

A estampa da
malandragem

Gaudêncio Torquato (*)

A malandragem que se credita ao DNA brasileiro tem sido usada intensamente nesses tempos de epidemia. Os casos são de arrepiar.

Em Manaus, duas irmãs gêmeas, filhas de um empresário do ramo da educação, foram exoneradas da Prefeitura por suspeita de terem furado a fila da vacinação. Formadas em medicina no ano passado, nomeadas entre 18 e 19 de janeiro para trabalhar numa Unidade Básica de Saúde, foram as primeiras a receber as vacinas.

No Rio de Janeiro, uma idosa de 97 anos foi enganada: a enfermeira foi flagrada pela cuidadora, que viu a agulha sem a dose da vacina no braço da mulher.

A malandragem campeia. Furar filas tem sido um comportamento usual por parte de muita gente. Como pano de fundo, como se sabe, os notórios “furadores”, aqueles que ostentam o poder do cargo, autoridades de todos os níveis especializados na “carteirada” com sua arrogância: “você sabe com quem está falando?” A situação é tão comum que, em alguns casos, tornou-se um negócio.

Filas para emprego, recebimento de benefícios, cestas de alimentos, compras de ingresso, que se iniciam nas madrugadas, são frequentemente ocupadas por “guardadores de vaga”, com seus banquinhos para sentar e aguardar os fregueses que “compram” o lugar. Quanto mais próximos do atendimento, mais caros os espaços. Outro imenso contingente que vive dos negócios da rua é o do guardador de vaga para estacionamento. É o malandro profissional.

Se chegar em cima da hora do evento, o dono do carro não tem saída: submete-se ao orientador das vagas, estaciona o carro e paga com antecedência. O vendedor não aceita o argumento: “pagarei na volta”. Nos arredores de estádios de futebol e parques de lazer, não há moleza. Se não pagar, na volta seu carro corre o risco de depredação. Estacionamento para deficientes e idosos também entra na negociação, mesmo que o motorista mostre Cartão do Defis, que dá direito ao uso da vaga. Há, ainda, os vendedores de capas plásticas. Chuvas pesadas garantem preço bem maior que nos chuviscos.

Na paisagem urbana, há um grupo que não pode ser classificar como malandro. São os vendedores de balas e chicletes, que precisam correr para colocar os pacotes sobre vidros retrovi-

sores, apanhá-los de volta, calculando o tempo para a troca de farol e fazendo pitorescos dribles para passar adiante as balinhas. São azucrinados pelas buzinas dos carros de trás. Muitos levam filhos pequenos para ajudar na jornada.

O fato é que a estética de nossas ruas é um desenho mal-ajambrado de pequenos e grandes malandros, e também de pessoas necessitadas, esmoleres, deficientes físicos, famintos com cartazes anunciando o tempo de barriga vazia, adolescentes dando pinotes, jogando bolas para o ar, fazendo piruetas incríveis, e até gente de porte atlético pedindo “emprego”, esse sonho que atazana a vida de quase 15 milhões de brasileiros.

E, como fecho, a malandragem tecnológica. Um Instituto de Pesquisa americano (Cybersecurity Ventures) calcula que os crimes digitais este ano impactarão a economia cibernética em US\$ 6 trilhões. Só a China e os EUA têm um PIB maior que esse montante. A malandragem tem um campo fértil para prosperar por aqui.

O cenário do “jeitinho brasileiro” está ganhando novas tintas.

Sob a pandemia, a criatividade avulta até junto aos moradores de rua, que passam a se esconder em lugares recônditos. Pedintes ganham moedas tendo ao lado um frasco de álcool gel. Distribuidores de folhetos, com seus maços encaixados, também exibem seu apetrecho de álcool, atenuando o receio dos transeuntes. Limites e espaços se estreitam. E nossa margem de caridade desce na escala espiritual.

Os contrastes assombrosos. Grupos empresariais passam por extraordinários aumentos em seus lucros líquidos. O cimo da pirâmide fica mais poderoso, enquanto a base se alarga com a volta de milhões de famílias ao habitat da pobreza.

O arremate é desolador: a pandemia nos deixará mais carentes e o país verá uma queda de mais de 4% de seu PIB.

E para onde vai nossa fé? Fernando Sabino, grande escritor, nos consola: “de tudo ficam três coisas...a certeza de que estamos começando...a certeza de que é preciso continuar...a certeza de que podemos ser interrompidos antes de terminar. Façamos da interrupção um caminho novo. Da queda, um passo de dança. Do medo, uma escada. Do sonho, uma ponte”.

(*) - Jornalista, é professor titular da USP, consultor político e de comunicação Twitter@gaudtorquato. Acesse o blog (www.observatoriopolitico.org)

Sobrevivi à primeira onda da pandemia. E agora?

Estrategista em Marketing Digital dá dicas para empreendedores que sobreviveram à crise e desejam manter seus negócios lucrativos por meio da internet

É sabido que a primeira onda da pandemia do Coronavírus causou um estrago em pequenos, médios e grandes negócios por todo o mundo. Alguns empreendedores se viram em uma situação difícil por conta de todas as restrições, e foi neste momento que muitos fecharam as portas para nunca mais abrir.

Por outro lado, vimos que a experiência de quem se adiantou e acompanhou a tendência mundial de ocupar o mercado da internet foi extremamente positiva em meio ao caos da pandemia. Algumas empresas que já vinham investindo em negócios digitais aumentaram muito o faturamento durante a crise. Ao longo do período mais crítico de isolamento social, também cresceu o número de pessoas em busca de aprender novas técnicas e das que tentavam correr atrás do prejuízo, correndo para a internet.

- Eu vivi essa experiência na pele, quando foi anunciado o fechamento dos comércios e meus clientes começaram a ligar para cancelar o serviço. Mas, logo em seguida, tivemos um aumento exponencial de interessados que precisavam criar seu posicionamento na internet. Veja, estamos à beira de uma situação semelhante agora e o que se espera é que tenhamos aprendido com o passado e estejamos bem posicionados nas redes desde já - alerta o estrategista em Marketing Digital, Alexandre Simões.

Mas não se preocupe, ainda está em tempo. Criar seu e-commerce ou começar a se posicionar na internet e, também, criar uma estratégia de marketing digital é fundamental. Existem muitas ferramentas para auxiliar os negócios, muitas delas são gratuitas e indispensáveis para quem está começando.

- Criei uma série de conteúdos, sobretudo, no momento de pandemia, para auxiliar quem está procurando por soluções para os negócios online. Decidi ajudar os pequenos empreendedores



Estrategista em Marketing Digital, Alexandre Simões.

a se posicionarem bem na internet oferecendo dicas e compartilhando o conhecimento que adquiri na minha carreira pelas redes sociais, uma das principais ferramentas para Marketing Digital nos dias atuais - relata Simões.

Confira alguns tópicos abordados pelo consultor:

1- Tanto para quem vende produtos quanto para quem oferece serviços, a grande estratégia é a diversificação. Para estar bem posicionado, é preciso estar em todos os lugares possíveis. Apostar em uma única forma de divulgação é extremamente arriscado. Aler-tei, no ano passado, sobre a proibição do TikTok nos EUA. Imagina se isso acontece com sua rede social favorita?

2- O seu negócio precisa estar no Google Meu Negócio, Instagram, Facebook, YouTube, LinkedIn, Twitter e em todos os lugares virtuais possíveis. Logicamente, é importante avaliar qual desses lugares é o melhor para se concentrar e também se tem condições de manter todos os canais bem alimentados;

3- Sempre falo das redes sociais como ferramenta de criar estratégias de marketing, pois sei que muitas pessoas não

têm condições de injetar dinheiro em divulgação e grande parte das redes são gratuitas. Ou seja, não é preciso investir rios de dinheiro para se posicionar bem na internet. O que é necessário é uma boa estratégia;

4- Não espere que esses problemas aconteçam com você. É necessário, neste momento, pensar em estar bem posicionado no mundo digital, pois o raio pode cair duas vezes no mesmo lugar, e quem não estiver preparado pode sofrer as graves consequências.

Mais da metade da população brasileira utiliza as redes sociais

Ao longo do último ano, os acessos à internet bateram recorde no Brasil. Com as pessoas em casa na quarentena, a internet se tornou o meio mais forte de comunicação e de trabalho. O panorama de crescimento de acesso veio junto com o crescimento de uso das redes sociais; quase todo mundo que acessa internet no Brasil está presente nas redes. Diferentemente do que ocorre nos Estados Unidos e na Europa, mais de 50% da população brasileira utiliza as redes sociais, dado que as reforça como lugares privilegiados para fazer campanhas de marketing.

Três meses de Pix: confira 7 curiosidades sobre o novo meio de pagamento no BS2

Nessa semana, uma das maiores inovações de meios de pagamento, o Pix, completa três meses de operação no Brasil. E mesmo com pouco tempo, a tecnologia já tem ganhado muitos adeptos.

“Vemos um aumento exponencial na utilização do Pix como meio de pagamento desde seu lançamento e acreditamos que esse crescimento se manterá nos próximos meses. Cada vez mais as pessoas estão vendo que é uma ferramenta prática e segura, de fácil utilização, e a tendência é que ela ganhe ainda mais espaço”, afirma Gilberto Gomes, responsável técnico pelo Pix no BS2.

Ao longo desses três meses, o BS2, primeiro banco digital aprovado pelo Banco Central para oferecer a tecnologia Pix aos seus clientes, reuniu sete curiosidades sobre a utilização do sistema de pagamento instantâneo:

1. A maior transação de pagamento realizada com Pix no BS2 foi de 6,3 milhões de reais. Enquanto isso, o maior recebimento por meio do sistema foi de 4,7 milhões, ambos realizados por contas de Pessoa Jurídica;

2. A quantidade média de operações realizadas diariamente com o Pix no BS2 teve um crescimento médio de 27% em janeiro de 2021, comparado a dezembro de 2020, considerando pagamentos e recebimentos. Enquanto isso, o valor médio de Pix recebidos nesses três primeiros meses foi de R\$852,69 e enviados R\$709,47;

3. Em geral, o maior volume de transações se concentra no horário bancário convencional, mas às quartas e sextas esse volume é mais intenso, sendo às quartas em torno das 15h e sextas entre às 11h e 12h. Enquanto isso, domingo é o dia com menor volume de transações. Os dias 15 e 30 também chamam a atenção quanto ao aumento de volume no Pix;

4. O crescimento das transações com Pix entre a segunda quinzena de novembro, quando começou o funcionamento do meio de pagamento, e o mesmo período do mês de dezembro foi de 80% nos recebimentos e de 119% nos pagamentos. Já no mês de janeiro, o aumento no período foi de quase 20% nos recebimentos e 27% para pagamentos em relação ao mês anterior;

5. O tipo de transação mais realizada no BS2 é de Pessoa Física para Pessoa Física. Elas representam mais de 90% dos recebimentos e mais de 80% dos pagamentos realizados desde a implantação do Pix;

6. Desde seu lançamento, o sistema de pagamento instantâneo vem ganhando espaço como ferramenta de transferência. Em dezembro, o Pix representava quase metade das transações Pessoa Física realizadas no BS2, cerca de 48%. Já no mês de janeiro de 2021 o Pix ultrapassou o número de TEDs e foi o meio utilizado em quase 65% das transferências PF, acompanhando a tendência do mercado brasileiro. No fim de janeiro, o Banco Central revelou que o Pix já havia ultrapassado a quantidade de transferências TED e DOC somadas no país;

7. O Banco Central do Brasil exige que as transações ocorram em até 10 segundos. Entretanto, no BS2 o tempo médio das transações realizadas foi de 1,2 segundos para recebimentos e 0,66 segundos para pagamentos.



News @TI

ricardosouza@netjen.com.br

Pós-graduação em Imagem e Som da UFSCar abre seleção para alunos especiais

@ Até o dia 28 de fevereiro, o Programa de Pós-Graduação em Imagem e Som (PPGIS) da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) recebe inscrições de pessoas interessadas em cursar disciplinas no primeiro semestre de 2021, na condição de alunos especiais. Podem se inscrever estudantes de graduação ou portado-

res de diploma de graduação, não matriculados no Programa, que demonstrem interesse em cursar disciplina cujo conteúdo contribua para o seu trabalho em outra instituição ou para o seu aprimoramento profissional. São três as disciplinas ofertadas: Inovação da ficção seriada audiovisual; Estilo, política e análise fílmica; e Estratégias narrativas do melodrama no cinema. Docentes responsáveis, datas e horários de cada disciplina estão no edital, em www.ppgis.ufscar.br/aluno-especial.