

O seu economista

O primeiro serviço brasileiro de mídia social de aconselhamento econômico será lançado este ano

PhD em Economia pela Universidade de Manchester na Inglaterra e dono de um mestrado na Universidade Federal do Rio de Janeiro, o professor José Carlos Cavalcanti (jcc@creativante.com.br) tem outras virtudes. Uma delas é sua aptidão por tecnologia. Ele passou os últimos anos tentando entender o impacto do softwares e hardwares no processo econômico. Estudou, comparou, debateu com os seus pares e terminou se transformando naquilo que pode ser chamado num economista 2.0. Agora, Cavalcanti, que se divide entre as aulas na Universidade Federal de Pernambuco e a sua consultoria empresarial, está na fase final de um novo empreendimento. “Chegou o

momento de conversar com as pessoas físicas e jurídicas sobre o impacto da economia nas suas vidas e negócios”, afirma. Até o final do ano, ele lançará o primeiro serviço de aconselhamento econômico no Brasil com uso intensivo de mídia social. A idéia é usar os recursos disponíveis das novas tecnologias para massificar a interpretação de fatos que hoje estão restritos ao noticiário dos grandes veículos de comunicação. O projeto ainda não foi batizado, mas ganhou da equipe envolvida o codinome de **Alô Economista**. A idéia inicial é ampliar o **blog** do próprio Cavalcanti e acrescentar vídeos no Youtube, uma comunidade no Orkut, um grupo de discussão e até um perfil no Facebook. Em todos esses canais os conceitos do **Alô Economista** estarão à disposição dos seus leitores. Essa será a versão aberta do projeto. A estratégia de Cavalcanti é oferecer um serviço de baixo custo para pequenas e médias empresas interessadas em entender como as mudanças da economia afetam os seus negócios. “É possível

imaginar a confusão provoca-

da nas companhias de pequeno porte quando o governo diz que voltará a elevar a taxa de juros”, diz o professor. Os clientes do serviço *premium* receberão semanalmente um boletim de análise de conjuntura do Brasil e do mundo. Cavalcanti ainda está estruturando o seu modelo de negócio, mas uma possibilidade é seguir a lógica do editor da revista de tecnologia e negócios Wired, Cris Anderson, que defende a **tese de produtos sem qualquer custo para os consumidores**. O jornalista, criador do conceito de **Long Tail**, acredita que os consumidores não estão dispostos a pagar por conteúdo, mas há empresas dispostas em financiar essa operação. “Estou conversando com algumas insti-

tuições financeiras interessadas no envio de análises de qualidade para os seus clientes”, afirma Cavalcanti. Outra opção seria apostar na publicidade on-line que só cresce a cada dia no Brasil e no mundo. Como as suas análises serão empacotadas em diversos formatos, Cavalcanti acredita que não faltarão oportunidades dos anunciantes associarem suas marcas às informações de interesse do grande público. A idéia de criar esse tipo de consultoria massificada começou a ser formulada anos atrás quando o economista descobriu o ambiente da internet e a possibilidade quase infinita de oportunidades. No início, ele pensou em lançar um site, mas a chegada dos recursos de mídia social entrega-

ram em suas mãos a plataforma mais viável e rentável do ponto de vista econômico. Nada será criado. O conteúdo tráfegará pelos canais existentes. O **Alô Economista** está longe de ser uma novidade na internet, mas a idéia do projeto não é enfrentar o que já existe.

A segunda fase do projeto é mais ambiciosa. Cavalcanti quer montar em Recife um call center especializado em aconselhamento econômico. Mais uma vez a idéia é poupar o usuário de qualquer desembolso na hora de buscar respostas para as suas dúvidas. A conta será paga por anunciantes que comprarão créditos e repassarão aos seus clientes. Os atendentes poderão ser estudantes universitários de Economia ou mesmo de Administração de Empresas. Essa central de esclarecimento de dúvidas estará ligada umbilicalmente ao projeto na internet. “Precisamos antes montar um grande banco de dados das dúvidas mais comuns de que nos acessa pela internet”, afirma Cavalcanti, que terá a primeira versão do portal de mídia social em junho.

