

# Passando por cima do preconceito e do racismo

» LÍGIA IVANA FLORES  
Microempresária

Ser negro, profissional e respeitado no Rio Grande do Sul é caminhar sobre pedregulhos todos os dias. Temos que ser os melhores em tudo o que fazemos. Tive a experiência logo em meu primeiro cargo comercial de ser a melhor estoquista, vendedora e esperar com muita paciência para ser promovida a gerente. O que só aconteceu após 10 anos e depois de uma campanha das clientes da loja, na qual trabalhei mais 20 anos, para que fosse reconhecida minha capacidade e qualidade profissional, para além dos padrões de beleza que a sociedade exige.

Antes da promoção, eu era chamada pela gerente, que não era negra, para resolver os problemas que surgiam no dia. Se dava certo, a moça loira e de olhos azuis recebia os créditos; se desse errado, eu que ficava com a responsabilidade. Foi o apoio das clientes mais assíduas que conversavam com os proprietários sobre a excelência do meu trabalho, que ajudou na conquista da promoção.

Nesse momento, a insegurança dos proprietários sobre ter uma gerente negra numa loja classe A, num dos shoppings mais tradicionais de Porto Alegre, foi vencida pelos meus resultados. Segui nesse trabalho por mais 23 anos, até me aposentar. No entanto, para conquistar e manter essa posição, passei pelo que muitas pessoas negras passam. Tive que ser, durante todo esse tempo, a mais pontual, eficiente, atualizada em todos os segmentos: moda, política e cultura, acompanhar notícias para poder conversar sobre tudo.

Nesse local em que fui gerente, fornecedores entravam na loja e passavam direto pela gerente negra para tratar com a moça branca que servia cafezinho. Alguns nem escondiam a surpresa ao serem informados que eu era a responsável. Colegas também me rejeitaram, na própria empresa e isso me fez trabalhar com



G O M E Z

mais vontade e mostrava que eu merecia a promoção. Trago esses relatos pois sei que muitas pessoas negras vivenciam, ainda nos dias de hoje, situações semelhantes. Embora alguns osem afirmar que o racismo não existe ou que melhorou muito, há situações cotidianas que mostram o contrário e é importante ressaltar que não é pessoal, é o racismo mesmo.

Acredito que consegui vencer os obstáculos que a cor da minha pele poderia sofrer, com muita paciência e sabedoria. Foram muitos anos árduos, mas sempre com um sorriso. Consegui provar para muita gente que negros têm muita capacidade, podem ser educados e exercer qualquer cargo no mercado de trabalho. Ao me aposentar, resolvi que não deixaria de me dedicar ao trabalho. Por ser muito dinâmica e acostumada com uma rotina diária, tinha necessidade de seguir sendo produtiva, sentia-me em condições para isso. Assim, abri uma microempresa num bairro de classe média de Porto Alegre e continuo a sofrer episódios de racismo, inclusive dentro do meu próprio estabelecimento.

Ressalto que esses relatos são pessoais,

principalmente, mulheres negras não podem ser organizadas e ter uma pequena empresa, mas só ser empregadas de alguém, funcionárias, principalmente na área de limpeza e cozinha. Somos considerados inferiores, ignorantes e analfabetos nesse estado do Brasil em que alguns pensam que são europeus.

Muitas vezes, também sinto que querem nos “ensinar” o que é melhor. Seja na escolha do nosso time de futebol, partido político, em quem votar ou não, até o bairro onde devemos morar e dos quais devemos manter distância. Ser negro no Rio Grande do Sul é pular barreiras diariamente. Em algumas situações, temos que fingir que não vemos, não escutamos e não entendemos.

Mas apenas quem sofre com olhares desconfiados sabe o que acontece. Não podemos esquecer que há pouco mais de 100 anos, ainda havia pessoas escravizadas no Brasil. E, ainda hoje, há descendentes de “senhores”; e “senhoras” que pensam como seus bisavós. Mas não podemos nos calar. Temos que continuar mostrando que podemos, cada vez mais, conquistar nossos espaços até que haja real igualdade.

## Visto, lido e ouvido

Desde 1960

Circe Cunha (interina) // circecunha.df@dabr.com.br

## É você!

“Não é a política, é você, que acredita nesses jogos virtuais, enquanto deixa de prestar atenção em quem vota”, esbravejou, ou melhor berrou, o realista e mal-humorado Miguelão, externando toda a sua impaciência com as tolices que lhe catucavam os ouvidos, vindas de alguém desprovido de inteligência e bom senso. De que adiantaria ficar ali ouvindo todo esse converso inútil e lamuriante, vindo de gente iludida e arrependida com as artimanhas da politicagem nacional?

“Não tenho tempo a perder com gente perdida. Boa noite”, disse fechando a porta da vendinha na cara do freuguês e vizinho, espantado com tanta “sinceridade”.

“Melhor receber logo uma resposta grossa e curta, mas verdadeira, do que ser enganado ao longo de quatro anos, com docilidades e fantasias”, completou Murici, seu companheiro de copo e de observações do mundo.

É, de fato, Romero tinha sido, mais um vez, tapeado em suas esperanças diante das urnas, pois nada do que lhe prometeram havia se cumprido. Na verdade, o mundo em volta parecia ainda mais difícil de ser vencido. Havia a carestia dos alimentos, o desemprego em alta e, por toda a parte, a sensação que se tinha é de que as cidades pareciam ter sido invadidas por hordas de mendigos e pedintes. O pior é que, para o bem da verdade, Romero já nem conseguia lembrar em quem havia votado quatro anos atrás. Nem para vereador, senador, deputado ou presidente. Nunca se lembrava.

Distraído e desinformado, como sempre, jamais prestava muita atenção nos candidatos que votava. Não tinha tempo para essas tarefas. Afinal, todos pareciam sempre iguais e vazios. Votava por votar. Talvez por receio de multas, ou pela necessidade burocrática de possuir o recibo de comparecimento ao local de votação. O governo obriga e o patrão sempre pede o comprovante de votação. Melhor não arriscar.

A questão é que, para ele, a desilusão com os descaminhos da política e com o excesso de escândalos, mostrados todas as noites nos telejornais, vinham numa altura de sua vida em que lhe faltavam forças para mudar de opinião. “Já não posso dar prosseguimento nem mesmo aos meus projetos, que dirá aos projetos para um país melhor”, pensava, em busca de uma desculpa que o ajudasse a fazer as pazes com um mundo que desmoronava ao seu redor.

Miguelão, para quem o anarquismo era a único sistema e resposta racional capaz de acabar, de vez, com os maus políticos que infestam a vida brasileira, não tinha pachorra para debater assuntos da política nacional. Muito menos para dar conselhos a quem quer que seja. Não vislumbrava valia alguma nessas discussões sobre a performance de personagens medíocres e calhordas.

Para ele, perder tempo discutindo sobre gente sem valor moral era valorizar figuras que não mereciam sequer um dedo de prosa ou de reflexão. Talvez, por isso, nunca tenha comparecido diante das urnas. Romero não se conformava de ter sido trapaceado todos esses anos, mesmo cumprindo, religiosamente, seu papel de cidadão, indo votar. Ele também não podia aceitar o fato de que era ele responsável direto e a causa de sua desilusão. Em sua cabeça a voz troante de Miguelão não parava de ecoar: “Não é a política, idiota. É você!”

## O que está no roadmap dos CEOs em 2022

» RAFAEL AMARAL  
Diretor de transformação na Cadastra

Ainda antes da pandemia, 92% das empresas acreditavam que seus modelos de negócios teriam de mudar devido ao crescente aumento da digitalização (Gartner). A pandemia antecipou esse cronograma em três a quatro anos. Nesse cenário, a transformação digital não é mais um diferencial competitivo entre as empresas, é uma necessidade de sobrevivência corporativa e uma das principais prioridades das diretorias. No entanto, alguns obstáculos estão no roadmap dos grandes CEOs das empresas brasileiras durante esse processo em 2022.

O primeiro deles é implementar uma cultura de inovação em toda a empresa. Peter Drucker costumava dizer que “a cultura devora a estratégia no café da manhã”. Isso significa que antes de possuir uma boa estratégia de transformação digital, é necessário inserir uma cultura de inovação na empresa. Caso isso não seja feito, o processo será em vão. Os colaboradores permanecerão ligados a valores obsoletos e não vão aderir ao mindset digital.

Relacionado a isso, empoderar colaboradores e desenvolver lideranças para a era digital também se torna um desafio. Um exemplo dessa necessidade é o crescimento das Edtechs no cenário brasileiro, aumento de 130% nos primeiros seis meses de pandemia, segundo Startupbase. Entender quais são os gaps de conhecimento do time, e como isso deve ser desenvolvido junto ao time de Learning da empresa, é um assunto que está sendo discutido nas grandes corporações. O grande desafio não está no ensino, mas está em como engajar os colaboradores e mostrar o propósito por trás desse processo. Temos que engajar esse público do mesmo jeito que engajamos os nossos consumidores.

O processo de implementação de uma cultura de inovação na empresa parte da alta diretoria. Mas quando amadurecido, é esperado que atitudes disruptivas surjam das equipes operacionais, que descobrirão novas formas mais eficientes de gerar valor.

Outro obstáculo é a eficiência operacional. Atividades de backstage e de suporte ainda ocorrem em diversos sistemas que não estão integrados. Isso tem um impacto direto na produtividade e eficiência operacional, já que qualquer análise para entendimento de cenários, avaliações de causa raiz e tomada de decisões depende inteiramente de dados, e na maioria das vezes essas atividades são manuais e desconectadas entre as várias áreas de negócio da empresa. O resultado disso são backlogs intermináveis e um consumo de horas excessivo e sem foco. Uma das mudanças proporcionadas pela transformação digital é tomar decisões com base em dados real-time, os quais permitem decisões mais consistentes e econômicas, diminuindo filas e retrabalhos.

A transformação digital coloca o consumidor no centro do negócio, no entanto a proximidade com o cliente ainda é um desafio. Os usuários dispõem de muitas informações para as empresas, porém elas não conseguem aproveitar adequadamente esses dados ou não têm estrutura para esse ser analisado de forma mais assertiva. A verdade é que todas as empresas fazem relacionamento com seu consumidor final, seja via a área de customer services, vendedores ou representantes, mas no mundo de hoje essa comunicação precisa ser escalável.

Uma das tecnologias que solucionam esse problema é a implementação de uma ferramenta de CRM, que torna a abordagem e todos

os pontos de contato com clientes mais assertivos a partir de ações individualizadas, personalizadas e hipersegmentadas. A integração e sincronização de canais de atendimento, chamada de multicanalidade ou omnichannel, é o primeiro passo para entender o cliente de forma 360 e, a partir disso, proporcionar uma experiência única, eficiente e automatizada.

Ainda, um pensamento frequente entre algumas empresas é “minha empresa tem um aplicativo, logo já estou na era digital”. Porém, ter um canal de atendimento digital ou alguns dos serviços e processos automatizados não significa que a empresa é digital. A transformação digital não é apenas sobre adoção de novas tecnologias, é sobre mudanças disruptivas na proposta de valor da empresa e como ela se conecta com os novos consumidores em um contexto digital. Para isso ter um roadmap estratégico muito bem definido, com projetos que possibilitem essa digitalização, trabalhar os canais digitais, sejam eles SEO, mídia ou social mídia e entender para onde a indústria está indo é de extrema importância para transformar digitalmente o negócio.

De acordo com a McKinsey, as empresas líderes em maturidade digital no Brasil alcançam uma taxa de crescimento do Ebitda até três vezes maior que as demais empresas. Essa disparidade de maturidade entre as empresas líderes e as demais significa que existe muita oportunidade para empresas que realizam transformação digital no país e crescerem seu valor de mercado. Portanto, apesar dos desafios encontrados no caminho para a transformação digital, o sucesso desse processo é determinante para a permanência das empresas no mercado brasileiro atualmente e no futuro.

### » A frase que foi pronunciada

“A corrupção é o cupim da República.”

Ulysses Guimarães

### De olho

» Um defensor importante da população que paga plano de saúde é o senador Paim. Em entrevista à Agência Senado, Paim declarou que a possibilidade de cobertura para tratamento e medicamentos pelos planos de saúde deverá ser ampliada. Esse é um assunto bastante delicado e deve ser tratado com seriedade pelos parlamentares, não só pelas eleições que estão próximas, mas pela necessidade de proteger uma parcela da sociedade que arca com uma despesa que, pela Constituição, deveria ser do Estado.

### Estratégias

» Hackers estão cada vez mais ousados. O Correio Braziliense bem registrou na manchete *Com registro de “atividades maliciosas, site do TJDF é retirado do ar*. Certo é estar cercado de toda a segurança possível para evitar ataques. Instituições públicas adotam troca de senha regularmente, e vários passos para poder entrar no sistema também é uma forma de reforçar a porta da frente. Agora, uma semana sem trabalhar, um tribunal passar por isso, é uma cena que causa espanto!

### » História de Brasília

Os restaurantes em Brasília estão com preços muito elevados. Elevados, mesmo. Vejam isto: um quilo de filé mignon custa 20 cruzeiros. Um bife com fritas custa 350 cruzeiros, mais cinquenta de couvert, e dez por cento sobre o total. Mais de quatrocentos cruzeiros, portanto. (Publicada em 8/3/1962)