

## OPORTUNIDADES NO MORRO

**Projetos conduzidos por gigantes da tecnologia como Google e Microsoft dão nova dimensão ao empreendedorismo nas favelas cariocas**

**Ernesto Neves**

**A**cena, para lá de pitoresca, aconteceu recentemente. Um grupo formado por cinco moças americanas deixou o suntuoso hotel Sheraton, na Avenida Niemeyer, atravessou a pista rumo ao Morro do Vidigal e se embrenhou pela favela. Não, elas não foram ao descolado

Mirante do Arvrão, a um baile funk em alguma laje ou atrás de substâncias ilícitas. As jovens em questão, esguias e elegantes, eram comissárias de bordo de uma companhia aérea internacional que, durante uma folga na cidade, aproveitaram para fazer as unhas no salão Espaço Beleza, localizado na subida do morro. Na mesma época, o comerciante Thiago Kossyguim, dono da peixaria Furacão dos Mares, na Rocinha, ficou surpreso ao atender um telefonema. Do outro lado da linha, uma cliente encomendava postas de salmão para entrega em um prédio elegante no bairro da Lagoa, a 5 quilômetros dali. Além do fato de serem localizados em duas favelas e prestarem serviços baratos e de boa qualidade, o salão de beleza e a peixaria têm um denominador comum: ambos foram indexados no mapa da área produzido e publicado no Google. Foi justamente o mapa virtual que levou as americanas a atravessar a rua em busca do salão e a consumidora da Lagoa a encomendar seu peixe no pé do Dois Irmãos. Até meados de julho, as duas comunidades, assim como todas as outras da cidade, eram mostradas na internet como verdadeiros desertos em meio à mancha urbana, desprovidas de serviços e comércio. Hoje, são um amontoado de pontinhos que, uma vez clicados, revelam uma miríade de informações e ofertas de todo tipo. “A ideia é colaborar com o aumento na renda dos empreendedores locais e trazer ganhos econômicos e sociais para toda a comunidade”, explica Susana Ayarza, diretora de marketing do Google.

# O MAPA DOS NEGÓCIOS

O Google identificou 1 544 pontos e 91 novas ruas no Vidigal e na Rocinha. Confira as histórias de cinco empreendedores das duas favelas



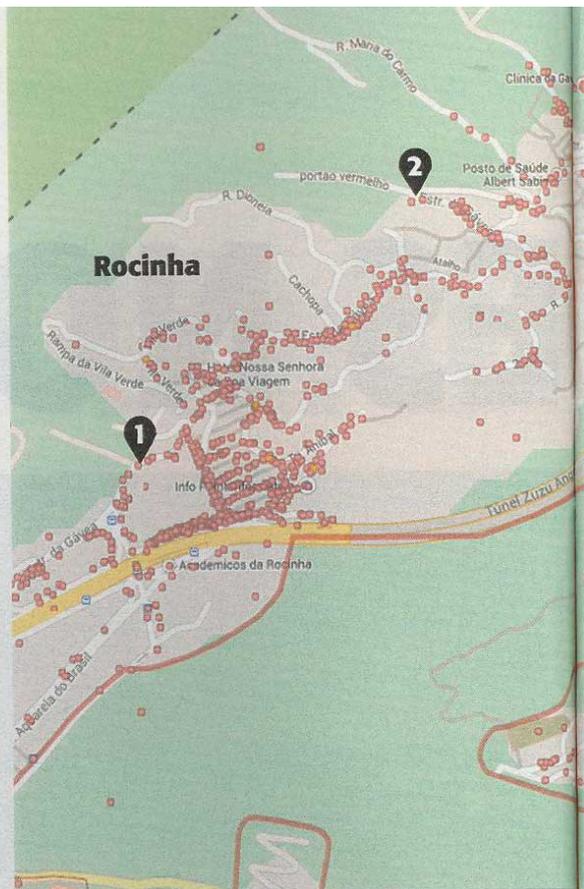
## 1 Kenedy Marcelino

Dono da Pizzaria Rio, deu vida nova ao negócio. Contratou um arquiteto para reformar o imóvel, que ganhou outra decoração e ar-condicionado. Ali os clientes podem usar ainda o wi-fi da casa. "A era do improvisado ficou para trás", diz.



## 2 Vitor Nascimento

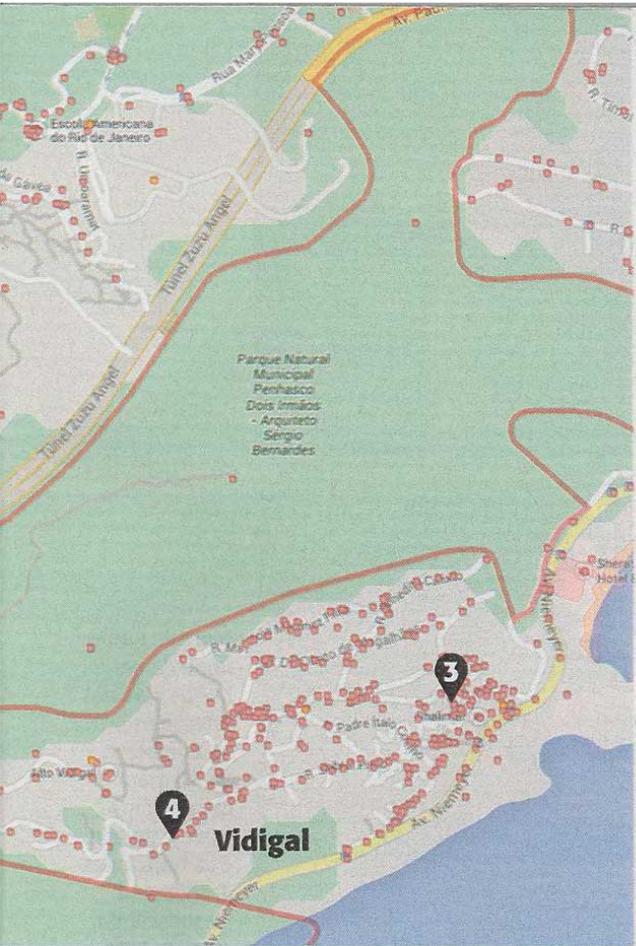
Ao abrir sua galeria de arte no alto da Rocinha, ele esperava atrair o público local. Hoje, com o mapeamento, mira mais alto e aposta nos visitantes de bairros vizinhos. "Vivíamos em um buraco negro. Se você clicasse na favela, era redirecionado para a Gávea."



A empreitada nas favelas cariocas é uma iniciativa inédita do gigante da tecnologia baseado na Califórnia, cuja estratégia de negócios é fortemente voltada para a inovação. Criador de engenhocas que vão dos óculos digitais Google Glass ao Google Car, um carro que anda sem motorista, o conglomerado nascido de um site de busca viu nas favelas cariocas um terreno fértil para avançar em território absolutamente novo. Outro colosso do setor, a

Microsoft já havia enveredado por esse caminho no início do ano, com o mapeamento digital de quarenta áreas, incluindo Vigário Geral e Maré. O projeto empolgou tanto que hoje a empresa fundada por Bill Gates já planeja ampliar para 85 o total de comunidades radiografadas. É óbvio que as duas companhias não estão realizando todo esse trabalho apenas para exercer o bom-mocismo entre desvalidos. Com a nova base de dados em seus servido-

res, elas estreitam laços com moradores e potenciais usuários de seus serviços. Levantamento recente feito pelo Instituto Pereira Passos (IPP) com 6 000 jovens moradores de 14 a 24 anos de dez favelas pacificadas concluiu que nove em cada dez deles estão conectados à internet, sendo que 73% dos entrevistados navegam pela rede diariamente. Entre os pesquisados, 86% têm perfil no Facebook, rede social que é arquirrival das duas corpora-



REPRODUÇÃO GOOGLE



FOTOS FELIPE FITIPALDI



**3 François Bellicardi**

O francês deixou a Europa para se casar com uma carioca e vislumbrou no Vidigal a oportunidade de abrir o próprio negócio, o Espaço Beleza. O salão tem entre clientes as aeromoças que se hospedam no Sheraton. "O custo aqui é baixo, mas é comum enfrentarmos falta de água e de luz".

**4 Cintia e Sabrina Rosa**

No comando da boutique Mundo Vidigal, as irmãs usam redes sociais como o Instagram e o Facebook para exibir seus produtos. "O cliente já chega aqui mostrando o que deseja comprar", conta Cintia.

ções. "As favelas cariocas são uma nova e decisiva fronteira digital e é crucial para nós estarmos lá", diz Lúcio Tinoco, diretor de engenharia do Bing, o serviço de buscas da Microsoft. Para se embrenhar nos meandros dos morros, os dois titãs da internet, dos computadores e smartphones tiveram de desenvolver uma abordagem complexa. Seus executivos buscaram quem conhecesse a geografia e as peculiaridades locais como forma de vencer o

labirinto de vielas e não correr riscos em áreas ainda ocupadas por criminosos e traficantes. Equipes de até vinte pessoas, de celular em punho, bateram de porta em porta para pedir aos comerciantes mais informações sobre seu negócio. Em seguida, marcaram o local exato onde se encontra cada serviço identificado. Mesmo com profissionais devidamente qualificados e treinados, as duas líderes do competitivo setor de tecnologia sofreram para se adaptar ao

caos urbano local. Os sofisticados sistemas de computadores e geolocalizadores desenvolvidos nos Estados Unidos não raro se confundiam em meio ao denso aglomerado de casas. Era comum, por exemplo, o ponto marcado ser deslocado para outro barraco. Outro desafio foi lidar com a topografia acidentada. No Vidigal, o declive acentuado do Morro Dois Irmãos fez com que, constantemente, o satélite deslocasse os endereços para o meio do oceano. Nes-



**Marcelo Ramos, dono de um bar de cervejas artesanais no Complexo do Alemão: os confrontos entre a polícia e os traficantes derrubam a frequência da casa em 40%**

ses casos, a marcação teve de ser realizada posteriormente em computador de tela grande, movendo-se o cursor milimetricamente pelo mapa. Como parte do espírito colaborativo e de inclusão digital do projeto, as empresas disponibilizaram ferramentas on-line para que os próprios comerciantes incluíssem informações sobre seu negócio, como fotos e telefone de contato. A ideia é que o programa ganhe adesão popular e cresça exponencialmente. Quem participa atesta que o simples fato de estar no mapa pode impulsionar o faturamento em até 10%. Isso sem contar o afago na autoestima. “É humilhante você viver excluído do mapa em meio a lugares tão nobres”, diz Vitor Nascimento, dono de uma galeria de arte recém-aberta no topo da Rocinha. “Com o projeto, meu trabalho ganhou uma dimensão que jamais esperei ter”, afirma.

O ciclo virtuoso pelo qual passam os morros cariocas está diretamente relacionado à queda dos índices de violência. Com a chegada das UPPs e a diminuição dos conflitos armados, criou-se um ambiente favorável à expansão dos negócios. “Sem o medo da bala perdida, o morador passou a circular mais”, diz Cezar Vasquez, diretor-superintendente do Sebrae-Rio. Desde que o processo de

pacificação foi iniciado, em 2008, a entidade já realizou 54 000 atendimentos em áreas pacificadas, entre cursos profissionalizantes e consultoria. Em um veloz efeito cascata, os comerciantes locais deixaram a informalidade, o que permitiu que ganhassem status de empresa. Com isso, podem pegar empréstimo, investir em melhorias e ter acesso a benefícios sociais. Desde que foi criado, em 2012, o programa de microcrédito da Age Rio, órgão pertencente ao governo do estado, aumentou suas linhas de crédito de 432 000 reais para 35 milhões neste ano. “O apoio à atividade econômica e o reforço nos investimentos sociais são prioridade no programa de UPPs a partir de 2015”, diz o governador Luiz Fernando Pezão.

Reduzir o abismo que separa o asfalto do morro é um longo caminho que precisa ser percorrido. Mesmo em áreas ocupadas por forças policiais há uma tensão latente. Na Rocinha, os locais mais remotos da favela continuam a servir de abrigo a criminosos que ainda vivem por ali. “Quando anoitece, muitas ruas são ocupadas por menores a serviço do tráfico. Dá medo”, afirma um dos participantes do projeto de mapeamento, que pediu para não ter a identidade revelada. Por lá, os estam-

pidos provocados por disparos são ouvidos com relativa frequência. Considerada o maior conjunto de favelas da cidade, a Maré enfrenta situação ainda mais delicada. Ela foi ocupada desde março pelo Exército, e seus 130 000 moradores permanecem sob o terror imposto pelo tráfico. Não raro, os 3 000 pontos comerciais existentes na área têm de baixar as portas por ordem dos criminosos. A cada notícia de tiroteio, instala-se um clima de pânico que perdura por semanas. “Mesmo que o problema seja a quilômetros daqui, basta que se fale mal da favela para que o movimento caia 40%”, afirma Marcelo Ramos, dono de um bem instalado bar especializado em cervejas artesanais no Complexo do Alemão. A infraestrutura precária também aflige quem deseja expandir e melhorar seu negócio. Mesmo na parte baixa dos morros há cortes no fornecimento de água e luz. O aperto das vias dificulta não só o recolhimento do lixo como também o abastecimento dos estoques. São problemas graves, mas superáveis, em áreas onde se vivia em contínuo clima de guerra. Nesse sentido, a integração digital é um passo a mais para derrubar a trincheira imaginária que existe entre asfalto e morro. ■