

# Informe FEÇO MÉR CIO PE

ANO XI | EDIÇÃO Nº 64 | JUL/AGO 2022

26

## Artigo

Tania Bacelar fala sobre economia de Pernambuco

38

## Entrevista

Jean Turet é Jovem Pesquisador do Ano de 2022

## MODA COM PROPÓSITO

30

Como a moda autoral revoluciona as formas de consumir e preservar o meio ambiente





**DE  
C.D.E**  
PARA O FUTURO

**Mediotec**

**ENSINO + ENSINO  
MÉDIO + TÉCNICO**  
EM INFORMÁTICA  
OU LOGÍSTICA



**BÔNUS NA  
NOTA DO  
NOVO ENEM**

**Recife // Paulista // Caruaru // Petrolina**

**Matrículas abertas**

**[pe.senac.br/mediotec](http://pe.senac.br/mediotec)**



### Bernardo Peixoto

Presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE

# MODA QUE VEM PARA FICAR

**H**á algumas décadas, o mundo ficou mais descartável. Pratos, copos, talheres, garrafas são utilizados uma única vez e jogados fora. As roupas seguiram a mesma tendência. A cada estação, diversas peças são produzidas com o estilo do momento e descartadas quando não estão mais em alta. O slow fashion chega nesse mercado para alertar sobre sustentabilidade e mostrar que o reuso é fundamental. O tema está na capa desta nossa atual edição.

Sustentabilidade tem toda ligação com educação, tema recorrente na Informe Fecomércio que não poderia faltar neste número. Mostramos todas as possibilidades de aperfeiçoamento com desconto oferecidas pelo Cartão do Empresário e o Programa Figital Experience, oferecido pelo Senac em parceria com a Apesce e a Aloshop.

Foi a educação também que fez com que Jean Turet, pesquisador e doutorando em Engenharia de Produção na Universidade Federal de Pernambuco, ganhasse o título de Jovem Pesquisador do Ano de 2022, na Conferência Internacional sobre Tecnologia do Sistema de Apoio à Decisão. O pesquisador é o entrevistado da vez.

A cultura ganha destaque com a inauguração, em Garanhuns, do Centro de Produção Cultural, Tecnologias e Negócios. Sobre negócios, destacamos a importância do registro de marca, do uso de redes sociais para promoção profissional e da Agenda do Comércio, documento produzido pelo Sistema Comércio que reúne importantes reivindicações do segmento. O beach tennis entra como opção de lazer e atividade física.

Boa leitura!

# Fecomércio PE

Avenida Visconde de Suassuna, nº265,  
Santo Amaro, Recife-PE | CEP 50050-540  
Tel.: (81) 3231-5393 / 3231-6175  
www.fecomercio-pe.com.br

**Bernardo Peixoto**  
Presidente

**Joaquim de Castro**  
1º Vice-Presidente

**Milton Tavares**  
2º Vice-Presidente

**Archimedes Cavalcanti**  
3º Vice-Presidente

**Douglas Sena**  
Vice-Presidente para  
Assuntos do Comércio de  
Agentes Autônomos

**Edivaldo Guilherme**  
Vice-Presidente para  
Assuntos do Comércio  
Atacadista

**Felipe Freire**  
Vice-Presidente para  
Assuntos do Comércio  
Armazenador

**Ivan Gomes**  
Vice-Presidente para  
Assuntos do Comércio de  
Turismo e Hospitalidade

**José Carlos de Santana**  
Vice-Presidente para  
Assuntos do Comércio  
Varejista

**Ozeas Gomes**  
Vice-Presidente para  
Assuntos do Comércio de  
Serviços de Saúde

**José Carlos da Silva**  
1º Diretor Secretário

**João Maciel**  
2º Diretor Secretário

**Gustavo Machado**  
3º Diretor Secretário

**Valdemar Alves**  
1º Diretor Tesoureiro

**Ana Maria Caldas**  
2ª Diretora Tesoureira

**Roberto França**  
3º Diretor Tesoureiro

**Ademilson de Menezes**  
Diretor para Assuntos  
Sindicais

**Alberes Lopes**  
Diretor para Assuntos de  
Crédito

**Elias Salomão**  
Diretor para Assuntos de  
Desenvolvimento Comercial

**Fábio Lisandro**  
Diretor para Assuntos do  
Setor Público

**José Jorge da Silva**  
Diretor para Assuntos de  
Consumo

**Marcos de Santana**  
Diretor para Assuntos de  
Relações do Trabalho

**Michel Jean Wanderley**  
Diretor para Assuntos  
Tributários

**Paula Cavalcanti**  
Diretora para Assuntos de  
Turismo

**Roberto Wagner**  
Diretor para Assuntos de  
Comércio Exterior

**Evandro Alves de Lima**  
1º Conselheiro Fiscal Efetivo

**Jailson Delfino**  
2º Conselheiro Fiscal  
Efetivo

**Ramon Cosmo da Silva**  
3º Conselheiro Fiscal  
Efetivo



## Expediente

Jul/Ago 2022 | Edição 64

### COORDENAÇÃO GERAL/ EDIÇÃO

Lucila Nastássia

### PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Nilo Monteiro

**FOTOS** Agência Maker Mídia

**REVISÃO** Fabiane Cavalcanti

**IMPRESSÃO** CCS Gráfica

**TIRAGEM** 4.000 exemplares

*Obs.: Os artigos desta revista não refletem  
necessariamente a opinião da publicação.*

*Conteúdo produzido pelo Núcleo de  
Branded Content da Dupla Comunicação*



  /FECOMERCIOPE  
  @FECOMERCIOPE  
 FECOMERCIO-PE.COM.BR



## Sumário



**26**

**Artigo**

Tania Bacelar traz uma visão positiva da economia de Pernambuco



**30**

**Capa**

Moda autoral e o novo jeito de consumir



**38**

**Entrevista**

Jean Turet, vencedor do título de Jovem Pesquisador do Ano de 2022



**6**

**Ao Seu Dispor**

Centro de Produção Cultural, Tecnologias e Negócios (CPC) em Garanhuns

**18**

**Comércio em Foco**

Registro traz segurança para a marca

**42**

**Cartão do Empresário**

Mais formação com desconto exclusivo

**50**

**De Folga**

Beach tennis conquista praticantes em Pernambuco

**12**

**Fecomércio e Você**

Agenda do Comércio sugere políticas públicas para o comércio de bens, serviços e turismo

**22**

**Com Gosto de Saber**

Programa Digital Experience qualifica lojistas e equipe

**45**

**No Mundo**

Cresce uso profissional das redes sociais



Ao Seu Dispor

Por Lúcio Silva

# UMA CASA QUE ABRIGA SONHOS

A inauguração do Centro de Produção Cultural, Tecnologias e Negócios (CPC) em Garanhuns marca novo momento na produção e difusão cultural do interior pernambucano



**U**ma caixa de concreto com 8 mil metros quadrados de incentivo à cultura. Esse é o Centro de Produção Cultural, Tecnologias e Negócios (CPC) João Ferreira da Costa, idealizado pelo professor Josias Albuquerque, homem de grande visão que presidiu o Sistema Fecomércio entre 1996 e 2019 e acreditava fortemente na educação e na cultura como o caminho para uma vida em sociedade mais justa e plena.

“Esse espaço é a realização de várias pessoas que sonharam juntas. É um marco, por ser inédito, plural e para todos, e a continuidade de nosso compromisso com a cultura, educação e economia, pilares tão importantes para nós”, declara Bernardo Peixoto, presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE.



Situado em Garanhuns, no Agreste meridional, o CPC faz parte do polo de atuação do Sesc no município. O centro foi inaugurado oficialmente em julho de 2022 e é fruto de um investimento de R\$ 38,8 milhões em obras e equipamentos, com ampla estrutura que inclui teatro, cinema, auditório, comedoria, galeria de arte e uma equipe profissional multidisciplinar.

Sua potência e capilaridade foram demonstradas ao receber uma miríade de atividades artísticas durante o Festival de Inverno de Garanhuns (FIG), também em julho deste ano, encantando visitantes e artistas com a sua estrutura imponente e diversa. Foram mais de mil pessoas transitando pelas dependências do centro por dia.

“A gente tem tratado como um centro de convenções devido aos grandes eventos que, certamente, passarão por lá, mas ele é mais que isso. É um investimento que enriquece o turismo e a cultura de Garanhuns e região”, destaca o prefeito de Garanhuns, Sivaldo Albino.

Esse imenso prédio que abriga os sonhos do professor Josias e dos que ali trabalham recebe o nome de João Ferreira da Costa, empresário português que se estabeleceu em Garanhuns e, em 1884, deu início à Ferreira Costa & Cia, empresa que anos mais tarde se tornaria pioneira no conceito de home center no Brasil.

Guilherme Ferreira Costa, bisneto do patrono do CPC, representou a família na solenidade de inauguração da estrutura e demonstrou estar lisonjeado com o ato do presidente do Sistema Fecomércio, Bernardo Peixoto. Guilherme destacou que seu bisavô, homem reservado e devotado à família, sentiria-se honrado com tal homenagem pelas contribuições à cidade e sua área cultural. “Somos fruto do que a gente planta com nossos colaboradores, focados no propósito de melhorar cada vez mais o ambiente em que estamos inseridos para diminuir distâncias sociais e melhorar a comunidade como um todo”, ressalta Guilherme.



A gente tem tratado como um centro de convenções devido aos grandes eventos que, certamente, passarão por lá, mas ele é mais que isso. É um investimento que enriquece o turismo e a cultura de Garanhuns e região”

Sivaldo Albino



“Acreditamos que um equipamento com a estrutura do CPC só vem contribuir com o processo de descentralização e interiorização da cultura que o Governo de Pernambuco sempre teve como um eixo norteador”

Oscar Barreto

### Interiorização

Com a inauguração do CPC, inicia-se um novo momento cultural na região, com uma produção mais conectada às especificidades da terra, fortalecendo fluxos culturais mais diversos. Para o secretário de Cultura de Pernambuco, Oscar Barreto, a palavra de ordem é integração. “Acreditamos que um equipamento com a estrutura do CPC só vem contribuir com o processo de descentralização e interiorização da cultura que o Governo de Pernambuco sempre teve como um eixo norteador”, pontua.

Além da Escola Sesc de Artes, que atende gratuitamente mais de 150 alunos da rede pública

em parceria com a prefeitura, um dos destaques estruturais é o Teatro Reinaldo de Oliveira – homenagem ao médico, teatrólogo e escritor que por muitos anos esteve à frente do Teatro de Amadores de Pernambuco (TAP) – sendo o primeiro da Rede Sesc no Nordeste, e o terceiro no Brasil. “Eu, enquanto artista e produtora, acho que a gente tem um dos maiores e melhores equipamentos de produção artística e formação cultural do estado. Acho não, tenho certeza!”, ressalta Carminha Lins, gerente do CPC, que ecoa os pensamentos do professor Josias, afirmando que ter acesso a uma educação artística é importante para o desenvolvimento dos sentidos e pensamentos.

### Homenagem a quem contribui com o desenvolvimento

Durante a solenidade de inauguração do CPC, foram conferidas ainda homenagens a grandes nomes que contribuem e contribuíram largamente para o desenvolvimento não só da cidade de Garanhuns, mas também do estado como um todo. O auditório João de Barros e Silva foi batizado em reverência ao empresário mais conhecido como João de Bolinha. Filho da cidade de Garanhuns, foi presidente do Sindicato do Comércio Varejista do município e integrou a diretoria da Fecomércio.

“Ele abraçou a causa comercial com dedicação, sempre pensando no seu crescimento, defendendo Garanhuns e Pernambuco”, conta a viúva do saudoso João de Bolinha e diretora da Fecomércio, Ana Maria Caldas de Barros e

Silva, que recebeu a homenagem durante a cerimônia. Segundo ela, a emoção se materializa quando imagina a reação do seu companheiro ao receber tal honraria num empreendimento do amigo de longa data, o também saudoso Josias Albuquerque.

Houve ainda a entrega do título de cidadão garanhuense a Bernardo Peixoto, em reconhecimento à sua atuação à frente do Sistema Fecomércio. A honraria foi proposta pelo vereador Alcindo Correia, que destacou a aceleração do comércio e a melhoria na qualidade de vida do povo garanhuense proporcionados pelas unidades do Senac e Sesc na cidade. “O Sistema Fecomércio tem contribuído largamente para o desenvolvimento do estado, e a atuação de Bernardo foi de extrema relevância durante um dos períodos mais críticos que vivenciamos durante a pandemia”, lembrou o vereador. ■



“Ele abraçou a causa comercial com dedicação, sempre pensando no seu crescimento, defendendo Garanhuns e Pernambuco”

Ana Maria Caldas



“Eu, enquanto artista e produtora, acho que a gente tem um dos maiores e melhores equipamentos de produção artística e formação cultural do estado. Acho não, tenho certeza!”

Carminha Lins



### O CPC conta com

- Teatro italiano com 496 lugares
- Cinema com projeção digital DCP (projeto 2K)
- Coleção de arte com mais de 2 mil peças doadas ao Sesc
- Auditório de eventos com capacidade para 200 pessoas
- Comedor popular com refeitório quilombola e da bacia leiteira
- Amplo hall para realização de feiras e exposições
- Três salas de aula para teatro, dança e música
- Dois laboratórios de literatura e música



Entrega do Título de Cidadão Garanhense ao presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE, Bernardo Peixoto



Vereador Alcindo Correia e Bernardo Peixoto



Guilherme Ferreira Costa e Bernardo Peixoto





PROPOSTAS E  
RECOMENDAÇÕES DE

**Políticas**  
**Públicas do**  
**Comércio de**  
**Bens, Serviços**  
**e Turismo**





# AGENDA INSTITUCIONAL DO SISTEMA COMÉRCIO É COMPOSIÇÃO A FAVOR DO BRASIL

Criada a partir da colaboração mútua de mais de 300 instituições em cem encontros regionais, documento surgiu com o objetivo de ser propositivo e alertar para as principais demandas do setor

**C**onstruído por várias mãos. Essa é uma das características mais importantes da Agenda

Institucional do Sistema Comércio – Propostas e Recomendações de Políticas Públicas do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, documento criado a partir da força conjunta – encabeçada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e abraçada por todo o Sistema Comércio – e lançado no dia 6 de junho de 2022, durante cerimônia em Brasília. A apresentação contou com a presença do presidente da República, Jair Bolsonaro, que recebeu o documento das mãos do presidente da CNC, José Roberto Tadros, e ouviu todas as demandas e sugestões do setor. O evento reuniu presidentes das Federações do Comércio

(Fecomércio), Sesc, Senac, Federações nacionais, líderes sindicais e empresariais e diversas autoridades políticas.

Sinalizando os temas prioritários para a classe empresarial nas esferas legislativa e executiva, o documento define as pautas e estrutura os diversos assuntos políticos e econômicos, aperfeiçoando o relacionamento com os poderes federal, estaduais e municipais. A agenda integra os setores de comércio de bens, serviços e turismo brasileiro e evidencia o seu protagonismo. “A Agenda Institucional do Sistema Comércio reforça o protagonismo da CNC nas discussões econômicas e legislativas dos assuntos de interesse do comércio. O nosso protagonismo é resultado da união de todos, em defesa da geração de riqueza, renda e empregos”, comenta José Roberto Tadros, presidente da CNC.



Por meio desse documento, nós apresentamos os anseios do empresariado, em uma perspectiva propositiva de construção de um futuro para o Brasil”

José Roberto Tadros



Nosso objetivo é discutir com o poder público melhorias para o segmento, com propostas e recomendações elaboradas em conjunto com todas as Federações do Comércio do país e seus sindicatos filiados”

Bernardo Peixoto



A agenda é fruto do projeto Vai Turismo – Rumo ao Futuro, movimento de nível nacional criado para integrar as propostas e conectar as instituições, a fim de captar recomendações de políticas públicas que possuem o potencial de estimular o desenvolvimento sustentável dos destinos turísticos brasileiros. Em 2021 e 2022, foram realizados mais de cem encontros técnicos – entre reuniões técnicas e workshops –, com a participação de cerca de 300 organizações signatárias. O trabalho gerou 27 diagnósticos das unidades federativas com base na metodologia de Destinos Turísticos Inteligentes, uma pesquisa de percepção e um comparativo com projetos nacionais e internacionais.

Ao fim, com base nos relatórios e na sistematização das temáticas particulares de cada estado, todos os pontos em comum foram transformados em demandas prioritárias regionais e estruturaram as principais bases da agenda nacional. “Por meio desse documento, nós apresentamos os anseios do empresariado, em uma perspectiva propositiva de construção de um futuro para o Brasil. E, dessa forma, o Sistema Comércio irá contribuir para a construção de um país mais justo, onde a livre iniciativa seja respeitada enquanto ator indispensável para o desenvolvimento empresarial, econômico e social, e onde a democracia seja mantida como protagonista da representação empresarial e do desenvolvimento do ambiente de negócios do país”, explicou José Tadros.



### Encontro com presidenciáveis

Com o lançamento da Agenda do Comércio, a CNC está prontamente trabalhando, junto das Federações regionais, para entregar, até o fim das eleições, a Agenda para os principais candidatos à Presidência da República. O primeiro a receber foi o presidente e candidato Jair Bolsonaro, que, em cerimônia realizada pela Confederação, confirmou a intenção de recriar o Ministério da Indústria e Comércio. Outros candidatos à Presidência foram convidados a receber o documento, ouvir as demandas do setor e apresentar as suas propostas referentes ao tema.

Em outra ocasião, o candidato e ex-presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, ao receber as propostas, disse que o diálogo com os setores representados pela CNC

e a criação de políticas públicas que ajudem a economia a crescer e gerem cada vez mais renda para população e ganhos para os empresários, principalmente os micros, são propostas do seu governo. O candidato também relembrou ações do seu governo que ajudam a fomentar a sua abertura para o diálogo, tais como a Lei Geral do Turismo e a Lei Geral da Microempresa.

A candidata Simone Tebet também compareceu à cerimônia para o recebimento da Agenda e, ao ouvir as demandas, destacou que a erradicação da miséria é uma de suas principais propostas, com responsabilidades e metas, sem violação de regras fiscais. Para isso, ela apontou que o apoio à iniciativa privada é fundamental.

“É a primeira vez que a CNC lança esse documento, tão importante para o fortalecimento do setor do comércio em todo o Brasil. Nosso objetivo é discutir com o poder público melhorias para o segmento, com propostas e recomendações elaboradas em conjunto com todas as Federações do Comércio do país e seus sindicatos filiados. Esperamos que os candidatos a presidente da República que receberam o documento utilizem essa Agenda para apoiar um dos setores mais produtivos e de maior geração de renda e emprego no país. É a nossa contribuição ao poder público. Precisamos que o setor privado e público dialoguem mais, por isso abrimos esse canal de diálogo com os candidatos”, comenta Bernardo Peixoto, presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE.



Luís Inácio Lula da Silva também foi contemplado com o documento

### Pautas regionalizadas

As propostas e recomendações presentes na Agenda Institucional focam na legislação brasileira e nas políticas públicas – parte essencial para o desenvolvimento social e econômico do país –, e trazem aspectos de extrema importância e particularidades de cada região brasileira, unificados em tópicos e destrinchados ponto a ponto no documento final.

“Consideramos todos os pontos relevantes e de extrema importância para o segmento. O objetivo da Agenda foi justamente esse: elencar os temas prioritários e sugerir recomendações para o setor público desenvolver o setor nessas áreas de atuação”, diz Bernardo Peixoto.

Entre os pontos referentes à legislação, o documento prima pelas leis trabalhistas, tributárias

e empresariais, além da regulação no âmbito jurídico por meios de normativas e políticas públicas que apoiem a liberdade econômica e o desenvolvimento empresarial. Fomenta, assim, o diálogo entre o poder público e a população (empresários, trabalhadores e empreendedores), além de afirmar que o estímulo a essas áreas contribui para o desenvolvimento socioeconômico do país.

Quanto à infraestrutura, a CNC defende que o país necessita avançar sobre questões de infraestrutura que elevam por vezes o Custo Brasil, afastando investimentos e o crescimento econômico do país. Com a mesma finalidade, visa também a simplificação das exigências ambientais tanto no licenciamento quanto na operação das atividades empresariais.

Educação e bem-estar social são pontos também definidos pela Agenda, que destaca a importância da educação para o desenvolvimento econômico, social e humano no Brasil. Além disso, a adoção de estratégias que promovam e fortaleçam o ensino de qualidade em todas as suas etapas, a formação profissional e a formação continuada de professores e a inovação nos processos educativos são pontos defendidos pelo documento. Sem esquecer que tais diretrizes – frutos de um trabalho em conjunto – visam o bem-estar social e contribuem para que os indivíduos alcancem seus objetivos pessoais e desenvolvam-se plenamente.



Simone Tebet foi recepcionada na CNC e recebeu a Agenda do Comércio



“No documento, elencamos os temas prioritários para o setor do comércio de bens, serviços e turismo. Todos são extremamente importantes e relevantes. Mas, em Pernambuco, especificamente, precisamos mudar o ambiente de negócios, que é um dos piores de todo o país. O Sistema Fecomércio tem trabalhado fortemente com entidades como o Sebrae e o próprio governo estadual, além da Prefeitura do Recife, para mudar o cenário atual, mas precisamos avançar mais”, diz Bernardo Peixoto, quando se refere aos principais pontos para o desenvolvimento do comércio de bens e serviços, sobretudo os relativos à macroeconomia.

A Agenda da CNC defende ser fundamental o país estabelecer e cumprir métricas relacionadas ao controle da inflação, respeitando o teto de gastos, para que ocorra, no médio prazo, uma redução da carga tributária, promovendo, assim, um ambiente favorável ao desenvolvimento socioeconômico do país em conjunto com o fortalecimento do comércio exterior nacional.

A Agenda Institucional será entregue a todos os candidatos à Presidência da República que se prontificarem a dialogar com a CNC e ouvir as demandas do setor. E, regionalmente, aos candidatos ao governo estadual nos debates e sabatinas promovidos pelas Federações do Comércio. Você pode visualizar o conteúdo do documento no site [agendadocomercio.org.br](http://agendadocomercio.org.br). ■





Comércio em Foco

Por Ananda Cavalcanti

# REGISTRAR MARCA É GARANTIA DE SEGURANÇA E LEGALIDADE PARA UM NEGÓCIO

Caracterizada como propriedade industrial, uma marca só pode ser registrada pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (Inpi), diferenciando produtos ou serviços de fornecedores distintos



**A** abertura e o gerenciamento de um novo negócio demandam um conjunto de habilidades e conhecimentos, como entender o mercado e o público. Boa parte dos empreendimentos tem início a partir de um sonho individual ou compartilhado e, por muitas vezes, os empresários esquecem de dedicar atenção ao registro da marca, etapa muito importante, que, se mal planejada, pode se tornar um grande obstáculo para o desenvolvimento da empresa.

O procedimento de registro da marca deve ser realizado pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (Inpi), a única autarquia federal competente para o serviço. “Existe todo um trabalho realizado por especialistas que verificam marcas anteriormente registradas, por exemplo. O pedido de registro é confrontado com as proibições legais para, assim, deferir ou não, a solicitação de registro com fundamentação legal”, comenta o advogado Antônio Mota, da Lustosa, Gouveia, Mota e Correia Advogados.

“O processo pode sofrer exigências de documentação superveniente, sofrer oposição ou sobrestamentos, o que exige um acompanhamento cuidadoso por profissionais qualificados, normalmente um agente da propriedade industrial ou advogado com especialização em propriedade industrial”, explica o advogado. “É fundamental que o detentor de uma marca realize uma pesquisa de viabilidade de marca antes de depositar o pedido de registro no Inpi. Solicitar uma marca com mero acréscimo de uma letra não garante a possibilidade de registro. As marcas devem ser efetivamente diferentes entre si para a convivência ser viável”, acrescenta.

No Brasil, o registro da marca vale por dez anos, sendo prorrogáveis, também, a cada dez anos. É importante salientar que o desuso da marca pode causar a sua invalidação cinco anos após a concessão do registro. “Se o detentor de uma marca não a utiliza, ele pode sofrer um pedido de anulação por algum terceiro interessado, que deseja ostentar aquela marca, sendo ônus do detentor provar que utilizou a marca nos cinco anos anteriores ao pedido de invalidação”, explica Mota.



É fundamental que o detentor de uma marca realize uma pesquisa de viabilidade de marca antes de depositar o pedido de registro no Inpi.

Solicitar uma marca com mero acréscimo de uma letra não garante a possibilidade de registro”

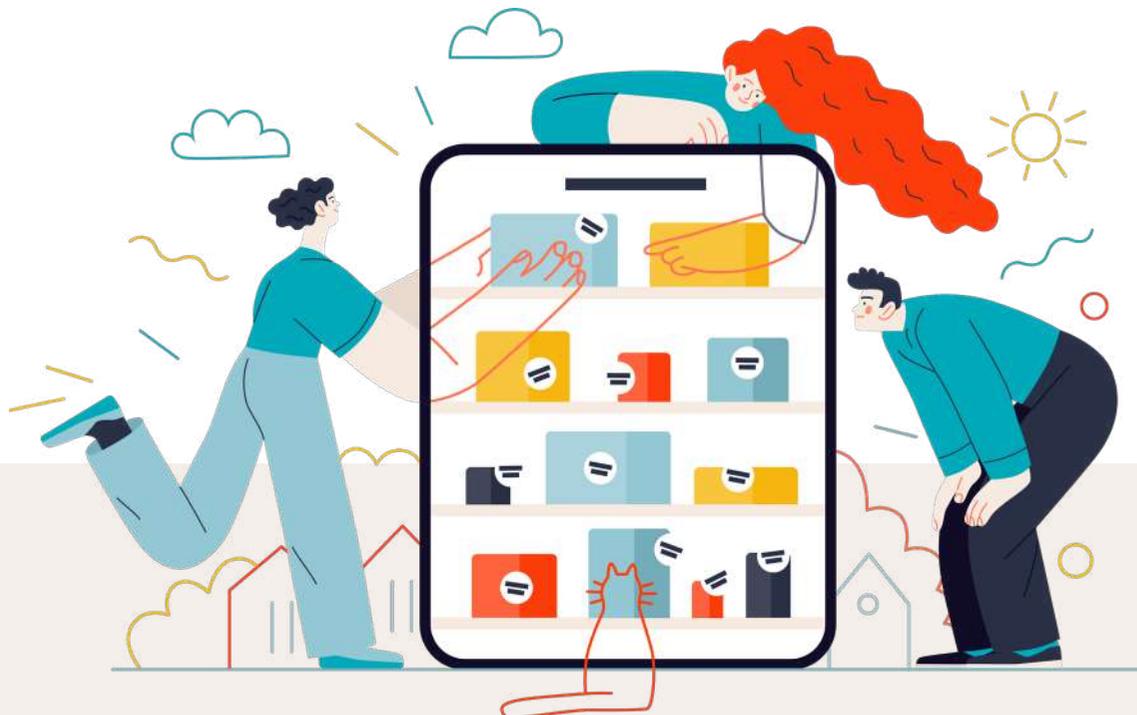
Antônio Mota

Via de regra, é possível que duas empresas em ramos distintos de atuação possuam o mesmo signo. Entretanto, é necessário verificar o público consumidor e a afinidade entre os serviços prestados para analisar se há possibilidade de contratempos. Seguindo a Classificação Internacional de Produtos e Serviços de Nice, que determina a área de atuação das marcas, existem 45 classes nas quais os produtos ou serviços podem ser descritos e a proteção da marca só ocorre sob a classe em que foi solicitada.

O advogado faz um alerta aos empresários que registraram marca apenas na Junta Comercial. “Importante falar sobre isso. A Junta Comercial protege o nome empresarial e a razão social, o que não se confunde com a marca. Duas empresas com nomes praticamente idênticos podem ser arquivadas na Junta Comercial, com acréscimo de apenas uma

letra, o que não representa empecilho para uso da razão social similar. Se a empresa quiser ser proprietária de uma marca, deve procurar um profissional e requerer o registro perante o Inpi. Não há outro caminho viável”, destaca.

Os preços dos serviços do Inpi estão publicados em uma tabela de retribuições constante no manual de marcas. O instituto estabelece taxas reduzidas para pessoas físicas, microempresas e empresas de pequeno porte, reduzindo as retribuições em até 60%. Contudo, se acompanhado por agente da propriedade industrial ou advogado, o que é recomendável, haverá honorários ou remunerações variadas a depender da experiência e expertise do profissional. É normal que exista um valor mínimo estabelecido nas tabelas de honorários da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) para determinados serviços.





### Atenção ao uso indevido de marca

A marca é uma propriedade industrial que se constitui na representação escrita ou visual perceptível, que serve para distinguir produtos ou serviços de fornecedores diferentes, diferente da patente, que é uma propriedade industrial distinta, que auxilia na proteção dos inventos.

Antônio Mota alerta para a ausência de garantia de exclusividade no caso de empresários que não registraram a própria marca: “Sem marca registrada, não é possível falar em garantia de que o uso prévio vai assegurar o direito de manter a utilização ou reparação por danos materiais ou morais por detentores de marcas registradas que sejam similares”. Segundo o advogado, mesmo que a empresa use uma marca por 40 anos, caso não tenha se preocupado em realizar o depósito da marca no Inpi, a exclusividade do uso do termo não está assegurada, sendo aquele termo apropriável pela concorrência.

Ainda de acordo com o especialista, ao descobrir que uma outra empresa está utilizando o mesmo nome ou marca da sua empresa, é necessário agir imediatamente. “Primeiro, é importante consultar um advogado com especialidade na área, para que algumas medidas sejam tomadas, como verificar o registro da marca perante o Inpi, a afinidade mercadológica e se há risco de confusão ao público consumidor, bem como reunir provas dessa usurpação”, reforça.

“O timing é muito importante e as penalidades pelo uso indevido de marca são severas, principalmente, se a empresa que detém a marca a licencia onerosamente a outras empresas. É possível cobrar royalties, perdas e danos, bem como reparação por danos morais. É comum que os advogados das partes troquem notificações e contranotificações para perceber as intenções da parte contrária antes de procurar o Judiciário”, informa o especialista. ■





Com Gosto de Saber

Por Davi Souza

# TRANSFORMAÇÃO DIGITAL PARA O VAREJO DE SHOPPING NO ESTADO

Programa Figital Experience qualifica lojistas e seus colaboradores pernambucanos para as demandas do e-commerce. Uma integração do físico com o digital

**A**o longo da história do varejo pernambucano, o modelo comercial de shopping center – iniciado há 42 anos – apresentou-se como um marco na forma de comprar e vender. A estratégia de concentrar em um mesmo ambiente lojas de diferentes segmentos, sob os valores de conforto e segurança, fez com que, pouco a pouco, os tradicionais centros comerciais da cidade fossem diminuindo sua clientela. No entanto, com o desenvolvimento tecnológico e crescimento do e-commerce, os shoppings e o varejo de um modo geral sentiram a necessidade de se reinventar, dando continuidade à qualidade do modelo presencial e implementando novas abordagens na venda on-line. Pensando

nisso, o Sistema Fecomércio/ Sesc/Senac-PE, em parceria com a Associação Pernambucana de Shoppings Centers (Apesce), a Associação Lojistas dos Shoppings de Pernambuco (Aloshop) e o Cartão do Empresário lançaram o Figital Experience – Programa de Formação para Lojistas de Shoppings e seus Colaboradores, buscando sintonizar o varejo a esse novo momento.

De acordo com a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), em 2021, o setor de vendas on-line obteve faturamento de R\$ 150,8 bilhões, mesmo com a reabertura das lojas físicas. E isso, por sua vez, representa um crescimento de 19% comparado ao ano anterior. Como resultado, a expectativa para 2022 é que as vendas on-line cresçam 12% e a projeção de faturamento é de R\$ 169,5 bilhões.

O presidente da Aloshop, José Ricardo Galdino, explica que o consumidor atual possui diversos ambientes digitais e físicos para pesquisar suas marcas preferidas e realizar suas compras. E estudar o comportamento do consumidor, entendendo a integração dos canais que eles utilizam, tem sido o grande desafio para o varejista atual. “Uma pesquisa recente da Maplink aponta que 73% das pessoas utilizam multicanais on-line para realizar suas compras, tendo por ponto de entrega lojas físicas ou as residências dos compradores. Sendo assim, o alinhamento e a integração das vendas, aliados à capacitação da equipe de colaboradores, podem impulsionar um resultado de vendas agregadas ainda maior, especialmente nas lojas físicas que trabalham bem nesse ambiente de negócios”, afirma Ricardo Galdino.



José Ricardo Galdino

José Luiz Muniz

Lançamento Figital

Com esses números por base, o Programa Figital tem por intuito fortalecer a atuação dos shoppings como “mall as a hub”, passando a ser não apenas um local de compras presenciais, entretenimento e serviços, mas também um centro logístico, facilitando a venda on-line e a entrega do produto ao consumidor. Para alcançar esse objetivo, a iniciativa utiliza lives, oficinas, mentorias e cursos com abordagens diferenciadas para lojistas e colaboradores, oferecendo conteúdo para unificar e fortalecer a atuação das lojas.

O entendimento do mercado como um todo é que o varejo sempre existirá, no entanto, as transformações ao longo do tempo serão inevitáveis. A partir

de tais mudanças, o presidente da Apesce, José Luiz Muniz, analisa os parâmetros trazidos pelas plataformas digitais para o varejo nos últimos anos: “O desenvolvimento do mercado e das tecnologias nos deram possibilidade de incluir nos espaços físicos a venda on-line, que é uma realidade explorada e será uma grande parceira nos próximos anos do varejo físico. Ela favorece a pesquisa e a comparação de preços, e sobretudo a possibilidade de conhecer o produto de perto, ver outros itens e decidir entre uma grande variedade. A experiência de compra hoje ganha, com o Figital, a complementaridade entre o físico e o digital, e essa tem sido uma das mudanças que caracterizam o varejo”.

Dentro da programação das lives do programa Figital, são oferecidos conteúdos como “Storytelling – engajar para vender mais” e “Tendências de consumo”. Já as oficinas mostram a “Omnichannel como estratégia no novo varejo”, “Fotografia pelo smartphone – aplicações em redes sociais para ampliar vendas”, “Pedido perfeito: frete, entrega, notas fiscais, trocas e devoluções”, “Vendas on-line gerando resultados” e várias outras opções.

Para abordar os temas citados acima, o programa selecionou nomes como Silvio Meira, Izabela Domingues, Rosário de Pompéia, Fagner Ikamaan, Gersiane Cysneiros, Márcio Borba, Jorge Amaral, Betânia Paixão, Luciano Fernandes, Vanda Moura e Lucas Emanuel Araújo.

## Pandemia

Parte dessas transformações e conhecimentos abordados no Figital é fruto das necessidades analisadas no varejo durante o momento pandêmico que vivenciamos nos últimos dois anos. O movimento de isolamento social durante 2020, ocasionado pelo alto nível de contágio da covid-19, incentivou vários setores a acelerarem o processo de transformação digital. Por isso, os shoppings centers e lojistas de estabelecimentos físicos, pela proibição das negociações presenciais, tiveram que ir para o meio digital, criando, por consequência, um novo perfil de negócio e cliente.

“Tradicionalmente, os shoppings sempre foram centros de compras, lazer, convivência e serviços. Com a pandemia, o sentido mudou, e a loja física se transformou, cada vez mais, em um espaço de experiência e diferencial logístico. Por meio do Figital Experience, nossa ideia é oferecer uma oportunidade para lojistas de shoppings capacitarem suas equipes no comércio on-line nesse novo momento em que o físico e o digital caminham cada vez mais juntos, e os shoppings funcionam como um espaço de convergência dos canais de vendas”, afirma o presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE, Bernardo Peixoto. ■



Thomaz Lera

“É um projeto bastante relevante, sucinto e objetivo. O Figital pode contribuir bastante para a implantação da cultura omnichannel, que associa essa nova onda digital ao que já temos de melhor no comércio físico. É uma oportunidade única tanto para pequenos quanto para grandes empresários”, diz Thomaz Lera, diretor da Broomer.





Artigo

Por Tania Bacelar

# A ECONOMIA DE PERNAMBUCO: UMA VISÃO POSITIVA

**N**a atual conjuntura de crise mundial e nacional, tendem a ser destacadas dificuldades e evidenciados aspectos negativos da realidade econômica estadual. O ambiente pré-eleitoral tem reforçado essa visão. Quem não conhece o estado de Pernambuco e está querendo aqui investir pode ter uma leitura equivocada do ambiente econômico pernambucano. Tenho, no entanto, uma visão diferente e positiva.

O estado aproveitou e construiu ativos importantes, em especial neste século, e sua atividade econômica – medida pelo Produto Interno Bruto (PIB) – vem apresentando desempenho acima da média nacional.

Quando o país mergulhou na crise atual, que a pandemia ampliou, Pernambuco vinha de um bom momento econômico, em especial porque, entre 2007 e 2013, captou um importante

bloco de investimentos (volume estimado em cerca de 2/3 de seu PIB), o que deixou um saldo muito positivo. Cabe destacar que a presença do Complexo de Suape foi importante, visto que a existência de um distrito industrial acoplado a um porto moderno teve poder de atração relevante, tanto que ele abriga, atualmente, 224 empresas, tendo atraído investimentos de grande porte em petróleo, petroquímica e indústria naval, equipamentos destinados à geração de energia eólica, produção de bebidas e alimentos, entre outros, como plantas da indústria farmacêutica.

Num contexto no qual o Brasil perdia consistência industrial, o bloco de investimentos aqui aportado centrou-se na indústria (cerca de 2/3 do volume captado), o que fez a economia estadual marchar na direção oposta à do país no seu conjunto, reindustrializando-se. A indústria de Pernambuco tem hoje quase 1/3 do emprego industrial da região Nordeste e seu peso na economia regional é cerca de 1/5.

## Pernambuco diverso, crescendo também no interior

Trouxemos, por exemplo, naquele instante, o complexo automotivo instalado na Mata Norte, que disseminou sistemistas no entorno, valorizou a utilização de mão de obra local (mais de 2/3 são do entorno) e se articula com outros segmentos da base produtiva estadual. A articulação com o Grupo Moura – fundado no Agreste pernambucano para fabricação de baterias, em 1965 – merece destaque, posto que estão associados para realizar pesquisas que levem ao desenvolvimento de veículos elétricos, uma das macrotendências do mercado mundial.

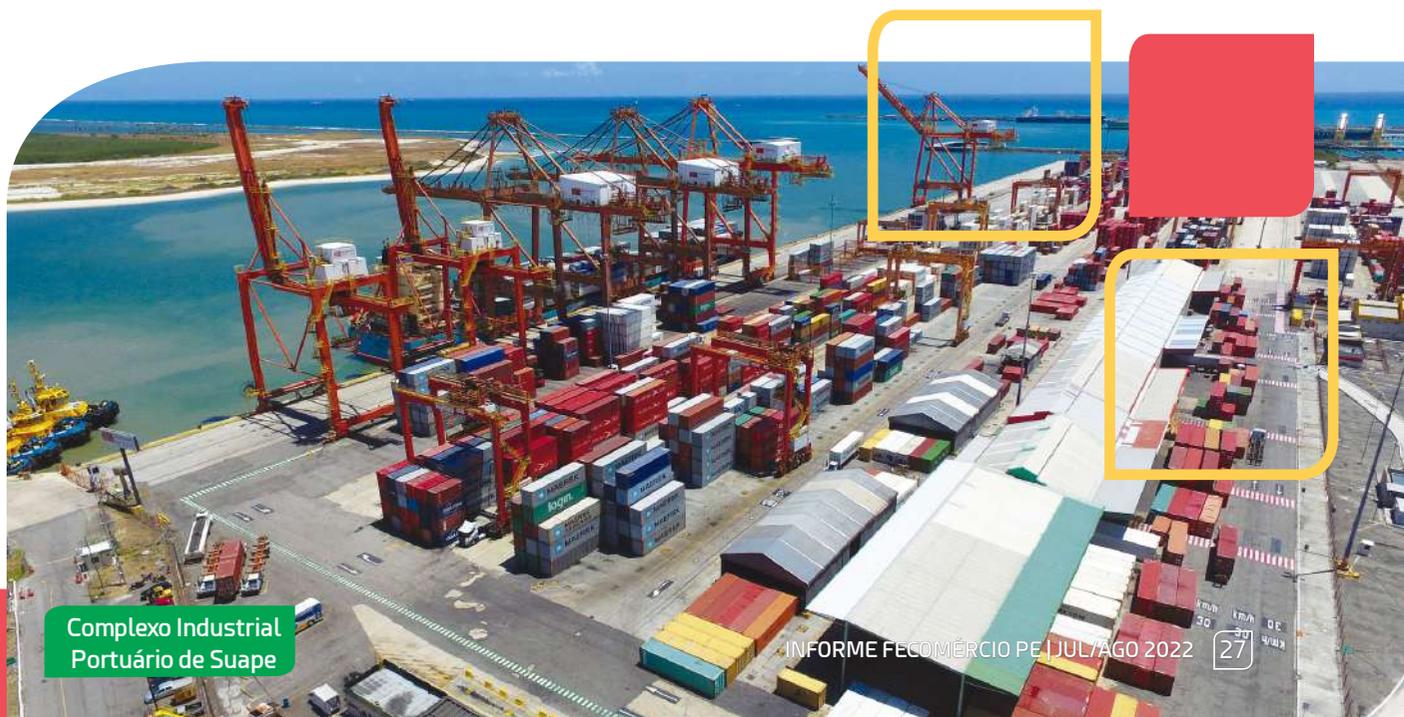
O fato é que, enquanto a velha indústria automotiva fechava suas fábricas Brasil afora, Pernambuco sedia um complexo automotivo ligado hoje a um grupo mundial que disputa liderança nas mudanças que virão nos próximos anos nesse segmento. Assim, a nova indústria automotiva do Brasil tem endereço: Pernambuco.

Em paralelo, sua base agropecuária se transformou, consolidando polos produtivos importantes como o da fruticultura do São Francisco e abrigando novos. O polo avícola é um deles, com Pernambuco sendo, hoje, o maior produtor do Nordeste. A pecuária leiteira aliada à indústria de laticínios coloca o estado em segundo lugar na região.

Em paralelo, a base universitária vem avançando no ensino, pesquisa e extensão da agroecologia, conhecimento que tende a transbordar para a base agropecuária em transformação no estado, em particular a dos numerosos produtores familiares de alimentos. O importante “choque de inovação” para elevar a produtividade dessa base, num contexto no qual o bioma caatinga tende a ser visto na sua riqueza, em tempos de avanço da bioeconomia, está mais perto! E a população tende a preferir alimentos saudáveis.

Por fim, o terciário pernambucano se expandiu, diversificou-se e interiorizou-se, fortalecendo cidades de porte intermediário no interior do estado. Tanto que a Região Metropolitana do Recife, mesmo abrigando fatia dominante dos investimentos novos, sendo o polo de comando da fase mais positiva, perdeu peso relativo na economia estadual: representava 66% em 2002 e caiu para 57% em 2018, resultado da pujança do interior.

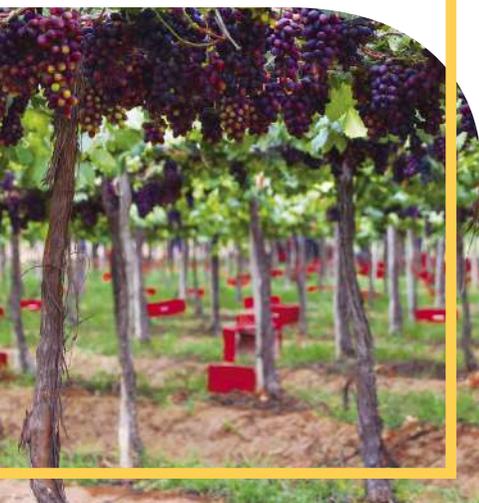
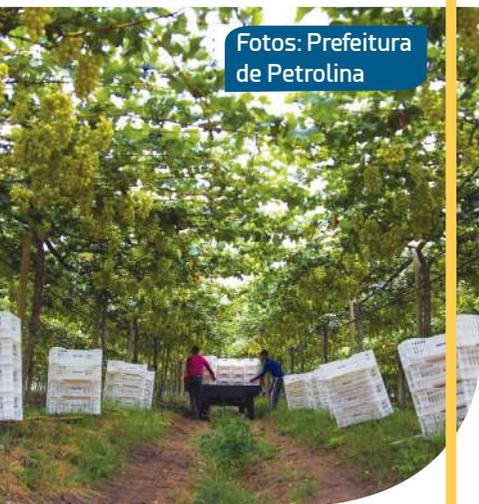
Não é à toa que entre candidatos ao governo estadual, três protagonistas vêm de cidades do interior: Caruaru, Surubim e Petrolina. Caruaru e Petrolina foram atores relevantes no movimento de interiorização do desenvolvimento estadual, impactando positivamente seu entorno, para não falar de outros polos, como o de Serra Talhada, que me surpreende a cada dia, e da região de Garanhuns e entorno, que também vem abrigando novas iniciativas.



Complexo Industrial Portuário de Suape



Fotos: Prefeitura de Petrolina



Tania Bacelar

O mais relevante é que o estado dispõe agora, em especial no interior, de um novo ativo: jovens razoavelmente qualificados, resultado da interiorização da rede de escolas de nível médio em tempo integral e da base universitária. Uma juventude ávida por estímulos e apoio para contribuir, como empreendedor ou como trabalhador, na expansão da economia estadual.

Nos serviços, merecem destaque especial, em Pernambuco, os chamados serviços especializados. Dentre eles, os serviços médicos, com a capital, o Recife, abrigando o segundo maior polo do país, e em ebulição no momento, sinalizando para novos investimentos e novo padrão organizacional. Isso no momento em que a pandemia chamou a atenção dos países, inclusive do Brasil, para a valorização do complexo econômico da saúde. Pernambuco tem tudo para engatar nesse movimento, incluindo alguns polos regionais de serviços de saúde, como o de Serra Talhada.

Outros destaques nos serviços especializados são os serviços jurídicos, os de engenharia consultiva, os de apoio à gestão empresarial, entre outros. Gente qualificada e empreendedores ousados construíram esse ativo.

Os serviços de logística, por sua vez, foram fortalecidos pela presença de Suape e o estado vem reafirmando essa sua antiga vocação. Atento às mudanças nos padrões de logística mundial, Pernambuco vem ampliando seu protagonismo nesse campo, contando com vários polos de distribuição ao longo de seu eixo leste-oeste.

Um último destaque é a rica e diversificada base cultural do estado, que pode se articular com várias outras atividades (como os serviços ligados ao turismo), via economia criativa, atividade que emprega muito e ganha força mundo afora.

Portanto, temos sementes férteis para avançar rumo ao futuro. Não podemos olhar apenas para o retrovisor, pois muitas mudanças em curso no mundo são de caráter estrutural, vieram para ficar e a pandemia as acelerou... Elas desafiam, mas também estimulam Pernambuco.

O mundo ruma firme, por exemplo, para consolidar a era digital e avançar na era das energias limpas como elemento de partida para a descarbonização, o que reforça a importância de serviços especializados. E Pernambuco tem ativos relevantes para ser agente importante dessas mudanças.

A presença do ecossistema construído em torno do Porto Digital (hoje abrigando 350 empresas e cerca de 15 mil colaboradores) e a tradicional e competente base científica e educacional do estado fazem de Pernambuco um polo irradiador da aplicação de

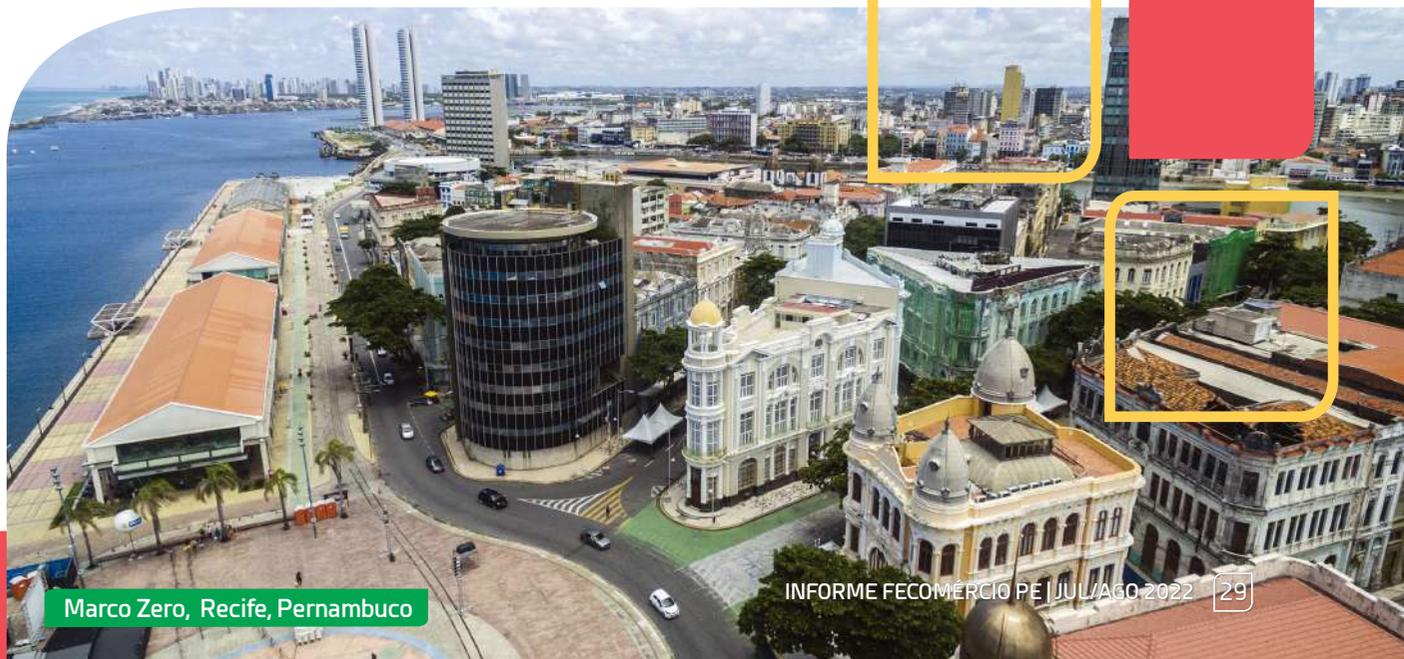
novos conhecimentos e gerador de serviços especializados crescentemente relevantes. O Porto Digital é fruto da base competente de educação, ciência e tecnologia e da capacidade empreendedora de pernambucanos, e pode ser um habilitador da transição para a era digital da base produtiva vinda da era analógica. Poucos lugares no Brasil têm esse potencial.

Para a transição rumo ao desenvolvimento sustentável, a presença proeminente do estado nos mapas brasileiros dos ventos e do sol já deu o start para os avanços na mudança da matriz energética. Em paralelo, a produção de etanol e biogás a partir da biomassa da base canavieira vem se firmando. E grandes grupos mundiais já negociam presença em Suape para produzir o hidrogênio verde.

O principal desafio de Pernambuco não está na dinâmica ou estrutura de sua economia,

mas no direcionamento do seu processo de desenvolvimento. Os dados do mercado de trabalho (alto desemprego, crescente informalização, elevada subutilização desse potencial produtivo) são alertas nessa direção. Aí está a verdadeira fragilidade de Pernambuco: seu quadro social. Com cerca de 4,7% da população brasileira, o estado representa apenas 2,6% do PIB do país. Esse hiato estrutural requer enfrentamento especial. Esse seria um foco de discussão central para pensar o futuro com uma aposta firme na qualificação dos recursos humanos, o que requer propostas consistentes que dialoguem com as mudanças em curso no mundo e com os ativos aqui referidos. ■

**Tania Bacelar de Araújo,**  
economista, mestre e doutora em  
Economia pela Universidade de  
Paris Panthéon-Sorbonne, sócia-  
diretora da Ceplan e consultora  
da Fecomércio-PE





Rayanne Menezes



Capa

Por Stephanie Männicke

# MODA COM PROPÓSITO

Como a moda autoral revoluciona as formas de consumir e preservar o meio ambiente

**A indústria têxtil e de confecção produz mais de 175 mil toneladas de resíduos anualmente. O movimento slow fashion surgiu como uma alternativa socioambiental mais sustentável no mundo da moda**



fast fashion (moda rápida, em tradução livre) transformou a moda mundial a

partir dos anos 1990, oferecendo peças com preços acessíveis graças à produção em grande escala. Mesmo tendo conquistado os consumidores, esse movimento acaba oferecendo vestimentas de qualidade inferior e com pouca durabilidade. A consequência é a poluição do meio ambiente de maneira devastadora.

Segundo o relatório Fashion on Climate, da organização Global Fashion Agenda com a consultoria McKinsey and Company, as empresas do mundo da moda emitiram, apenas em 2018, cerca de 2,1 bilhões de toneladas de gases de efeito estufa em todo o mundo. Setenta e cinco por cento das mais de 100 bilhões de peças de roupa produzidas no mundo por ano vão parar no lixo. Só no Brasil, anualmente são produzidas 9 bilhões de peças de roupas – o suficiente para vestir toda população mundial. Cerca de 170 mil toneladas de lixo têxtil são produzidas por ano, e o destino final de 80% delas é o descarte indevido em aterros sanitários ou a incineração.



Precisamos nos reimaginar para interromper essa cadeia de desperdício e destruição do nosso planeta-casa-terra. Buscamos criar uma alternativa de consumo realmente sustentável”

Mariana Amazonas

Com isso, surgiram nos últimos anos alguns movimentos de consumo de moda consciente, como o slow fashion, que vem ganhando cada vez mais espaço e a simpatia dos consumidores. O movimento ascendeu como uma forma de trazer novos ares à moda. A moda autoral está intimamente ligada ao slow fashion, criando o conceito de moda com propósito. O estilista acompanha todo o processo de produção, desde a escolha da matéria-prima até a chegada para o consumidor final. Valores, identidade, estilo, cultura, personalização de quem cria são alguns dos diferenciais das marcas autorais.

Foi em uma pesquisa de design que em 2020 surgiu a Roda, marca de moda autoral pernambucana com a ideia de transformar roupas esquecidas no fundo do armário e outros resíduos têxteis em novas peças com diversidade de estampas, tecidos e paletas de cores. A técnica é chamada de upcycling ou reutilização criativa, usando produtos e resíduos aparentemente inúteis e criando novas peças com maior valor agregado.

Mariana Amazonas, uma das sócias da Roda, explica que a marca surgiu como forma de interromper o ciclo de desperdício e poluição. “A crise climática e social que enfrentamos não nos dá outra escolha. Precisamos nos reimaginar para interromper essa cadeia de desperdício e destruição do nosso planeta-casa-terra. Buscamos criar uma alternativa de consumo realmente sustentável. Trabalhamos com o que a matéria prima nos informa, reunimos diferentes pessoas para conduzir o processo e 'dar à luz' o que aquele material pode fazer de melhor. Não impomos desejos, identificamos potencialidades”, ressalta.

Tanto a moda autoral como formas de consumo sustentáveis estão em grande ascensão, devido ao novo mercado de consumidores e preocupações com produções mais limpas de itens e serviços. Nos últimos anos, a moda sustentável alcançou escalas comerciais sem precedentes. Segundo pesquisa realizada pela Research and Markets, o crescimento mundial do setor deve passar de US\$ 6,3 bilhões em 2019 para US\$ 8,2 bilhões em 2023.



Manu Moreira, também sócia da Roda, afirma que, agregando a moda autoral ao processo sustentável, é possível garantir um futuro melhor para todos. “Ao unir esses dois elementos, verdadeiramente, ao processo produtivo, podemos criar uma forma de produzir que torna o futuro um lugar possível para humanidade. O futuro precisará ser circular e local! Produções lineares e de escala de massificação são inviáveis em uma sociedade que valoriza e preserva o meio ambiente. Percebemos uma grande oportunidade de desenvolvimento. Ainda é maioria o número de pessoas que consome moda sem entender o impacto social e ambiental dessa cadeia. E essas pessoas estão acordando para essa realidade”, avalia.

Rayanne Menezes é digital influencer e estudante de moda e tem uma relação íntima com os processos de elaboração de peças. Neta de costureira, para ela, a moda autoral vai além de estilo. Tem a ver com cultura e afeto e as marcas locais trazem isso para o

estilo de consumo dela. “Sempre tive esse olhar muito íntimo com a moda. A minha avó era costureira de grupos culturais daqui de Pernambuco. Desde pequena eu estava embrenhada com a cultura e, quando a gente fala de cultura, a gente fala de moda também, é uma mistura legal. Então é um sentimento íntimo, familiar, bem subjetivo mesmo, que vai além do vestuário, além de qualquer coisa. É uma das recordações mais afetivas que eu tenho.”

Em seu trabalho como digital influencer, Rayanne defende a produção mais sustentável e divulga diversas marcas locais. “São pequenos produtores que às vezes começam com tão pouco, num cantinho de casa, e eu fico muito feliz de ver essas marcas hoje em dia explodindo na área comercial. É uma motivação muito grande pra mim pesquisar na área de moda e me tornar aliada dessas marcas locais. O consumo de marca local é necessário e urgente também por questões ambientais, por questões sociais e eu acho que é necessário que nós, influenciadores, façamos esse fortalecimento”, destaca.



O consumo de marca local é necessário e urgente também por questões ambientais, por questões sociais e eu acho que é necessário que nós, influenciadores, façamos esse fortalecimento”

Rayanne Menezes



Mariana Amazonas e Manu Moreira



O futuro precisará ser circular e local! Produções lineares e de escala de massificação são inviáveis em uma sociedade que valoriza e preserva o meio ambiente”

Manu Moreira



### Profissionais do futuro sustentável

O mercado está passando por um momento de transformação, no qual se destaca a experiência do usuário no consumo de produtos e serviços. Segundo a WGSN – plataforma de tendências e comportamento de consumo de moda –, as futuras inovações para o ano de 2023 estão ligadas aos novos rituais terapêuticos e casas higiênicas, a profissionais criativos explorando a robótica e o metaverso.



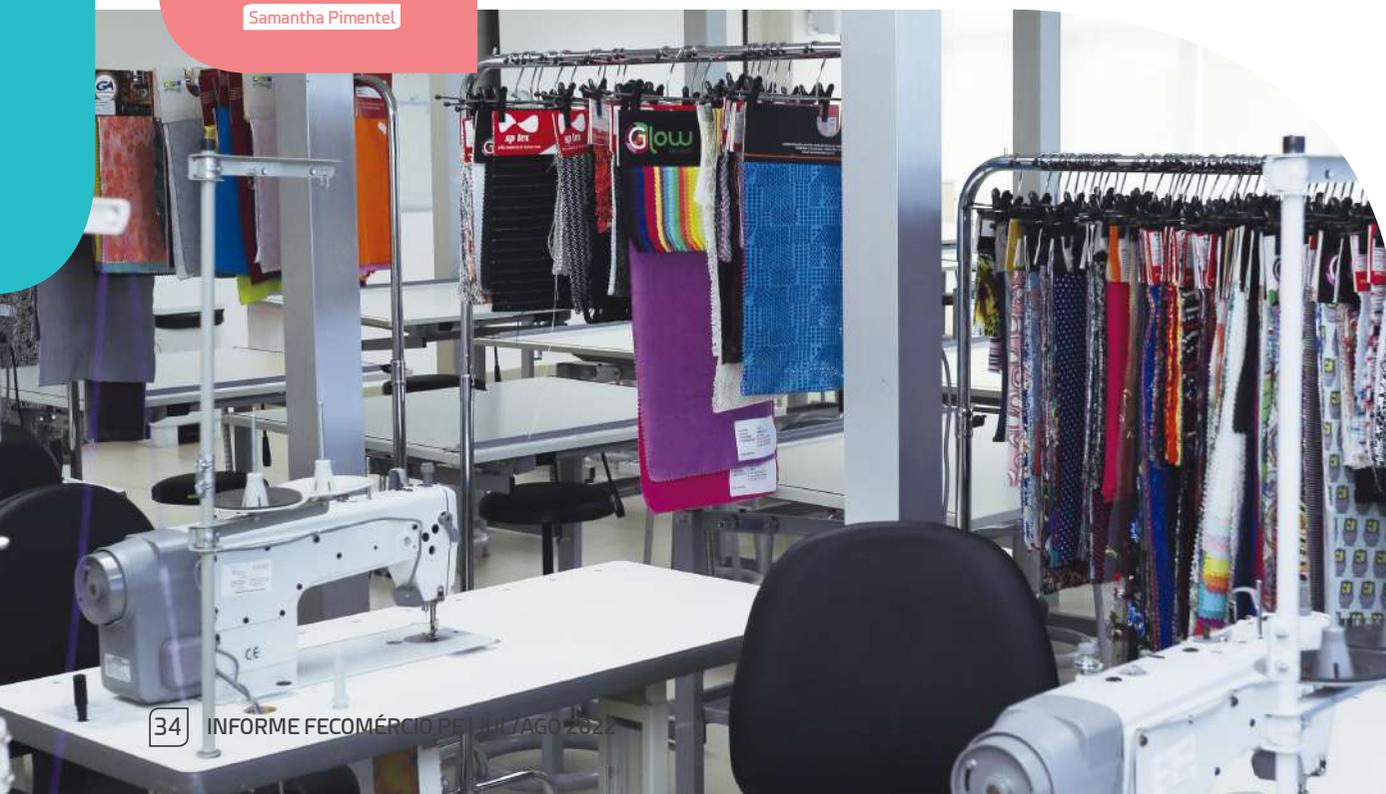
As vantagens desse mercado, serviços e estabelecimentos são de oportunizar produtos e serviços diferenciados, mais limpos, orgânicos e que propiciam as manualidades do mercado local e seus criadores”

Samantha Pimentel

Tanto a moda autoral como formas de consumo sustentáveis estão em grande ascensão, devido ao novo mercado de consumidores e preocupações com produções mais limpas de produtos e serviços. A professora do curso de Design de Moda da Faculdade Senac Samantha Pimentel destaca que, entre as vantagens, está a potencialização dos produtos. “As vantagens desse mercado,

serviços e estabelecimentos são de oportunizar produtos e serviços diferenciados, mais limpos, orgânicos e que propiciam as manualidades do mercado local e seus criadores, além de potencializar para que esse produto possa alcançar novos cenários e mercados”, explica.

O curso superior de Tecnologia em Design de Moda da Faculdade Senac possibilita aos participantes elaborar e gerenciar projetos para a indústria de confecção do vestuário levando em consideração os aspectos estéticos, simbólicos, ergonômicos e produtivos que contemplem o processo de criação, produção e comercialização de produtos de moda. Busca formar um profissional plural que possa atuar desde o processo de criação e desenvolvimento de produtos, até mesmo ao que se ocupa dos trabalhos de marketing em redes sociais e produções de moda.





Na formação desse profissional, inclui-se a linguagem visual, impressa por meio do designer de superfície e estamparia. “Nessa linguagem visual, experienciamos técnicas digitais e processos manuais, desde tingimentos até estamparias localizadas por carimbos e texturas construídas manualmente, potencializando o produto de moda final”, explica a coordenadora do curso, Daniela Oliveira.

O mercado de moda autoral procura destacar nos profissionais do ramo um produto com maior qualidade. Daniela reforça que o formato de produção é o que mais vai chamar atenção do consumidor. “Uma história por trás daquele produto, um produto

diferenciado e que tenha um toque especial daquele autor, cidade ou região que mora. Mas, o principal é destacar o formato de produção (limpa, orgânica, quem fez, qual a matéria-prima). O consumidor busca, além de um produto diferenciado, um processo de produção mais limpo e transparente”, avalia.

O curso, de cinco meses de duração, oferece semestralmente 80 vagas para o turno da manhã e noite no Campus do Recife e 32 vagas para o turno da noite no Campus de Caruaru, Agreste do estado.

Interessados podem se inscrever no site <https://faculdadesenacpe.edu.br/graduacao/design-de-moda/>



Nessa linguagem visual, experienciamos técnicas digitais e processos manuais, desde tingimentos até estamparias localizadas por carimbos e texturas construídas manualmente, potencializando o produto de moda final”

Daniela Oliveira



# SESC. EDUCAÇÃO POR INTEIRO PARA UM FUTURO MELHOR.

**MATRÍCULAS  
ABERTAS**



REDE DE  
ESCOLA COM  
MAIS DE 20  
ANOS DE  
ATUAÇÃO NO  
ESTADO.

Educação  
Infantil e Ensino  
Fundamental





Entrevista

Por Eduardo Sena

# TECNOLOGIA À SERVIÇO DA SEGURANÇA PÚBLICA



Jean Turet

**F**erredouro de talentos no segmento tecnológico, Pernambuco emplacou mais um dos seus entre os grandes do mundo: Jean Turet, pesquisador e doutorando em Engenharia de Produção na Universidade Federal de Pernambuco, recebeu o título de Jovem Pesquisador do Ano de 2022, na Conferência Internacional sobre Tecnologia do Sistema de Apoio à Decisão. O posto é concedido anualmente ao melhor projeto da área do mundo, após criteriosa avaliação do Euro Working Group, um comitê formado por pesquisadores europeus. A pesquisa apresentada por Jean foi o software DS.Security, capaz de mapear ruas, bairros e regiões, indicando a possibilidade de ocorrências de furto, roubo e homicídio. O sistema utiliza inteligência artificial e machine learning (aprendizado de máquina), podendo ser abastecido em tempo real com os relatórios públicos sobre a criminalidade e com a coleta e filtragem de conteúdos de imagens e textos compartilhados nas redes sociais por usuários comuns. Isso significa dizer que o sistema integra esses dados em um único repositório onde algoritmos de inteligência artificial possam atuar para predição e classificação de crimes. Tendo como pano de fundo os desafios da segurança pública e suas soluções ancoradas na tecnologia, a Informe Fecomércio conversou com o pesquisador, que também coordena o curso de Engenharia de Produção da Faculdade Nova Roma.



**Informe Fecomércio - Sua formação acadêmica combina Sistema de Informação e Engenharia de Produção. Ao longo de sua carreira, como tem sido a convergência dessas áreas ao seu interesse pela questão da segurança pública?**

**Jean Turet** - Sistemas de Informação (área de pesquisa dentro da Engenharia de Produção) é uma grande área pertencente ao conjunto tecnológico. Um profissional formado nessa área procura desenhar, gerenciar e administrar sistemas em suas mais diversas vertentes, como é o caso da segurança pública. Ao fazer meu mestrado e doutorado em Engenharia de Produção, procurei alinhar a concepção de sistemas com a otimização de processos, características marcantes de um profissional de Engenharia de Produção. Logo, unir os dois mundos foi de grande importância para a concepção de modelos e criação de sistemas que melhorem o cotidiano da segurança pública.

**IF - Em suas palavras, a ideia do software DS.Security “é que a informação chegue antes do crime”. Como ele atua para isso?**

**JT** - Na realidade, esse software trabalha com uma metodologia híbrida de análise de dados estruturados e não estruturados, que permite incorporar dados pertencentes a órgãos públicos e dados de opinião pública. Essa metodologia foi publicada a partir de um artigo (*Hybrid methodology for analysis of structured and unstructured data to support decision-making in public security*) em um periódico de referência na área (Data & Knowledge Engineering). Com isso, algoritmos de aprendizagem de máquina podem atuar para realizar diversos processos, como classificação, predição, dentre outros.



Jean Turet

**IF - Como os resultados gerados pelo software podem atuar como prova juridicamente válida nos processos criminais?**

**JT** - O software emite relatórios, constantes, que auxiliam nesse processo.

**IF - Alguns dos principais valores percebidos no sistema é a sua formatação alicerçada nos pilares de aplicabilidade, viabilidade, impacto social e inovação. Como acontece essa costura entre os quatro eixos?**

**JT** - O software claramente se baseia nesses pilares, uma vez que é um software otimizado às necessidades dos órgãos envolvidos, compreendendo fatores estruturais. E, por outro lado, está altamente ligado à sociedade, providenciando que ações sejam mais assertivas no combate à criminalidade. O software providencia uma nova forma de análise de dados e construção desse banco de dados, o que possibilita maior acurácia aos algoritmos.



**IF - O software DS.Security recebeu o título de melhor produto tecnológico pela Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, tendo chamado a atenção pela assertividade e elevado índice de acurácia, de 88%. Até que ponto esses 12% podem provocar o injusto? Em um caso de reconhecimento facial, em 2019, no Rio de Janeiro, uma senhora inocente foi confundida com uma criminosa, que já estava presa desde 2015.**

**JT** - Além desse prêmio, também recebemos um prêmio internacional do Euro Working Group on Decision Support Systems EWG-DSS 2021 Young Researcher of the Year, 2022. Esses prêmios estão associados não somente com a taxa de acurácia do nosso software, mas com o processo de inovação e impacto social. Esse processo pode acontecer, como ocorreu no caso do Rio de Janeiro. Contudo, o sistema evolutivo do software e a aprendizagem constante permitem diminuir essa defasagem probabilística. Além disso, uma forma de minimizar esses 12% está na expertise de quem está no processo de segurança pública. Jamais um software vai substituir, mas sim contribuir com o processo de análise. O nosso software não possui reconhecimento facial, sendo seu foco em dados estruturados e dados não estruturados (como textos). Dessa forma, a injustiça não estaria presente nesse processo, uma vez que seu foco é na classificação e predição de crimes.

**IF - Algumas cidades brasileiras vêm utilizando dados em conjunto com ferramentas como Internet das Coisas (IoT), videomonitoramento, inteligência artificial (IA) e analytics para apoiar o planejamento de políticas públicas. Tem o City Câmeras, de São Paulo, iniciativas da Polícia Militar do Rio, da Secretaria de Segurança Pública da Bahia. Essa tendência de os governos buscarem analytics para melhorar a dinâmica das cidades, a prestação de serviços e a qualidade de vida dos cidadãos é um caminho sem volta?**

**JT** - Sem dúvidas. Acredito que a tendência sempre será encontrar novos meios de melhorar esses sistemas e permitir previsões cada vez mais assertivas.

**IF - Como o estado de Pernambuco e o Recife podem avançar nesse sentido?**

**JT** - Pernambuco já possui importantes programas de promoção da segurança, como é o caso do Pacto pela Vida. Creio que a incorporação desse programa com soluções em big data e inteligência artificial é um importante caminho.

**IF - Essa estrutura aciona o debate em relação à proteção de dados, privacidade e lembra aquela máxima do poeta romano Juvenal, “Quis custodiet ipsos custodes”. Quem há de vigiar os próprios vigilantes?**

**JT** - Sem dúvidas, essa é uma importante discussão. No caso do nosso sistema, a inclusão de dados se limita a fatores regionais, preservando qualquer tipo de vítima ou criminoso. O que precisamos ter em mente é sempre identificar meios de segurança da informação, providenciando que os dados estejam protegidos e livres de qualquer ameaça.

**IF - Japão, Coreia, China, Hong Kong, Taiwan e Cingapura registraram um maior controle da pandemia pela rigidez da vigilância digital. Tudo em prol da segurança coletiva ante um individualismo acentuado. O sociólogo Zygmunt Bauman costumava dizer que “Segurança sem liberdade é escravidão. Liberdade sem segurança é caos”. Como avalia esse pêndulo “liberdade-segurança” tão difícil de equilibrar? Há como contemplar individualidades e coletivismos quando o assunto é segurança pública?**

**JT** - Acredito que temos que sempre contemplar as duas vertentes. Estamos em uma sociedade diversificada que preza pela sua liberdade de expressão, individualidade e coletivismo. A segurança e os sistemas precisam garantir que esses pilares estejam sempre operantes para promoção da assistência social. Por outro lado, a sociedade precisa compreender seu papel como cidadã e até onde vão os seus direitos e deveres. Fazendo isso, acredito em um processo de “liberdade-segurança” mais eficaz.

**IF - Estamos em ano eleitoral e a pauta de segurança pública é sempre uma questão cara nos debates políticos. O que você perguntaria a um candidato a governador, por exemplo, e o que move essa pergunta?**

**JT** - Como a análise de dados em tempo real contribui para ações em segurança pública? Sem a análise de dados, não há como identificar caminhos e tendências em segurança pública.■



# UMA NOVA FORMAÇÃO NA PALMA DA SUA MÃO

Ao ampliar a visão estratégica, o Cartão do Empresário volta seus olhos para a educação e oferece a possibilidade de parceiros ampliarem sua qualificação profissional





**E**m menos de dois anos de atuação no estado de Pernambuco, o Cartão do Empresário tem conquistado cada vez mais espaço e, ao atingir algumas metas, consegue estender seus serviços para vários âmbitos da sociedade. O produto, que oferece descontos e vantagens exclusivas para associados da Fecomércio-PE, está em constante atualização desde seu lançamento, da ampliação da área de atuação dentro do próprio estado até a criação de aplicativo para celular, que leva o mesmo nome.

Nessa constante procura por inovação, o Cartão do Empresário passa a oferecer aos seus parceiros descontos em cursos, desde pós-graduações até os de atualização. Ninguém pode negar a imensurável importância da educação para a formação de uma sociedade mais próspera. Ao escolher se qualificar, os profissionais tornam-se capazes de fazer boas escolhas e transformar o mundo. “A cultura de ter uma visão mais alinhada com inovação faz parte do Sistema S como um todo. Aqui no Senac, somos muito alinhados com o mercado, porque lidamos com a teoria junto à prática na

construção do conhecimento, por isso a parceria do Cartão do Empresário e Senac-PE tem dado tão certo”, comenta Goretti Gomes, diretora de Operações do Senac-PE.

Segundo Ricardo Santos, coordenador do Núcleo de Relacionamento e Parcerias, toda a equipe está sempre em busca de uma constante inovação para essa ferramenta, pois é um auxílio e tanto na vida dos empresários e microempreendedores individuais (MEI). De acordo com ele, são descontos que estão na palma da mão e os parceiros estão querendo aproveitar cada vez mais.

O Senac-PE está dando 20% de desconto no preço da graduação, mas quem tem acesso aos serviços do Cartão do Empresário ganhará mais 20% em cima do desconto já oferecido, tanto na matrícula quanto nas mensalidades, desde que esteja com os pagamentos em dia. “Sabemos que a falta de uma sociedade minimamente educada tem um custo muito caro para todos nós. Falo de nós como mercado em movimento. Dar descontos para melhorar o acesso dos nossos parceiros aos cursos é o mínimo que podemos fazer para colaborar com o desenvolvimento dos empreendimentos atuais e com os futuros também”, diz Ricardo.





Aqui no Senac, somos muito alinhados com o mercado, porque lidamos com a teoria junto à prática na construção do conhecimento, por isso a parceria do Cartão do Empresário e Senac-PE tem dado tão certo”

Goretti Gomes



Dar descontos para melhorar o acesso dos nossos parceiros aos cursos é o mínimo que podemos fazer para colaborar com o desenvolvimento dos empreendimentos atuais e com os futuros também”

Ricardo Santos



Essa foi uma forma de ajudar os negócios locais como um todo, acho que será um grande avanço para Pernambuco. Esperamos ver um bom resultado disso num futuro próximo”

Regivan Dantas



Ampliar os benefícios do Cartão do Empresário para a área educacional foi ideia do diretor regional do Senac-PE, Regivan Dantas. Segundo ele, além de se manter atualizado, o produto não corre o risco de estagnar e cair no desinteresse dos usuários. O objetivo inicial era dar mais uma oportunidade de qualificação para os parceiros. “A ideia era que todos os empresários, junto com seus funcionários, colaboradores e dependentes pudessem usufruir dos cursos presenciais de graduação que o Senac-PE oferece, e tudo isso com vantagens por serem membros do Cartão do Empresário”, explica Regivan. Essa atualização tem como base a problemática de que as pessoas precisam estar, cada vez mais, preparadas para as exigências que o mercado moderno pede. Segundo Dantas, para ter competitividade justa, é preciso que todo mundo esteja a par do que está acontecendo globalmente. Desenvolver competências estratégicas, principalmente a do mundo dos negócios digitais é uma urgência global. “Essa foi uma forma de ajudar os negócios locais como um todo, acho que será um grande avanço para Pernambuco.

Esperamos ver um bom resultado disso num futuro próximo”, completa.

Outro ponto de partida para essa decisão foi a recente evidencição, que veio com as demissões em massa durante o distanciamento social causado pela covid-19. O fato escancarado de que não há distinção para quem precisa se atualizar profissionalmente acabou chocando muitos profissionais de áreas distintas. “As mudanças do mundo do trabalho exigem que você esteja muito preparado para sobreviver. Quem está empregado tem que buscar competências para não ficar obsoleto, mesmo quem está no mercado de trabalho há muito tempo e se sente estabilizado financeiramente”, pontua o diretor regional. Regivan citou exemplos de grandes empresas que, mesmo dominando certa parte do mercado, resistiram à mudança mundial e, infelizmente, acabaram colapsando. “A recente história global de como o mundo business gira muito rápido provou que grandes empresas, que tinham excelentes produtos, não sobreviveram, como a Kodak, o Yahoo e a Nokia”, constata. ■



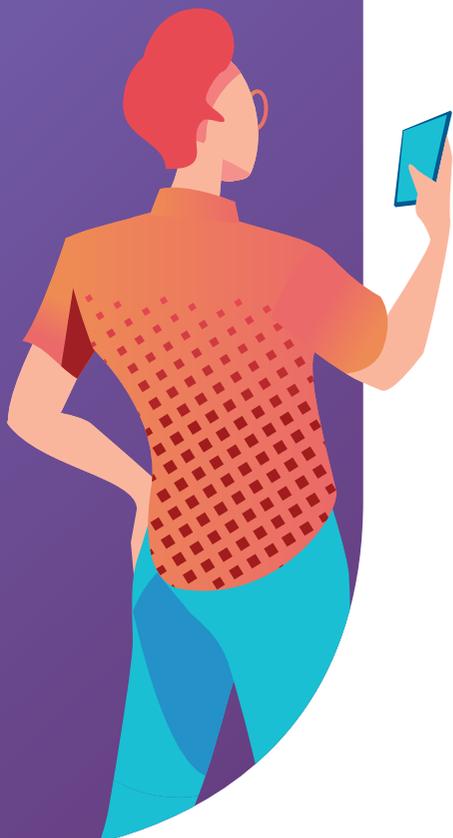
No Mundo

Por Heitor Barros

# PARA ALÉM DO USO PESSOAL

Redes sociais estão cada vez mais sendo usadas  
por profissionais para divulgar seus serviços.  
Estratégia pode atrair clientes e relevância





**H**oje em dia, é cada vez mais raro encontrar pessoas que estejam fora das redes sociais. De acordo com a Statista, empresa especializada em levantamento de estatísticas, cerca de 159 milhões de brasileiros usam diariamente as ferramentas digitais. Um uso que está completamente inserido na rotina de grande parte das pessoas como uma forma de descontração, seja no lazer ou na comunicação com familiares e amigos. Mas, nos últimos anos, serviços como Facebook, Instagram e TikTok deixaram de ter apenas conteúdos ligados à vida pessoal dos usuários. Cada vez mais, é comum encontrar também perfis totalmente profissionais, em que as pessoas divulgam os seus serviços, tornando-se “influenciadoras” em suas áreas.

tornarem uma estratégia para a saúde do negócio, pois elas realmente são”, aponta Paulo Sedicias, especialista em comunicação digital e mídias sociais e gestor de Marketing da Faculdade Nova Roma.

Foi exatamente com a ideia de conquistar uma maior visibilidade que Isabela Sormany, odontologista especializada em harmonização facial, começou a utilizar mais as redes sociais. “Eu não era uma pessoa muito ativa nas redes, usava mais para fins pessoais. Mas notei que elas poderiam me ajudar a conquistar um maior reconhecimento no meu trabalho. Hoje eu já percebo que sempre que consigo manter um bom fluxo de postagens, mais pessoas se interessam pelo meu trabalho e, conseqüentemente, consigo mais marcações de consulta”, conta.

O mesmo caminho foi seguido pela nutricionista Renata Fernandes. Para ela, a ideia de criar as redes foi motivada, principalmente, para também demonstrar os conhecimentos que ela adquiriu ao longo de sua graduação. “Sempre gostei de redes sociais, consumia muito os conteúdos de outras pessoas e também de profissionais que pudessem me inspirar. Mas comecei a criar meu próprio perfil um pouco antes de sair da faculdade, tanto para divulgar meu futuro trabalho quanto



“Hoje, as melhores oportunidades aparecem para aqueles que abraçam as redes sociais e passam a levar essas ações a sério, ao ponto de se tornarem uma estratégia para a saúde do negócio, pois elas realmente são”

Paulo Sedicias

“Ter presença no digital, para o profissional de qualquer área, significa sobrevivência. Em determinado momento, questionava-se a importância de ter o seu número numa lista telefônica, depois num outdoor. Hoje, essa pergunta vale para as redes sociais. E a resposta é a mesma para os três casos: visibilidade. Hoje, as melhores oportunidades aparecem para aqueles que abraçam as redes sociais e passam a levar essas ações a sério, ao ponto de se

para mostrar um pouco do meu conhecimento”, conta. Hoje, Renata é dona de um perfil com mais de 10 mil seguidores.

Para Paulo Sedicias, a demonstração dos conhecimentos é o principal benefício que pode ser conquistado com as redes sociais. De acordo com o especialista em marketing, elas podem ajudar tanto a fidelizar seus clientes e pacientes como a atingir novos públicos, além de ganhar um status de autoridade em determinado assunto.

“Todo profissional, dentro da sua área, tem algo a compartilhar e contribuir com os seus seguidores e se tornar uma boa fonte de informação. O ganho, sem dúvida, é virar uma referência em determinados assuntos. Uma vez que aquele conteúdo foi relevante, as pessoas voltarão a consumir e, assim, ele vai construir uma rede de contatos, que, ao pensar em um tema como harmonização orofacial, vai automaticamente ter seu nome vinculado ao assunto”, reforça.

Com um perfil com mais de 3 mil seguidores no Instagram, Isabela Sormany reconhece a credibilidade conquistada diante de seu público a partir de seus posts. E é justamente da interação decorrente das postagens, seja virtual ou dentro do consultório,

que surgem os temas que a odontologista acredita serem relevantes para sua rede social. “Geralmente, são dúvidas comuns das pessoas que se interessam pelo meu tipo de conteúdo. Meu objetivo principal nas postagens é tentar desmistificar os procedimentos realizados e orientar os pacientes, mostrando como alguns procedimentos podem ser mais simples do que aparentam”, afirma.

A nutricionista Renata Fernandes também utiliza boa parte das dúvidas de pacientes, amigos e familiares como base para a formulação de seu conteúdo. Mas ela ressalta que é importante pensar numa outra questão fundamental: os cuidados com a maneira de passar aquela informação. “Primeiro e mais importante ponto: como vou falar sobre tal assunto? Termos científicos da área são ‘mais bonitos’, mas eu preciso pensar no meu público e garantir que qualquer pessoa que receba a informação possa também entender. E, muito provavelmente, ela quer um conteúdo prático e fácil de ser consumido. Por isso, tento sempre trazer conteúdos divertidos, como reels, pois, além de divertirem e serem informativos, também conseguem uma interação maior do que num post simples no feed”, sugere.



Hoje eu já percebo que sempre que consigo manter um bom fluxo de postagens, mais pessoas se interessam pelo meu trabalho e, conseqüentemente, consigo mais marcações de consulta //

Isabela Sormany





Primeiro e mais importante ponto: como vou falar sobre tal assunto? Termos científicos da área são 'mais bonitos', mas eu preciso pensar no meu público e garantir que qualquer pessoa que receba a informação possa também entender

Renata Fernandes

### Cuidados com a ultraexposição

Apesar dos benefícios, o uso das redes sociais também precisa ser realizado com muito planejamento e cuidado para evitar danos à imagem profissional. “Bom senso é fundamental. Separar os conteúdos da vida pessoal e profissional em alguns casos é essencial para o sucesso da ação. Outro ponto delicado diz respeito ao seu posicionamento sobre assuntos e temas considerados polêmicos. Lembre-se de que você vai agradar uma parcela, mas não todos e o seu posicionamento, ou até mesmo a falta dele trará consequências”, indica Paulo Sedicias.

Ainda segundo o gestor de Marketing da Nova Roma, o equilíbrio entre o lado pessoal e o lado profissional é justamente o maior desafio para um usuário nas redes sociais, não importa qual seja sua área. Para ele, é preciso evitar uma superexposição da vida pessoal, tanto para a segurança do usuário como para evitar conteúdos que possam não interessar ao seu público.

“Não há regra. Para alguns, mostrar imagens da família, a rotina e outros assuntos pode funcionar, já que as pessoas possuem curiosidade sobre esses assuntos. Para outros, mostrar estritamente o profissional pode ter mais efeito. O importante é saber que você tem o controle nas mãos, literalmente. Então é

importante que você encontre os próprios limites do que considerar saudável nessa prática do compartilhamento”, enfatiza. Outra estratégia, complementa, é a criação de perfis separados, um profissional e outro mais pessoal, para amigos e família.

A indicação é justamente a seguida por Renata. “Eu tenho duas contas separadas e não tenho tanto costume de misturá-las. No profissional, eu tento postar algumas coisas da minha vida pessoal, mas seleciono muito bem e alguns assuntos eu prefiro deixar apenas para os mais próximos. Hoje em dia, no entanto, posto muito pouco na minha conta pessoal. Quando criei a conta, não existia a função de Melhores Amigos. Talvez hoje eu já cogitaria ter apenas um perfil e usar mais essa ferramenta”, conta a nutricionista.

Embora várias pessoas já estejam criando conteúdo nas mais diversas áreas, Paulo Sedicias acredita que nunca é tarde para que outras possam começar. Para ele, é importante insistir e praticar, além de ter paciência para pegar o jeito e o fluxo das postagens. “Persistência é a palavra de ordem. É preciso entender o tempo e o momento das coisas, já que o engajamento e os resultados muitas vezes não são tão rápidos quanto se espera”, aponta. ■



# 5 dicas para começar a divulgar conteúdo profissional em suas redes



1

Importante insistir e não desistir desde o início



2

Faça testes de conteúdo para medir o engajamento do público



3

Procure sempre trazer originalidade em seu conteúdo



4

Evite transparecer timidez em seus vídeos



5

Construa um planejamento e desenvolva uma periodicidade de postagens







De Folga

Por Isabela Veríssimo

# DEMOCRÁTICO, SAUDÁVEL E NA MODA: BEACH TENNIS TOMA CONTA DO RECIFE

**P**andemia, restrições, isolamento e distanciamento social. Se, por um lado, a sociedade foi “educada” à introspecção por quase dois anos, o novo normal criou grupos que buscam um estilo de vida dentro de um novo formato: mais seguro, em ambientes abertos, preocupados em dobro com a saúde, preservando o distanciamento e exercício prazeroso. Nessa operação, encontraram em um esporte o produto perfeito: o beach tennis.

A prática esportiva foi criada em meados de 1987 na província de Ravenna, na Itália. Em 1996, começou a se profissionalizar. No Recife, 26 anos depois, é tratado como novidade. Não à toa, a Federação Pernambucana de Beach Tennis (FPEBT) foi fundada há poucos meses, mais precisamente no dia 21 de junho deste ano, sob a presidência de Danilo Luiz Corrêa de Azevedo.

Apesar de ser recente, a FPEBT já tem na lista de membros o empresário Felipe Freire, vice-presidente da Fecomércio e presidente do Sindicato do Comércio de Jaboatão dos Guararapes (Sindicom Jaboatão). Há anos sem encontrar um esporte com o qual se identificasse, foi na pandemia que se interessou pelo que via da varanda do apartamento à beira-mar. Na areia da praia de Piedade, um grupo “jogando algo diferente” despertou sua atenção.

“Resolvi fazer uma aula experimental e fiquei apaixonado desde o primeiro dia. Era beach tennis. Fiquei encantado pelo esporte, pelo clima e o ambiente em si”, lembra o empresário. O combo que atraiu Felipe já perdura um ano e meio. Viciado assumido, pratica o esporte quatro vezes por semana “e até seis, se der”.





Danilo Azevedo



Fred Figueiroa



Luigi Freire

“Você não faz por obrigação, mas por gostar. As pessoas se unem, se tornam grandes amigas, começam a ir a eventos, a sair juntas, participam de campeonatos mensais, torneios e treinos”, conta, sobre a rotina saudável. A história do empresário Felipe se assemelha à de diversos dos mais de 4 mil praticantes das oito arenas do Recife, com mais de 45 quadras, fora as demarcações nas praias. Afinal, beach tennis é considerado entre o público um esporte democrático.

“O beach tennis se tornou um esporte democrático pela facilidade inicial de jogar, não exigindo tanta técnica, comparado ao tênis. A Confederação Brasileira de Beach Tennis reconhece as categorias E (estreante), D, C, B, A e Pró, por gênero e duplas mistas. Temos também as categorias por idade Sub 12, 14, 16 e 18, categorias 30+, 40+, 50+ e 60+, por gênero e duplas mistas”, explica Danilo Azevedo, presidente da FPEBT, sobre a dinâmica do esporte.

Os famosos campeonatos de beach tennis são disputados nos finais de semana. Inicialmente são divididos em grupos de três duplas onde todos jogam contra todos e se classificam apenas duas duplas, iniciando a fase eliminatória, até a grande final da categoria. Mesmo nas arenas privadas, para quem tiver interesse em assistir às disputas, a maioria dos campeonatos é aberta ao público.

Atualmente o jornalista Fred Figueiroa disputa a categoria B e acumula 24 troféus entre títulos e vices. Antes das vitórias, foram 14 anos jogando tênis regularmente. “Um esporte muito solitário, introspectivo”, como define. Mas foi em setembro de 2020, quando começaram as primeiras liberações de restrições da pandemia, que o beach tennis o convenceu. “A escolha foi justamente por ser em um lugar aberto, na praia. Apesar de existir a modalidade individual no beach tennis, ela quase não é praticada. A cultura da dupla do vôlei de praia prevaleceu no mundo todo.



### Locais para praticar a modalidade no Recife:

O Clube Beach Tennis:  
Rua João Braga, 250 –  
Imbiribeira – @oclube.br

Seven Beach Club: Rua Gomes de  
Matos Junior, 116 – Aflitos –  
@sevenbeachclub.recife

Arena Boa Viagem: Av. Boa  
Viagem, 87 – @arenaboaviagem

Orange Beach Tennis: Av. Boa  
Viagem, 3500 – Quiosque 24 –  
@orangebeachtennis\_recife

Em torneios especiais, jogam casais, pais e filhos... o coletivo realmente prevalece”, diz. Fred ressalta que o Recife vive a explosão do beach tennis, com clubes sendo abertos e torneios em quase todo fim de semana, mas considera que ainda é um movimento atrasado em relação ao próprio Nordeste: “João Pessoa, Natal, Maceió e Fortaleza viveram essa explosão antes”. Para ele, por ser um esporte muito fácil de ser praticado, em qualquer idade, garante um crescimento constante de praticantes.

Toda prática esportiva, porém, demanda cuidado. O ortopedista especialista em cirurgia de joelho e também atleta Luigi Freire alerta que hidratação e alimentação saudável andam juntas para a realização da atividade. “Comer de uma a três horas antes do início da partida é importante para o acúmulo de energia necessária para a velocidade e resistência durante o jogo ou treino. Deve-se evitar começar a partida em jejum ou com o estômago muito cheio, pois ambos prejudicam o desempenho”, explica o médico.

É recomendado o consumo de 500 ml de líquidos duas horas antes dos treinos. Vale lembrar também que deve haver um aporte adequado de carboidrato, que é a principal fonte de energia.. “Sua insuficiência pode levar à perda de massa muscular e causar queda importante de desempenho. Exemplos de alimentos ricos em carboidrato são massas, pães, batatas, granola e cereais”, instrui Luigi.

Ainda segundo o médico, o beach tennis pode ajudar no fortalecimento muscular e no ganho de condicionamento físico, já que demanda bastante dos membros superiores e inferiores, bem como da região central do tronco que envolve o abdômen e a lombar. É também um esporte de alto gasto calórico, podendo ajudar na perda dos quilos extras ou manutenção do peso atual. No caso de lesões, porém, a atenção deve estar dobrada.



Resolvi fazer uma aula experimental e fiquei apaixonado desde o primeiro dia. Era beach tennis. Fiquei encantado pelo esporte, pelo clima e o ambiente em si”

Felipe Freire

## Principais lesões



1

### 1. No ombro e cotovelo

No geral, as maiores queixas são as tendinopatias e bursites que acometem os praticantes do beach tennis. Elas estão relacionadas aos movimentos repetitivos e à sobrecarga. A tendinopatia significa um problema no tendão, sendo a mais comum a tendinite do ombro, que é a inflamação dessas estruturas localizadas nessa articulação. Esse problema ocorre de forma crônica e por longos períodos. Pode comprometer a continuidade no esporte para alguns atletas e a longo prazo pode evoluir para lesões do manguito rotador, que levam à impotência e dor intensas e – às vezes – necessidade de tratamento cirúrgico.



2

### 2. Nos membros inferiores

As lesões mais comuns são as agudas, que envolvem a musculatura mais comumente da coxa, panturrilha. São lesões que iniciam com dor em “fígada”. Podem ser classificadas em graus 1 a 3 a depender da quantidade de fibras musculares que se rompem. Quando isso ocorre, a atividade física precisa ser suspensa e o ideal é fazer compressas de gelo por cerca de 20 minutos a cada duas ou três horas. Se os sintomas persistirem, será essencial procurar um ortopedista para avaliar os danos sofridos.

Entorses e fraturas são mais comuns no hálux (“topada” no dedão do pé) pela irregularidade do terreno arenoso. Ocorre quando a região é alongada de forma exagerada a ponto de danificar suas estruturas, principalmente os ligamentos. Entorse do tornozelo e joelho acontecem por serem articulações bastante exigidas na areia. As irregularidades do terreno arenoso exigem muita estabilidade dessas articulações.



3

### 3. Na coluna

Dor lombar por sobrecarga é mais frequente no beach tennis por exigir mais a posição agachada para estabilizar o corpo na areia. O ideal é o atleta se manter em posição de semiagachamento a maior parte do tempo enquanto está em atividade.

As lesões podem ser evitadas com condicionamento físico adequado, com auxílio de um profissional da educação física qualificado, além de revisão das técnicas esportivas utilizadas, alongamento adequado e intercalar treinos e descanso para que não haja sobrecarga de musculatura e articulações. ■

*Fonte: Luigi Freire – ortopedista especialista em cirurgia de joelho, membro da Sociedade Brasileira de Ortopedia e Traumatologia (SBOT) e membro da Sociedade Brasileira de Cirurgia do Joelho (SBCJ).*



O profissional  
que você quer ser,  
mais perto  
do que nunca.

**SEJA QUEM  
VOCÊ QUER SER.**

**Faça Senac EAD.**

O futuro da sua carreira depende do que você faz agora. Pensando nisso, o Senac EAD oferece mais de 200 opções de cursos livres e técnicos, graduações, pós-graduações e extensões universitárias, com metodologia e ferramentas especialmente preparadas para oferecer o melhor aprendizado. Você só precisa escolher seu caminho e fazer sua inscrição. Faça Senac EAD.

**Inscreva-se já.**

[ead.senac.br](http://ead.senac.br)

 SenacEADoficial

 SenacEADoficial



# Cartão do Empresário

Garanta seus benefícios!

Renovar o Cartão  
do Empresário  
é rápido, simples  
e fácil e você  
ainda ganha 50%  
de desconto.



Baixe nosso app



Baixe agora no  
Google Play



Baixe agora na  
App Store