

CORREIO ECONÔMICO

POR MARTHA IMENES



Bad Bunny durante apresentação no Super Bowl

Bad Bunny aquece o e-commerce brasileiro

A estreia do rapper porto-riquenho Bad Bunny em solo brasileiro está impulsionando o comércio digital no Brasil com a busca por produtos ligados ao estilo urbano (streetwear), que marca a identidade visual do artista: lojistas da plataforma Nuvemshop registraram aumento entre 20% e 35% nas buscas por produtos ligados ao streetwear. O fenômeno mostra como a música e a moda se entrelaçam para moldar tendências de consumo no país. Os dados do e-commerce brasileiro reforçam a expectativa de alta nas vendas com a vinda do astro porto-riquenho. Em 2025, o faturamento atingiu R\$ 235,5 bilhões, crescimento de 15,3% em relação ao ano anterior. Para 2026, a expectativa é de R\$ 259,8 bilhões, alta de 10,3%.

Perfil de consumo digital

O retrato dos consumidores digitais revela como a cultura pop se infiltra nos hábitos de compra. Os millennials, entre 35 e 44 anos, concentram 35% das transações online, confirmando o peso dessa geração na consolidação do comércio eletrônico. A classe C desponta como protagonista, responsável por 54% das compras virtuais, enquanto a geografia reforça desigualdades: o Sudeste responde por mais da metade das vendas. São Paulo lidera com 32%.



Estilo urbano e moderno na lista de desejos da web

Presença feminina é dominante

No recorte de gênero, a presença feminina é dominante, representando 60% dos compradores virtuais, o que evidencia o papel das mulheres na difusão de tendências e na sustentação do crescimento do setor. O estilo urbano, marcado por camisetas oversized, tênis de edição limitada e acessórios como correntes e bonés, ganhou protagonismo com a chegada de Bad Bunny. Para lojistas de nicho, o momento é fértil: marcas independentes podem lançar coleções inspiradas no artista, enquanto produtos personalizados atendem à busca por exclusividade.

Estratégia de cross-selling

O streetwear abre espaço para estratégias de cross-selling, ou venda cruzada, que é uma técnica que sugere produtos complementares ao item principal, aumentando o tíquete médio e melhorando a experiência do cliente. “A música cria desejo e o e-commerce responde rápido. O streetwear virou uma oportunidade de ouro para quem sabe se posicionar”, avalia um consultor.

Tendências

A turnê de Bad Bunny reforça como o e-commerce brasileiro está cada vez mais conectado às tendências globais. Se em 2025 o setor já mostrava vigor com crescimento acima de dois dígitos, em 2026 a expectativa é de consolidação, com consumidores mais exigentes e atentos a referências culturais.

Show em SP

O cantor porto-riquenho Bad Bunny realizará seu primeiro show no Brasil nos dias 20 e 21 de fevereiro de 2026, trazendo a sua turnê mundial “Debí Tirar Más Fotos”, no Allianz Parque, em São Paulo (SP). A abertura dos portões está prevista para às 16h do horário de Brasília, e o evento deve iniciar às 21h.

Valores do ingresso

Segundo a Ticketmaster, bilheteria oficial do evento, os preços do show variam de R\$ 267,50 a R\$ 1.095,00. Além disso, há pacotes VIP, que fornecem acesso antecipado à pista e outras facilidades. Para eles, os preços variam de R\$ 1.599,34 a R\$ 7.323,86. Os valores não consideram taxas de conveniência.

Turismo em alta

A apresentação de Bad Bunny no intervalo da NFL no dia 8 gerou reflexos que ultrapassaram o universo esportivo e alcançaram o turismo. Segundo dados da Booking, entre os dias 8 e 11 de fevereiro de 2026, as buscas globais por acomodações em Porto Rico cresceram 32% em comparação ao mesmo período do ano passado.

Estadias

O levantamento da Booking considera estadias com check-in entre 1º de março e 1º de agosto de 2026 e aponta para um movimento imediato de interesse pelo destino caribenho após a performance do artista porto-riquenho, um dos principais nomes do reggaeton e da música urbana na atualidade.

Destaque

O Brasil foi o grande destaque do período analisado. De acordo com a plataforma, as buscas realizadas por brasileiros por hospedagens em Porto Rico avançaram 151%, indicando forte engajamento do público nacional. Os dados, entretanto, não representam necessariamente reservas efetivadas.



Instituições de ensino serão beneficiadas pela Anatel

Teles poderão trocar multa por conexão à internet

Anatel quer que operadoras invistam no ensino superior

Por Martha Imenes

Pelo menos 118 unidades de universidades públicas e institutos federais com dificuldades de acesso à internet poderão ser beneficiadas por uma decisão inédita do Conselho Diretor da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel).

A decisão é considerada estratégica para ampliar o acesso digital em instituições de ensino superior, especialmente em áreas afastadas. Ao mesmo tempo, representa uma forma de transformar penalidades financeiras em investimentos diretos em infraestrutura acadêmica, fortalecendo a inclusão digital e a integração universitária.

Os conselheiros aprovaram que empresas de telecomunicações multadas pela agência — Telefônica, Claro, Tim e Sky — possam substituir o pagamento de multas, que somam R\$ 29 milhões, pela obrigação de conectar unidades de ensino superior à rede da Rede Nacional de Ensino e Pesquisa (RNP). A medida alcança 39 instituições em 72 municípios.

Segundo o conselheiro Octavio Pieranti, autor da proposta, a decisão busca garantir que campi universitários isolados ou ainda sem acesso à rede possam contar com internet de alta velocidade e serviços de integração acadêmica.

“Com essa medida, a Anatel busca proporcionar a conexão também dessas unidades mais afastadas ou desses espaços que, por algum

motivo, ainda não estejam participando da rede da RNP”, afirmou.

Como vai funcionar

As empresas podem optar por cumprir a obrigação de conectar unidades ou converter novamente em multa, mas nesse caso perdem o desconto de 5% previsto.

O critério de escolha das unidades segue a lógica da diversidade regional: cada nova unidade conectada deve estar em uma macro região diferente da anterior.

Além das 118 unidades já mapeadas, há menções a outras 226 que também podem precisar de conectividade.

Panorama

Segundo os dados mais recentes do Censo da Educação Superior (Inep) e do Mapa do Ensino Superior 2025, o Brasil possui atualmente cerca de 203 universidades oficialmente reconhecidas. Esse número inclui instituições públicas (federais, estaduais e municipais) e privadas.

Distribuição

- * Universidades federais: 69
- * Universidades estaduais: pouco mais de 40
- * Universidades privadas: mais de 90

Além das universidades, existem os centros universitários e faculdades isoladas, que também oferecem ensino superior, mas não têm o mesmo status acadêmico de universidade.