratégias de marketing digital trazem consigo inúmeras vantagens. Destacam-se a falta de res-

trições no tamanho do arquivo, a personalização das mensagens e um acompanhamento detalhado das escolhas do cliente.

São motivos mais que suficientes para nos levarem mesmo a crer que a informação dada nos noticiários, é muitas vezes, recolhida nas várias redes sociais, redes essas sempre em constante evolução e crescimento, para posteriormente ser analisada e usada pelos media. ■





Pedro Eugênio

Publicitário. Sócio fundador dos sites Busca Descontos e Loucas por Descontos

Desconto na web é o novo foco de empreendedores



O mercado aquecido aliado com boas ideias são recursos de sucesso entre consumidores online

A discussão a respeito de empreendedorismo é muito extensa e poderia fazer este artigo virar um livro, mas hoje quero focar em um nicho de mercado que tem funcionado com eficácia para muitos empresários: o desconto online. Em 2010 o número de consumidores na web cresceu 40% e o faturamento deste mercado foi de 14,8 bilhões, o que faz com que o desconto pela web seja um mercado promissor e bem cobiçado por empreendedores. Atualmente o Brasil já é o país que mais vende pela internet em toda América Latina. De um lado, há sempre consumidores que desejam as melhores ofertas e de outro, negociadores com visão e atitude empreendedora que formam grandes e lucrativos negócios.

O empreendedorismo não está somente ligado à criatividade, uma atitude empreendedora envolve visão, riscos, coragem, estratégias, determinação, otimismo e muita vontade de realizar um grande sonho. Os empreendedores de sucesso são pessoas atualizadas que costumam ter ideias inéditas, pois conhecem de forma peculiar o campo em que atuam. São profissionais sedentos de conhecimento, que devoram livros e são presença confirmada em cursos, palestras, conferências e tudo o que for relevante para sua atuação no mercado.

A busca por descontos sempre foi alvo dos clientes, a internet potencializou esta característica e o número de sites que oferecem somente produtos e descontos cresceu com

abundância. Um exemplo claro do poder dos descontos é o estouro dos sites de compras coletivas no Brasil, que hoje já passam de mil sites. Outra modalidade bem aceita nesse mercado são as páginas de cupons de descontos, que têm feito grande diferença nas buscas orgânicas.

A pechincha por desconto na web atrai cada vez mais os consumidores, pois independente dos produtos e serviços que oferecem sempre ajudam os e-consumidores a economizar e ainda ter acesso a bens de consumo de forma prática, ágil e rápida. A arte de pechinchar e agregar menores preços são receitas de sucesso. Os consumidores sempre vão aguardar as liquidações, o limpa-estoque, a queda de preços, a oferta relâmpago, entre outras surpresas. Essas já são palavras chaves para empreendedores e varejistas. A atração do consumidor por grandes marcas é o grande aliado da pechincha online. Por esta razão há tantos sites de clubes de compras, que proporcionam preços acessíveis às marcas mais desejadas. O mesmo acontece com sites de cupons de descontos, que embora sejam recentes no país, já conquistam posições favoráveis no e-commerce. O mercado de descontos online é ascendente e próspero. A previsão de crescimento para este ano é de 30%, com faturamento de 20 milhões e o e-commerce potencializa estas estimativas. Para se aventurar nesta empreitada, o empreendedor precisa ter uma antecipada visão de riscos, além de dedicar atenção especial à concorrência, é preciso inovar sempre, pois a resposta do consumidor será cada vez mais rápida. ■



((BYTE TECH))

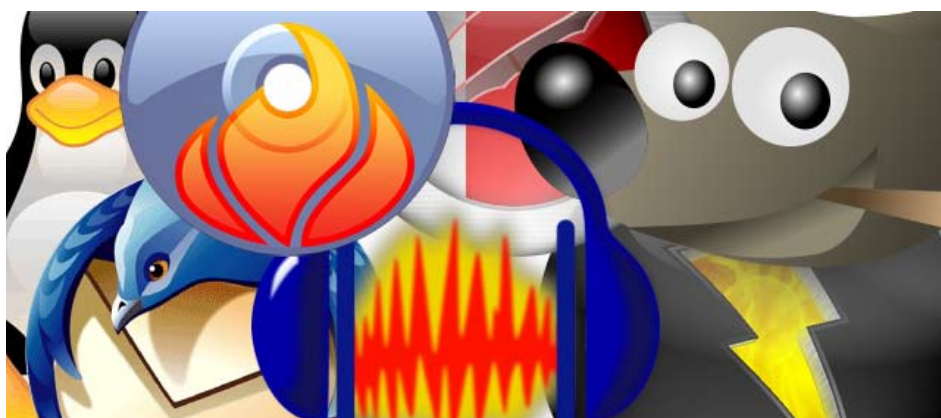
SOFTWARE LIVRE

Gilberto Sudré



Professor, Consultor Pesquisador da área de Segurança da Informação. Comentarista de Tecnologia da Rádio CBN. Membro do comitê técnico da ABNT sobre Segurança da Informação. Diretor Técnico da APECOMFES - Associação de Peritos em Computação Forense do ES

Software Livre: maduro para o mercado corporativo



Para muitas pessoas da área de TI, quando se fala de Software Livre surge logo a ideia de um grupo de nerds com muita irreverência, experimentação, protesto e nada levado a sério. Pois isto está muito longe da realidade.

Esta visão pode ter sido verdade há alguns anos, mas observando o mercado vemos indicadores cada vez mais claros de que o Software Livre passa a fazer parte da lista de opções consideradas pelas corporações.

Traduzindo em números, em estudo recente realizado com 300 empresas de grande porte pela Accenture, confirmouse que metade delas já está comprometida com soluções de código aberto. Dos outros 50% que não usam normalmente aplicativos em Software Livre, 28% delas estão realizando testes ou têm empregado esse tipo de software em casos específicos. E mais, 69% das empresas pesquisadas avaliam a possibilidade de aumentar os investimentos em soluções Livres.

Era de se esperar que a escolha dos aplicativos livres fosse motivada pela redução de custo. Pois não é isto que as corporações relatam. Segundo a pesquisa, fatores como qualidade, segurança e confiabilidade são os determinantes na adoção do software livre.

É fato que as corporações procuram minimizar os riscos e estão em busca de soluções confiáveis para colocar suas "fichas". Principalmente, quando estamos falando das informações vitais para o seu negócio. Na maioria das vezes as empresas esperam que alguém faça a escolha antes e os exemplos de sucesso apareçam, para então embarcar

na tecnologia. E exemplo de sucesso é o que não falta.

Além dos fornecedores de software, que tentam associar sua imagem a soluções livres como a Oracle, grandes empresas integradoras de TI como a IBM, Unisys ou HP reforçam seus times de consultores e técnicos para atender as demandas crescentes nesta área.

O modelo de negócios de Software Livre ainda está baseado fortemente na prestação de serviços de integração e suporte, já que os aplicativos básicos como sistema operacional e banco de dados, linguagens e automação de escritório estão virando commodities. A diferença está na qualidade do serviço prestado.

O que vai determinar o sucesso ou não do projeto é a escolha do fornecedor de serviços. Experiência, treinamento, certificações e tamanho da equipe técnica vão definir se você vai depender de uma equipe ou de um único profissional.

Muitas corporações já baseiam toda a sua infraestrutura de TI em soluções livres devido à confiabilidade e segurança oferecida. Definitivamente, o Software Livre não é mais uma questão para amadores. ■

A um byte de distância



Consulte a Meio Byte e saiba como colocar aqui sua **Publicidade** e dar destaque ao seu negócio em uma revista lida por todo o mundo!

MEIO **BYTE**

Comunicamos Tecnologia



((BYTE
SEGURO))

SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

Luiz Leopoldino



Formado em Ciências da Computação e responsável
pela estratégia técnica comercial da EZ-Security

Segurança da Informação Não hesite em dispensá-la

Quando falamos de Internet, lembramos de sites de compras, de relacionamentos e entretenimentos. Mas, não levamos em consideração que precisamos informar na maioria das vezes, dados pessoais. Apenas pensamos na praticidade de um mundo conectado. Se por um lado existe a facilidade de comunicação, praticidade de comprar sem sair de casa, por outro, existe um tema mais complexo, o da segurança e proteção de seus dados, como por exemplo, informações do seu cartão de crédito, ao efetuar uma compra por um site.

Um grande exemplo de proteção de informação e segurança corporativa é nosso sistema bancário, o famoso "Internet Banking", que está cada vez mais seguro com os altos investimentos que os bancos vêm fazendo em soluções e alta tecnologia.

No entanto, ainda há muitos mal intencionados que procuram os usuários bancários para aplicarem os conhecidos golpes. Os famosos "crackers" ou "Hackers" (nome em inglês das pessoas que roubam as informações sem serem notadas) enviam e-mails solicitando um simples recadastramento exigido pelo site do banco pelo qual o usuário é correntista. A pessoa que o recebe acaba informando os dados, pois pensa que a mensagem partiu realmente do banco, mas na verdade trata-se de alguém malicioso no outro lado aguardando os dados da vítima. Com isso ele poderá invadir e efetuar as transações bancárias. Na maioria das vezes, trata-se do desvio monetário desta conta invadida.

Como cada vez mais os bancos estão investindo em tecnologia de segurança da informação, o elo fraco e o preferido dos crackers desta história é o usuário que não sabe da importância de ter um sistema operacional atualizado, um antivírus e suas proteções habilitadas e também atualizadas, pois com este conjunto de proteções é possível bloquear estes tipos de ameaças. O usuário que tiver um antivírus habilitado e atualizado consegue identificar estes programas maliciosos e impedi-los de serem executados em seu computador, evitando a fuga de suas informações.

Nós, da área de segurança da informação, temos sempre que orientar as pessoas que são mais leigas no assunto. Por exemplo, existem mensagens do tipo: "Clique aqui e veja as fotos que tirei de você" ou "Fale grátis com este programa que estou lhe enviando", em um arquivo.exe. Não acredite em tudo que lê, não existem vírus que nenhum fabricante de antivírus não consiga criar vacinas. Portanto, tome muito cuidado. Não entre em e-mail corrente, isto é técnica de pessoas que querem adquirir um número elevado de endereços de e-mail para envio de mensagens indesejadas, os famosos fishing e SPAM.

Como mencionado acima, sempre mantenha os softwares instalados em seu computador atualizados. Isto ajuda o antivírus a proteger seu equipamento de qualquer vulnerabilidade que os crackers e hackers possam vir a utilizar. Tome muito cuidado com downloads, nem sempre eles são o que aparentam ser, baixe sempre de um site confiável e, ao término do download do arquivo, faça uma verificação com o >



> seu software de antivírus. E, o mais importante: nunca, mas nunca mesmo deixe um equipamento exposto na internet sem a presença de um antivírus, pois este será exposto na internet sem proteção e estará mais vulnerável, sendo assim, a facilidade de ser infectado ou até mesmo alterado aumenta, o que pode permitir que o envio de informações confidenciais seja feito por uma pessoa mal intencionada. Os vírus de hoje em dia não são como os de antigamente, que destroem os computadores e, na maioria das vezes, você reinstala o sistema operacional e pronto. Hoje eles visam conseguir o maior número de informações possíveis, como mencionei no começo deste artigo. O mundo está cada vez mais conectado, sendo assim, cada informação recebida por um cracker ou hacker é de excelente serventia, pois na maioria das vezes conseguimos resolver nosso dia a dia online com estas informações.

Temos que ter um princípio básico de segurança em nosso computador pessoal ou até mesmo no computador da empresa para a qual trabalhamos, pois nestes computadores tanto pessoal quanto corporativo, existem informações que nem sempre podem ser vistas por outras pessoas, conteúdos confidenciais que falaremos em uma breve oportunidade. Mas, quando falamos em segurança da informação não levamos em consideração a complexidade de proteção que temos que ter. Dessa forma, esperamos ajudar cada vez mais, que esta oitava maravilha, a Internet, seja mais segura. ■



((BYTE
SEGURO))

MALWARE

Renann Fortes



Formado em Gestão de Marketing e Vendas. Atua como Gerente de Produto na Empresa Site Blindado S/A

MALWARE

O perigo é silencioso e está no site ao lado!



O Termo Malware é a abreviação de Malicious Software. Diferentemente de um vírus “comum”, o usuário não precisa baixar um arquivo *.exe ou *.cab para se contaminar. O Malware pode infectar uma máquina de várias maneiras, em um código malicioso adicionado a softwares originais, portais e até mesmo em fotos.

Ao entrar em um site com Malware, o internauta, silenciosamente, perde o domínio de seu computador, informações, números de cartão de crédito, entre outros.

Exagero? Números apontam que o termo “Osama Bin Laden” tem 81% de seus resultados contaminados por algum tipo de Malware na primeira página do Google. Tomado pelo falatório mundial, a notícia da morte do terrorista mostra como os sites aparentemente inofensivos são na verdade, armadilhas.

Sites maliciosos, na maioria dos casos, se aproveitam da ingenuidade do internauta com endereços e práticas claramente fraudulentas.

Há, porém, outra forma menos óbvia de sites e portais se contaminarem por Malware. O webmaster, assim como o blogueiro podem infiltrar códigos em seus links, vídeos e imagens para deliberadamente contaminar seus visitantes. Ou ainda, o site pode sofrer uma invasão simples onde o hacker adiciona uma linha de código malicioso no site visitado, contaminando silenciosamente milhões de pessoas por hora, dependendo do portal atacado. Neste caso, até mesmo o usuário mais avançado está sujeito à infecção.

Ruim para usuários, pior para blogueiros e empresários.

Ter o computador infectado por malware não é bom para ninguém, mas o site/ loja virtual infectada pode sofrer um revés muito maior. Imagine se de uma hora para a outra, sites como Google e navegadores como Internet Explorer, Chrome e Firefox simplesmente recomendassem aos usuários que não podem visitar seu site?

Isso acontece, pois todos esses sistemas possuem uma Blacklist (lista negra), onde sites escaneados e identificados com códigos maliciosos ficam listados até que um novo scan não encontre nenhuma falha. Porém esse scan não tem periodicidade definida e, uma vez infectado, o site fica listado por tempo indeterminado. Já pensou o prejuízo para sua loja ou seus anúncios? Vale a pena o risco por apenas uma linha? ■

MATERIAL INFORMÁTICO A PREÇOS INCRÍVEIS

DISCO WD 2.5" 500G



81€

ADAPTADOR MULTIMÉDIA

HDMI USB S2 DIVX GB X Xvid



31.5

DOCK STATION



61€

CASIO



37€



15,50€

EPSON



Desde 3€

Visitem o nosso site www.liquidoinformatica.com

Grande variedade de produtos a baixos preços e com Garantia de 2 Anos

Se não encontrar os produtos que deseja, faça-nos um pedido através da Loja, que será tratado o mais rapidamente possível

Contactos: apoioaocliente@liquidoinformatica.com

Preços Válidos enquanto durar o estoque

Este espaço pode ser seu.
Coloque aqui a sua publicidade.

MEIOBYTE
Comunicamos Tecnologia

Em Junho a Microsoft corrigiu 16 vulnerabilidades que afetam uma variedade de software, incluindo Windows, Office, SQL Server, Forefront Threat Management Gateway e o Internet Explorer.

A empresa disse que nove das vulnerabilidades que corrigiu em 14 de junho tem uma classificação de gravidade crítica máxima, e os outros sete são classificadas como importantes. Dez das vulnerabilidades poderia resultar na execução remota de um código malicioso. Este é o maior lançamento de patch de correção que a Microsoft tem tido nos últimos meses.

A Adobe também planejava corrigir uma série de bugs em seus aplicativos no mês de Junho. Todas as vulnerabilidades que a Adobe corrigiu foram classificadas como críticas. Os software afetados da Adobe são Adobe Reader X (10.0.1) (Windows), Adobe Reader X (10.0.3) (Macintosh), Adobe Reader 9.4.3 (Windows e Macintosh), Adobe Acrobat X (10.0.3) (Windows e Macintosh) e Adobe Acrobat 9.4.3 (Windows e Macintosh).

A Adobe também lançou um *patch* de emergência para uma vulnerabilidade de *script cross-site* universal em Flash que está atualmente sendo usada em ataques direcionados.

Contágio

Um pesquisador de segurança independente, que estava entre os primeiros a investigar um ataque de *phishing* em grande escala destinada a governo dos EUA e militares, diz que os atacantes controlam contas de vítima há vários meses.

Mila Parkour, um administrador de TI que vive em Washington DC, diz que as vítimas foram repetidamente atacadas por *phishing* ao longo de quase um ano. Acredita-se que os responsáveis pelos ataques estejam localizados na China. Parkour disse em uma conversa com o Threatpost na quinta-feira que o grupo (ou indivíduo) responsável pelo ataque dessas contas atacou tanto os proprietários das contas durante muito tempo. Entre as vítimas do ataque incluiu governo e pessoal militar em os EUA e países asiáticos, assim como ativistas dos direitos humanos e jornalistas na China e noutros países, o Google disse nesta quarta-feira .

Parkour faz pesquisa de *malware* em seu tempo livre e tem um blog chamado Contagio (**contagiodump.blogspot.com**). Em seu blog Parkour publica "amostras de vítimas e outros pesquisadores", compartilhando assim informações e análises. Ela postou sobre o *spear phishing* e-mails, em Fevereiro, não porque eles eram comuns, mas por causa da natureza sensível do conteúdo.



Bruno Rocha

Engenheiro Informático

ANDROID

Android é um sistema operativo, open-source, para smartphones. Foi desenvolvido, inicialmente, pela Google e posteriormente pela Open Handset Alliance. No entanto, pertence à Google toda a gestão do produto assim como a engenharia de processos. Em meados de 2005 a Google adquiriu uma pequena empresa (Android Inc.) com o propósito de desenvolver uma plataforma, baseada em Linux, para telefones móveis cujos objectivos seriam: flexibilidade, open-source e de fácil migração para os fabricantes de hardware.

Por ser open-source, qualquer pessoa que saiba programar pode dar o seu contributo à plataforma, quer seja desenvolver código que poderá trazer uma melhoria ao nível de performance, corrigir vulnerabilidades, etc. Existe também o SDK (Software Development Kit) para Android. O SDK disponibiliza documentação, código e utilitários para que os programadores externos à plataforma atinjam uma melhor interação com a mesma para que o desenvolvimento de aplicações siga o mesmo padrão para o sistema operativo em questão. Esse desenvolvimento de aplicações terá que ser feito a partir da linguagem de programação JAVA.

As versões que foram desenvolvidas até então foram:

- 1.5 Cupcake (Abril de 2009)
- 1.6 Donut (Setembro de 2009)
- 2.1 Eclair (Janeiro de 2010)
- 2.2 FroYo (Maio de 2010 – Frozen Yogurt)
- 2.3 Gingerbread (Dezembro de 2010 – versão actual para smartphones)
- 3.0 Honeycomb (Janeiro de 2011 – versão especial para TabletPC)

Embora hajam as versões já referidas, o simples facto de se ter um telemóvel cujo sistema operativo seja Android, não faz com que seja possível a instalação das versões mais recentes pois é da responsabilidade dos fabricantes de hardware fazerem essa atualização. Podemos ter já a versão 2.3, no entanto muitos telemóveis continuam a correr a versão 2.2 e anteriores porque os fabricantes ainda não disponibilizaram as respectivas atualizações. O mesmo acontece com os TabletPC.

Este sistema operativo suporta multi-touch, multi-tasking, Adobe Flash e JAVA. É servido pela Android Market para que os seus utilizadores possam descarregar e instalar aplicações, de entre mais de 200.000 aplicações disponíveis cuja maioria é gratuita havendo ainda espaço para aplicações pagas. ■





Otto Pohlmann



CEO da Centric System, empresa especializada em soluções para centralização de sistemas e distribuidora do software GO-Global no Brasil



BYOD

É a abreviação para o conceito de “Bring Your Own Device”, uma tendência que está pegando no mercado.

Esta tendência começou com o telefone celular. Antigamente, antes do surgimento do telefone celular, o telefone convencional era uma base de comunicação fixa. Você tinha um na sua casa e outro sobre a sua mesa de trabalho. Estes eram os dispositivos que você usava para se comunicar. Com o surgimento do celular, a mobilidade do equipamento e a sua disseminação quebraram o paradigma do ponto fixo de comunicação e as pessoas, tanto pessoalmente quanto no trabalho, passaram a se comunicar de qualquer lugar, pois possuíam seu próprio equipamento de comunicação móvel.

Agora, estamos no início de uma nova quebra de paradigma e uma forte tendência: o computador deixou de ser um posto fixo de trabalho e passou a ser um dispositivo móvel. Não há mais necessidade da pessoa estar perto da sua mesa e do seu computador desktop no trabalho pra trabalhar. Os computadores móveis, coisa que começou com os notebooks, e está decolando com a proliferação dos Tablets, está permitindo que se trabalhe de forma móvel, em seu próprio equipamento portátil. Esta é uma tendência irreversível. O tsunami dos tablets (iPad, Xoom, Galaxy Tab, etc) irá se consolidar de vez.

Agora uma questão, que eu mesmo vou responder: Quer dizer que todos os programas que usávamos na era do computador fixo vão precisar de uma versão para o computador móvel? Não, isto não é verdade. Não há necessidade de que todos os programas sejam rodados no dispositivo

móvel, muito pelo contrário. Muito antes do surgimento dos Tablets, a tecnologia já permitia o acesso remoto às aplicações rodando em servidor central, e os Tablets agora apenas estão demandando uma utilização maior desta tecnologia. O Tablet vai ser uma forma móvel e alternativa de acessar as aplicações corporativas com uma mobilidade similar ao celular. Através de comunicação Wireless dentro das empresas, e 3G fora delas, a aplicação estará disponível de qualquer lugar, a qualquer momento. Esta liberdade de acesso veio pra ficar, assim como aconteceu com os celulares.

Existem produtos que vão ajudar e acelerar esta tendência como o GO GLOBAL da empresa americana Graphon, representado no Brasil pela Centric System, que permite que qualquer aplicação rodando em qualquer plataforma (Windows, Linux ou Unix) possa ser acessada a partir da tela de um Tablet. E o trabalho para instalar este produto é mínimo. Em menos de meia hora esta infraestrutura pode estar instalada e dando acesso móvel, sem ter que modificar ou reescrever nenhuma das suas aplicações.

Atualmente, as corporações estão procurando exatamente esta facilidade. A área de TI precisa estar a serviço da corporação para que ela consiga realizar a sua atividade fim de forma mais eficiente. Há sistemas que permitem avançar para a computação móvel, com baixo custo, disponível imediatamente, e sem nenhum impacto na infraestrutura atual de TI.

E trazer seu próprio dispositivo de acesso às informações, título deste artigo, vai ficar tão comum como as pessoas >

> hoje carregarem seu próprio equipamento móvel de comunicação, o celular. Inclusive alguns celulares inteligentes, apesar da inconveniência da tela pequena, podem vir a ser uma alternativa emergencial de acesso remoto às aplicações e informações corporativas. Para resolver esta questão da tela pequena dos Smartphones, a Motorola lançou na CES (Consumer Electronic Show) em Las Vegas, um produto genial que transforma um Smartphone em Laptop. Trata-se do LapDock for Motoro Atrix, uma Docking Station onde você pode espetar o Smartphone Atrix com Android, e passar a operá-lo como se fosse um laptop. O LapDock passa a ser a sua estação de trabalho através da qual você pode acessar suas aplicações corporativas ou locais. Talvez, num futuro não muito distante, equipamentos como um Smartphone e um Tablet passem a fazer parte do repertório de ferramentas do próprio funcionário. O desktop corporativo e o telefone fixo em cima da mesa de trabalho vai ser coisa do passado, basta ter um produto com as funções do LapDock para tornar um Smartphone seu computador móvel pessoal. ■



zonaverde
formação · consultoria

Certificação Carta Europeia de Condução em Informática (ECDL)

Certificação de competências informáticas



ECDL Portugal
Centro de Certificação Aprovado



ECDL CORE (7 exames) / ECDL EXPERT (4 exames)

Inscreva-se já!

T 256 364 544

T 961 323 323

ecdl@zonaverde.pt

.01

Apresentação

Num mundo cada vez mais competitivo e em constante mudança, a Zona Verde, Centro de Certificação ECDL Aprovado, atesta as suas competências em tecnologias de informação e comunicação através da Certificação ECDL, valorizando e reconhecendo as suas competências informáticas junto dos empregadores. A Certificação ECDL, composta por três níveis distintos (CORE, EXPERT e SPECIALIST), é reconhecida pelo Ministério da Educação, pelo Ministério do Trabalho e da Segurança Social e em 150 países, sendo deste modo uma certificação reconhecida à escala mundial.

.02

Benefícios

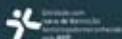
- Aumento da empregabilidade
- Aumento da visibilidade do seu Curriculum Vitae
- Certificação reconhecida em 150 países
- Certificação reconhecida pelos empregadores e principais instituições governamentais (Ministério da Educação – Despacho 1264/2010 e Ministério do Trabalho e da Segurança Social – Despacho 11203/2007)



www.facebook.com/zonaverde.formacao

Contacte-nos para mais informações:

zonaverde.pt



Zona Verde, CEA, SA
3CE Z. I. Roligo
Rua 25 de Abril nº 313
4520-115 Santa Maria da Feira



MEIO_E
GESTÃO

PROFISSIONAL VS PARAQUEDISTA

Fernando Franzini

Arquiteto de Software e Consultor Java



Profissional versus Paraquedista - parte II

Dando continuidade ao artigo anterior, nesta segunda parte finalizaremos com a apresentação das características do segundo perfil, o qual chamei sarcasticamente de candidato “paraquedista”.

Paraquedista não é especialista...

O paraquedista é aquele camarada que afirma que “sabe de tudo um pouco”. Ele normalmente apresenta uma experiência mais ampla, entretanto bem superficial, não tendo raízes profundas em nenhuma vertente específica. A verdade deste perfil é que ele aparentemente sabe de tudo um pouco, mas na realidade do dia a dia não tem profundidade para fazer nada bem feito.

Nos meses de entrevista que participei, pude perceber que este ponto se encontrava na grande maioria dos entrevistados. Os candidatos destacavam seu amplo conhecimento, mas não percebiam que a vaga requirava alguém que tivesse um nível mínimo de profundidade em um conjunto de conhecimentos que viabilizasse sua capacidade em desempenhar com sucesso as responsabilidades do determinado cargo.

Usando nossa comparação eleita como exemplo, seria como um jogador de futebol sendo contratado para uma vaga de atacante e durante a entrevista ele afirmasse o seguinte: “Bom, eu adoro futebol desde pequeno, por isso já joguei dois anos como goleiro no time X, depois atuei um ano e meio como volante no time Y e hoje estou aqui interessado nessa vaga de atacante”.

Paraquedista não tem objetivo definido...

O paraquedista é o cara que sempre está aprendendo, mas sem ritmo, foco e destino certo. Hoje ele inventa de investir no caminho A, amanhã ele está atuando em outra vertente e daí resolveu investir no caminho B. Depois de amanhã, os amigos estão falando de uma novidade, e assim, o persuadindo a investir no caminho C. O resultado disso que é ele não consegue iterativamente acumular conhecimentos, não tendo profundidade considerável em nenhum escopo específico. >

> Voltando para nosso jogador “multi-posição”, fico imaginando ele investindo em recursos e treinamento específicos para goleiro, outro momento de zagueiro e agora começando como atacante. A pergunta que para mim fica é: “Aonde este cara joga bem?”

Nos meses de entrevista que participei, percebi que este foi um ponto encontrado nos entrevistados recém-formados. Eles apresentavam iniciativas de investimentos profissionais discordantes que não traçavam uma linha de perfil claro do objetivo profissional do indivíduo.

Paraquedista desperdiça seu tempo...

Esta característica é um bem comum que percebo repetir-se ao longo das empresas que eu venho passando nestes anos. Qualquer tempo ocioso ou livre é desenfreadamente desperdiçado com Orkut, Facebook, Twitter, MSN, outros hobbies ou assuntos pessoais.

Devido a estes fatores, o paraquedista é aquele camarada que participa de treinamentos, mas não se compromete nas aulas, inicia a leitura de vários livros, finalizando poucos deles, não tem a nem paciência de acompanhar uma revista trimestral e são desprovidos de qualquer hábito de leitura regular profissionalmente construtiva.

Hoje, a concorrência do mercado de trabalho é impetuosa, as melhores vagas com os melhores salários serão ocupadas por pessoas que realmente tenham capacidade de assumir as responsabilidades e isso intimamente ligado ao nível de investimento que cada um faz em sua área de atuação. Em contra partida, o paraquedista é aquele que vive reclamando da empresa e de seu salário, não percebendo que bate o cartão todos os dias às 18 e vai para casa investir nos seus preciosos hobbies ao invés do seu salário de amanhã.

Paraquedista aprende quando precisa...

Devido à falta de foco e uma natureza de aprendizado iterativa, o pára-quedista é aquele tipo de pessoa que sempre precisa aprender e dominar algo no momento exato de colocar o conhecimento em prática. Ou seja, quando a situação bater à porta, ele então é movido por uma correria louca e desorganizada, atrás de assimilar informações com o objetivo de fazer e ou tomar importantes decisões.

Eu realmente fico pensando no que aconteceria se uma pessoa dentro de um avião em pleno vôo assumisse a responsabilidade de sozinho pousar a aeronave. Posso ver claramente a imagem do indivíduo a poucos momentos de pilotar a coisa, digitando a seguinte frase no Google: “Com o pousar um avião modelo XYZ?”.

Voltando ao exemplo oficial, como ficaria se o atacante tivesse que aprender a bater um pênalti no final do campeonato no momento exato que o time sofreu a falta dentro da área? Teoricamente, existem chances desse tipo de situação dar certo, mas na prática vemos que o pior sempre acontece. Espero que não existam dúvidas no leitor dos finais mais prováveis de cada situação.

Existe um ditado popular que diz assim: “Quando a água bate na bunda é que se aprende a nadar.” Em minha opinião, na atual situação do mercado de trabalho, aprender a nadar no momento que água estiver neste ponto, faz com que o profissional, sem sombra de dúvidas, morra afogado de alguma forma.

Paraquedista alterna de emprego visando salário...

Como o paraquedista é o camarada que atira para todos os lados, qualquer coisa





é motivo para a mudança de emprego. Dentro dos muitos por mim documentados, o mais usado ainda é o aumento de salário como motivação e não como consequência. Ou seja, o paraquedista está disposto a perder seu foco, investimentos, conhecimentos, experiência e o tempo no emprego atual acumulado em troca de um aumento salarial imediato e instantâneo. Eu também percebi durante as entrevistas e currículos que se apresentaram, o efeito “galho em galho” sem concretizar projetos ou marcos nos lugares que passaram.

O ponto camuflado nesta questão é que o paraquedista que apresenta esta característica sempre está à procura de outros salários melhores, pois em todas as trocas de oportunidades já feitas, ele dificilmente consegue alguma mudança salarial significativa que quebre este ciclo.

Eu gostaria de fechar com uma analogia a frase:

“Boas empresas, dotadas de bons salários são compostas de especialistas em suas respectivas áreas, que somando suas forças fazem o empreendimento ter sucesso”.

Essa almejada empresa é como se fosse a nossa ilustre seleção de futebol. Se pararmos para analisar, a seleção de futebol é uma suposta empresa composta somente de especialistas! Ou seja, cada jogador selecionado é alguém especialista na sua posição com capacidades de desempenhar algum papel relacionado com sua especialidade. Todos já sabemos qual é o gosto do resultado quando cada especialista deste time desempenha bem suas responsabilidades e, infelizmente, também sabemos o gosto amargo quando os especialistas das outras seleções desempenham melhor as suas.

Eu acredito que todos nós, em alguns momentos, já manifestamos ou iremos manifestar algumas características de paraquedista em nossas vidas. Por isso, gostaria de dar algumas dicas para que o leitor interessado possa combater isso:

Alvo Profissional

Cada pessoa precisa o mais rápido possível definir qual é seu alvo profissional!

Responda às seguintes perguntas para você mesmo:

- O que eu quero fazer na minha vida?
- O que eu quero ser?
- Como eu quero trabalhar?

Uma dica particular minha é que cada um precisa escolher uma área que realmente lhe gere satisfação. Não existe mais nada frustrante e desmotivante na vida de uma pessoa do que acordar todos os dias para trabalhar em algo que não se tenha prazer em fazer.

Investimento Profissional

Use todos os recursos possíveis imagináveis para investir naquilo que coopere para alcançar seu objetivo. Separe recursos cíclicos (tempo e dinheiro) e invista em na sua vida profissional, delimitando claramente seu tempo de investimento profissional e de lazer pessoal. Use todos os recursos disponíveis para isso: cursos, eventos, treinamentos, certificações, livros, revistas e sites.

Defina Metas Anuais

No começo de cada ano, faça uma lista de objetivos a serem alcançados. Responda às seguintes perguntas:

- Quais são os cursos, eventos, treinamentos, certificações, livros, revistas e sites que eu posso ler, fazer ou prestar, e que fará de mim um profissional melhor capacitado para desempenhar as atividades em minha área de atuação?
- Quais são os cursos, eventos, treinamentos, certificações, livros, revistas e sites que eu posso ler, fazer ou prestar, e que me proporcionem capacidade para assumir mais responsabilidades, com perspectivas melhores de salário dentro ou fora da empresa que estou?

Defina esta lista, coloque na parede do seu trabalho e mãos a obra! ■



Isabel Patrícia Jesus

Especialista em Comunicação
Institucional e Marketing



As aparências enganam...

Sim, estamos em pleno século XXI, rodeados de gadgets, updates, lutas concorrenciais e a vontade de mostrar ao mercado que estamos a par, que somos modernos e que fazemos mais e melhor pelos nossos clientes.

Já Kotler nos ensinava os 4 P's do Marketing... E qual é mesmo a forma mais visível (e a mais rápida) de alterar toda a aura de um produto e conseguir todas as atenções? Alterando a imagem, o logótipo ou a embalagem de uma marca, serviço ou produto (The Package).

Contudo, há que ter calma! Na ânsia de querer marcar a diferença, cilindrar os concorrentes e ficar na memória dos consumidores muitas marcas têm vindo a ousar demais, saindo o tiro pela culatra. Cada vez mais as empresas apostam nas grandes agências de Comunicação, nos designers de renome, olhando mais para o portfólio de clientes e para o nome do artista; do que analisam o trabalho final e o quanto se adapta à sua filosofia no mercado. A marca e o excessivo recurso à sua imagem – o branding – estão um pouco por todo o lado. Já não se resumem às lojas e aos Media, agora até o economato e os espaços de trabalho parecem condenados à lembrança da “identidade” – como se, nalguns casos, fosse possível esquecer...

Para exemplificar vou me debruçar sobre um produto bem português, que no exterior muitos vêem ainda como tradicional e, quiçá, antiquado: o vinho. Tudo para mostrar que os portugueses apostam na tradição, mas não param no tempo. Os princípios do design mostram-nos que devemos trabalhar a forma, a cor, o espaço disponível e, no caso das marcas e do mercado, ser os mais únicos e actuais possíveis. É através desta “primeira impressão” que podemos conseguir aquele novo cliente e depois, fidelizá-lo.

Dentro do mercado dos vinhos irei mostrar dois exemplos quase opostos. Marcas que, trabalhando o seu ambiente, o seu nome e as suas raízes, apostaram em caminhos e técnicas diferentes: O vinho Ping'amor Reserva, da Casa Agrícola Paciência, ao apresentar a sua nova imagem procurou fazer um jogo de palavras com o seu nome e apos-

tou num rótulo que tanto pode ser visto como uma pinga; como, quando juntando o rótulo ao contra-rótulo, um coração. Para apelar à emotividade da compra e à cor do vinho optou pelo vermelho como cor principal. Mas, esqueceu-se de duas das regras do design: o lettering e a disposição no espaço. Utilizou vários tipos de fonte diferentes, sem uniformizar a utilização de negrito ou hierarquizar a informação. Numa análise final, o que procuram passar como moderno acaba por ser lido pelo público como confuso. Se fica na memória do consumidor? Fica, mas pode não resultar em compra, já que não é perceptível.

Por outro lado temos a actualização da imagem da Churchill's Estates, da Churchill's Graham: aproveitando uma história de rótulos elegantes e cuidada utilização de tipografia, num ambiente sempre black and white de sobriedade e muito clean de quem sabe a que público se dirige. A modernização acrescentou fotografias aéreas das suas próprias vinhas. Mantendo o recurso ao preto e branco e, melhor que ninguém, defendendo o seu produto e o seu espaço. Haverá melhor forma de se diferenciar da concorrência do que confiar nos “Santos da casa”? Assim, conseguem rótulos esteticamente bonitos, contra-rótulos organizados e legíveis.

Ou seja, podemos analisar duas atitudes perante a actualização de imagem: uma marca que acredita que modernizar é ousar e passar uma imagem de juventude; outra que valoriza a continuidade para ser reconhecida pelos consumidores.

Numa análise pessoal, a primeira tem tudo para chamar a atenção, mas não ser compreendida; enquanto a segunda não fere os olhos, mas fica marcada na mente.

Depois de exemplos como estes será que as marcas vão continuar a ver a modernização de imagem gráfica apenas como a mudança da cor e do lettering, ousando entrar em jogos com o público? Ou será que finalmente terão a percepção que estudar as reacções do seu público fidelizado é a melhor preparação para a (quase sempre) necessária actualização? ■



Carla Oliveira



Formada em Automação de Escritórios e Ciência da Computação. Atua na CAS Tecnologia, desenvolvendo trabalhos na área de Qualidade de Software.

Smartphone ou "carteira digital"? As duas coisas ao mesmo tempo



Há muito anos que o dinheiro se tornou virtual. A quantidade de transações efetuadas é muito maior do que a quantidade do dinheiro em espécie – cédula, ou seja, o dinheiro real. Imagine só a confusão que seria se todo mundo resolvesse sacar ao mesmo tempo todo o dinheiro depositado na poupança ou investido em aplicações financeiras?

Toda essa "transação virtual" só foi possível através do uso de cartões de débito/crédito e sistemas de informação integrados. Em minha opinião, os pagamentos com cartão são muito mais práticos do que utilizar dinheiro real. Recentemente, a Visa lançou aqui no Brasil uma campanha publicitária muito interessante para incentivar a utilização de pagamento via cartão de débito/crédito: "Vai pagar com dinheiro? Então bala de troco... que coisa triste". A famosa propaganda dos boleros.

Agora, voltando para o mundo dos Smartphones que só faltam servir cafezinho, afinal de contas já tomaram o lugar de vários objetos, como agenda, MP3 player, videogame portátil, TV de mão e até GPS e se já não bastasse, agora possuem todos os pré-requisitos para se transformarem numa "carteira digital" e substituir nossa carteira tradicional. Eu acho incrível o poder desses aparelhos e fico imaginando quais serão as próximas inovações.

Apesar do nome "carteira digital" remeter ao virtual e surreal, sua finalidade e utilização é algo que está se tornando bem real e acredito que logo será tão popular quanto o uso do celular e dos cartões "tradicionais". Assim como os cartões substituem o dinheiro físico, os Smartphones e até os celulares GMS também poderão substituir a carteira física. É o mundo virtual e dos bytes se tornando cada vez mais presente e necessário em nossas vidas.

Para confirmar o que foi dito acima, segue abaixo trechos da matéria, "Visa vai lançar pagamento via celular para bancos dos EUA", publicada pelo jornal Folha de São Paulo:

A Visa, maior rede mundial de processamento de cartões de crédito e débito, está criando um sistema digital de pagamento que as pessoas poderão usar para pagar compras online ou com seus celulares, ao invés de utilizarem os cartões tradicionais. A empresa anunciou recentemente que está trabalhando com diversos grandes bancos norte-americanos e internacionais para desenvolver o sistema. Os parceiros incluem US Bancorp, PNC Financial Services, Regions Financial, BB&T, TD Bank e a divisão norte-americana do banco Barclays.

Segundo a Visa, a "carteira digital" armazenará informações de contas de cartões de débito e crédito de um cliente e as pessoas poderão usá-lo para pagar por compras online ou em lojas.

> A rede terá de convencer os comerciantes a instalar um novo botão de "compra com um clique" em seus sites, para que os clientes possam usar o sistema digital, em lugar de inserirem manualmente todas as informações de suas contas toda a vez que estão concluindo um pedido.

Bancos, operadoras de telefonia móvel e redes como a Visa estão todos tentando conquistar espaço no mercado norte-americano de pagamentos móveis, ainda pequeno mas de alto potencial. Na semana passada, a Isis, uma joint venture de pagamentos móveis criada por três das quatro maiores operadoras de telefonia móvel norte-americanas, anunciou que mudou seus objetivos iniciais e que está trabalhando com a Visa e a MasterCard para introduzir um sistema de pagamentos móveis.

Com base na matéria, "Visa adota novas formas de pagamento digital", publicada no site da Info Abril, seguem abaixo as principais características da "carteira digital":

- A "carteira digital" irá agregar diferentes cartões, de diferentes bancos e diversas operadoras, dentro de um único perfil.
- Após acessar a carteira a partir de um computador, smartphone ou tablet, o usuário poderá escolher qualquer um dos cartões para realizar o pagamento.
- Os pagamentos com celulares serão feitos por meio da tecnologia Near Field communication (NFC), que permite a troca de dados entre dispositivos, e por meio de uma aplicação payWave.

As principais funcionalidades encontradas na "carteira digital" são:

- Função clique para comprar, que permite realizar compras utilizando um endereço de e-mail;
- Solução multicanal, que agregará várias contas em um único dispositivo;
- Gerenciamento de preferências, menu que permite aos consumidores definir suas opções de utilização;
- Ofertas de comércio, para o recebimento de promoções e descontos.

A "carteira digital" não é só privilégio nos Estados Unidos. Aqui no Brasil, a ideia também já foi vislumbrada e já existem algumas formas para utilização da mesma. O objetivo principal deste artigo é justamente mostrar as opções disponíveis aqui no Brasil.

Uma das opções é a utilização do SMS.

Segue trechos da matéria "O smartphone vai substituir sua carteira?", da Info Abril, explicando a utilização do SMS como forma de pagamento:

O processo de pagamento por SMS é quase sempre o mesmo. Ao chegar ao caixa do estabelecimento, em vez de passar o cartão na máquina, o consumidor indica o número do celular.

O lojista lança as informações da compra na máquina (em alguns casos, isso é feito diretamente em um celular) e o usuário recebe uma mensagem pedindo para digitar a senha do cartão e uma outra dinâmica, gerada especificamente para aquela transação. Feito isso, o pagamento é liberado.





“Não é preciso fornecer o número do cartão e a transação é duplamente autenticada. É mais segura que a convencional”, diz Massayuki Fujimoto, diretor de inovação da Redecard. O pagamento por SMS também pode ser usado para compras pela internet. Basta que a loja online aceite a modalidade de pagamento remoto. A diferença é que, em vez do número do cartão, o comprador digita o seu celular e aguarda o recebimento do SMS para confirmar a transação.

A Oi, oferece o serviço Oi Paggo, por SMS, cujo requisito é possuir um cartão Paggo disponível para correntistas de qualquer banco e ser cliente da Oi. Ser cliente da Oi implica na prioridade que a operadora dará ao tráfego de mensagens provenientes das transações com o Oi Paggo, pois atrasos na entrega das mensagens irão causar transtornos na hora de efetuar o pagamento.

“A velocidade é importante. Imagine só você numa fila e tendo que ficar esperando a mensagem para fazer a autorização”, diz Rogério Signorini, diretor de desenvolvimento de novos produtos da Cielo.

O Visa Mobile Pay, é outra opção de pagamento via SMS, que está em funcionamento desde 2008. É uma parceira com o Banco do Brasil e a Cielo. O Visa Mobile Pay, está disponível para clientes de qualquer operadora. Assim como todos os sistemas de pagamento via SMS, esta opção também não requer o pagamento presencial.

A possibilidade de efetuar pagamentos não presenciais é outra grande vantagem do uso do celular como forma de pagamento. “Você pode ligar de sua casa para a pizzaria e, em vez de passar o número do cartão, diz o número do celular. O lojista vai selecionar a modalidade de pagamento remoto e inserir os dados da compra no PDV (ponto de venda), que enviará um SMS para o comprador. Ao receber a mensagem, o cliente usa uma senha para autenticar o pagamento”, diz Dercival Jatobá, diretor-executivo de produtos da Visa do Brasil.

A MasterCard, o Itaú, a Redecard e a Vivo se uniram e criaram o MasterCard Mobile, que permite vincular até nove cartões ao aparelho. O programa, por enquanto, ainda está restrito ao município de São José dos Campos, em São Paulo, onde foram distribuídos 30 mil SIM cards com a aplicação de carteira eletrônica e cadastrados mais de mil estabelecimentos participantes.

Mais outra opção é o Redecard Celular, também em parceria com Itaú e Vivo. Este serviço é aceito em mais de um milhão de estabelecimentos credenciados. Por enquanto, o serviço está restrito aos clientes desses dois parceiros e à bandeira MasterCard Visa e Diners.

De acordo com a matéria da Info, “um público crescente que vem adotando o telefone celular não para fazer, mas para receber pagamentos é o de vendedores porta a porta e profissionais liberais e autônomos, como médicos, advogados, marceneiros, artesãos e taxistas. Para eles, serviços baseados em aplicativos que transformam o celular ou smartphone em uma máquina para processar pagamentos por cartão é uma tremenda “mão na roda”. Além de não precisar





> mais aceitar apenas dinheiro em espécie ou cheques, o profissional fica seguro para acenar para seus clientes com o parcelamento dos pagamentos”.

Para enfrentar os problemas de entrega de mensagens que pode ocorrer com a solução via SMA, foi criada a proposta Cielo no iPhone, que baseada em pacote de dados cujo público alvo é formado por profissionais liberais como advogados, médicos e dentistas. De acordo com os dados publicados no site da Info, mais de 1 500 profissionais pagam 9,90 reais ao mês, fora o custo da conexão utilizada, que pode até ser o Wi-Fi, para receber pagamentos em cartão de crédito por meio de um aplicativo instalado no iPhone. Um dos profissionais liberais que aderiram ao Cielo no iPhone foi o dentista e professor de biologia Fernando Nogueira Lauretti. “Os pacientes ficaram felizes porque facilita a vida deles. Para mim, é fácil de operar e tenho toda a segurança para fazer o parcelamento. É só passar o cartão e acabou”. Ele adquiriu o iPhone em fevereiro especialmente para poder trabalhar com cartões em seu consultório em Alphaville, em São Paulo.

A PayPal que possui aplicativos para efetuar pagamentos pelo Smartphone e está presente nas lojas da Apple, Android e BlackBerry, se juntou com a Vivo para lançar no segundo trimestre de 2011 uma modalidade de pagamento acessível para qualquer usuário que possua celular GSM. A meta é atingir a massa de usuários de pré-pago.

Diante do exposto acima percebe-se que existem opções de “carteira digital” para todos os gostos e bolsos. As operadoras celulares, bancos e administradoras de cartão estão investindo muito nessa nova forma de efetuar pagamento. O bom de todo isso é a possibilidade de escolher o serviço que melhor se adequa às necessidades, que tanto podem ser do lado de quem efetua o pagamento, quanto do lado de quem recebe.

Quero destacar alguns itens que considero importantes e merecem atenção:

- O primeiro deles é a tecnologia NFC (Near Field Communications), que funciona como uma espécie de sistema de rádio e permite a troca de dados entre aparelhos a curta distância. Através desta tecnologia é possível utilizar um celular para efetuar pagamentos em estabelecimentos e substituindo o cartão de crédito. Dica: Verificar as características dessa tecnologia e sua utilização em outras aplicações.

- Para os Smartphones o temível problema da bateria que acaba muito rápido. Já imaginou utilizar o Smartphone como carteira digital e ficar sem bateria? Esta para mim para é uma desvantagem e um ponto que precisa ser melhorado.

Para concluir, gostaria de voltar no tempo e lembrar os primeiros celulares, esses mesmos que você pensou, os famosos “tijolões”. Será que naquela época você imaginaria que eles se tornariam tão poderosos? E quanto ao futuro? Quais serão as próximas inovações? O que será que os celulares serão capazes de fazer? Só falta servir cafezinho! ■

Sites de Referência

<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/914322-visa-vai-lancar-pagamento-via-celular-para-bancos-dos-eua.shtml>

http://info.abril.com.br/noticias/ti/visa-adota-novas-formas-de-pagamento-digital-11052011-29.shl?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+Plantao-INFO+%28Plant%C3%A3o+INFO%29

http://info.abril.com.br/noticias/tecnologia-pessoal/o-smartphone-vai-substituir-sua-carteira-15032011-36.shl?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+Plantao-INFO+%28Plant%C3%A3o+INFO%29



Equipa Panda



Panda Security é o líder mundial em soluções de segurança a partir da nuvem, com a sua tecnologia de Inteligência Colectiva em 195 países

MOTIVOS POR TRÁS DAS BOTNETS

O spam permanece um problema nos dias de hoje, e em muitos países a sua distribuição é considerada um crime. É frustrante acedermos ao e-mail e depararmo-nos com dezenas de mensagens indesejadas, mas de onde vem todo este spam? As conclusões de um estudo da Panda indicam que mais de 90% das mensagens de e-mail indesejadas têm origem em redes de computadores zombie, pertencentes a utilizadores particulares, mas controlados e utilizados à distância sem o seu conhecimento por criminosos que obtiveram esse acesso de forma ilícita. Se o spam tiver origem numa única fonte, torna-se relativamente fácil identificá-la e solicitar ao fornecedor de serviços de Internet que bloqueie a ligação resolvendo-se o problema. Nestas circunstâncias seria bastante simples identificar e deter o hacker. Como tal, para impedir que isto aconteça os criminosos por trás deste tipo de ameaças utilizam botnets, transformando os computadores zombies em proxies, distanciando-os da origem do spam. Para além do facto de que, com uma botnet de grandes dimensões têm capacidade para enviar milhões de mensagens diariamente, o autor destes actos pode assim encontrar-se num ponto do globo completamente oposto ao do computador utilizado. Por norma, grande percentagem do spam em circulação tem origem em países com legislação ineficaz ou mesmo inexistente em relação ao ciber-crime, e cujas autoridades muitas vezes não colaboram a nível internacional, dificultando a tomada de medidas eficazes para combater estes focos de risco. Num estudo que elaborámos recentemente, Brasil, Índia e Vietname lideraram o ranking dos países de origem da grande maioria do spam distribuído durante esse período. No mesmo ranking, os EUA, Alemanha e Reino Unido ocuparam o Top10. Portugal encontrava-se em 35º e a subir na tabela, demonstrando a tendência crescente na actividade de criação de spam com origem nacional, comprovada com os cada vez mais frequentes

exemplos de mensagens com conteúdos sobre temas e situações específicos do nosso país e escritos em Português correcto.

Os ataques de negação de serviços (ou DDoS) são outro dos motivos por trás da existência de botnets. Os hackers utilizam estas redes para sabotar websites ou servidores de Internet específicos, utilizando os computadores zombie para contactarem continuamente determinado servidor ou website, sobrecarregando-o. Consequentemente causarão falhas graves no seu funcionamento, podendo em última circunstância provocar a falha total dos serviços do website. Algumas botnets utilizam computadores “limpos” para realizar este tipo de ataques, com cada computador zombie a ligar-se a um computador “inocente” criando autênticos exércitos que impedem a detecção dos zombies e mantêm os hackers anónimos, sendo os computadores “recrutados” identificados e responsabilizados pelos actos. Na Panda estimamos que diariamente são criados cerca de 400.000 novos zombies, cujo ciclo de vida é tendencialmente mais curto, obrigando os hackers a recrutar constantemente novos “soldados” para os seus “exércitos”. A lista de vítimas deste tipo de ataques é interminável, e mesmo as grandes empresas que funcionam através da Internet encontram-se vulneráveis. A Microsoft foi atingida por ataques de negação de serviços com o Blaster e o Mydoom. Outras empresas como a Amazon, eBay, CNN e a Yahoo foram também já afectadas desta forma. Os conceitos relacionados com estes ataques são os seguintes:

- Ping of death: os bots criam pacotes de grande dimensão e enviam-nos para as vítimas, que deixam de ter capacidade para processar tamanha informação.
- Mailbomb: os bots enviam grandes quantidades de men



sagens de e-mail que sobrecarregam os servidores de correio provocando a sua falha.

- Smurf attack: os bots enviam mensagens com pacotes ICMP para computadores “limpos” (não integrados em botnets), que por sua vez os reencaminham para a vítima, tomando a responsabilidade pelo acto e impedindo a identificação dos computadores pertencentes à botnet.
- Teardrop: os bots enviam partes de pacotes mal formados para a vítima, cujo sistema tenta processar num único pacote sem sucesso, provocando a sua falha.

Existe um outro motivo que contribui para a sobrevivência das botnets: as fraudes pay-per-click. Este tipo de fraude está relacionada com a configuração de todos os computadores zombie para clicarem repetidamente em links específicos. Normalmente, os links direccionam para anúncios publicitários colocados em websites pertencentes aos mesmos hackers, que lucram de forma fraudulenta através de sistemas de afiliados, que lhes pagam determinadas quantias em troca de um número pré-definido de cliques nesses anúncios presentes nas suas páginas Web. Possivelmente, a maior preocupação no que diz respeito às botnets reside na possibilidade de qualquer um se tornar vítima de roubo de identidade ou tornar-se cúmplice num ataque sem sequer o saber. É por isso importante manter-se protegido contra possíveis ameaças e conseguir detectar quando a segurança de outros computadores se encontra comprometida. ■

A um byte de distância



Consulte a Meio Byte e saiba como colocar aqui sua Publicidade e dar destaque ao seu negócio em uma revista lida por todo o mundo!

MEIO **BYTE**

Comunicamos Tecnologia

Chrome O.S.

As empresas Acer e Samsung disponibilizaram em meados do mês de Junho os primeiros equipamentos com o Chrome OS, sistema operacional desenvolvido pela gigante Google.

Os equipamentos, batizados por ChromeBooks, são vendidos na faixa dos 350 e 500 dolares, e, dependendo do fabricante, possui opções de conexão Wi-Fi e/ou 3G. É importante ressaltar que o Chrome depende de uma conexão quase que constante com a internet. Apesar de ser um projeto arriscado, a falta de conexão pode tornar o dispositivo praticamente inútil para seus utilizadores.

Ao mesmo tempo é um projeto interessante, pois embora seja um Sistema Operacional (ou O.S. - Operacional Sistem), o Chrome OS pode ser considerado uma espécie de "super navegador", visto que a sua interação (e integração) está voltada para as principais ferramentas da Google.

Projecto Green Carbon

O projeto Green Carbon da empresa brasileira NDDigital, teve seu inicio em 2001, que fornecia um certificado anual da quantidade de árvores economizadas para alguns clientes que usavam software da NDDigital S/A. Ao longo deste período fora criado um selo verde chamado NDD Green Carbon, que é usado na emissão do certificado da quantidade de árvores plantadas com o local e coordenadas geográficas para futura pesquisa. Neste projeto, além do cliente poder acompanhar o plantio pelo site, ainda pode agendar visitas ao local do plantio, que fica hospedado na sede do projeto Green Carbon, no município de Bom Retiro – SC, uma estrutura simples, porém bem aconchegante.

O Green Carbon vai além do simples plantio de árvores. Ele está baseado em um tripé de sustentabilidade, estudado e praticado nos quesitos abaixo, visando sempre os devidos cuidados e manejo florestal, para que realmente os resultados possam ser comprovados com clareza e segurança para os clientes do Green Carbon:

- Socialmente Justa;
- Ecologicamente correta;
- Economicamente viável;

Leia mais no site <http://www.nddgreencarbon.com/>

O Programa Beta 2012 da Panda Security atingiu um novo recorde de participações graças ao envolvimento activo dos membros das comunidades da Panda Security no Facebook, Twitter e nos fóruns de suporte técnico. O número de downloads únicos desta versão aumentou 125%, ao passo que o número de activações únicas dos serviços aumentou 61% (comparado com os 21% do ano passado). Adicionalmente, a empresa recebeu feedback valioso de 83 países, que certamente ajudará a melhorar ainda mais a tecnologia empregue nos novos produtos até ao seu lançamento oficial. O Programa Beta 2012 da Panda Security atingiu um novo recorde de participações graças ao envolvimento activo dos membros das comunidades da Panda Security no Facebook, Twitter e nos fóruns de suporte técnico. O número de downloads únicos desta versão aumentou 125%, ao passo que o número de activações únicas dos serviços aumentou 61% (comparado com os 21% do ano passado). Adicionalmente, a empresa recebeu feedback valioso de 83 países, que certamente ajudará a melhorar ainda mais a tecnologia empregue nos novos produtos até ao seu lançamento oficial.

PELO MUNDO

MEIOBYTE
Comunicamos Tecnologia



MEIO BYTE publicada em site de Cabo Verde

Com apenas um ano de existência, a nossa revista é acessada por milhares de leitores de diversos países.

É com todo o prazer que informamos que a MEIO BYTE acaba de chegar a Cabo Verde!
A nossa revista estará também publicada no portal do Quiosque Digital Recortes.cv, bastando apenas aceder a

www.recortes.cv



Este mês, vamos falar sobre dois interessantes Hardwares. Primeiro, será sobre o Toughbook 31, um portátil para lá de resistente desenvolvido pela Panasonic. Depois, vamos falar sobre Multi-Display.

O Toughbook 31 é a sexta geração da linha de notebooks "totalmente resistentes" da Panasonic, que se tornou o padrão da computação robusta. O novo aparelho possui um processador Intel® Core™ i5 Gobi2000 e banda larga móvel.

No teste que vimos no Youtube, o equipamento é literalmente arrastado em uma pista de motocross, localizada na Serra do Kii Gama, na ilha japonesa de Honshu. Arrastado pelas rochas, terra e lama, atrás de um ATV, o Toughbook 31 sofreu intensa vibração, choques e exposição à água. No final, o Toughbook 31 funcionou bem. Apenas um Toughbook 31 foi utilizado na produção deste vídeo.

Para obter mais informações, acesse/acesse:

http://www.toughbook.eu/home?language_override=pt

Para quem o coração forte, veja o vídeo do teste em:

<http://www.youtube.com/watch?v=0n6mX8Q1waA>

Você pode estar curioso para saber sobre a finalidade de executar vários monitores a partir de apenas um computador. Grande parte das pessoas necessita usar um computador com um único monitor, mas, profissionais como Designers, Programadores, Tradutores, entre outros necessitariam de mais um monitor ao lado. Mas aí vem a questão: "Vou ter que abrir o computador para colocar uma nova placa gráfica?"

Pois bem. Grande parte dos portáteis já tem uma saída VGA para ligar um monitor, mas grande parte dos desktops não. Desta forma, poderemos utilizar uma das várias placas de vídeo USB/VGA disponíveis no mercado que podem executar a tarefa de enviar imagem para um (ou vários) monitor. Utilizando o Windows 7, por exemplo, podemos enviar para até 6 monitores em simultâneo. Mas é importante observar que o Windows Starter não tem a opção de Multi-Display. Vários monitores são conhecidos como Multi-Display assim como Dual-Monitor é a designação para dois monitores.

HP USB Graphics Adapter NL571AA

<http://h10010.www1.hp.com/wwpc/us/en/sm/WF06c/A10-51210-332469-332462-332469-3913299-3913300-3913303.html>

http://www.trendnet.com/langpo/products/proddetail.asp?prod=240_TU2-DVIV&cat=32&status=view



Um site interessante a ser visitado é o [HOWTOCLEANSTUFF.NET](http://www.howtocleanstuff.net)

É um site que ensina como limpar a casa, paredes, tetos, superfícies, sapatos, mobílias, automóvel, jóias, metais, equipamentos, animais, etc. Tudo sobre limpeza! Só que em inglês.

[HTTP://www.howtocleanstuff.net](http://www.howtocleanstuff.net)

[MULHERPORTUGUESA.COM](http://www.mulherportuguesa.com/)

Um site interessante para as mulheres, onde tem informações sobre os mais diversos assuntos é o Mulher Portuguesa. Informações sobre Sociedade, Moda & Beleza, Tempos Livres, Saúde e Bem Estar, Alimentação, Amor, entre outros. Este mês tem alguns destaques como “Queremos mais Vegetais” e “Quando o lanche é um inimigo das crianças!”. É um site muito informativo, que deve ser acedido por todas as pessoas.

<http://www.mulherportuguesa.com/>

Revista [PROGRAMAR](http://www.revista-programar.info/)

A revista PROGRAMAR é um excelente projecto iniciado e desenvolvido por membros da comunidade Portugal-a-Programar.org. Tem por o objectivo informar sobre programação e de promover a criação de conteúdos relacionados com programação, e, o melhor, em português.

<http://www.revista-programar.info/?action=editions>

[STUDIO STYLES](http://studiostyl.es/)

Ainda falando sobre programação, no site Studio Styles não só é possível tanto efectuar download de vários “Color Schemes” para o Microsoft Visual Studio como ainda tem a opção de criar esquemas novos.

<http://studiostyl.es/>

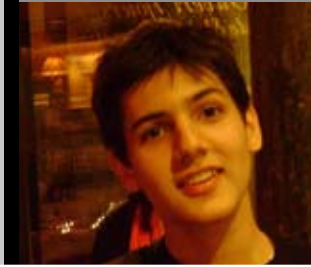
[CRIAR UMA WEBSITE](http://disposablewebpage.com/)

Quer criar uma página web temporária sem muito esforço? Então vá ao site da Disposable Web Page. Você pode criar uma página web com pouco esforço e, com alguns toques no teclado começar a encher a página com o conteúdo que você deseja.

Disposable Web Page lhe oferece a conveniência e a liberdade de obter informações na internet, utilizando páginas web descartáveis. Em cada página existe um relógio em contagem decrescente que pode ser programado até 90 dias. Quando chegar as 00:00:00 a página exibirá uma mensagem de encerramento.

<http://disposablewebpage.com/>

links do mês



Victor Archela

Estudante de Ciências da Computação
na Universidade de São Paulo

MORTAL KOMBAT



Após chegar ao fundo do poço em 2008 com *Mortal Kombat vs. DC Universe*, jogo onde os próprios fatalities violentos (essência do *Mortal Kombat*) foram retirados com a mísera desculpa de que “Os fãs da DC não podem ver o Batman ser decepado pelo Scorpion”, a desenvolvedora Netherreal Studios (anteriormente conhecida como WB Games Chicago) ouviu o clamor dos fãs sanguinários e criou uma nova versão do *Mortal Kombat*. Lançada em abril de 2011, a nova versão, como pode ser notado pelo nome (que não tem número nem complemento), tem um objetivo muito claro: voltar para ao começo, à “Belle Époque” da saga.

A história, na verdade, começa após os eventos *Mortal Kombat: Armageddon*, onde Raiden está prestes a ser derrotado por Shao Kahn e todos os

outros que poderiam detê-lo já morreram. Pouco antes de sofrer o golpe final, ele envia uma mensagem mental para o seu eu do passado, assim retrocedendo os acontecimentos para o primeiro *Mortal Kombat*. O Raiden do passado recebe a mensagem de que algo ruim está para acontecer, porém sem saber exatamente o que. Os acontecimentos de *Mortal Kombat* são então apagados e recomeçam com um Raiden iluminado tentando mudar o curso da história. De acordo com Ed Boon, um dos criadores de *Mortal Kombat*, a mais nova versão do jogo não iria retomar apenas a história da primeira trilogia, mas também grande parte dos personagens, a violência doentia, a quantidade de sangue, vísceras e coisas nojentas que fizeram com que a série se tornasse tão conhecida. O

projetista também ressaltou que queria corrigir o erro cometido em 2008 e reintegrar os fatalities violentos e “Stage Fatalities” (fatalities específicos de certas fases) com toda a definição gráfica e detalhes que o PS3 e o Xbox 360 disponibilizam.

Além dos fatalities, os desenvolvedores introduziram também um sistema de dano aparente no personagem, ou seja, à medida que um personagem leva dano, suas roupas começam a rasgar, seu corpo começa a ficar encharcado de sangue e até partes ficam em carne viva, especialmente mãos, pés e rosto. Outra novidade bacana chama-se “Super Meter” (Barrinha de Especial), que uma vez carregada, permite o jogador executar os “X-Ray Moves” que por sua vez são ataques especiais, que não só causam muito dano e são fáceis



de dar, mas também mostram um raio-x dos golpes destruindo os ossos e membros acertados.

Como mencionado anteriormente na revista: a versão para PS3 conta com o personagem Kratos (de God of War) além de vários personagens destraváveis. O jogo possui vários modos de jogo como Arcade, Versus, Multiplayer (online), Modos de Treino, Modo de História e até Torres de Desafios (com direito a recompensa lendária e tudo), que vão te deixar ocupado por um bom tempo. Também existe um sistema de recompensas por luta, onde o jogador é recompensado pelo modo como joga (ganhando bônus por fatalities e etc) e esses pontos adquiridos podem ser usados para diversas coisas como: comprar roupas alternativas, concept arts, e até fatalities novos.

Por fim, a Nether Realms mostrou aos jogadores que a série ainda tem muito a oferecer, fazendo um ótimo trabalho ao trazer o jogo que é considerado por muitos como o melhor do gênero, e a volta da magia e violência sem iguais que o tornaram tão conhecido. Com gráficos de causar pesadelos nos facilmente impressionáveis e toda a nostalgia, Mortal Kombat está de volta, e tem tudo para ser um dos melhores jogos modernos de luta ao lado do fantástico Super Street Fighter IV. Não deixe de conferir! ■

MEIO BYTE em parceria com o leitor: Você sugere, nós publicamos!

- O que você quer saber sobre Tecnologia e Gestão?
- Gostaria de se aprofundar em algum assunto que já abordamos?
- Quer sugerir um novo tema para discutirmos em uma próxima edição?



MAILBOX | CORREIO

A partir deste mês, a Revista MEIO BYTE criará uma chamada mensal, para que possamos ter alguns textos vocacionados para um determinado tema. Os assuntos abordados serão disponibilizados e sugeridos pelos leitores que, certamente, devem ter vários tópicos que gostariam de ler em nossa publicação. Para isso, basta enviarem suas sugestões para comunica@meiobyte.net à atenção de Eva Mendes, Coordenadora de Comunicação MEIO BYTE.

AGUARDAMOS SUA COLABORAÇÃO!
Equipe MEIO BYTE



((BYTE COMEX))

NALADI

Clailton Soares



Sócio-Diretor da Intersystem Transportes Internacionais

NALADI

Entendendo seu objetivo

Os acordos/tratados assinados entre países costumam ser as principais ferramentas que possibilitam livre-comércio com equilíbrio e vantagens para ambos os lados.

Entre estes acordos existe no bloco latino-americano a sigla NALADI.

Primeiramente, criada com a sigla ALADI, teve seu primeiro tratado assinado em 1960 em Montevideu. Naquela época os países latino-americanos comercializavam principalmente para a Europa e os Estados Unidos.

A 2ª guerra e os anos do pós-guerra produziram mudanças favoráveis à economia da América-Latina. Por possuírem em larga escala produtos de consumo tais como carne, cacau, açúcar, café entre outros, encontraram grande demanda nas nações devastadas.

Entretanto, não demorou muito para que a Europa e os Estados Unidos se recuperassem e com isso os produtos latino-americanos perderam considerável competitividade.

Foi então que os países latino-americanos necessitados em encontrar alternativas que impulsionassem suas economias, que tinham uma das maiores altas populacionais do planeta, iniciaram planos de industrialização para abastecer as necessidades de bens de consumo, derivados e bens de capital.

Estes esforços unidos às necessidades locais de cada país em aumentar a produção em massa para aumentar o rendimento e permitir melhores condições de concorrência, fez com que em 1960 os primeiros países - Argentina, Brasil, Chile, México, Paraguai, Peru e Uruguai - assinassem o primeiro acordo ALADI que visava alcançar uma maior integração econômica, por meio da ampliação do tamanho de seus mercados e da expansão de cada estado. Posteriormente, foram agregados Colômbia, Bolívia e Venezuela.

Em 1980, após nova revisão nos termos do acordo, incorporou-se o 12º país membro - Cuba - e, posteriormente, o Panamá, totalizando 13 países.

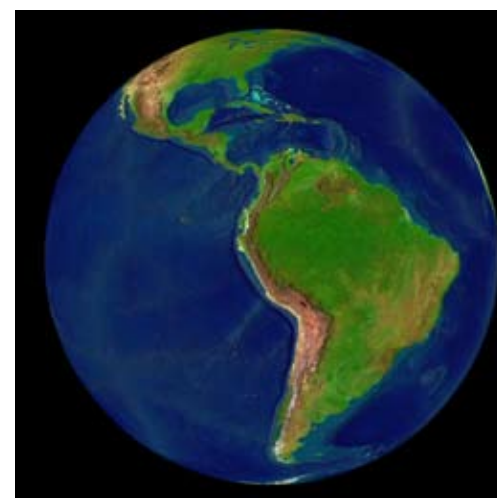
Os princípios básicos do tratado Naladi são:

- Reduzir e Eliminar as barreiras ao comércio comum de seus países membros
- Incentivar o incremento de vínculos de solidariedade ao comércio e cooperação entre povos latino-americanos
- Promover o crescimento sócio e econômico da região harmoniosa e equilibradamente, a fim de garantir melhor nível de vida aos seus povos.
- Criar uma área de preferências econômicas, tendo como objetivo final e principal o estabelecimento de um mercado comum latino americano.

Caso desejem obter mais informações sobre suas aplicações e atualizações pode-se facilmente fazer uma consulta no site do ministério da indústria e desenvolvimento:

<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio> ■

Nesta edição de aniversário iniciamos um novo perfil em nossa coluna que fala sobre comércio internacional e passamos a chamá-la de BYTE COMEX. Percebemos a necessidade cada vez maior de veículos que transmitam informações técnicas de forma simples, para que todos tenham acesso e compreensão facilitada. Por isso, a cada mês abordaremos um tema didático de comércio exterior e esperamos que todos tirem o maior proveito possível desses artigos.





Os perigos nas redes sociais

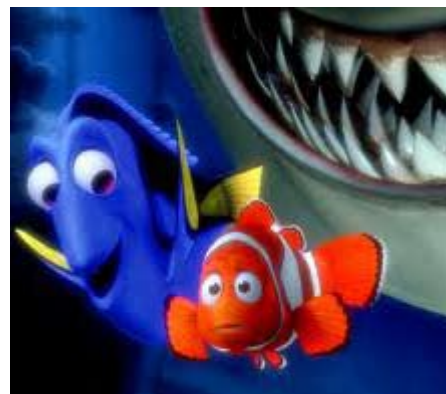
Há muito o mercado vê a necessidade de implementar Políticas de Segurança da Informação, observando que a segurança é um factor crucial para evitar que a instituição tenha informações confidenciais vazadas. Com as Redes Sociais em constante crescimento, as empresas passaram a ter preocupações em relação a adaptação do acesso a estas em suas Políticas de Segurança. Isto deve-se ao facto de que cada vez mais aumenta a quantidade de empresas interessadas, não só em vender seus produtos, serviços e imagens nas redes sociais, como também melhorar a comunicação com seus clientes. Mas, a estratégia na Rede Social pode virar-se contra a empresa, caso seja mal elaborada (e gerenciada) ou mal utilizada por seus colaboradores.

A Internet tornou-se o local favorito de actuação de pessoas que, cujo único intuito é fazer (ou caçar) suas vítimas. Isto torna-se fácil pois as pessoas compartilham, voluntariamente, muitas e muitas informações pessoais, já que as Redes Sociais encorajam os utilizadores a confiar em pessoas que nem sequer conhecem. Assim, basta aplicar um pouco de Engenharia Social para que a vítima caia em um golpe, podendo ter as senhas roubadas e, possivelmente, informações confidenciais da empresa onde trabalha.

Assim, como hoje em dia qualquer funcionário tem um smartphone com acesso à internet e, conseqüentemente, acesse uma Rede Social, é muito importante que as empresas façam um trabalho de conscientização com seus colaboradores, criando uma Política de Segurança clara e efectuando formações que ajudem a evitar crises, de tal forma a evitar desde ataques de Malwares a comentários infelizes de colaboradores, que por vezes passa a publicar informações na Rede Social esquecendo-se que sempre teremos um amigo que tem como amigos outras pessoas que não conhecemos.

Um exemplo aconteceu há dois anos com o então vice-presidente de relações públicas da Ketchum, uma agência de marketing, quando este difamou a cidade de Memphis através de uma mensagem no Twitter. Mas, o que ele não esperava era que sua mensagem se espalhasse de forma quase que instantânea, já que teria que visitar no dia seguinte um dos grandes clientes da Ketchum, cuja sede fica em Memphis. Ele teve de pedir desculpas (e torcer para não ser demitido), pois gerou um grande problema para seu cliente. Os colaboradores, irritados, pediram um esclarecimento à empresa sobre o porquê de eles terem de aceitar um corte de 5% no salário, enquanto a tal agência nova-iorquina que difamou Memphis estava a receber muito bem.

Vimos assim, que os principais factores com os quais as empresas precisam estar atentas são a Engenharia social, a Política para acesso as Redes Sociais e a conscientização dos seus colaboradores. ■



A um byte de distância



Na próxima edição da Meio Byte

Tecnologia Genética Animal

CSF - KPI - Para comer ou para passar no cabelo?

Dead Space 2

Drawback

Como NÃO atender o seu cliente online!

Como falam da sua empresa nas redes sociais?

Chipy e Rom



Rom, sabes o que é HTML?



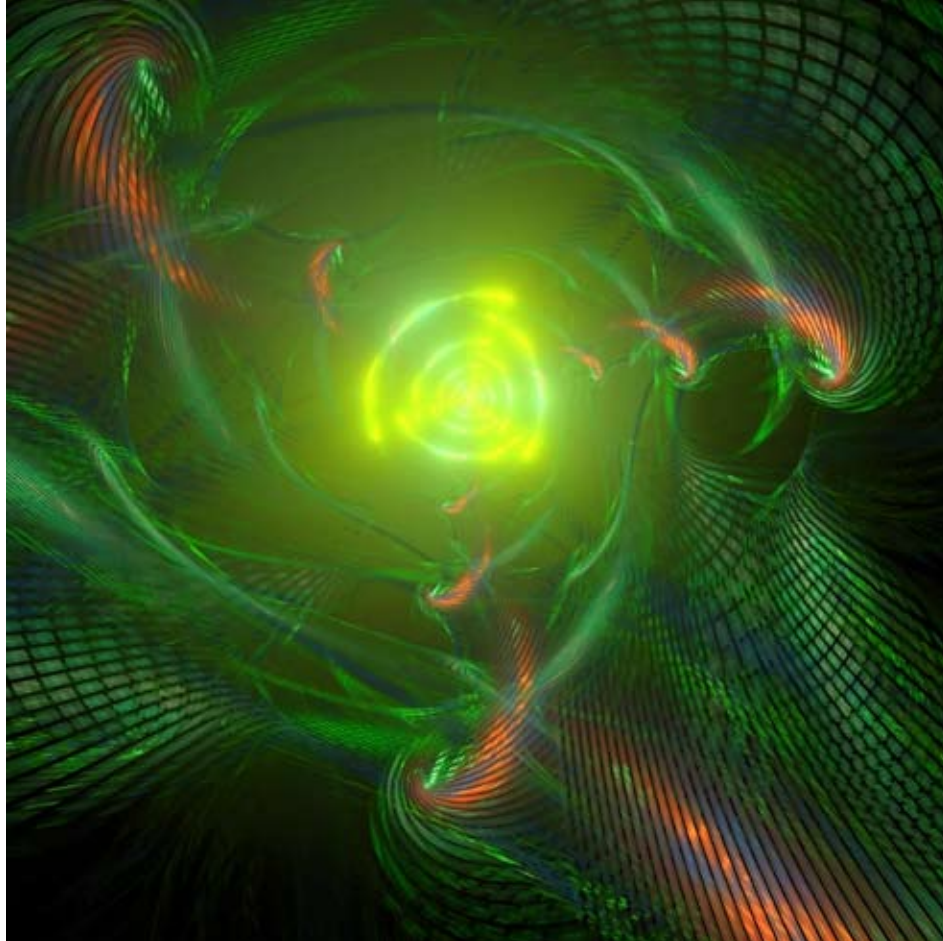
Sei, claro.



HyperText Markup Language.



Não. Significa: Hoje Ta Mais Lento. hehehe.



COMUNICAMOS
TECNOLOGIA

MEIOBYTE
Comunicamos Tecnologia

www.meiobyte.net