

A luz pifou!



Heródoto Barbeiro (*)

A luz da cidade apagou. Moradores de São Paulo, indignados com a falta de luz, saem em busca do culpado pelo apagão.

Os danos materiais e morais são altos e muita gente pensa em buscar na justiça uma reparação. Produtos alimentícios perdidos nos grandes mercados, restaurantes, bares e nas casas de quem tinha alguma coisa na geladeira. Produtos deteriorados vão parar no lixo. As casas comerciais ficam fechadas até que novos estoques sejam comprados e a contabilização dos prejuízos soma também o lucro cessante.

Escolas têm as aulas suspensas, alunos ficam em casa, professores não vão trabalhar e o ensino também sofre com o apagão que atinge a cidade. Os mais bem-humorados, apesar do transtorno, cantam nas ruas o sucesso da Inezita Barroso, "Lampião de Gás".

A responsável pela distribuição da energia na cidade é uma empresa estrangeira. O debate escapa do campo técnico-científico e vai parar no debate político-ideológico. Os nacionalistas desfraldam novamente a bandeira de que não se pode entregar um feitor estratégico, como a eletricidade, nas mãos de estrangeiros.

É preciso criar uma empresa genuinamente nacional, comprometida com os interesses estratégicos do Brasil e que não faça remessa dos lucros exorbitantes que coleta por aqui para o seu país de origem. Isso pesa na balança de pagamentos do país, além da perda de autoridade sobre o que se entende ser de interesse nacional. A proposta é tirar a concessionária estrangeira do caminho e criar uma estatal que possa representar a soberania nacional.

A questão é como trocar uma empresa que tem contrato de

concessão sem ferir o princípio de direito líquido e certo de suas cláusulas. Seria o caso pura e simplesmente de mandar os gringos plantar batatas, invadir seus escritórios, tomar conta dos pátios de manutenção e seja o que Deus quiser?

"Lá no morro, quando a luz da Light pifa, nós apela pra vela que alumeia também... não faz mal a gente samba no escuro que é muito mais legal", diz o incansável Adoniran Barbosa.

A população de São Paulo já se acostumou com os apagões, é uma coisa considerada normal. A fornecedora de energia tem o nome pomposo de São Paulo Tramway, Light and Power Company, de origem canadense, e que tem a concessão desde o século 19. Ela também tem o monopólio dos bondes elétricos que cortam a cidade de um lado a outro e já fazem parte da paisagem da Paulicéia.

Está estabelecida desde 1899, na presidência de Campos Sales. A energia elétrica é distribuída por postes e cabos pendurados principalmente nas regiões centrais da cidade, mas está muito longe da periferia que, em 1970, não para de crescer com o desenvolvimento da indústria automobilística e a migração nordestina movida pelo êxodo rural. Nesse ano, durante o período autoritário, a empresa é estatizada.

Em São Paulo, o governo do estado assume a empresa e nasce a Eletropaulo, que segundo os quatrocentões é uma homenagem aos paulistas; segundo a oposição, uma jogada política do governador Paulo Maluf.

Os apagões são os únicos componentes que atravessam o tempo e chegam aos dias atuais.

(*) - É âncora do Jornal Nova Brasil, colunista do R7. Mestre em História pela USP e inscrito na OAB. Palestras e mídia training. Canal no Youtube "Por Dentro da Máquina" (www.herodoto.com.br).

Comprar um "dumbphone" para seu filho pode ser uma boa ideia

Os celulares que quase todos usamos são chamados smartphones, expressão que pode ser traduzida como "telefones inteligentes", por sua capacidade de acessar a internet e processar dados de forma muito semelhante à de um laptop.

Vivaldo José Breternitz (*)

Em 2007 a Apple lançou o primeiro iPhone, que é considerado um marco fundamental na história desses dispositivos, que começaram a chegar ao Brasil por volta de 2010.

Os celulares que utilizávamos anteriormente vem sendo chamados dumbphones, algo como "telefones burros". Suas vendas vêm crescendo bastante, especialmente nos países de renda mais baixa, pois custam a partir de cerca de R\$ 120, contra os cerca de R\$ 700 dos smartphones mais baratos.

Mas há outro fator impulsionando as vendas dos dumbphones: pais preocupados com os perigos que seus filhos enfrentam navegando pela internet com smartphones, estão optando por dar às suas crianças celulares que podem apenas fazer e receber ligações e mensagens de texto, além de jogos muito simples.

Um dos lugares em que essas vendas vêm crescendo é o Reino Unido, onde as vendas de celulares não conectados à internet dobraram em um ano, com um grande aumento em setembro, o mês em que começa ali o novo ano letivo – os pais parecem estar dando esses aparelhos aos seus filhos.

A Nokia, a marca cujos telefones dominavam o mercado no início dos anos 2000, tem se mostrando popular entre aqueles que desejam evitar o mundo da internet – um de seus modelos mais vendidos é a versão mais recente do Nokia 3310, originalmente lançado em 2000 e que era tido como quase indestrutível.

Além de pessoas de renda mais baixa e pais preocupados, consumidores mais idosos, que tem dificuldades com telefones mais sofisticados, também estão optando por celulares básicos mais simples e fáceis de operar.



Masood_Aslami_de-Pexels_CANVA

Dumbphones também são comuns em locais onde os dispositivos são propensos a sofrerem danos, como construções, fábricas e oficinas – smartphones são frágeis e os danos que podem sofrer em ambientes como esses fazem com que as empresas optem por dispositivos mais baratos quando estes podem atender às suas necessidades.

Há outras notícias sobre o retorno dos dumbphones. Um relatório da empresa de pesquisas de mercado Counterpoint Research informou que as vendas desses aparelhos vêm crescendo também nos Estados Unidos, não só para pais que querem proteger seus filhos, mas também para jovens que compõem a Geração Z, os nascidos entre 1997 e 2012 que estão tentando reduzir o tempo de tela para proteger sua saúde mental e manterem-se concentrados em suas atividades profissionais e escolares.

É curioso registrar que o Eton College, um internato de elite situado na Inglaterra, fundado em 1440, um dos mais prestigiados daquele país e famoso por seus alunos notáveis, incluindo membros da família real britânica, políticos e líderes empresariais, proíbe smartphones para alunos do primeiro ano, oferecendo-lhes celulares básicos Nokia como alternativa.

A escola acredita que o esquema ajuda a criar um ambiente que apoia a aprendizagem ao minimizar as distrações – seus alunos normalmente tem entre 13 e 18 anos.

Esperamos que medidas similares sejam efetivamente aplicadas aqui no Brasil, sendo estas fundamentais para a melhoria do aprendizado e segurança de nossas crianças.

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas – vjntz@gmail.com.

Black Friday 2024: cinco dicas práticas e acessíveis de Marketing Digital para pequenos empreendedores

A competição acirrada pela atenção dos consumidores durante a Black Friday pode ser intimidadora para pequenos empreendedores que buscam se destacar em meio a grandes varejistas e campanhas publicitárias massivas. No entanto, com uma estratégia bem elaborada, é possível que os pequenos negócios também conquistem seu espaço no digital e se destaquem em meio à competição.

Para ajudar nessa missão Philippe Capouille, CEO da Sioux Digital 1:1, compartilha cinco dicas práticas, eficazes e acessíveis de marketing digital voltadas para pequenos empreendedores que desejam brilhar durante este período de alta demanda:

Dica 1: Invista em retargeting com baixo custo

Use ferramentas acessíveis, como Google Ads e Facebook Ads, para criar campanhas de retargeting* voltadas aos visitantes recentes do seu site ou aqueles que abandonaram o carrinho. Essas campanhas podem ser configuradas com um orçamento reduzido e ajudam a "reengajar" clientes que já demonstraram interesse, aumentando as chances de conversão com um investimento controlado.

*Retargeting é uma estratégia de marketing digital que visa reconectar e impactar usuários que já interagiram com o seu site, aplicativo ou redes sociais, mas que não concluíram uma ação desejada, como realizar uma compra. A ideia é lembrar esses potenciais clientes sobre sua marca e incentivá-los a retornar e concluir a ação. O retargeting é especialmente útil para pequenos empreendedores durante a Black Friday, pois ajuda a converter visitantes que já demonstraram interesse, mas que, por algum motivo, ainda não tomaram a decisão de compra.



Foto: Freepik / Banco de Imagens

mostra atenção e pode aumentar as taxas de engajamento.

Dica 4: Aposte em anúncios pagos nas redes sociais com segmentação local

Se o seu público-alvo é mais local ou regional, foque em campanhas de anúncios pagos no Facebook e Instagram com segmentação geográfica. Com um orçamento limitado, você pode alcançar potenciais clientes próximos, destacando promoções e criando uma conexão com a comunidade local. Vídeos curtos e criativos são ótimos para gerar engajamento e chamar a atenção.

Dica 5: Use conteúdos orgânicos e interativos para criar expectativa

Você pode criar conteúdos de contagem regressiva e "sneak peeks" de forma orgânica, sem custo, nas redes sociais. Use recursos como Stories e Reels no Instagram para compartilhar pequenos vídeos dos produtos ou responder a perguntas sobre as ofertas. Encoraje seus seguidores a interagirem com enquetes e adesivos de perguntas, criando um senso de exclusividade e urgência com suas promoções.

Dica bônus: invista em Marketing de Influência com micro influenciadores

Pequenos empreendedores podem se beneficiar do marketing de influência durante a Black Friday ao investir em parcerias com micro influenciadores, que têm entre 1.000 e 100.000 seguidores e costumam ser mais acessíveis financeiramente. Micro influenciadores possuem uma conexão mais próxima com seu público, o que resulta em maior engajamento e credibilidade nas recomendações. Assim, mesmo com um orçamento limitado, você consegue alcançar uma audiência interessada no seu produto ou serviço. Mas atenção: escolha bem os seus micro influenciadores e pesquise sobre a reputação de cada um antes de associar a sua marca ao criador de conteúdo digital.

Dica 2: Crie landing pages simples e eficientes

Mesmo com poucos recursos, você pode criar landing pages específicas para suas ofertas de Black Friday usando plataformas acessíveis, ou até mesmo gratuitas, como Wix, WordPress ou até Linktree. Certifique-se de que a página seja clara e direta, com foco nos descontos e botões de chamada para ação bem visíveis. Isso oferece uma experiência de compra rápida e eficiente, o que é essencial para conquistar clientes durante a Black Friday.

Dica 3: Automatize seu E-mail Marketing com ferramentas gratuitas ou de baixo custo

Ferramentas como Mailchimp e MailerLite oferecem planos gratuitos ou de baixo custo para pequenos negócios. Configure automações simples para enviar e-mails lembrando os clientes das ofertas, carrinhos abandonados e oportunidades exclusivas. Personalizar esses e-mails, mesmo que com poucos detalhes,

News @TI

Alunos da Ilum desenvolvem programa inspirado em estudos laureados pelo Prêmio Nobel 2024

Meses antes dos vencedores do Prêmio Nobel serem anunciados, estudantes do primeiro ano da Ilum Escola de Ciência, graduação do CNPEM (Centro Nacional de Pesquisa em Energia e Materiais), já estavam explorando conceitos de inteligência artificial (IA) que brilharam nas pesquisas premiadas em 2024. Em sala de aula, eles usaram IA para acelerar a predição de proteínas — ou seja, aplicaram na prática os mesmos princípios que levaram os prêmios de Física e Química deste ano. Com esse conhecimento, quatro alunos do Bacharelado em Ciência e Tecnologia criaram uma ferramenta inovadora que promete facilitar o trabalho de pesquisadores, que foi apresentada no projeto final da disciplina de Introdução à Ciência de Dados. Chamado ProteinStructureExplorer, o programa desenvolvido pelos estudantes combina conceitos de inteligência artificial e biologia molecular para ajudar na análise de sequências de proteínas, automatizando a predição de suas estruturas. Isso economiza tempo e recursos, simplificando um processo que normalmente é complexo e caro. O professor Leandro Nascimento Lemos, responsável pela disciplina de Práticas em Ciência de Dados, explica que o trabalho dos alunos reflete a proposta da Ilum: enfrentar os grandes desafios globais com soluções inovadoras (<https://pcd-proteinstructure.streamlit.app/>).

Editores

Economia/Política: J. L. Lobato (lobato@netjen.com.br); *Ciência/Tecnologia:* Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br); *Livros:* Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br);

Comercial: comercial@netjen.com.br

Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br

Webmaster/TI: Fabio Nader; *Edição Eletrônica:* Ricardo Souza.

Revisão: Maria Cecília Camargo; *Serviço informativo:* Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.

Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.

Jornal Empresas & Negócios Ltda

Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 – Vila Mariana – São Paulo – SP – CEP: 04128-080

Telefone: (11) 3106-4171 – E-mail: (netjen@netjen.com.br)

Site: (www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90

JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003)

Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.