

entrevista da semana

Alexandre Maioral,

Presidente da Oracle Brasil

'A tecnologia acelera e protege a vida de um negócio'

BEATRIZ MIRELLE
beatrizmirelle@dgaabc.com.br

Internet das coisas, informações jogadas na nuvem, cibersegurança e inteligência artificial. Esses e outros temas são recorrentes quando se conversa sobre

o futuro do mercado de trabalho e as inúmeras inovações que a tecnologia pode imprimir às rotinas dos seres humanos e das empresas.

Para Alexandre Maioral, presidente da Oracle Brasil, multinacional que desenvolve hardwares e softwares, as companhias de diversos ramos precisam ser receptivas a tantas mudanças e enxergar as contínuas inovações como aliadas no processo de competitividade. Segundo ele, isso contribui para a "sobrevivência" do empreendimento.



RAIO X

Nome: Alexandre Maioral

Estado civil: Casado

Idade: 44 anos

Local de nascimento: Paraná

Formação: Formação em eletrônica e engenharia elétrica industrial pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná e em gestão de tecnologia em Harvard

Hobby: Correr. A corrida me ajuda no equilíbrio físico e mental

Local predileto: Meu sítio

Livro que recomenda: Powerful – Como construir uma cultura corporativa de liberdade e responsabilidade

Artista que marcou sua vida: Elvis

Profissão: Presidente da Oracle Brasil

Onde trabalha: Oracle Brasil

Como os dois últimos anos movimentaram as transformações digitais no Brasil?

Nesse período, vi um estudo dizendo que cadeiras e profissões atuais não vão existir daqui algum tempo. Isso é uma verdade. A gente viu na pandemia que a tecnologia conseguiu promover a criação de novos mercados de trabalho e cargos. De jeito nenhum esses últimos anos foram bons, mas muitos empresários aprenderam que a tecnologia precisa existir para desenvolver, acelerar ou proteger a vida de um negócio. Ela serve como uma sobrevivência das empresas. Os balanços sobre saúde, economia e política estão cada vez mais na direção da digitalização. Apesar de um empreendimento não envolver tecnologia, ela pode agregar muito ao negócio. Essas mudanças foram vivenciadas no Brasil, América Latina e mundo. Vou pegar o exemplo do varejo. Como que um comércio que só tinha loja física lidou com o isolamento? Ele precisou, rapidamente, de outro canal de vendas. Em dois, três meses, muitas companhias utilizaram a tecnologia para ter um e-commerce e estabelecer uma nova interação com os clientes. Se não fosse isso, elas não funcionariam.

Um dos assuntos mais comentados quando se fala do futuro do mercado de trabalho é a diversidade nas empresas. De que maneira essa configuração de equipes pode impulsionar projetos envolvendo inteligência artificial?

Na Oracle, acreditamos que com diversidade conseguimos trazer inovação. Quando olhamos para as nossas operações, vemos que as pessoas eram muito parecidas. Elas eram das mesmas classes sociais, das mesmas universidades. Começamos a pensar como poderíamos mudar esse cenário. A ideia foi pegar um grupo de trainees e formular um programa que alterasse o perfil da empresa. Com isso, surgiram projetos bem legais dentro da companhia. Utilizamos essa equipe para traçarmos metas envolvendo pluralidade. Assim, nasceu o GenO. O Geração Oracle é um programa de estágio e também um movimento cultural. Ele não funciona



"A tecnologia não vem para competir com os trabalhadores, mas sim para ajudá-los."

na só no Brasil, como também em outros países do mundo. Exportamos para todas as nossas corporações.

Como o programa ocorreu?

Eravam entrevistas às cegas. Não sabíamos se era homem, mulher, preto, branco. Não sabíamos nada. A gente avaliava as pessoas pelas atitudes e os valores delas. Tenho orgulho de dizer que aqui no Brasil estamos na terceira turma. Nas últimas, 100% das equipes foram reaproveitadas dentro da Oracle. Trazemos diversidade, inovação e inteligência com esse projeto. Além disso, a pandemia acabou trazendo também a diversidade geográfica. Nosso País é enorme e tínhamos uma concentração de pessoas do Sudeste, como São Paulo e Rio de Janeiro, e do Sul. Eram poucas oportunidades para outras regiões. Hoje, isso não existe mais. Temos clientes e funcionários do Norte e Nordeste, por exemplo, que não precisaram se mudar para São Paulo para seguir com seus planos de carreira e vida. Essas são mudanças essenciais.

Além da diversidade, o olhar atento às pautas socioambientais também faz parte dos novos cuidados das empresas. Como a Oracle trabalha essa questão?

Eu acho que o ESG (sigla em inglês para práticas ambientais, sociais e de governança de uma organização) já estava embebido em tudo que a Oracle discutia, principalmente pelo nosso propósito de transformar a vida das pessoas através dos nossos dados e da nossa tecnologia. Não foi um objetivo que nasceu junto com a empresa 45 anos atrás, mas foi algo que sentamos há seis anos para discutir e entender como isso pode impactar a jornada dos nossos clientes. Um dos exemplos é a Suzano (empresa brasileira de papel e celulose). A inovação que proporcionamos com a rastreabilidade sobre a matéria-prima até a ponta permitiu que, através de QR code no livro, seja possível identificar a procedência da madeira. Ajudamos a criar novos negócios e, no caso da Suzano, realmente salvar o mundo e a natureza.

Além da tecnologia fazer parte da rotina de muitas pessoas, algumas empresas se mantêm mais conservadoras e acabam resistindo a tantas mudanças. É inevitável que essas companhias tenham que se adaptar?

Na minha opinião, sim, é inevitável. Retomo no exemplo de uma empresa de varejo, que precisou se adequar ao e-commerce. Não dá para ter aversão à tecnologia. Obvio que essa situação não é oitão ou 80. Eu lembro de ter ido em um evento da NRF (National Retail Federation, associação de comércio varejista) há alguns anos e falaram que a loja física não existiria mais. Não é a verdade. Hoje, o cliente deseja escolher onde ele quer comprar. Ele quer começar a experiência em uma loja on-line e terminar em uma física ou vice-versa. Ou começar em uma física e terminar no metaverso. Essas possibilidades acabam se misturando. Eu acho que as tecnologias surgem para fomentar o que já existe e melhorar a vida das pessoas.

A automatização dos processos de uma empresa muitas vezes

gera receio por parte dos funcionários. Com o contínuo avanço da tecnologia, haverá espaço para mão de obra nas indústrias?

A tecnologia não vem para competir com os trabalhadores, mas sim para ajudá-los. Ela surge para automatizar uma série de operações e criar novas funções. Sempre uso o exemplo da Fórmula 1, que trabalha com a Oracle. Uma vez perguntei para os mecânicos quais eram as distinções entre os carros, o que faz um ser melhor que o outro, já que a tecnologia é a mesma. A resposta deles foi que o piloto faz toda a diferença. Ou seja, o componente humano continua sendo importante. Por mais alta tecnologia que eu tenha, são as pessoas da equipe que determinam o sucesso de uma ação. As inovações facilitam, mas a humanização dos processos também é indispensável. Não é uma competição. Tem espaço para todo mundo.

Outro assunto que está muito latente aqui no Brasil é o 5G. Como essa implementação ajuda nos avanços da internet das



"A entrada do 5G é uma revolução, principalmente em um País como o Brasil."

coisas no País?

A entrada do 5G é uma revolução, principalmente em um País como o Brasil, que tem uma infraestrutura mais eficiente e um tamanho continental. O 5G chega para o agronegócio como uma transformação. Clientes do agro tinham dificuldades de utilizar algumas soluções de internet das coisas, por exemplo. Os desafios variam em preocupações sobre como colocar na colheitadeira e no campo, checar como que está a temperatura, qual a previsão do tempo, saber qual momento correto da colheita, como está o solo, entre outras. Todas essas informações conversadas com o 5G conseguem gerar infraestrutura para levar a esses lugares análises que mostram ao agricultor como tomar as melhores decisões. Esse é apenas um exemplo, mas o 5G chega para mudar e ampliar o acesso à tecnologia, democratizando o uso dela em lugares que antes não eram alcançados.

A tecnologia já chegou no setor automobilístico. São cerca de 100 mil veículos eletrificados rodando no Brasil, segundo a ABVE (Associação Brasileira do Veículo Elétrico). Este ano, o Grande ABC registrou 20 pontos de recarga. Como o senhor analisa as tendências da eletromobilidade?

Eu acho que isso faz parte de uma jornada. Você ainda não vê uma mecânica da Tesla em cada esquina, mas o que vai acontecer é que muitos lugares terão mecânicas de elétricos. É uma movimentação que depende de investimento e está cada vez mais próxima do cotidiano. Não é possível ter um carro autônomo sem uma infraestrutura básica que permita que ele consiga rodar com a eficiência que foi desenvolvido. Já existem prédios que estão se adequando e colorando garagens com pontos de recarga, por exemplo. Isso está ligado ao ESG, como víhamos conversando. É um pensamento de como podemos ser mais autossustentáveis. Por isso, não acho que seja uma tendência, é uma realidade. Os carros carburados vão virar peça de museu, algo de colecionador. As empresas estão olhando com atenção, porque isso já existe em outros

países com mais força e, assim, o modelo elétrico está vindo com muita intensidade no Brasil e na América Latina.

O Brasil é o segundo país com mais ciberataques, perdendo apenas para os Estados Unidos. Por que esse número é tão alto? Quais são os desafios enfrentados que os sistemas nacionais enfrentam?

Culturalmente, o latino, em específico o brasileiro, não está acostumado a investir em seguro. Isso revela um pouco do porquê a frequência de ataques aos sistemas está em segundo lugar aqui. Com toda essa aceleração de invasões, as empresas começaram a se preocupar. A Oracle nasceu de uma empresa de dados e segurança. É o banco de dados mais seguro do mundo. Então, esse DNA de segurança está embebido em todas as nossas soluções. Por isso, estamos tranquilos em relação aos números. As soluções da forma que montamos com a inteligência artificial nos permite entender o que está acontecendo, além de nos atualizar e garantir que saibamos lidar com essas vulnerabilidades. O que mudou agora é a cultura corporativa, principalmente em empresas, que entenderam que seguro não pode ser o último item da lista. A segurança dos sistemas precisa ser o primeiro tópico, porque eu posso ter que parar a minha companhia pela falta dessa proteção. O investimento em segurança pode ser pago com um dia ou hora das horas ou por uma hora da empresa parada. Os empresários precisam olhar isso com muita seriedade.

Veículo: Impresso -> Jornal -> Jornal Diário do Grande ABC

Seção: Política **Página:** 4