

Informe **FECO MÉR CIO PE**

ANO XI | EDIÇÃO Nº 65 | SET/OUT 2022

22 **Ao Seu Dispor**

Banco de Alimentos completa 20 anos

36 **Entrevista**

Antonio Nóbrega festeja 50 anos de carreira

28

80 ANOS DE REPRESENTATIVIDADE E PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

A Fecomércio-PE completa oito décadas com a vitalidade de quem se reinventa para se tornar cada vez mais essencial



**Tendência
vai ser
disputarem seu
talento.**

DESCONTO DE ATÉ
50%
DURANTE TODO
O CURSO

VESTIBULAR 2023

Faça **Vestibular** na Faculdade Senac.
Sua melhor decisão.

+ INFORMAÇÕES
0800 081 1688

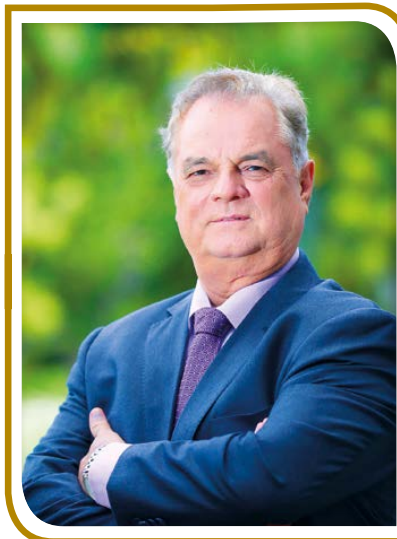
INSCRIÇÕES NO SITE:
FACSENACPE.COM.BR



• Prova On-line • Transferência
• Portador de Diploma • Enem

RECIFE • CARUARU • PETROLINA

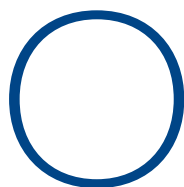

Senac



Bernardo Peixoto

Presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE

OITO DÉCADAS DE REPRESENTATIVIDADE



Oito décadas é muito tempo para uma instituição continuar existindo.

Tanta longevidade só é possível com muito esforço, inovação e representatividade. Foi assim, acompanhando a evolução ao longo dos tempos e procurando apoiar o empresário dentro das suas maiores necessidades que a Fecomércio alcançou em 2022 essa marca tão importante. Agradecemos a todos que colaboraram e nos apoiaram em toda nossa história. Tenho a certeza que nossa evolução será constante nos próximos anos.

Esta edição da Informe Fecomércio traz ainda duas marcas importantes. O Banco de Alimentos do Sesc completa 20 anos captando doações e levando-as para quem

mais precisa. Já o multiartista pernambucano Antonio Nóbrega é o entrevistado especial em comemoração aos seus 50 anos de carreira. A arte foi a temática também do nosso “De Folga”: que tal conhecer as galerias de arte do Recife?

Educação é um tema que nunca falta em nossa Informe Fecomércio e desta vez ela aparece na cobertura do Congresso Internacional de Tecnologia na Educação realizado pelo Senac. Com o Cartão do Empresário, é possível garantir diversos serviços com desconto também para empresas, incluindo qualificação para os funcionários.

Falamos ainda de tendências como políticas inclusivas para empresas e depilação a laser, que traz benefícios, mas requer alguns cuidados.

Desejamos a todos uma 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

Set/Out 2022 | Edição 65

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



22



Ao Seu Dispor

Banco de Alimentos do Sesc completa 20 anos de atuação



28



Capa

Fecomércio-PE comemora 80 anos com a vitalidade de quem busca inovar sempre



36



Entrevista

Multiartista Antonio Nóbrega celebra 50 anos de carreira e 70 de idade

De Folga

6

Galerias de arte são opções gratuitas de passeio

No Mundo

14

Depilação a laser é opção para se livrar dos pelos

Com Gosto de Saber

42

CITE 2022 aborda Educação 5.0

Comércio em Foco

52

Mais inclusão nas empresas

Negócios em Alta

10

Popularização de podcast faz crescer procura por estúdios

Cartão do Empresário

19

Serviços com desconto também para empresas

Artigo

48

Endividamento das famílias é desafio ao crescimento em 2023



De Folga

Por Jannyne Dornelas

GALERIAS DE ARTE TÊM SOLO FÉRTIL NO RECIFE

Espaços dão foco aos nomes locais e possuem acesso gratuito, além de popularizar um padrão de arte que não é sempre contemplado por museus



Christal Galeria

Com identidade forte e multicultural, o Recife é uma das capitais brasileiras que possuem atividades culturais mais diversas do Brasil e tem feito muito para se modernizar e ficar cada dia mais atraente aos olhos dos visitantes e de sua população. Conforme o site oficial da Associação Brasileira das Agências de Viagem (Abav), a maior parte dos que vêm ao Recife busca o turismo cultural, que só perde para o carro-chefe, chamado turismo de sol e praia. Um interesse que não é refletido na população local – segundo o IBGE, metade dos habitantes da capital pernambucana não consegue reservar alguma parte de sua renda para o consumo de produtos culturais.

Na lista dos principais produtos e serviços artísticos que o público consome, as galerias de arte não aparecem entre os mais citados. Isso pode até parecer um problema para os investidores da área, mas engana-se quem acredita cegamente nessa narrativa. Ao perceber o quão essa possível impopularidade poderia atrapalhar os negócios, o mercado se movimentou de forma inteligente e ainda conseguiu marcar pontos positivos no quesito responsabilidade social.

Por isso, a democratização da arte tornou-se um dos pilares de atuação social mais relevantes para os detentores de equipamentos culturais. É o caso da Galeria Marco Zero, localizada no bairro de Boa Viagem, Zona Sul do Recife, em que Marcelle Farias, galerista, acredita no poder da acessibilidade para todas as classes e idades. “Nossa visão sobre uma galeria de arte é para que seja vista como um espaço livre de preconceitos perante interpretações, um lugar de encontros, diálogos e descobertas. Aqui expomos e damos suporte às mostras com o compromisso de apresentar arte relevante para o povo recifense e visitantes de forma gratuita”, conta Marcelle. Ela ressalta que, para que isso dê certo, é preciso muita criatividade e planejamento para atingir as pessoas da forma mais clara possível, com o comprometimento que cada galeria traz em seu conceito. “Investimos em um programa de exposições de rigor artístico e atividades que sejam capazes de atrair visitantes que nunca pisaram em galerias. Nossa ideia sempre foi criar um ambiente convidativo e amigável para receber aquele público ‘curioso’ e que, muitas vezes, se sente inibido em frequentar as grandes galerias, assim como os estudantes de artes e comunicação, que seguem nos surpreendendo com tamanha participação”, completa.



Imagens: Dayvison Nunes



Marcelle Farias e Eduardo Suassuna

Galeria Marco Zero

Endereço:

Avenida Domingos Ferreira,
3393 - Boa Viagem - Recife-PE

Horário de visitação: segunda
a sexta-feira, das 10h às 19h, e
sábado, das 10h às 17h

Acesso gratuito

A Galeria Marco Zero possui um programa que envolve uma série de exposi es sobre artistas pernambucanos, com o intuito de divulgar a arte local para todos, e atingir, principalmente, a nova gera o de público e também dos artistas que surgiram recentemente. O acervo reúne diversas vertentes, expressões, períodos e estilos de artistas conterrâneos, como Abelardo da Hora, Francisco Brennand, Gilvan Samico, Tereza Costa Rêgo, João Câmara, José Cláudio e, mais recentemente, Paulo Bruscky.

Café quente para quebrar o gelo

Apreciadora de arte há alguns anos, Christiana Asfora, galerista da Christal Galeria, no bairro do Pina, também Zona Sul recifense, conta que sempre percebeu esse ar frio de avalia es e julgamentos quando entrava em um estabelecimento como esse, e imaginava formas de quebrar essa barreira mítica onde era silenciosamente propagado que a arte só poderia ser apreciada por quem tinha conhecimento técnico sobre ela. Christiana conta que apostou em uma estrutura ao estilo mais residencial para que o público não tivesse medo de entrar e ver o que está em exposi o. L  também há o

Christal Café, no jardim da galeria, que é um espaço de lazer e sintonia das pessoas que frequentam o espaço de arte - ou não. Ao se tornar galerista, ela relata que uma de suas maiores preocupa es foi conseguir proporcionar uma sensa o confortável, acolhedora e de bem-estar para todos.

“  importante perceber o movimento das galerias para que o acesso contemple mais todos os públicos, porque não importa se você   classe A, B ou C, se você gosta de consumir arte, você tem esse direito. E cabe a nós, galeristas, fazer do nosso espaço um local de acolhimento para todas as pessoas”, explica a galerista. Com um acervo que perpassa artistas de várias partes do Brasil, Christiana Asfora acredita na importância de expor o máximo de artistas nacionais para o máximo de pessoas que, talvez, não tenham acesso a esse tipo de produto em sua rotina. Atualmente, a Cristal Galeria oferece exposi o com 11 artistas, de diversas técnicas de trabalho, que tiram o foco das mais conhecidas como pintura, escultura e desenho. L    possível encontrar muita arte têxtil e em vídeo, por exemplo.

Christal Galeria

Endereço: Rua Estudante Jeremias Bastos, 266 - Pina - Recife-PE

Horário de visita o: terça-feira a sábado, das 10h às 19h



Christiana Asfora



Indicamos também



Arte Plural Galeria

Assim como seu nome sugere, esse é um espaço múltiplo, que incentiva a produção, discussão, debates e encontros em torno do amplo mundo das artes. A galeria também abre as portas para eventos musicais.

Endereço: Rua da Moeda, 140 - Bairro do Recife - Recife-PE

Horário de visitação: segunda a sexta-feira, das 9h às 18h, e sábado, das 9h às 14h

Número Galeria

Com um casting que vai além dos formatos habituais e conhecidos pelo mercado local, a galeria traz um novo ponto de vista para artes já conhecidas. Além de produzir mais cópias com a intenção de tornar as obras mais acessíveis a um público mais amplo que o de galerias mais tradicionais.

Endereço: Rua Professor Eduardo Wanderley Filho, 187, 2º andar - Boa Viagem - Recife-PE

Horário de visitação: segunda a sexta, das 10h às 19h, e sábado, das 10h às 15h



Cecí Galeria

Surgiu como um escritório em um espaço mais simplificado e com foco em quadros para mirar em novos talentos das artes visuais. Hoje a galeria faz exposições e recebe clientes, artistas e amantes da arte no seu dia a dia.

Endereço:

Estrada do Arraial, 2541, sala 102, Tamarineira - Recife-PE

Horário de visitação: segunda a sábado, das 15h às 19h ■



Recreative Lab

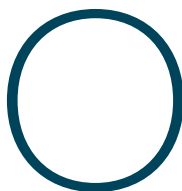


Negócios em Alta

Por Isabela Veríssimo

ESTÚDIOS SURFAM NA ALTA DOS PODCASTS E FIRMAM MARCA NO RECIFE

Crescimento do formato aumentou a busca por um conteúdo mais profissional, o que esquentou o mercado de quem oferece captação e edição de conteúdo com alta qualidade



Brasil ocupa o 5º lugar no ranking mundial de crescimento na produção de podcasts.

O formato começou como um hobby, mas rapidamente se profissionalizou. Passou o tempo em que o ouvinte se satisfaz com a programação que o rádio oferece. O público da atualidade quer ouvir o que quer, na hora que quer, onde quiser. E com qualidade. Um público exigente que dedica horas do seu dia, entre uma atividade e outra – ou ao mesmo tempo – para ouvir um podcast. Por trás do produto, empresários que surfam na onda e oferecem a “mágica” da criação do programa para os clientes.

A demanda de uma estrutura mais especializada para a produção dos programas atrelada ao desejo de fomentar a cena de podcast no Nordeste resultou na criação do Recreative Lab, estúdio inaugurado em dezembro de 2020 na capital pernambucana, sob sociedade de Felipe Saraiva, Renan Gouveia, Matheus Luna e José Lucas. Ainda no papel, em abril do mesmo ano, os empresários já pensavam na movimentação do setor. “Nós nordestinos temos uma cultura muito rica, pessoas extraordinárias com histórias incríveis a serem contadas. Os podcasts mais famosos deixavam essas pessoas de lado. O foco sempre foi e é o Sul e Sudeste. Então movimentar esse setor e essa economia criativa aqui no Recife foi o principal motivo que nos fez investir no ramo”, conta Felipe Saraiva.



Nós nordestinos temos uma cultura muito rica, pessoas extraordinárias com histórias incríveis a serem contadas. Os podcasts mais famosos deixavam essas pessoas de lado. O foco sempre foi e é o Sul e Sudeste. Então movimentar esse setor e essa economia criativa aqui no Recife foi o principal motivo que nos fez investir no ramo”

Felipe Saraiva



Recife é muito conhecido pelos excelentes estúdios de música, mais despojados, com sofás e poltronas em um ambiente mais descontraído. Ainda temos poucas opções de um ambiente mais empresarial, e foi isso que buscamos quando decidimos abrir o Estúdio CTH”

Diego Toscano

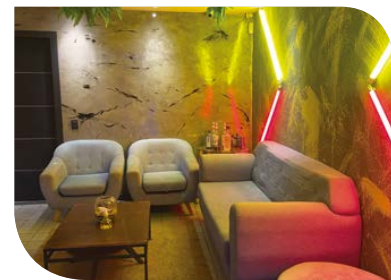
Para ele, mesmo após dois anos de surgimento do estúdio, o cenário ainda é pouco movimentado. “Como a nossa missão no começo era ajudar a fomentar as pessoas que tinham o projeto no papel e que não tinham um lugar para gravar, nós ajudamos diversos podcasts a surgirem e se manterem, mas ainda estamos muito longe do nosso objetivo”, afirma Felipe.

Quem visita o Recreative Lab identifica os valores da empresa logo na entrada. Tanto bairrismo não poderia estar em outro lugar: no bairro da Soledade, no Centro do Recife. Com característica cultural e mais de um espaço para atender a variados públicos e projetos, realizam todo tipo de atividade do mundo audiovisual. Desde a transmissão de jogos do Campeonato Brasileiro até a consultoria de montagem de estúdio externo, gravação de videocast e podcast interno e externo, entre outros.

Durante a pandemia de covid-19, 7 milhões de novos consumidores

de podcast surgiram. Quase 57% de quem ouviu esse tipo de programa hoje começou na quarentena. Os estúdios cresceram em volume para atender a demanda aquecida do mercado. Há quase seis meses o Recife conta com o Estúdio CTH, na Zona Sul da cidade.

O CTH veio na contramão da Recreative Lab. Fugindo de um conceito cultural, o sócio Diego Toscano buscou referências em podcasts como o Flow para programas de entrevistas mais generalistas. No design, referenciais sóbrios e empresariais, com a possibilidade de adequação do cenário a partir do interesse do cliente. “Recife é muito conhecido pelos excelentes estúdios de música, mais despojados, com sofás e poltronas em um ambiente mais descontraído. Ainda temos poucas opções de um ambiente mais empresarial, e foi isso que buscamos quando decidimos abrir o Estúdio CTH”, detalha Diego Toscano, um dos sócios do estúdio.



Recreative Lab



Júlio Accioly e Felipe Saraiva



Segundo ele, atualmente 90% da base de clientes é nichado: médicos, advogados e engenheiros com interesses e conteúdos específicos. “Um mercado novo e que vem com tudo para 2023”, acredita o empresário e jornalista. Além de podcast, o estúdio oferece videocast, que nada mais é o podcast com gravação de imagens para canais de vídeo, como o YouTube, lives e aluguel do espaço. Nos três primeiros produtos, a dinâmica é muito simples: “Sentar e falar é o único trabalho. Gravação e edição ficam por nossa conta. Em 48 horas o cliente recebe o material pronto em arquivo de áudio e vídeo para publicar nas plataformas digitais”, explica Toscano.

Há três meses e meio, Júlio Accioly apresenta o videocast Treinecast, diretamente do Estúdio CTH. O produto é voltado para atividade física, nichado para crossfit. Até o momento, a frequência foi de dois episódios por mês. A partir de janeiro, passam a ser quatro. A necessidade de dar início ao projeto em um estúdio foi percebida quando os planos ainda estavam no papel. “A gente

percebeu antes de iniciar tudo. Se for pra fazer algo, que seja algo de extrema qualidade. E foi o que encontramos no CTH. Localização e estrutura que falam por si”, define ele.

O canal concentra uma média de 200 visualizações por vídeo no YouTube. No Instagram, alcançou mil seguidores com menos de um mês de lançamento. “Tivemos um reels (um corte do videocast) que viralizou e alcançou a marca de 3,9 milhões de visualizações”, comemora.

Quem conta com o suporte do estúdio se preocupa apenas com a produção do material. A mesa de gravação comporta até quatro pessoas, contando com entrevistadores e entrevistados. O resultado do podcast é tão imediato quanto o das rádios. A conexão com os ouvintes é a mesma, com uma dose de identificação a mais: “Todo mundo amando, reclamando que ‘tá’ demorando muito o tempo de publicação entre os episódios. Muita gente chegando para ser patrocinador também”, revela Accioly, que já monetiza o hobby. ■



Tivemos um reels (um corte do videocast) que viralizou e alcançou a marca de 3,9 milhões de visualizações”

Júlio Accioly





No Mundo

Por Ananda Cavalcanti

DEPILAÇÃO A LASER SE POPULARIZA, MAS EXIGE CUIDADOS

A técnica oferece segurança quando executada por profissionais capacitados. De acordo com especialista, por se tratar de um dano térmico, a queimadura seria o efeito indesejável mais observado





Tratamentos com laser têm se tornado cada vez mais populares. Entre os diversos tipos disponibilizados pelo mercado, o que proporciona a remoção definitiva dos pelos corporais indesejáveis é um dos mais procurados pelo público interessado. Porém, antes de investir na técnica de depilação a laser, que estampa diversos anúncios na internet e nas ruas, vale à pena prestar bastante atenção no local e profissional que oferece o serviço, além de, inicialmente, fazer uma escala no consultório dermatológico.

No método, o pelo é exposto à luz do laser, que é absorvida pela melanina de sua haste, levando a um aquecimento. Esse calor é transmitido às células do folículo piloso, uma estrutura complexa composta por um fio de pelo ou cabelo, causando sua destruição.

Segundo a dermatologista Daniela Oliveira, do Hospital Santa Joana Recife, existem diversos tipos de aparelhos e cada laser trabalha com um comprimento de onda diferente, o que faz toda a diferença na hora da depilação. “Quanto maior o comprimento de onda, maior será a penetração

do laser nos tecidos. Isso é muito importante, pois sabe-se que quanto mais fino é o pelo, mais superficial, e quanto mais grosso, mais profundo ele se localiza”, explica. “A escolha do melhor tipo de laser irá depender de fatores como as características do pelo, seja a espessura e cor, por exemplo, a região a ser tratada, a cor da pele e o limiar de dor do paciente”, acrescenta a médica.

Ainda de acordo com a dermatologista, geralmente é recomendada uma média total de cinco a dez sessões por área tratada, podendo, em alguns casos, serem necessárias até 20 sessões para atingir um resultado satisfatório. “Na hora do contato do laser com a pele, pode haver a sensação de uma leve queimação. Para minimizar, é possível utilizar anestésicos tópicos, gelo em forma de rolos e equipamentos de crioterapia”, comenta Daniela Oliveira. “No período pós-procedimento normalmente não há dor, mas é comum a pele ficar avermelhada e, em alguns casos, irritada, principalmente nas pessoas mais sensíveis. Essa sensação desaparece depois de algumas horas e pode ser amenizada com a aplicação de algumas medicações calmantes”, complementa.



“A escolha do melhor tipo de laser irá depender de fatores como as características do pelo, seja a espessura e cor, por exemplo, a região a ser tratada, a cor da pele e o limiar de dor do paciente”

Daniela Oliveira



“Me arrependo de não ter feito antes. Acredito que escolher o local e profissionais com todo cuidado fez a grande diferença”

Lavinia Justino



“Optei por uma clínica que fosse conhecida pelo trabalho oferecido e me passasse segurança em um processo tão íntimo e delicado como a depilação a laser. Fiz muitas pesquisas e está valendo a pena”

Luan Felipe

A pele é um órgão vivo e em constante renovação, podem surgir novos folículos, fazendo com que, após algum tempo, apareçam um ou outro pelinho na região, geralmente escassos e finos. Por isso são recomendadas algumas sessões de manutenção. “É um procedimento relativamente seguro, quando executado por profissionais capacitados. Por se tratar de um dano térmico, a queimadura seria o efeito indesejável mais frequentemente observado, podendo resultar em bolhas, vermelhidão, cascas, mancha escura ou mancha clara. Contudo, um bom profissional consegue reduzir bastante a chance de esses danos acontecerem. E caso aconteçam, saberá conduzir da melhor forma”, alerta.

Dando adeus aos pelos

A alergia a gilete e creme depilatório foram as razões para Lavinia Justino cogitar iniciar a depilação a laser. A decisão foi tomada após buscas por referências, além de pesquisas e conversa com profissional sobre como o procedimento funcionava e qual seria o impacto que poderia causar na pele, devido uma predisposição ao quelóide que ela tem.

“Passei por uma avaliação clínica no espaço onde realizo para verificar meu tipo de pele e pelo, dessa forma, foi possível utilizar o laser mais compatível. Diferentemente das outras experiências que tive, essa é, sem dúvidas, a melhor. Sessões rápidas

e com resultados perceptíveis em curto prazo. Me arrependo de não ter feito antes. Acredito que escolher o local e profissionais com todo cuidado fez a grande diferença”, conta.

Diferentemente de Lavinia, a busca por autoestima, praticidade e resultados duradouros a longo prazo foram os aspectos que motivaram Luan Felipe. Porém, no caso dele, a cautela também foi levada em consideração. “Optei por uma clínica que fosse conhecida pelo trabalho oferecido e me passasse segurança em um processo tão íntimo e delicado como a depilação a laser. Fiz muitas pesquisas e está valendo a pena”, comenta.

Segurança e eficácia



Sabendo de todos os cuidados necessários para a realização da depilação a laser, a clínica B'laser, localizada no bairro de Casa Caiada, em Olinda, conta com uma equipe especializada e treinada para entregar resultados positivos. “Nosso laser é o de Diodo, trabalhamos com um protocolo único e 100% personalizado. Nossa tecnologia permite que sejam atendidos todos os tons de pele, desde a mais clara até a mais escura, além de contar com uma leitura da cor e espessura dos pelos”, explica a esteticista Ellen Santos.

“Nós buscamos atendimento humanizado e experiência única. Nossa empresa visa atender a todas as necessidades dos nossos clientes. A B'LasEr Olinda tem um atendimento personalizado, no qual realizamos uma avaliação

antes de qualquer procedimento na clínica, pois cada pessoa é um ser individual que precisa ser cuidado de forma individual, também. A cada sessão, pedimos o feedback do tratamento para direcionarmos o paciente aos objetivos”, acrescenta a esteticista.

De acordo com Ellen Santos, durante o procedimento, o parâmetro correto é colocado para o tom de pele de cada paciente, além de verificar se a pele está íntegra para receber o tratamento, pois, para fazer a depilação a laser, a pele precisa estar saudável. “Também apuramos o progresso das sessões e utilizamos uma pomada pós-laser para manter a pele saudável. O laser de Diodo Milesman Compact, utilizado pela clínica, tem a ponteira ultra refrigerada a -9 graus, que garante conforto na hora da depilação”, informa. ■

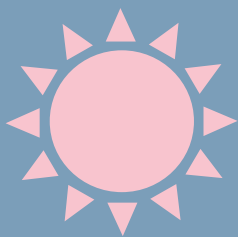


Clínica B'LasEr Olinda

Nosso laser é o de Diodo, trabalhamos com um protocolo único e 100% personalizado. Nossa tecnologia permite que sejam atendidos todos os tons de pele, desde a mais clara, até a mais escura, além de contar com uma leitura da cor e espessura dos pelos e espessura”

Ellen Santos

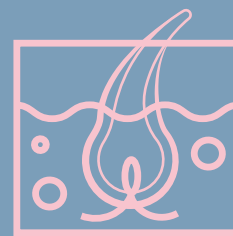
Alguns cuidados são necessários durante o tratamento com a depilação a laser. Fique de olho!



Evitar exposição ao sol. Se estiver com bronzeado, aguardar 30 dias para iniciar o tratamento.



Não utilizar loções autobronzeadoras ou cremes com ácidos retinóico e glicólico no local a ser tratado.



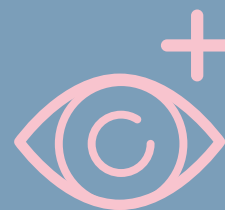
Caso haja necessidade de remover o pelo da região tratada entre uma sessão e outra, usar lâmina ou tesoura.



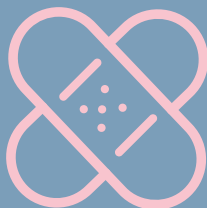
Pacientes com herpes simples na área a ser tratada, algumas vezes, podem precisar de profilaxia.



Evitar tratamento com isotretinoína oral, ou aguardar seis meses após o seu término.



Contraindicada na gestação e em pacientes que tiverem lesões infectadas ou inflamadas no local a ser tratado.



Não remover as casquinhas, caso apareçam.



Clínica B' Laser Olinda



Cartão do Empresário

Por Luis Sousa

CARTÃO DO EMPRESÁRIO AMPLIA LEQUE DE BENEFÍCIOS PARA PESSOA JURÍDICA

Por meio de grandes parcerias, o cartão visa ofertar benefícios e descontos exclusivos para pessoa jurídica, aumentando, assim, as possibilidades de serviços prestados aos empresários pernambucanos





Cartão do Empresário na Agrinordeste



Préstes a chegar ao seu segundo ano, o Cartão do Empresário amplia ainda mais a sua área de atuação e foca, também, nas ofertas e vantagens destinadas às empresas, expandindo, assim, o seu portfólio tanto para pessoa física quanto jurídica. O benefício é oferecido exclusivamente pela Fecomércio-PE.

Buscando sempre ser um expoente em inovação empresarial, a equipe gestora do Cartão do Empresário vem, ao longo de sua trajetória, criando vínculos e canais de diálogo abertos com o empresariado pernambucano e os seus associados, para entender cada vez mais quais as suas demandas e os seus anseios quanto aos serviços ofertados pelo produto.

Segundo Ricardo Santos, coordenador do Núcleo de Relacionamento e Parcerias, hoje o Cartão do Empresário prioriza ouvir as demandas para proporcionar descontos interessantes ao seu público. “Nós buscamos sempre atender às necessidades do dia a dia do empresário, mas algumas parcerias se estendem para garantir vantagens para as empresas também”, explica. “Por meio dos nossos parceiros, os empresários podem agregar valor para sua empresa. No caso do Senac, por exemplo, quem tem o Cartão do Empresário pode estender os benefícios de descontos de cursos no percentual de 20% para todo seu quadro funcional, ou seja, o funcionário é beneficiado diretamente quando o empresário adquire o cartão”, complementa Santos.



Na área da saúde, a Unimed Recife, operadora líder de mercado de planos de saúde em Pernambuco, destaca-se como grande parceira da Fecomércio e do Cartão do Empresário. “A parceria com o Cartão do Empresário surgiu de nossa busca por inovação para o mercado, pois já tínhamos a Fecomércio Pernambuco como uma das grandes entidades integrantes do nosso portfólio coletivo de adesão. Assim, buscando crescer ainda mais no viés empresarial, houve o interesse mútuo em firmar mais essa colaboração com foco na oferta de condições diferenciadas para os que possuem o Cartão do Empresário. Então, hoje eles têm direito a 10% de desconto na nossa apólice, ou seja, nos nossos produtos do portfólio para pequenas e médias empresas (PME) com até 29 vidas”, comenta Gildo Ferreira Lima, gestor comercial da cooperativa médica. “Estamos muito satisfeitos com essa parceria com a Fecomércio e esperamos que a gente possa ter cada vez mais proximidade e inserção nesse contexto privilegiado de empresas pernambucanas ofertadoras de serviços para o Cartão do Empresário”, avalia Lima.

empresas e estamos fechando parceria com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), para dar descontos e vantagens exclusivas para as empresas que desejam se filiar à associação”, acrescenta Ricardo Santos.

O coordenador do Núcleo de Relacionamento e Parcerias aproveita e faz um panorama quanto aos passos traçados para 2023 e o que podemos esperar de novidades, tanto na oferta de serviços para empresários quanto para empresas: “Estamos fazendo um trabalho mais regionalizado. Já vamos entrar para o segundo ano do cartão e seguimos construindo uma carteira de usuários muito qualificada e exigente. Dessa forma, estamos analisando os locais onde nossos clientes moram, com o objetivo de fechar parcerias mais próximas das suas residências e ofertar produtos e serviços que tenham utilização diária para que eles possam usufruir ainda mais dos benefícios do Cartão do Empresário”. “Já estamos fechando parceria com a Sicredi Recife para dar condições exclusivas de crédito para os empresários que possuem o cartão, e também com a Três Corações, que dará desconto exclusivo em cápsulas de café. E ainda temos a Drogasil, que tem um amplo campo de atuação. Como estamos em todo estado, nossa expectativa é trazer mais parceiros que possam atender às necessidades dos nossos clientes”, resume Santos. ■



“
Nós buscamos sempre atender às necessidades do dia a dia do empresário, mas algumas parcerias se estendem para garantir vantagens para as empresas também”

Ricardo Santos



“
Estamos muito satisfeitos com essa parceria com a Fecomércio e esperamos que a gente possa ter cada vez mais proximidade e inserção nesse contexto privilegiado de empresas pernambucanas ofertadoras de serviços para o Cartão do Empresário”

Gildo Ferreira Lima

“Outra cooperação importante é com a Vivo. Usando o cartão, o empresário pode solicitar planos de internet e serviços de aluguel de equipamentos de última geração. Além da operadora de telefonia, temos também a oferta de planos odontológicos para beneficiar os colaboradores das



Ao Seu Dispor

Por Ericka Farias

20 ANOS CUIDANDO DE QUEM PRECISA

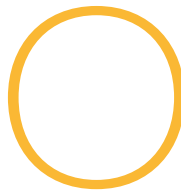
Em setembro de 2022, o Banco de Alimentos do Sesc-PE completou 20 anos. Entidade é ponte entre doadores e beneficiados





O saudoso Josias Albuquerque teve a ideia de criar, em Pernambuco, um programa de combate à fome e ao desperdício de alimentos, após conhecer algumas iniciativas em outros países nesse sentido.

Isolda Braga



ano era 2002. Segundo a Fundação Getúlio Vargas (FGV) do Rio Janeiro, nessa época existiam 50 milhões de miseráveis no Brasil. Por outro lado, segundo o Instituto Akatu, na mesma época, as perdas de alimentos variavam de 20% a 60% de tudo o que se produzia no campo. Foram cerca de 14 milhões de toneladas de frutas, hortaliças e grãos literalmente jogados fora. Foi a partir desse incômodo e da vontade de fazer mais que nasceu o Banco de Alimentos, que, no seu aniversário de 20 anos, comemora a incrível marca de 32 mil toneladas de doativos distribuídos, beneficiando 63 municípios e mais de 137 mil pessoas. A celebração contou com a presença de mais de 200 parceiros que compõem essa teia de auxílio social. Eles foram recebidos pelo presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE, Bernardo Peixoto.

“Muito temos a agradecer a todos os parceiros que embarcaram nessa jornada de solidariedade junto com a gente. Nada adiantaria nossa disposição e estrutura se não tivéssemos na outra ponta pessoas engajadas em ajudar e a colaborar com a redução da fome. O Banco de Alimentos possui importância social indiscutível e durante esses 20 anos de existência mostrou toda sua capacidade e que é possível fazer diferente”, afirma Bernardo Peixoto.

Como funciona

“O saudoso Josias Albuquerque teve a ideia de criar, em Pernambuco, um programa de combate à fome e ao desperdício de alimentos, após conhecer algumas iniciativas em outros países nesse sentido. Naquele momento, ele idealizou e criou o Banco de Alimentos do Sesc

Pernambuco. Um ano depois, inspirado nessa e em algumas iniciativas parecidas de outras regionais, surgiu o Programa Nacional Mesa Brasil”, explica Isolda Braga, gerente do Banco de Alimentos Sesc.

Na prática, o Banco de Alimentos funciona como uma ponte entre doadores e beneficiados. Tudo começa com a captação das doações, já que o primeiro passo é entrar em contato com empresas produtoras de alimentos. O projeto é apresentado e o empreendedor é convidado a participar com doações. Quando os alimentos estão prontos para retirada, o Banco de Alimentos é acionado e vai buscar todos os produtos. Chegando na unidade mais próxima, todo o material é avaliado e separado para ser encaminhado para as instituições cadastradas.

“Estamos muito felizes em celebrar essa jornada que foi trilhada até aqui e desejamos muito sucesso. Temos orgulho de sermos parceiros de longa data”, destaca Lilian de Jesus, integrante da agenda de impacto social da Mondelez, empresa doadora do Banco de Alimentos.

O Banco de Alimentos do Sesc Pernambuco possui no estado uma unidade central no Recife, ao lado do Centro de Abastecimento e Logística de Pernambuco (Ceasa), e outras quatro unidades em Caruaru, Garanhuns, Arcoverde e Petrolina. Juntas e articuladas, atendem a 400 organizações sociais em Pernambuco. Uma dessas organizações é o Centro Poliesportivo Comunitário de Barra de Jangada. “Atualmente temos mais 5 mil famílias cadastradas. Quando o telefone toca e é do Banco de Alimentos,

sentimos uma felicidade no coração porque sempre vem coisa boa. Eu não consigo transmitir para quem faz o projeto o tamanho da alegria que eles proporcionam. Não é só sobre desperdício de alimentos, mas sobre amor ao próximo”, afirma Teresa Mendes, presidente do Centro Poliesportivo.

Todas as doações são checadas para garantir a qualidade, especialmente dos alimentos que, apesar de perderem o valor comercial por estarem maduros ou próximos ao vencimento, mantêm o nutricional. Além dessa distribuição, o Banco de Alimentos desenvolve, junto às instituições cadastradas, ações educativas e de orientação, fomentando o conhecimento também para as pessoas atendidas pelas organizações. O Banco de Alimentos é ainda integrante

do Mesa Brasil Sesc, uma rede nacional de Bancos de Alimentos que atua contra a fome e o desperdício.

Ação em tempos de crise

Em tempos de crise, o valor social do Banco de Alimentos fica ainda mais evidente. “Durante os longos períodos de seca que periodicamente atravessamos, quando a fome se torna ainda mais dura; nas muitas enchentes devastadoras que enfrentamos, onde os mais vulneráveis sempre são os mais atingidos e, mais recentemente, nestes tempos de pandemia em que vivemos; o Banco de Alimentos esteve e está presente. Afinal, nossa razão de existir não é outra, senão ser ponte, ser elo, ser instrumento de solidariedade e de responsabilidade social”, relembra Isolda Braga.



Aniversário de 20 anos do Banco de Alimentos



Estamos muito felizes em celebrar essa jornada que foi trilhada até aqui e desejamos muito sucesso. Temos orgulho em sermos parceiros de longa data”

Lilian de Jesus



Eu não consigo transmitir para quem faz o projeto o tamanho da alegria que eles proporcionam. Não é só sobre desperdício de alimentos, mas sobre amor ao próximo //

Teresa Mendes

Durante a pandemia de covid-19, o Banco de Alimentos ampliou em cerca de 30% o volume de doações arrecadadas e distribuídas. Apenas em 2020, foram atendidas 380 instituições cadastradas em Pernambuco. No ano, foram recebidas e distribuídas doações suficientes para beneficiar uma média mensal de 48.070 pessoas. No período, a situação de vulnerabilidade social fez com que ações emergenciais fossem realizadas para atender quem não era beneficiado habitualmente pelo programa, como, por exemplo, algumas comunidades e cooperativas. Entre os meses de abril e agosto, 451.180 pessoas receberam kits de alimentos, produtos de higiene e limpeza e outros materiais, como brinquedos.



Em 2022, a enchente que ocorreu entre os meses de maio e junho em Pernambuco exigiu dedicação redobrada do Banco de Alimentos. A captação de doações foi intensificada e as instituições cadastradas situadas nesses locais mais atingidos foram a ponte para atender as famílias afetadas.

O Sistema Fecomércio/ Sesc/Senac-PE transformou suas unidades em pontos de arrecadação de doações de alimentos, roupas, água, produtos de higiene e limpeza que contribuiriam para o atendimento das nossas instituições. Grandes empresas, como Danone, Nestlé, Unilever, Bimbo, Mondelez, M. Dias, Bauducco, dentre outras, e até mesmo a sociedade civil atenderam ao chamado e participaram da campanha. ■

Banco de Alimentos 20 anos

32 mil

toneladas de
donativos
distribuídos

63

municípios
beneficidos

**Mais de
137 mil**

pessoas
atendidas

400

organizações
sociais
cadastradas

Doe para o Banco de Alimentos
Ligue: (81) 3421-6090 / 3252-1329

Acesse: www.sescpe.org.br/doacoes/

Faça transferência
ou depósito direto:

Serviço Social do Comércio/
Sesc Banco de Alimentos Sesc
Pernambuco

Caixa Econômica Federal
Agência: 0923,
Conta corrente: 00003775-6
CNPJ: 03.482.931/0021-05

GUADALUPE



O PRIMEIRO HOTEL DO **SESC**
NO LITORAL SUL PERNAMBUCANO,
ESTÁ DE PORTAS ABERTAS PARA
VOCÊ E SUA FAMÍLIA!

Sesc

Fecomércio
Senac

UOWE | Sesc-PE | 2022 | Foto: Makenidia



Até **25%**
de desconto

Aproveite essa oferta
no Cartão do Empresário!



**AGORA,
É COM VOCÊ!
ESCOLHA
O PERÍODO,
FAÇA AS MALAS
E VIVA UMA
EXPERIÊNCIA
INESQUECÍVEL
NO HOTEL SESC
GUADALUPE!**

RESERVAS ONLINE

Exclusivamente pelo site
<https://sbreserva.silbeck.com.br/sescpe-guadalupe>.
Mais praticidade e liberdade de escolha!





Fecomércio  **PE** 



Capa
Por Ericka Farias

80 ANOS DE REPRESENTATIVIDADE E PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

A Fecomércio-PE completa oito décadas com a vitalidade de quem se reinventa para se tornar cada vez mais essencial

Em 80 anos muita coisa aconteceu. Em 1942, quando a Fecomércio-PE nasceu, o mundo era bastante diferente. A Segunda Guerra Mundial ainda estava em curso, a corrida espacial ainda não tinha começado e a internet estava bem longe de se popularizar. Mas, já naquela época, a necessidade de ter um órgão que pudesse representar a categoria do comércio era real. Em 12 de outubro de 1942, foi fundada a Federação do Comércio Varejista do Nordeste Oriental, abrangendo os estados de Pernambuco, Alagoas, Paraíba, Rio Grande do Norte e Ceará.

Nos primeiros 50 anos, a função da Fecomércio foi basicamente a emissão de guia de recolhimento da contribuição sindical. Mas, na década de 90, após quase fechar as portas em definitivo, a então Federação do Comércio Varejista de Pernambuco passou a mudar sua forma de atuação, incentivando a aproximação dos empresários por meio do oferecimento de serviços.

Foi sob o comando de Josias Albuquerque como presidente (1996 até 2019) que cafés da manhã com os associados passaram a ser realizados, assim como as missões empresariais para outros países. Desde 1998, a instituição passou a se chamar Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Pernambuco, nome que mantém até hoje.



Que a força da representatividade da Federação se renove sempre, contribuindo para que o empresariado do setor terciário e a sociedade pernambucana possam se desenvolver cada vez mais”

José Roberto Tadros



Isso só foi possível graças à reputação que a Fecomércio-PE construiu ao longo dos anos. Tamanha imagem é conseguida com muito trabalho prestado e o reconhecimento pelos empresários como essencial para o desenvolvimento da categoria”

Bernardo Peixoto

Atualmente, a Fecomércio-PE reúne 22 sindicatos patronais filiados e integra a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), que representa, em todo o país, os interesses de 5 milhões de empreendedores do comércio e 60% do PIB nacional, além de oferecer 20 milhões de empregos diretos e formais e administrar todas as unidades do Senac e do Sesc espalhadas por todo o território nacional. “Que a força da representatividade da Federação se renove sempre, contribuindo para que o empresariado do setor terciário e a sociedade pernambucana possam se desenvolver cada vez mais”, destaca o presidente da CNC, José Roberto Tadros, em comemoração ao aniversário da instituição.

Tamanha representatividade não fica reduzida ao estado, mas também se reflete em âmbito nacional. No dia 19 de novembro de 2022, a nova diretoria da CNC tomou posse e Bernardo

Peixoto, presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE, passou a ocupar o cargo de 2º Diretor Administrativo. “Isso só foi possível graças à reputação que a Fecomércio-PE construiu ao longo dos anos. Tamanha imagem é conseguida com muito trabalho prestado e o reconhecimento pelos empresários como essencial para o desenvolvimento da categoria”, ressalta Bernardo Peixoto.

A Fecomércio-PE tem como objetivo principal defender uma economia de mercado livre e promover o desenvolvimento e o fortalecimento da atividade comercial, principalmente das micro e pequenas empresas, que são a maioria do setor. A entidade busca ampliar seus espaços de representatividade, na defesa permanente dos interesses do comércio de bens, serviços e turismo de Pernambuco, integrando diversos órgãos colegiados, tanto na esfera pública quanto na privada.





O Sistema Fecomércio-PE é responsável também pela administração regional do Serviço Social do Comércio (Sesc) e do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac), instituições privadas e sem fins lucrativos, voltadas para atividades sociais e educação profissional do trabalhador do comércio, respectivamente. “Ao longo de oito décadas, a instituição nos ofereceu uma larga lista de serviços prestados à população e à cidade, por meio das fundamentais atuações do Sesc e do Senac na oferta de educação profissional e superior, além de prover atividades culturais, sociais e de lazer. A Fecomércio tem sido uma parceira imprescindível da Prefeitura do Recife na concepção e execução de políticas públicas no município”, destaca o prefeito do Recife, João Campos.

Equipe múltipla para atender bem

Com o passar dos anos, a equipe da Fecomércio-PE cresceu com o objetivo de oferecer

múltiplos serviços para atender o empresariado e sindicatos. Assessoria de comunicação, sindical, jurídica, legislativa, impressão de guias, certificado digital, Cartão do Empresário, Instituto Fecomércio-PE, além de informações sobre convenções coletivas e tabelas sindicais. Tanto trabalho é reconhecido pelo empresariado e representantes dos setores econômicos. “A entidade merece grande reconhecimento pela prestação de excelentes serviços aos empresários do estado de Pernambuco. Ressalto que o turismo é um setor de grande relevância para a geração de empregos e de desenvolvimento econômico, e a participação da Fecomércio-PE na promoção de diversas ações, incluindo a recente participação no projeto Vai Turismo junto à CNC, reforçam o posicionamento da entidade em apoio aos profissionais que fazem parte desse setor”, afirma Carlos Periquito, diretor executivo da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis em Pernambuco (ABIH-PE).



A Fecomércio tem sido uma parceira imprescindível da Prefeitura do Recife na concepção e execução de políticas públicas no município

João Campos



A entidade merece grande reconhecimento pela prestação de excelentes serviços aos empresários do estado de Pernambuco.

Carlos Periquito



Casa do Comércio

Entre as comemorações dos 80 anos da Fecomércio-PE, sem dúvida, a Casa do Comércio ganha destaque. O edifício ganhou o nome “Josias Albuquerque” em homenagem ao presidente que idealizou a nova sede, mas faleceu antes que a obra fosse concluída. Durante as seis gestões que Josias Albuquerque passou à frente da Fecomércio-PE, o ex-presidente sempre deixou claro o seu desejo de ver a instituição com uma sede própria do tamanho de sua importância. “Hoje, colhemos os frutos da dedicação do professor Josias. Como atual presidente da Fecomércio, carrego a responsabilidade de dar continuidade ao seu trabalho, além de tornar a Federação moderna e atuante”, destaca o presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE. Em funcionamento desde agosto de 2020, o edifício comporta os setores administrativos da Fecomércio, do Sesc e do Senac. Na construção e mobiliário, foram investidos cerca de R\$ 26 milhões. A inauguração está prevista para o primeiro semestre de 2023.



Estrutura da Fecomércio-PE hoje

1 nova sede: Casa do Comércio, a Casa do empresário do comércio de Pernambuco

1 auditório com até 150 lugares

14 andares

3 pavimentos de estacionamento

9 salas de reunião

1 cobertura panorâmica com café e espaço para eventos

22 sindicatos filiados com sedes fixas no Recife, Jaboatão, Paulista, Igarassu, Palmares, Caruaru, Garanhuns, Serra Talhada e Petrolina

1 Estúdio de gravação de lives e podcasts



Sesc, o braço social do Sistema Fecomércio-PE

489 leitos para hospedagem

24 unidades operacionais

16 parques aquáticos

15 bibliotecas

14 escolas

13 quadras poliesportivas

11 restaurantes

10 academias de ginástica e musculação

9 galerias de artes

9 laboratórios de autoria literária

8 teatros

5 unidades móveis

4 agências de turismo

3 estádios de futebol

1 museu de arte sacra

1 Espaço Cultural
Fábrica de Criação Popular

1 Centro de Produção Cultural,
Tecnologias e Negócios

1 Centro de Difusão
e Realizações Musicais



Sesc Serra Talhada



Sesc Goiana



Odonto Sesc



Sesc Goiana - Museu de Arte Sacra



Sesc Garanhuns





Senac, o braço da educação profissional do Sistema Fecomércio-PE

- 8 unidades de educação profissional
- 3 centros de educação profissional especializados
- 2 postos avançados
- 13 carretas-escola
- 1 faculdade e 2 unidades vinculadas
- 1 centro de convenções
- 1 centro de enogastronomia
- 9 auditórios
- 1 restaurante-escola
- 1 lanchonete-escola
- 1 salão-empresa ■





Entrevista

Por Eduardo Sena

UM SACERDOTE DA CULTURA POPULAR

Entrevista Antonio Nóbrega



Imagens: Flickr Antonio Nóbrega

Poucos nomes do Brasil são capazes de sustentar a polissêmica e superlativa definição de multiartista. O recifense Antonio Nóbrega é um deles, e não à toa: é instrumentista, cantor, compositor, dançarino e escritor. A arte também é seu objeto latente de estudo, o que o eleva, também, ao patamar de conferencista e professor. Ariano Suassuna dizia que ele “foi arrebatado pela própria criação”, vertebrada em formas autênticas de ler e interpretar a cultura popular brasileira. Mas Nóbrega é, sobretudo, e sobre todas as outras coisas, um agregador, multiplicador, energia que leva à frente os saberes ancestrais que regem o fazer cultural no Brasil. Encerrando este ano de 2022, que marcou seus 70 anos de idade e 50 de carreira, o pernambucano conversou com a Informe Fecomércio sobre a exaltação ao que é nosso e faz um raio-x do cenário cultural no Brasil.



Informe Fecomércio – Neste ano de 2022, o Brasil festeja os seus 50 anos de carreira e 70 de idade. Uma trajetória marcada pela propagação e resgate da cultura popular. Apesar de tantas conquistas colhidas, por que é um trabalho aparentemente infundável?

Antonio Nóbrega – Talvez o conceito correto não seja esse de “resgate da cultura popular”. A consideração mais apropriada no meu ponto de vista é a seguinte: eu sou um artista como qualquer outro, artista de palco, só que as minhas referências estão ligadas ao universo da cultura brasileira em geral. Não só a cultura popular. E, pelo fato de eu me referenciar a tradições pouco visitadas – por exemplo, nas minhas canções eu uso ritmo de caboclinho, maracatu rural –, às vezes as pessoas colocam esse conceito de que eu sou um eterno resgatador. Não, eu sou apenas um artista brasileiro que trabalha com a matéria-prima da sua cultura. Agora é verdade, por outro lado, que sou uma pessoa interessada teoricamente em compreender a cultura do povo brasileiro. Por isso, às vezes tenho me dividido entre conferencista, professor, por conta justamente desse universo da cultura popular, que é muito rico, muito cheio de reentrâncias, possibilidades e, infelizmente, pouco estudado e valorizado. Então, eu fico um pouco, talvez, não propriamente solitário, mas não há muitos como eu que têm esse interesse por esse mundo cultural popular.



IF – Você fala que o mundo cultural permanece distanciado do mainstream. O conceito de cultura popular foi ressignificado? Há variáveis interpretativas sobre o termo “popular” de 50 anos atrás e no contemporâneo?

AN – Um pouco sim! O conceito de MPB, por exemplo, foi criado como Música Popular Brasileira. E a música popular brasileira há 50, 60, 70 anos, na acepção antes da MPB, se confundia com a figura folclórica. Eu não utilizo o conceito de cultura folclórica porque acho inapropriado para denominar esse substrato cultural criado pelo povo, ou seja, dentro dos traços socioculturais populares. E aí a gente fica numa situação meio curiosa porque não existem muitas palavras pra gente denominar essa cultura, então fica uma “cultura popular” que é característica de um estrato social determinado. Já a MPB circula por um outro estrato sociocultural. Ela é fruto de compositores, de pessoas, que não fazem parte do universo da cultura popular. Ou seja, um mestre de maracatu rural, um mestre de cavalo marinho são pessoas que vivem, que habitam, que fazem cultura dentro de um estrato cultural que é diferente do de Caetano, Alceu e etc. Mas temos esses conflitos semânticos que vamos ver como é que se resolvem...

IF – Para que a cultura popular serve?

AN – Quando a gente começa a estudar o samba, o frevo, o baião, o choro, a gente não faz essa pergunta. Mas, por exemplo, o samba é distração popular, ele vem de uma célula rítmica popular. O baião também. O choro também. O frevo só existe porque é uma forma sincopada da marcha dobrada. O frevo, grosso modo, é uma espécie de marcha abaionada – no sentido da palavra baião. O problema é que essa história não acabou, e você vê um ritmo como o maracatu rural, que não é nenhum desses, e que na Mata Norte de Pernambuco dinamiza eventos de cantoria tão diferentes de um samba, de um baião, com característica tão rica quanto a deles. Só que esse universo não chega ao mainstream, não chega a fazer parte da vida institucional e cultural do País. Praticamente eu e Siba somos os únicos compositores que utilizamos em nossas peças musicais a rítmica do maracatu rural. Se eu falar, por exemplo, nas modalidades poéticas que são utilizadas pelos cantadores, a gente começa a perceber que existe um caldeirão de formas e representações simbólicas que estão disponíveis, mas não são usadas porque a pressão dos ritmos e da indústria cultural vigente globalizada não permite. O que está fora dela é considerado folclórico, menor... Há uma venda nos olhos das pessoas que fazem cultura em relação a esse universo. Por isso que não gosto de utilizar a palavra folclore, porque atrapalha mais. Parece que você está falando de uma coisa fantasiosa, anedótica, menor. Ficamos incapacitados, cegos, de ver a riqueza simbólica que existe no mundo cultural popular. E o que procuro fazer no meu trabalho é justamente trazer isso à tona, dentro das dificuldades de um artista que vive dentro da sociedade de cultura globalizada em que vivemos.

IF – Por que esse potencial não se adequa ao mainstream?

AN – Não é que ele não se adequa, ele não é convidado, não é visto. Não é que eu esteja aqui fazendo apologia a colocar grupos folclóricos no palco, nos LollaPalooza, nos Rock in Rio da vida como representantes. A cultura popular tem aqueles grupos cujo trabalho tem uma função que não é especificamente artística. Ou seja, há uma função muitas vezes religiosa, de trabalho. Um canto e o toque de candomblé atendem a funções que não são propriamente do mundo do espetáculo. O maracatu rural não, ele tem uma função lúdica e laica, não há nenhuma impregnação religiosa, diferentemente de uma congada, de um reisado. Se você colocar um mestre de maracatu rural em qualquer palco do Brasil, ele vai estar no lugar dele. Ele estará cantando para que as pessoas escutem, embora haja pessoas que dançam entre um verso e outro. Você não vai botar uma folia de reis em cima do palco, mas você pode, ao estudar uma folia de reis, entender que os cantos que eles estão tirando ali estão dentro de uma determinada estrutura poética, com conjunto de rimas, uma prosódia, uma métrica que você pode utilizar nos seus poemas, nas suas canções. Mas isso não quer dizer que você vá usar o universo religioso da folia. Eles usam muito a quadra, uma estrutura simples de uma estrofe de quatro versos em que cada verso tem sete sílabas, a chamada redondilha maior, rimando o segundo com o quarto. Você pode, dentro dessa quadratura, falar o que você quiser, porque isso é uma estrutura. É admirável uma cultura que consegue criar tantas estruturas dentro do universo da poesia, da música, da dança, e, no entanto, nós, brasileiros, não conseguimos ver a vitalidade dessas representações simbólicas.



IF – Esse depoimento me lembra uma fala do pesquisador e escritor Luiz Antônio Simas quando ele diz: “Escola de Samba não existe pra desfilar. Ela desfila porque existe”. O fazer artístico está na dinâmica cotidiana por outros motivos, que não o espetáculo. Essa analogia cabe dentro da cultura popular de que estamos falando?

AN – Exatamente! Eu acho que há uma passagem do religioso para o mundo laico. Veja o frevo, é uma dança completamente laica, mas, nos seus antecedentes, você encontra elementos que faziam parte do universo religioso. O frevo tem uma ligação com o batuque, uma dança que tinha também um lado devocional. O frevo é oriundo do batuque que, por sua vez, deu origem à capoeira. E a capoeira praticamente não tem ligação religiosa, uma coisa ou outra que pede permissão para começar a dança. O frevo, como a escola de samba, fica limítrofe à utilização espetacular. Embora o seu universo seja laico, um passista, quando sai à rua, não está, em tese, saindo pra mostrar que dança, ele tá saindo porque gosta do Carnaval, de dançar, e vai dançar. Agora eu, a Flaira (Ferro) e outras pessoas nos interessamos por aquele universo do frevo e utilizamos esse material com uma intenção diferente da do passista, mesmo tendo uma ligação com ele. A gente quer criar, dar outros sentidos, ampliar os sentidos. A gramática do frevo, aqueles passos, você pode criar danças que não sejam exatamente o frevo. Você junta os passos de frevo a outras danças, os movimentos de braços de maracatu, você pode criar uma gramática, uma semântica gestual, que, embora tenha ligações com esses universos, já é uma coisa que transcende eles.

IF – Se o frevo tivesse nascido no Sudeste, seu alcance e reconhecimento seriam outros?

AN – Não, se o frevo tivesse nascido no Sudeste, já tinha acabado há muito tempo. Ele não teria nascido, ele não poderia nascer no Sudeste porque os condicionantes históricos só puderam criá-lo no Recife. Nem no Rio de Janeiro nem na Bahia, cujos elementos que poderiam tê-lo criado estavam completamente amadurecidos para isso. Os dois elementos principais foram a fanfarrinha de frevo, a orquestra responsável pela música, e as figuras dos capoeiras, que existiam na Bahia e no Rio. Mas não foram apenas esses elementos os responsáveis. No meio disso, estava o povo. E o povo, a mentalidade, a psique coletiva do povo do Recife, nem melhor nem pior, era diferente da Bahia e do Rio. O acúmulo de material simbólico, da psique coletiva foi o que pôde dar sustentação para que a marcha dobrada e a figura do capoeira pudessem criar o frevo. Às vezes, os mesmos elementos parecem que podem criar aquilo, mas não podem. Em São Paulo, muito menos, que sequer tinha esses dois elementos tão amadurecidos quanto o Rio e a Bahia e não tanto quanto os do Recife.



IF – Um bêbe dança antes de saber andar e falar. A ancestralidade busca essa cultura do movimento, e hoje assistimos esse mover menos atávico em contraponto a uma forma mais pasteurizada, como os hits de TikTok. Como se reconectar com esses movimentos primitivos esquecidos?

AN – Eu não creio em nada de natureza transcendental, abençoada, qualquer coisa nesse sentido. É cultural! Você pode ser uma pessoa bem-dotada na poesia, é uma questão neuronal de como seus neurônios se configuraram a essas informações, isso vai do cara mais brusco até o gênio. E entra nesse lugar aí a questão da cultura, onde você se educou, se escolarizou, o que você vê. Até os 18 anos, eu não sabia o que era frevo, rabeca, maracatu. Se hoje meu corpo domina o frevo, o maracatu, é por conta de uma imersão, um saber de que fui atrás e fui incorporando com meu corpo. Agora, se uma criança de um ano de idade vê os pais, uma senhora que é mãe de santo, ou que gosta de dançar coco e bota o filho no carrinho de bebê e leva pra onde ela vai, a criança vai vendo aquilo, vai sentindo aquilo, até o aroma. Quando sair daquele carrinho de bebê, a primeira coisa que ela vai fazer é imitar aquele movimento. Se a cultura em torno de nós não revelar esse imaginário, a gente termina por perdê-lo, vão desanalfabetizando dessa forma. Ou existem contextos que mostrem, potencializem, escolarizem, familiarizem, ou a tendência é desaparecer.





IF – O sociólogo Massimo Montanari fala que nossa raiz está no outro. A gente vê, por exemplo, o movimento armorial beber de fontes ibéricas, traduzindo-as num contexto Nordeste. Para que a cultura popular deixe de ser vista como folclore e passe a ocupar o espaço que lhe cabe, há uma urgência em expressões internacionalizantes?

AN – Há uma urgência de entendermos o nosso quintal e de saber das possibilidades dele, o que ele pode trazer de benefícios em termos culturais. Tudo isso que eu disse aqui pode ser fruto de uma paixão minha, de uma ligação afetiva forte. Eu acho que não é, por isso me dediquei a estudar, pra entender tudo aquilo que falo de maneira documental. Acho importante que a gente entenda essa cultura pelo valor que ela tem e como é que pode ajudar a fazer uma cultura mais interessante, que significa ampliar consciência. E o mundo em que a gente vive requer uma consciência cada vez mais complexa para entendê-lo. Não vai ser escutando música de roadeira, não vai ser sempre só dançando nos bailes que a gente vai ter complexidade intelectual para vencer os desafios e dilemas que o mundo globalizado nos oferece, a questão do meio ambiente, da fome... A arte tem uma função de ampliar a consciência e o mundo da cultura popular tem elementos que, se dinamizados, podem ajudar nessa tarefa.

IF – Teremos logo menos o retorno do Ministério da Cultura. Além de pensar na economia da cultura, mas pensar no processo de construção dessa cultura para não cair no folclore, para onde o Brasil tem que olhar?

AN – A questão da economia da cultura é um fator muito importante. Os artistas precisam viver, ter seu prato de comida e um lugar pra dormir, mas isso não quer dizer que a gente desdenhe da discussão em relação à cultura. A gente praticamente tá passando batido em relação a qual o papel da cultura, qual a função, para que ela serve – e descobertos, ou avaliados, esses fatores, escolhidos, como colocar isso em marcha. O Brasil é um país que se coloca em várias encruzilhadas nessas questões, porque não é um país somente europeu, somente da cultura ocidental, da indústria cultural. Tem um manancial cultural muito forte, nascido da sua própria história cultural. Como levar isso em conta? É preciso abrir fóruns, discussões, para que isso seja colocado no devido lugar. Esse é meu ponto de vista em relação à cultura. Repito: não desdenhando de fatores da economia da cultura, que são vitais, mas esses outros são de igual magnitude. ■





Com Gosto de Saber

Por Davi Souza

EDUCAÇÃO 5.0: SOBRE O QUE ESTAMOS FALANDO?

A 18ª edição do Congresso Internacional de Tecnologia na Educação abordou a temática em três dias de programação híbrida

Quando pensamos em tecnologia no sistema educacional, a primeira imagem que nos vem à mente é uma sala repleta de alunos com notebooks, iPads e tablets em mãos. Esse cenário é consequência de um imaginário, cujo paradigma é baseado na ideia de que, para construir um ensino de qualidade e mais tecnológico, é preciso utilizar aparelhos eletrônicos de última geração. No entanto, esses recursos devem ser vistos como aliados das metodologias de ensino e novas formas do fazer pedagógico. Com essa premissa, o Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE promoveu o XVIII Congresso Internacional de Tecnologia na Educação (XVIII CITE), entre os dias 21 a 23 de setembro.

O XVIII CITE ancorou 30 palestras e oito oficinas sobre o tema “Educação 5.0 – A revolução da aprendizagem”. Durante três dias, houve uma intensa troca de conhecimentos e experiências entre educadores e profissionais de diversas áreas. As atividades aconteceram de modo presencial em Caruaru, híbrido no Recife e, também, totalmente virtual. Foram 4.795 participantes de 25 estados mais Distrito Federal que imergiram nas discussões sobre inovações tecnológicas no ensino brasileiro, educação eficaz e uma relação professor-aluno mais produtiva.



O coordenador do Congresso, Ricardo Santos, destacou a importância do tema do evento: “Enquanto a sociedade e o mercado caminham para o modelo 5.0, a educação ainda opera em formatos antigos, no 2.0, de quando o mundo era analógico. Com isso, o Congresso buscou unir conceitos de habilidades cognitivas à consciência socioambiental e empatia, fazendo com que os docentes pensem na forma de levar os discentes para além dos conhecimentos da Era Digital. Afinal, não basta receber uma enxurrada de informações, os discentes precisam saber fazer a gestão delas para transformá-las em conhecimento”.

A abertura magna aconteceu no auditório do Centro de Convenções do Senac em Caruaru e contou com a entrega do Prêmio

Josias Albuquerque a Silvio Meira. Engenheiro de software, um dos fundadores e parte do Conselho de Administração do Porto Digital, Meira foi homenageado pela sua contribuição para o desenvolvimento do segmento de TI no estado e pelo seu destaque nas áreas de educação, tecnologia e inovação. Ele declarou-se surpreso e extremamente honrado com a premiação. Em seguida, deu início à primeira palestra do evento, abordando tópicos como a definição de inovação, mundo digital, a perspectiva do encontro entre a experiência física e digital na educação, significado de experiências fluidas, a relação entre games e metaverso no processo de aprendizado, e como pode ser realizada uma transformação estratégica e contínua.





O cinema tem muito a contribuir no ensino, pois promove o exercício de observação da realidade, e automaticamente induz os indivíduos a pensarem propostas para transformar as realidades observadas. ”

Adriana Fresquet



Penso que as aulas podem ter outros recursos didáticos que não sejam só os tradicionais. Arte, educação e o recurso da linguagem do cinema podem estar juntos para contribuir para a formação e para a pesquisa do educador ”

Tuca Siqueira

Cinedebates

Cinema também esteve na pauta do XVIII CITE por meio dos cinedebates em Caruaru e no Recife, comandados pelo roteirista e codiretor do filme Bacurau, Juliano Dornelles; a professora e especialista em Educação Adriana Fresquet e a roteirista pernambucana e diretora de cinema Tuca Siqueira. No Agreste pernambucano, sob os olhares atentos da plateia, Juliano Dornelles falou sobre as transformações que estão acontecendo na produção audiovisual que ele vê como positivas. A diversidade, a representatividade, a produção no interior pernambucano e o streaming foram apontados como mudanças importantes para o segmento no Brasil. “Hoje é possível produzir cinema em Pernambuco. Negros e negras estão sendo bem representados”, destacou o cineasta. Para ele, é preciso debater para preservar não só o audiovisual, mas a arte como um todo, porque “arte é o que faz a gente ser diferente de bicho”.

Na capital pernambucana, Adriana apresentou, no auditório da Faculdade Senac, produções audiovisuais elaboradas por crianças e adolescentes da comunidade indígena de Quico, pertencentes à Escuela Adolfo López Mateo, no Peru, que mostraram, com ilustrações e encenações, elementos do folclore, culinária, fauna e flora da região, e por fim acenderam a discussão sobre o uso do cinema dentro da metodologia de ensino.

“O cinema tem muito a contribuir no ensino, pois promove o exercício de observação da realidade, e automaticamente induz os indivíduos a pensarem propostas para transformar as realidades observadas. Ou seja, atividades como essas, quando são implementadas nas escolas, incentivam crianças e adolescentes a serem cada vez mais protagonistas em nossa sociedade”, pontuou Adriana.

Além de exemplos estrangeiros, a educadora também trouxe cases de produções cinematográficas embrionárias com povos indígenas brasileiros, reforçando a importância do cinema educacional para a preservação da cultura e histórias das minorias em nosso país.

No cinedebate conduzido por Tuca Siqueira, os congressistas do Recife assistiram ao longa-metragem *Amores de chumbo*, dirigido por ela. A história cita relações familiares, história, política, o amor na maturidade e memória. Tuca destacou que acredita nos educadores como seres revolucionários. “Penso que as aulas podem ter outros recursos didáticos que não sejam só os tradicionais. Arte, educação e o recurso da linguagem do cinema podem estar juntos para contribuir para a formação e para a pesquisa do educador”, pontua.



Palestra com Sarah Sanchez



Palestra com Jairo Martiniano

Palestras

O Congresso Internacional de Tecnologia na Educação reuniu ainda nomes festejados nacional e internacionalmente no cenário da educação, como o antropólogo português José Pacheco; o CEO da Brain Education, Arioston Rodrigues; o coordenador do Espaço de Diálogo e Restauração, Marcello Pelizzoli; a acadêmica e economista brasileira Cláudia Costin; a vice-cônsul do Canadá, Sarah Sanchez; a professora Cláudia Dezan; e também o arquiteto e urbanista pós-graduado em jogos cooperativos Edgar Gouveia.

As apresentações dos palestrantes abordaram temas como educação sintonizada às realidades sociais, realidade aumentada e metaverso, uso da tecnologia em sala de aula, WhatsApp como alternativa de ensino durante a pandemia, os desafios da agenda 2030 da ONU para a educação, cases de sucesso da rede educacional de Quebec e a importância da vida em comunidade para resolução de problemas no âmbito educacional. Além dessas temáticas, o Congresso proporcionou aos participantes conhecimentos acerca da comunicação não violenta, oficina da cultura maker, uso de games na sala de aula e muito mais.



Palestra com Marcello Pelizzoli



Palestra com Dayvison Bandeira

Ideathon

O evento não só trouxe conhecimento, como gerou o ambiente propício para que os congressistas apresentassem soluções alternativas para algumas problemáticas. Os participantes colocaram o aprendizado que estavam recebendo em prática por meio do Ideathon, uma maratona de 20 horas para fomentar soluções inovadoras e o empreendedorismo na educação. Ao todo, foram 153 inscritos, divididos em grupos de acordo com a modalidade, presencial ou remota. No primeiro dia da atividade, houve uma palestra sobre definição de problema com um dos mentores, Johnny Laranjeira, diretor do Armazém da Criatividade.

Depois, os grupos debateram sobre o problema que iriam resolver juntos. E, chegando ao último dia de evento, dez equipes passaram para a fase de apresentação do pitch e defenderam a ideia para a comissão julgadora. Goretti Gomes, diretora de Projetos Estratégicos do Senac Pernambuco, foi uma das avaliadoras e ficou surpresa com as apresentações. “De um modo geral, considero que as propostas foram surpreendentes, inovadoras e com proposições

bem estruturadas”, enfatizou. A equipe ganhadora foi formada por estudantes da Escola Técnica Ministro Fernando Lyra, que receberam como prêmio diárias em um hotel do Sesc, além de curso de idiomas no Senac. O problema tratado por eles foi o mau agenciamento de comunicados institucionais nas redes de ensino. Para solucioná-lo, o grupo propôs e estruturou o funcionamento de um aplicativo voltado para a comunidade escolar que visa trabalhar o fluxo de informação nas instituições.

O segundo colocado foi um grupo de estudantes de Moda da Faculdade Senac de Caruaru, que apresentou a proposta de um site com cadastro de estudantes de Moda para criar conexões com as empresas, possibilitando uma contratação mais assertiva. A terceira colocação ficou com o grupo de estudantes da Escola Técnica Estadual Nelson Barbalho que apresentou a proposta de uma plataforma que coleta dados de forma humanizada nas escolas, faz uma análise e apresenta soluções para melhorar o desempenho escolar. As equipes foram premiadas com bolsa no curso de idiomas do Senac para cada participante (nível iniciante);

e contratação gratuita no serviço de Endereço Fiscal para abertura do CNPJ do time.

A entrega de premiação foi feita pelo presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE, Bernardo Peixoto, que declarou-se extremamente satisfeito com a repercussão do evento e reforçou a sua importância para o desenvolvimento e consolidação da educação brasileira como referência na América Latina. “Essa edição ampliou a capilaridade desse evento, que já é um dos maiores do Brasil em sua área, a partir da inauguração de três formatos de participação: híbrido, presencial e on-line. Temos a convicção que cada um dos 4.795 participantes levou instrumentos para entrar em sintonia com as novas práticas do ambiente educacional, aprimorando a educação no nosso país. É sempre uma alegria ter no CITE essa ponte para avanços. Em 2023, tem mais e de forma ainda mais grandiosa”, antecipa Bernardo, agradecendo pelo apoio e parceria dos empresários que compõem a Fecomércio-PE e aos apoiadores Sebrae-PE e Sistema Jornal do Commercio de Comunicação. ■



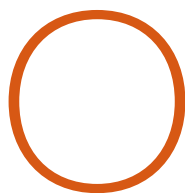




Artigo

Por Ademilson Saraiva

ENDIVIDAMENTO DAS FAMÍLIAS É DESAFIO AO CRESCIMENTO EM 2023



Endividamento das famílias foi pauta assídua no noticiário econômico durante o segundo semestre. Pesquisas de instituições que acompanham a situação e percepção dos brasileiros quanto ao assunto apontaram, por um lado, o aumento na busca por crédito e, por outro, o avanço na inadimplência.

A discussão sobre as causas e implicações da escalada do endividamento – em face do aumento do custo de vida e da intensificação da desigualdade, especialmente após a fase mais crítica da pandemia – tem sido relevante e, não à toa, recebeu destaque nos debates durante o período eleitoral, uma vez que as dificuldades financeiras das famílias impõem desafios imediatos ao primeiro ano de mandato do próximo governo.

Contrair dívidas não é exatamente o problema. Quando a finalidade é, por exemplo, investir em algo que trará retorno em médio ou longo prazo, mesmo que não financeiro, ou eliminar alguma despesa corrente ou mesmo outra despesa financeira com custo efetivo mensal mais elevado, um empréstimo ou financiamento pode ser vantajoso.





A situação do endividamento das famílias passa a ser um problema propriamente quando recorrer ao crédito se torna indispensável à manutenção do consumo essencial. Nesse momento, o endividamento pode se tornar um problema estrutural para a família, sobretudo com a perspectiva de elevação persistente dos juros.

Mesmo com a retomada do mercado de trabalho formal e as medidas de suporte à renda garantidas, por ora, até o final do ano, os itens mais essenciais aos consumidores de mais baixa renda, como alimentos (alta de +12,7% no ano) e bebidas (+15,6%), materiais de higiene (+12,8%) e limpeza (+18,4%) e produtos farmacêuticos (+14,6%), acumulam alta de preços muito acima da média geral (+6,5%).

Levantamento do Instituto Brasileiro de Economia (Ibre), da FGV, aponta que esses consumidores (com até dois salários mínimos mensais), além de mais endividados, acabam sujeitos a crédito mais caro para conseguir sanar dívidas atrasadas ou complementar a renda, o que vem potencializando a inadimplência.

De acordo com levantamentos da Confederação Nacional do Comércio (CNC), a média anual da proporção de famílias endividadas saltou dez pontos percentuais entre 2018 e 2021, saindo de 60,3% para 70,9%. Em 2022, até outubro, a média é de 77,8% e o aumento tende a ser de oito pontos percentuais este ano, quase o dobro do registrado em 2021, quando expandiu 4,4 pontos percentuais.





A proporção das famílias com contas em atraso, por sua vez, chegou a 25,2% na média anual de 2021. Em 2022, a média alcança o patamar de 28,6% até outubro, tendo o percentual mensal saltado de 26,4% em janeiro para 30,3% no último mês.

O superendividamento é prejudicial a famílias e empresas, tolhe o poder de compra e o crescimento da economia, refletindo um desempenho tímido no varejo e na indústria. Este ano, no acumulado de janeiro a setembro comparado ao mesmo período de 2021, a produção na indústria de transformação e o volume de vendas do varejo registraram, respectivamente, queda de 0,7% e crescimento de apenas 0,8%.

A tendência ao endividamento e inadimplência ainda reflete o período mais grave da pandemia, em que foram necessárias medidas para conter a disseminação do coronavírus. O trajeto, desde então, foi de queda na renda do trabalho, compensada de forma descontinuada pelo auxílio emergencial, seguida de uma maior busca por crédito, cujo custo aumentou substancialmente à medida que o Banco Central ajustou a taxa básica de juros (Selic) – que era de 2% ao ano em 2020 e atualmente se encontra no patamar de 13,75% ao ano – como mecanismo para conter a inflação. ■

Ademilson Saraiva, economista da Assessoria Econômica da Fecomércio-PE





Comércio em Foco

Por Stephanie Männicke

POLÍTICAS INCLUSIVAS GANHAM LUGAR DE DESTAQUE NAS ORGANIZAÇÕES



Com mais discussão a respeito de diversidade e inclusão no mercado de trabalho, as instituições estão buscando dar maior espaço a todas as classes e pessoas



As organizações têm procurado se adequar cada vez mais à sociedade e às mudanças no compromisso com os colaboradores. E esse é um dos motivos pelos quais as estratégias que envolvem as políticas de diversidade nas empresas têm ganhado mais visibilidade e força nos discursos organizacionais. Afinal, por que as empresas precisam investir em políticas de diversidade?

Diversidade é a riqueza relativa às particularidades de cada pessoa, conforme seu modo de pensar, agir e se relacionar. É uma forma diferenciada de olhar para um mesmo ângulo e, assim, encontrar soluções distintas para os problemas. As empresas estão aprendendo a gerenciar e a buscar

alternativas para que os seus colaboradores não sejam avaliados pela sua etnia, crença, deficiência, orientação ou identidade sexual.

O advogado e professor universitário Fábio Túlio Barroso, que tem pós-doutorado em Direito, explica que incluir políticas de diversidade social é um caminho para o crescimento do país. “A empresa é uma entidade social e uma das relações que possui com a sociedade é a de trabalho. Assim, a compreensão do que ocorre no seu entorno e as múltiplas possibilidades de ter a sua função social presente e reconhecida pelo emprego de políticas de inserção da diversidade no seu plantel é um excelente caminho, com responsabilidade social e convergência de compromissos multilaterais para o crescimento do país”, destaca.



Os direitos fundamentais relacionados ao trabalho estão presentes na Constituição, na CLT e na legislação, sendo ainda questão de relevância mundial. A discriminação no ambiente de trabalho é crime e pode ser denunciada aos órgãos competentes, como o Ministério Público do Trabalho. Por outro lado, também existem punições administrativas, caso não sejam cumpridas as cotas relacionadas ao aprendizado, às pessoas com deficiência, etc.

Com intuito de promover a inclusão e diversidade na carreira jurídica, o escritório Martorelli Advogados criou em 2019 o Comitê de Diversidade. A ação tem o objetivo de fortalecer o compromisso do escritório com a inclusão de pessoas integrantes das minorias, bem

como da atuação social diante das desigualdades.

O comitê coordena três programas de inclusão: o Igual por Direito, com o objetivo de aumentar o quadro de estagiários(as) pardos(as) e negros(as); o Longevidade, cuja meta é aumentar o quadro de estagiários(as) maiores de 55 anos; e o Menos Barreiras, que prevê aumentar o quadro de pessoas com deficiência no escritório.

De acordo com Ana Vasconcelos, advogada da área de Direito da Família do Martorelli Advogados e coordenadora do Comitê de Diversidade, o intuito dos programas é conscientizar as pessoas a não praticarem qualquer tipo de discriminação, além de mostrar que a empresa é agente de transformação social.

A empresa é uma entidade social e uma das relações que possui com a sociedade é a de trabalho. Assim, a compreensão do que ocorre no seu entorno e as múltiplas possibilidades de ter a sua função social presente e reconhecida pelo emprego de políticas de inserção da diversidade no seu plantel é um excelente caminho, com responsabilidade social e convergência de compromissos multilaterais para o crescimento do país

Fábio Túlio Barroso



Nosso objetivo é trabalhar internamente e externamente questões afetas aos temas do comitê, com o intuito de tentar conscientizar as pessoas a não praticarem qualquer tipo de discriminação, seja por meio de comportamento ou da forma pela qual se comunicam

Ana Vasconcelos





O programa Igual por Direito permitiu que um negro entrasse no mercado de trabalho, principalmente no cenário jurídico, onde ainda há muitas barreiras ao acesso. Passei anos à procura de uma oportunidade, enviando currículos para diversos escritórios de advocacia, e o Martorelli foi o único a me abrir as portas”

Gilberto Guedes



“Nosso objetivo é trabalhar internamente e externamente questões afetas aos temas do comitê, com o intuito de tentar conscientizar as pessoas a não praticarem qualquer tipo de discriminação, seja por meio de comportamento ou da forma pela qual se comunicam. É disseminar o princípio de que o escritório entende que a advocacia, ao se comprometer verdadeiramente com a democracia, deve se enxergar enquanto agente de transformação social. A expectativa é termos um escritório plural, consolidando de forma definitiva nosso compromisso de ter uma sociedade perene, feliz e inclusiva”, afirma.

Ao longo desses três anos e meio, o escritório já recebeu mais de 50 estagiários. Gilberto Guedes, advogado da área de Contencioso do Martorelli, começou a carreira como estagiário por meio do programa Iguais por Direito e hoje faz parte da equipe. A trajetória dele foi marcada por muitos desafios, principalmente por ser bolsista numa faculdade privada e um dos pouquíssimos negros na

turma. Para ele, o escritório foi a porta de entrada para o mercado de trabalho. “O programa Igual por Direito permitiu que um negro entrasse no mercado de trabalho, principalmente no cenário jurídico, onde ainda há muitas barreiras ao acesso. Passei anos à procura de uma oportunidade, enviando currículos para diversos escritórios de advocacia, e o Martorelli foi o único a me abrir as portas. Ingressei no escritório sem experiência no mundo jurídico, somente com o ensinamento dado em sala de aula. No desenvolvimento das atividades dentro do escritório, fui amparado por uma equipe incrível que me auxiliou em tudo. Iniciei minha carreira jurídica como estagiário em 2018, evoluindo para assistente jurídico e agora sou advogado”, conta.

O processo seletivo para os programas é realizado a partir do envio de currículo. Para participar, basta acessar o site martorelli.com.br/index.php/carreira/ e se cadastrar. O currículo ficará registrado na base de dados e será avaliado pelo escritório. ■



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



**DE
CÓDIGO**
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