



REPORTAGEM ESPECIAL

Oktoberfests devem injetar milhões na economia gaúcha

Está chegando a época das bandinhas típicas, jogos, alegria, e principalmente muita comida alemã – como pretzel, chucrute, eisbein, entre outras iguarias. Mas, nada supera a marca registrada das Oktoberfests: cerveja e chope. As festas que celebram a cultura germânica já começam a acontecer a partir da segunda quinzena de setembro e se estendem até o final de outubro. Hotéis, restaurantes, lojas e indústrias se preparam para o boom. Santa Cruz do Sul, por exemplo, estima receber cerca de 500 mil visitantes e repetir os números do ano passado, quando movimentou mais de R\$ 60 milhões.

LEIA NAS PÁGINAS 6 A 9

Investir em talentos não é custo, é estratégia.

Déa Machado

Diretora de Gente e Gestão do Grupo Guarida

No cenário competitivo atual, tecnologia, processos e investimentos financeiros são recursos indispensáveis. No entanto, nenhuma dessas forças tem o mesmo poder transformador que o capital humano. Mais do que um recurso operacional, o capital humano é um ativo estratégico capaz de gerar inovação, fidelizar clientes e sustentar o crescimento a longo prazo.

Empresas que entendem essa premissa não enxergam colaboradores apenas como executores de tarefas, mas como agentes de valor. Cada profissional, em seu papel, contribui para que a organização não apenas atinja metas, mas também construa sua identidade, reputação e relevância no mercado. Essa visão se fortalece quando está alinhada a princípios claros, que guiam a conduta e a cultura interna.

No Grupo Guarida, quando afirmamos que “existimos pelos

clientes”, reconhecemos que toda a estrutura da empresa — dos produtos à comunicação — deve ser moldada para criar experiências de excelência. E são as pessoas que trabalham conosco que tornam isso possível: a escuta ativa, a empatia e a capacidade de personalizar soluções vêm do engajamento e da inteligência de quem está na linha de frente e nos bastidores.

A agilidade, traduzida em outro dos nossos valores que é o “somos ágeis na execução”, também depende do capital humano. Processos e ferramentas ajudam, mas a capacidade de tomar decisões rápidas, ajustar rotas e antecipar tendências é fruto da competência e do comprometimento de equipes bem preparadas.

Outro fator vital que nos move é a paixão pelo que fazemos. Paixão não se impõe — ela é cultivada em ambientes que valorizam e reconhecem as pessoas. Quando nossos colaboradores sentem que seu trabalho tem significado, que são ouvidos, eles não apenas executam: eles vão além do esperado.

Por fim, ao afirmarmos que “entregamos crescimento sustentável”, a Guarida reforça que o capital humano é o elo entre performance e perenidade. Sustentabilidade, no sentido mais amplo, exige equilíbrio entre resultados financeiros, responsabilidade social e preservação ambiental. Esse equilíbrio só é alcançado quando equipes internalizam essa visão e a colocam em prática nas decisões diárias.

No mercado imobiliário, um segmento marcado pela alta concorrência, pelas transformações digitais e pela exigência crescente dos clientes, a valorização das pessoas é ainda mais estratégica. A força de uma empresa nesse setor está diretamente relacionada à capacidade de seus profissionais em compreender as demandas do cliente, oferecer soluções personalizadas e construir relações de confiança. Corretores, gestores e equipes de apoio não apenas intermediam negócios, mas são os responsáveis por traduzir expectativas em resultados concretos. A expertise técnica, combinada

a habilidades socioemocionais como empatia, comunicação clara e capacidade de negociação, cria valor e fortalece a reputação da empresa. Investir em qualificação, programas de desenvolvimento e ambientes que estimulem a inovação é fundamental para reter talentos e potencializar a performance coletiva. Além disso, equipes motivadas e preparadas têm maior facilidade em se adaptar às mudanças regulatórias, às novas tecnologias e aos modelos de consumo que vêm redesenhando o setor imobiliário.

Em síntese, empresas que tratam seu capital humano como elemento estratégico não apenas competem melhor: elas constroem legados. Investir em pessoas — em sua formação, bem-estar e motivação — é investir na própria capacidade de inovar, adaptar-se e prosperar em um mercado cada vez mais dinâmico. Afinal, por trás de qualquer resultado duradouro, sempre haverá pessoas que acreditaram, se dedicaram e transformaram ideias em realidade.



Outro fator vital que nos move é a paixão pelo que fazemos. Paixão não se impõe — ela é cultivada em ambientes que valorizam e reconhecem as pessoas. Quando nossos colaboradores sentem que seu trabalho tem significado, que são ouvidos, eles não apenas executam: eles vão além do esperado

De SIEM para Security Data Lake: a evolução necessária na gestão de dados de segurança

Denis Furtado

Engenheiro de sistemas e diretor da Smart Solutions

A segurança cibernética tem se tornado cada vez mais complexa, impulsionada pela transformação digital e pela proliferação de dispositivos conectados. Nesse cenário, os tradicionais sistemas de Gerenciamento de Informações e Eventos de Segurança (SIEM) têm mostrado limitações para lidar com o volume e a diversidade de dados gerados pelas infraestruturas modernas.

Os SIEMs foram desenvolvidos para ambientes on-premises, focando na coleta e análise em tempo real de logs e eventos. No entanto, com a migração para a nuvem, o aumento do uso de dispositivos móveis e a proliferação de dados não estruturados, esses sistemas enfrentam dificuldades em escalar e integrar dados de diversas fontes. Além disso, a necessidade de re-

tenção de dados por períodos mais longos para fins de conformidade e investigação forense coloca pressão adicional sobre as capacidades dos SIEMs tradicionais.

A ascensão dos Security Data Lakes

Para superar essas limitações, surge o conceito de Security Data Lake (SDL), um repositório centralizado que permite armazenar, processar e analisar grandes volumes de dados de segurança em sua forma bruta e nativa. Diferentemente dos SIEMs, os SDLs oferecem flexibilidade para lidar com dados estruturados, semiestruturados e não estruturados, provenientes de diversas fontes como firewalls, sistemas de detecção de intrusões, endpoints e aplicativos na nuvem.

O mercado global de Data Lakes foi avaliado em US\$ 13,6 bilhões em 2023 e projeta-se que alcance US\$ 59,9 bilhões até 2030, com uma taxa de crescimento anual composta (CAGR) de 23,8%

no período de 2024 a 2030. Esse crescimento reflete a crescente adoção de soluções que oferecem maior escalabilidade e flexibilidade na gestão de dados.

A adoção de Security Data Lakes oferece múltiplos benefícios para as organizações. Esses repositórios proporcionam escalabilidade e flexibilidade, permitindo armazenar e processar grandes volumes de dados sem comprometer o desempenho. Além disso, possibilitam a aplicação de técnicas avançadas de análise, como machine learning e análise comportamental, ampliando a capacidade de detectar ameaças complexas de forma mais eficiente.

Outro ponto importante é a redução de custos, já que o armazenamento econômico de dados históricos atende aos requisitos de conformidade sem demandar investimentos excessivos em infraestrutura. Por fim, os Security Data Lakes oferecem visibilidade unifi-

cada, consolidando informações provenientes de diversas fontes em um único repositório e proporcionando uma visão completa e integrada da segurança corporativa.

Apesar das vantagens significativas, a implementação de um Security Data Lake exige planejamento cuidadoso. É essencial estabelecer políticas claras de governança de dados, definindo regras de acesso, retenção e descarte das informações. Também é fundamental garantir que o sistema se integre de forma eficiente com os ambientes e sistemas legados existentes, mantendo a continuidade operacional. Além disso, a capacitação das equipes de segurança é um fator determinante para que a organização consiga explorar plenamente as capacidades do Security Data Lake e transformar dados em insights acionáveis.

A transição de SIEMs tradicionais para SDLs representa uma evolução necessária na gestão de



É essencial estabelecer políticas claras de governança de dados, definindo regras de acesso, retenção e descarte das informações

dados de segurança. Organizações que adotam essa abordagem estão melhor posicionadas para enfrentar os desafios de segurança atuais e futuros, aproveitando tecnologias avançadas para proteger seus ativos mais valiosos.

Cadastra completa 25 anos e investe R\$ 10 milhões em novos processos de IA

Giovanna Sommariva

giovanna@jcrs.com.br

A Cadastra, empresa gaúcha de soluções de marketing, tecnologia e estratégia de negócios completa 25 anos em um momento de expansão e reestruturação. Fundada quando a internet ainda engatinhava, a empresa começou oferecendo serviços para otimizar a presença de marcas nos mecanismos de busca. Ao longo das últimas duas décadas e meia, acompanhou e se adaptou a transformações do mundo digital e comercial. Hoje, reúne quase mil colaboradores, tem clientes em 12 países e conta com escritórios próprios em cinco deles. A mais recente aposta do negócio é a Inteligência Artificial (IA), com um investimento de R\$ 10 milhões voltado ao desenvolvimento e integração de soluções, como a criação de uma IA própria. O CEO e fundador da Cadastra, Thiago Bacchin, fala sobre a trajetória da empresa, o papel da IA no futuro dos negócios e os desafios de inovar sem perder o olhar humano.

Empresas & Negócios - Já são 25 anos de atuação, quase 1 mil colaboradores e presença em mais de 12 países. Como a Cadastra chegou até esse momento?

Thiago Bacchin - Nós nascemos em fevereiro de 2000 como uma empresa de tecnologia no começo do marketing digital, no começo da internet, ajudando empresas a aparecerem nos resultados de busca, que era o ponto de partida de navegação naquela época na internet. E de lá para cá, o mercado amadureceu muito. Depois de uns anos começaram a aparecer as primeiras redes sociais, depois a ascensão do mobile e smartphones. E nós, como empresa, sempre seguimos ajudando os nossos clientes a crescerem. Esse é o nosso business. Ajudamos, através de marketing, tecnologia, dados e estratégia de negócios, a fazer os clientes crescerem e venderem mais no e-commerce, nos aplicativos, em sites parceiros, marketplaces.

E&N - Quando a Cadastra começou a olhar para a IA e entender que precisava incluir essa inovação nos processos da empresa?

Bacchin - Já faz bastante tempo que a Inteligência Artificial vem sendo utilizada de uma maneira mais indireta dentro das plataformas das bigtechs. Então, quando você é uma empresa que faz bastante mídia digital, já está usando aspectos de IA há algum tempo, só que o assunto obviamente mudou completamente de patamar com o ChatGPT e todas as outras plataformas que vieram na sequência. Isso trouxe uma nova dimensão a tudo que se fala de Inteligência Artificial. Hoje, já temos as nossas plataformas internas, para, primeiro, os nossos colaboradores ampliarem a sua produtividade, e aplicarem isso para trazer ganhos de eficiência e gerar mais valor também no serviço que a gente entrega para os clientes. E é claro que também vem do lado dos clientes. É uma demanda, uma necessidade contínua por busca de eficiência e também por crescimento.

E&N - E vocês também têm a Astra, uma IA própria da Cadastra. Como ela auxilia no dia a dia?

Bacchin - A Astra é uma plataforma de Inteligência Artificial que reúne as principais LLMs [Modelos de Linguagem de Grande Escala]. Então, dentro da Astra, que está disponível para todos os 900 colaboradores da Cadastra, nós temos o ChatGPT, Gemini, DeepSeek, Clouder. Como cada LLM tem qualidades diferentes - elas são boas em várias coisas, mas não são boas em tudo -, a gente cria uma plataforma com as versões mais elevadas, mais qualificadas que essas empresas oferecem. E disponibilizamos isso para 100% da companhia, da nossa equipe. Elas têm a possibilidade de resolver não só com uma, mas com várias inteligências artificiais diferentes, todo tipo de questão que possa precisar no seu dia a dia. Também temos melhorias mais fortes, que estamos construindo, como a Agium Studio, que destrava, acelera e traz grandes ganhos na entrega e na produtividade para os nossos clientes. Se você tinha que entregar 500 peças de banners criativos para um cliente rodar campanhas, isso levava uma semana para fazer, e agora é feito em pouquíssimos minutos. Nós geramos um grande ganho de produtividade, entregamos

muito mais rápido e com menos margem de erro.

E&N - Há quanto tempo a Astra já está em operação?

Bacchin - Ela entrou em beta no ano passado e oficialmente no início deste ano. Vai fazer um ano que ela está em funcionamento.

E&N - Vocês têm 900 colaboradores hoje. Como tu acredita que é possível incluir novas inovações, como a IA, sem perder o lado humano?

Bacchin - As pessoas tendem a ter um misto de empolgação, por um lado, e às vezes, por outro, têm receio, medo de serem substituídas. Eu acho que o caminho é muito mais que isso, como na época em que a gente saiu da máquina de escrever para os computadores. O trabalho não acabou, o emprego das pessoas não foi eliminado, foi transformado. O que você tinha de produtividade, se multiplicou por muitas vezes com a chegada do computador. E é uma transformação tão grande quanto essa que a gente está passando. Talvez você precisasse de 200 pessoas para datilografar os documentos de uma empresa, depois você passou a ter 10, talvez cinco. Você vai ter outras atividades na companhia, outros objetivos. É muito mais sobre abraçar as novas tecnologias para gerar ganhos de eficiência, ganhos de escala em outros patamares.

E&N - Vocês têm alguma quantificação de como, dentro da Cadastra, essa otimização auxiliou no crescimento do negócio?

Bacchin - Isso vai se refletindo organicamente, e ainda a passos



Ajudamos, através de marketing, tecnologia, dados e estratégia de negócios, a fazer os clientes crescerem e venderem mais

Thiago Bacchin

CADASTRA/DIVULGAÇÃO/JC



Executivo destaca que a empresa tem clientes em 12 países

discretos quando você olha para a mesa. Mas quando você começar a olhar ciclos de anos, você vai começar a enxergar o quê? As empresas que estão aderindo mais rápido, nas suas atividades, na sua mão de obra, na sua força de trabalho, elas vão continuar crescendo, vão acelerar o crescimento e vão desacelerar a contratação humana. Elas vão implementar cada vez mais automações, mais projetos e aspectos inteligentes que vão gerar saltos de produtividade. Essa empresa não vai precisar escalar, crescer na mesma proporção que ela vem crescendo agora a quantidade de colaboradores. Isso percebemos na Cadastra, que estamos crescendo a empresa e não estamos crescendo na mesma proporção a quantidade de colaboradores.

E&N - Vocês têm explorado novas áreas como o live commerce. O que podemos esperar dessas novas frentes?

Bacchin - O live commerce já é uma realidade totalmente consolidada em países como a China, culturalmente muito forte. Aqui no Brasil está recém começando, há poucos meses que esse recurso está disponível no TikTok Shop, por exemplo, que é o grande player na China nessa área. Ele vai se tornar um canal de vendas adicional para as marcas. Vai gerar provavelmente um incremento, não vai migrar para lá aquela venda que estava no e-commerce, no aplicativo, ou até mesmo na loja física, ela deve trazer um incremento, principalmente por ser um ambiente novo, ela vai capturar por muito tempo ainda. Agora, você ainda vai encontrar poucas marcas

ativas fazendo uma live commerce, então a competição vai ser menor. Mas no final das contas também é um pouco sobre aquela compra por impulso, 70% das compras numa live commerce acontecem por impulso. E essa experiência deve cada vez mais encantar o consumidor, porque o algoritmo te conhece, e no momento que você coloca um conteúdo em tempo real, ela vai fazer um cruzamento, porque o algoritmo te conhece muito bem, vai trazer uma oferta de algo que com certeza vai te interessar.

E&N - E o que podemos esperar para o futuro da Cadastra, para os próximos 25 anos?

Bacchin - Está cada vez mais difícil prever, fazer um planejamento de longo prazo, e eu acho que para qualquer companhia, porque o mundo está mudando tão rápido que fazer um exercício de cinco anos para frente já não é mais tão factível quanto era cinco anos atrás. A certeza que temos é que a gente vai estar onde o consumidor, onde o consumo está. Esse é o nosso propósito, é fazer as pessoas e negócios prosperarem, crescerem. E isso está conectado a como as marcas crescem, a como são as jornadas de consumo, de compra B2C ou B2B que elas possuem. Muita coisa ainda vai mudar, pois estamos vendo ainda só a pontinha de tudo que ainda vai transformar com a Inteligência Artificial, porque vai mexer em trabalho e em produtividade numa escala que ainda está só na ponta desse iceberg. Ainda vai transformar muito o mundo antes de a gente embarcar numa nova onda.

Educa+Saúde chega às escolas municipais de Canoas

Imagine um aluno que começa a sentir febre ou dor durante a aula e, em poucos minutos, tem acesso a um médico sem precisar sair da escola. Imagine famílias que não precisam faltar ao trabalho para levar os filhos a uma emergência, e uma prefeitura que atua de forma preventiva na atenção básica de saúde em parceria com a educação.

Essa realidade já acontece em Canoas com a chegada do Educa+Saúde, projeto do CIEE-RS que leva atendimento médico por telemedicina ao ambiente escolar. Após ser implementado em Porto Alegre, o programa passa a atender dez Escolas Municipais de Ensino Fundamental, incluindo unidades em regiões atingidas pelas enchentes.

O CIEE-RS fornece notebooks em comodato para viabilizar as consultas online, que permitem desde a emissão de receitas digitais até encaminhamentos diretos ao SUS em casos mais complexos.



Com o Educa+Saúde, o CIEE-RS reafirma sua atuação como parceiro das comunidades, inovando ao unir educação, tecnologia e cuidado com a vida dos estudantes.

“Estamos investindo em soluções que impactam diretamente no aprendizado e na qualidade de vida. Este é só o começo”, destacou o prefeito Ailton Souza no lançamento. Para o CEO do CIEE-RS, Lucas Baldisserotto, a expansão reforça o compromisso da instituição com a inclusão e a educação: “Manter o aluno em condições de aprender também passa pelo acesso pleno à saúde”, afirmou.

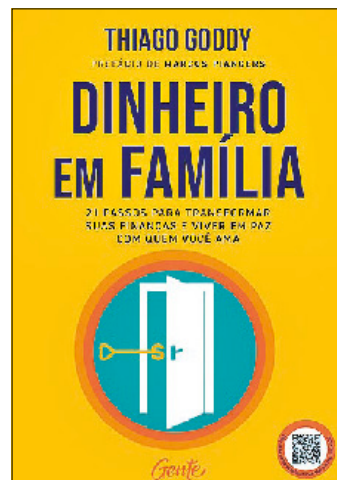
Na prática, professores e equipes escolares podem acionar uma videochamada médica em tempo real sempre que houver necessidade. Em situações graves, o SAMU é acionado pela própria plataforma, garantindo agilidade e segurança.

A secretária municipal de Educação, Beth Colombo, ressaltou o caráter pioneiro da iniciativa: “Agora temos uma rede conectada, em que a escola já encaminha diretamente ao SUS quando necessário”. A comunidade escolar também celebrou a novidade. “O atendimento será mais rápido e assertivo, evitando idas desnecessárias às UPAs”, avaliou Oberdan Goulart Pérez, diretor da EMEF João Paulo I.

www.cieers.org.br
(51) 3363-1000



Acompanhe as
nossas novidades



Finanças pessoais

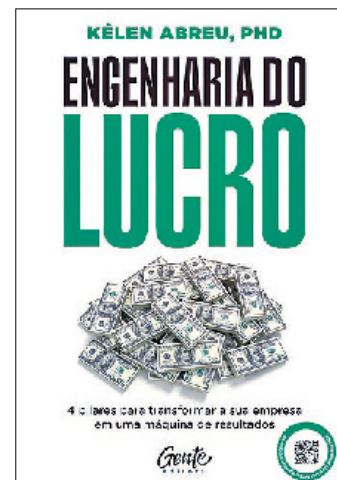
Em “Dinheiro em família”, o escritor Thiago Godoy defende que cada família deve fazer um planejamento financeiro, por mais difíceis que possam ser as conversas sobre dinheiro. Segundo ele, planejar as finanças é, na realidade, um gesto de cuidado e uma maneira adulta de amar, e que garante um bom futuro para os integrantes da casa.

É justamente com o objetivo de ajudar o leitor a criar uma cultura financeira saudável dentro de seu lar que Godoy oferece para o leitor um passo a passo baseado em três movimentos fundamentais - alinhar o casal, estruturar o cotidiano financeiro da família e educar os filhos para a liberdade e a responsabilidade.

Por meio desta obra, o leitor aprenderá, então, a criar uma base sólida de comunicação financeira e a desenvolver uma cultura de planejamento econômico no cotidiano da família. Também conseguirá ensinar seus filhos a lidarem com dinheiro desde cedo, de forma saudável, responsável e libertadora, através da superação de padrões inconscientes herdados e da construção de uma nova relação familiar com o valor e o uso do dinheiro.

Mestre pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) e autor do best-seller “Emoções financeiras”, de 2023, Thiago Godoy é também colunista no portal RH Pra Você e na revista Vida Simples.

Dinheiro em família: 21 passos para transformar suas finanças e viver em paz com quem você ama; Thiago Godoy; Gente; 208 páginas; R\$ 79,90; Disponível também em versão digital.



Engenharia

Para quem deseja tirar a sua empresa do automático e alcançar lucratividade contínua e escalável, “Engenharia do Lucro”, de Kélen Abreu, é uma ótima opção de leitura. Com base nos pilares Mindset do Lucro, Confiabilidade, Clareza e Segurança, a autora apresenta o método M2CS, capaz de transformar a realidade financeira das empresas.

Segundo Kélen, o livro pode reprogramar a forma como o leitor vê, pensa e conduz o seu negócio, oferecendo para a ele a oportunidade de abandonar o amadorismo financeiro, vencer a estabilidade e assumir o comando com dados, estratégia e propósito.

Através deste livro, o leitor conseguirá desenvolver um mindset de lucro para direcionar seu negócio com intencionalidade, assim como entender a importância dos dados confiáveis e organizá-los para tomar decisões precisas.

Também será possível obter clareza financeira e identificar gargalos usando métodos simples. Depois de conhecer estratégias para garantir segurança e previsibilidade nos resultados, o leitor poderá implementar uma cultura de lucro com todos os envolvidos no negócio.

Graduada em Administração e Educação Física, Kélen Abreu é doutora em Educação com foco em Gestão e mestre em Administração Estratégica, além de ser especialista em BSC e em Mapeamento de Processos e Finanças.

Engenharia do lucro: 4 pilares para transformar a sua empresa em uma máquina de resultados; Kélen Abreu; Gente; 160 páginas; R\$ 74,90; Disponível em versão digital.



Decisões financeiras

Com lançamento marcado para 18 de setembro, o livro “Converse com seu dinheiro” propõe uma discussão sobre como crenças, emoções e hábitos financeiros podem influenciar diretamente o sucesso ou o fracasso na vida financeira de uma pessoa. Com uma linguagem acessível e envolvente, a obra destaca a importância de enxergar o dinheiro não apenas como um meio de troca, mas como um parceiro que reflete nossas escolhas e comportamentos.

O autor José Vieira apresenta um modelo estruturado em etapas que ajudam o leitor a transformar sua visão financeira, começando pela identificação de suas crenças, passando pela reeducação financeira e, finalmente, adotando práticas inteligentes de gestão e investimento. Ao longo da obra, Vieira aborda o conceito de “empatia financeira”, que sugere que tratar o dinheiro com respeito e propósito resulta em uma relação mais saudável e equilibrada.

Com exemplos práticos e exercícios de autorreflexão, “Converse com seu dinheiro” também trata de temas como orçamento consciente, planejamento de curto e longo prazo, investimentos modernos acessíveis para pequenos investidores e a importância da educação financeira contínua. Segundo o autor, além de oferecer dicas práticas de gestão financeira, o livro explora as raízes emocionais e psicológicas que influenciam nossas decisões financeiras.

Converse com seu dinheiro: psicologia aplicada às finanças; José Vieira; Artêra Editorial; 131 páginas; R\$ 49,00; Disponível a partir de 18 de setembro.

Responsabilidade social

‘Plantando o Bem’ impacta escolas gaúchas

» Iniciativa alcança alunos de 13 municípios neste ano, incentivando consciência ambiental

Joaquim Porto
joaquimp@jcrs.com.br

Fora dos papéis e consolidado desde 2016, o projeto social “Plantando o Bem”, da Cooperativa Santa Clara, chega à sua 10ª edição neste ano. Em 2025, o programa irá contemplar 25 escolas em 13 municípios do Rio Grande do Sul, com o objetivo de ajudar cerca de 2.500 alunos, introduzindo em suas vidas hábitos sustentáveis, saudáveis e conscientes, desde a infância.

Nos primórdios, o projeto teve início no município de Carlos Barbosa, cidade onde fica localizada a matriz da cooperativa. Com o passar dos anos o projeto foi se expandindo e, consequentemente, integrando outros municípios. Em primeiro momento, as cidades eram escolhidas onde a Santa Clara possui bases de assistência técnica e comerciais tipológicas agrícolas (parte que atende ao campo e as indústrias).

Apesar do foco ser em municípios com áreas de atuação da cooperativa, com o passar do tempo, outras cidades e escolas faziam ligações para fazer parte do projeto.

Neste ano o projeto acontece nos municípios de Carlos Barbosa, Getúlio Vargas, Casca, Salvador do Sul, Paraí, Barão, Cotiporã, São Pedro da Serra, Tapera, Estação, Fagundes Varela, Vila Maria e Veranópolis. Todas as cidades possuem produtores associados e forte atuação da cooperativa.

Para Rosane Mutzemberg Giussani, diretora da Escola Estadual de Ensino Médio Elisa



Escola Estadual de Ensino Médio Elisa Tramontina, da cidade de Carlos Barbosa, está entre as contempladas com a iniciativa da Santa Clara

Tramontina, de Carlos Barbosa, que é contemplada no projeto, o trabalho deles possibilita aos estudantes uma maior percepção da importância de hábitos saudáveis e o cuidado com o meio ambiente.

Durante os 10 anos de projeto, foram atendidas aproximadamente 27 mil crianças, totalizando mais de 100 escolas

“Com esse projeto, os alunos aprenderam de forma prática e divertida os conceitos básicos sobre alimentação saudável e responsabilidade social. Além do cuidado com o meio ambiente,

também é trabalhado o espírito de trabalho em equipe.” explica Rosane, que completa: “As atividades lúdicas motivaram a participação de todos. Um aluno me falou ‘hoje foi o melhor dia na escola’. Acredito que dê uma forma descontraída e prática o conhecimento acontece”.

Durante os 10 anos de projeto, foram atendidas aproximadamente 27 mil crianças, totalizando mais de 100 escolas em mais de 20 municípios. Segundo o diretor administrativo e financeiro da Santa Clara, Alexandre Guerra, o propósito do projeto é trabalhar a nutrição saudável, sustentabilidade ambiental, preocupações com meio ambiente e com a reciclagem, através de peças teatrais, aulas com técnicos junto às escolas e com profissionais ligados à educação, nutrição e ao meio ambiente.

Com pensamento no meio ambiente e na alimentação saudável, uma das propostas é a criação de uma horta, onde as próprias crianças cuidam, desde a plantação, até a colheita, sempre com a supervisão dos profissionais. “O objetivo é que as crianças pudessem voltar a colocar a mão no solo, na terra. Onde elas pudessem cultivar o seu próprio alimento, cuidando e regando ele, para depois consumi-lo.” diz Alexandre.

Além das atividades realizadas, cada criança recebe uma ecobag personalizável, um produto da marca Santa Clara e uma cartilha com instruções para uma alimentação saudável e atividades pedagógicas complementares.

Como forma de agradecimento à parceria das escolas, a Santa Clara entrega um azulejo perso-

nalizado alusivo ao projeto, representando a passagem da ação pelo local.

Outro objetivo do projeto, segundo Alexandre, é trabalhar os sentidos sensoriais das crianças, com tarefas em grupos, através dos alimentos, montagem de pratos saudáveis, circuitos interativos e jogos de memória.

Ainda segundo ele, “a cooperativa está sempre pensando no bem-estar das pessoas, para criar uma sociedade melhor e possibilitar uma melhor qualidade de vida. Colocando isso em prática no projeto de forma que os alunos possam entender como são os processos da produção do alimento e os cuidados que eles têm que ter com a alimentação e com o bem-estar das pessoas. Sempre valorizando a questão da sustentabilidade e do meio ambiente.” explica.

Sustentabilidade já é um dos focos da cooperativa

Sendo a cooperativa de laticínios mais antiga em atividade no Brasil, há 113 anos no mercado, a Santa Clara conta quase 5 mil associados, em 153 municípios gaúchos, atuando nos ramos de laticínios, frigorífico, fábrica de rações, cozinha industrial e 31 unidades de varejo. A empresa recebeu diversos prêmios por conta do “Plantando o Bem”. Em 2024, o projeto foi reconhecido pela terceira vez - anteriormente em 2016 e 2017 - com o prêmio Top

de Marketing, na categoria Agro.

“São premiações que dão a honraria de dizer que esse projeto tem importância e cria diferenciais para a sociedade. E não só para os alunos, para que nós possamos produzir uma sociedade cada vez melhor, mais humana e pensando sempre no outro, porque a Santa Clara trabalha pelo coletivo e não pelo individual.” comenta o diretor administrativo e financeiro da Santa Clara, Alexandre Guerra.

Além da iniciativa social nas

escolas, a Santa Clara já trabalha com alguns hábitos sustentáveis: meta de reduzir 30% dos gases de efeito estufa até o ano 2030, utilização de biodigestores de dejetos dos suínos que são transformados em gás metano, gerando energia elétrica sustentável, transformação de uniforme usados em cobertores. Isso com a finalidade de aculturar tanto a organização como as pessoas, para que se tenha a participação não apenas na empresa, mas também nas suas casas.



Atividades educativas são realizadas com as crianças

REPORTAGEM ESPECIAL

Oktoberfests reforçam o calendário turístico e econômico do Estado

» Celebrações germânicas atraem turistas e garantem crescimento para comércio, serviços e indústria

Carmen Carlet, especial para o JC

A tradição alemã de música, dança, chope e muita gastronomia está chegando. As Oktoberfests estão em contagem regressiva para levar milhares de turistas a se perderem por dias de comemoração com um copo na mão e passos ensaiados ao som de bandas típicas.

Originária da região da Baviera alemã, a festa, atualmente, é realizada entre a segunda quinzena de setembro e o final de outubro. Esse calendário é acompanhado em diversos lugares do mundo, onde a colonização alemã é forte, como o caso do Rio Grande do Sul.

A festa que é marcada pela alegria e confraternização nasceu em 1810, no casamento do príncipe bávaro Ludwig – que viria a ser o rei Ludwig I – com a princesa Therese Von Sachsen-Hildburghausen.

A festividade começou com uma grande corrida de cavalos no parque Theresienwiese, em homenagem à noiva, e o sucesso e encantamento dos súditos foi tão grande que se tornou uma tradição repetida anualmente, expandindo-se com o tempo para incluir exposições agrícolas, carrosséis e, eventualmente, a cerveja, que hoje se tornou a protagonista da festa.

No Brasil, o berço foi Porto Alegre. Pesquisas demonstram que a primeira Oktoberfest foi realizada no dia 8 de outubro de 1911. Na época, um grupo de imigrantes da Sociedade Die Haberer em parceria com a Sociedade Ginástica Turnerbund (atual Sogipa) promoveu uma festa no Parque São

Festas espalhadas por todo o Estado evidenciam a diversidade cultural do Rio Grande do Sul



Com público estimado em meio milhão de visitantes em Santa Cruz do Sul, por exemplo, festejos se consolidam como motores de desenvolvimento regional

João para celebrar e manter vivas as tradições bávaras. Mais de 2 mil pessoas participaram e acabaram sendo responsáveis por uma nova tradição em terras brasileiras: as Oktoberfests foram incorporadas ao calendário cultural e turístico, com ênfase para a Região Sul.

O titular da Secretaria de Turismo do Rio Grande do Sul (Setur), Ronaldo Santini, confirma a consolidação das festas de outubro como um dos grandes atrativos do estado. “São celebrações que resgatam tradições, fortalecem a identidade das comunidades e colocam em evidência a diversidade cultural que marca a história do nosso estado. Essa autenticidade é

um diferencial que atrai visitantes de várias regiões do Brasil e até de outros países, reforçando o caráter único do turismo gaúcho como referência nacional e internacional”, enfatiza Santini. Para ele, o impacto dessas festas, no entanto, vai muito além da preservação cultural. Elas representam uma alavanca econômica importante para os municípios que as sediam, como Santa Cruz do Sul, Igrejinha e Cerro Largo, nas Missões, que já transformaram suas Oktoberfests em referências nacionais.

Além dessas cidades, outras, sejam de origem alemã ou não, também promovem eventos na mesma linha, ampliando a força no calen-

dário turístico gaúcho.

Durante o período das festas, cresce a procura por hospedagem, gastronomia, comércio, transporte e serviços em geral, gerando um movimento expressivo para a economia local e fortalecendo especialmente micro e pequenas empresas que encontram em datas festivas uma oportunidade estratégica de crescimento.

Diante desse cenário, Santini enfatiza que outro aspecto fundamental é o envolvimento das comunidades. “As festas só alcançam tal dimensão porque contam com a dedicação de entidades, voluntários, prefeituras e parceiros que mantêm viva a tradição e, ao mes-

mo tempo, inovam na programação para atrair mais público”, explica o secretário, ao acrescentar que o engajamento comunitário garante que cada edição seja, também, uma expressão de pertencimento e orgulho, fortalecendo o vínculo entre identidade cultural e desenvolvimento econômico. Para o titular da Setur, cada Oktoberfest contribui para ampliar a visibilidade do Rio Grande do Sul como destino turístico, diversificando a oferta de experiências e consolidando a imagem de um estado acolhedor, vibrante e dinâmico, que une tradição e inovação em benefício de sua gente.

Para Gustavo Cunha, executivo

RODRIGO ASSMANN/DIVULGAÇÃO/JC

ário

O

ria

Datas de algumas fests comunitárias no Estado

**Oktoberfest e Edição
Extra da Festa da Colônia
de Gramado** 📅 De 25 de
setembro a 5 de outubro

**196º Kerb de São Miguel
(Dois Irmãos)**
📅 De 26 a 29 de setembro

**Oktoberfest na 4Beer
(Porto Alegre)**
📅 27 de setembro e 10 de
outubro

18ª Oktoberfest de Maratá
📅 4, 5, 11 e 12 de outubro

**29ª Oktoberfest Missões
(Cerro Largo)**
📅 De 8 a 12 de outubro

**40ª Oktoberfest de
Santa Cruz do Sul**
📅 9 a 12, 16 a 19 e 23 a 26 de
outubro

**36ª Oktoberfest de
Igrejinha**
📅 De 17 a 26 de outubro

**19ª Kerbfest de São
Vendelino**
📅 Dias 17, 18, 19, 23, 24, 25 e
26 de outubro

Santa Cruz do Sul celebra 40 anos de festejos

Remonta ao final dos anos de 1970 o início da tradição das Oktoberfests comunitárias no Brasil. A de Itapiranga, oeste de Santa Catarina, nasceu em 1978 e é a mais antiga. No Rio Grande do Sul, Santa Cruz do Sul – município distante 152 km de Porto Alegre – é considerado o pioneiro.

No ano em que celebra quatro décadas de história, a Oktoberfest de Santa Cruz do Sul terá como tema central 'Reviva as Memórias, Celebre as Tradições' e acontecerá de 9 a 12, 16 a 19 e 23 a 26 de outubro, no Parque da Oktoberfest.

O evento contará com uma diversificada programação artística e cultural, com desfiles de carros alegóricos, apresentações de danças folclóricas alemãs, bandinhas típicas itinerantes, jogos germânicos abertos ao público, olimpíadas rurais, encontro de corais de sociedades, além de farta gastronomia, distribuída em 50 pontos de alimentação. Ao todo, mil bailarinos – da própria cidade e de outras regiões do Estado e até da Argentina – devem participar das apresentações de dança. De acordo

com Mathias Bertram, presidente da festa, em paralelo acontecem outros eventos de grande importância comunitária.

Um deles é a Feira Sul – evento destinado a empresas do comércio, indústria, serviços e agronegócio, com mais de 120 expositores da cidade, região e Estado. Outro é a Feira da Agroindústria Familiar, com 40 expositores, que vai mostrar as delícias produzidas no interior, com destaque para embutidos, queijos, doces, pães, cucas, sucos, além de flores e artesanato. Bertram estima que Santa Cruz vai receber um público próximo de 500 mil visitantes e repetir os números do ano passado, quando movimentou mais de R\$ 60 milhões.

“Somente na geração de empregos, diretos e indiretos, foram estimados 5 mil postos”, analisa ao frisar que a festa movimenta a economia santa-cruzensense, com a lotação da rede hoteleira, bem como ampliação da geração de renda e empregos no parque e na cidade.

Neste contexto, conforme explica o presidente, o fluxo de visitan-



OKTOBERFEST SANTA CRUZ/DIVULGAÇÃO/JC

Entre os atrativos, está a degustação de chope e comidas típicas

tes também impacta no movimento dos restaurantes, das lojas e de transportes, como táxi e aplicativos.

Para bem receber os turistas, a 40ª Oktoberfest de Santa Cruz do Sul terá nomes do sertanejo nacional como Zé Neto & Cristiano, Gustavo Lima, Leonardo, Israel & Rodolfo e o grupo de pagode Menos é Mais. Além dos shows, os visitantes também vão encontrar ambientes especial-

mente preparados para momentos de alegria e descontração, como é o caso do Centro Cervejeiro, no Pavilhão Central – que vai abrigar um restaurante típico e bailes diários – e a Escola de Culinária, com aulas de gastronomia gratuitas, ensinando o preparo de diversos pratos. Em 2024, durante os 12 dias de festa, foram comercializados mais de 203 mil itens de alimentação e 186 mil litros de chope.

Igrejinha tem a maior festa voluntária do Brasil

Considerada a maior festa voluntária do Brasil, a Oktoberfest de Igrejinha foi criada em 1988 pelo então prefeito Lauri Auri Krause. O objetivo era homenagear os imigrantes alemães que colonizaram a região e promover o resgate cultural. Inspirada na Oktoberfest de Munique, a festa se transformou em um dos maiores eventos populares do Rio Grande do Sul, atraindo milhares de turistas e sendo reconhecida como Patrimônio Cultural do Estado. Atualmente, é uma festa comunitária organizada com foco no caráter solidário e na divulgação das tradições germânicas.

Neste ano, a 36ª edição vai acontecer de 17 a 26 de outubro e, segundo Falcon Luiz Jost, presidente, a estimativa é repetir o mesmo sucesso de anos anteriores recebendo 200 mil visitantes. Durante 10 dias, os turistas vão beber mais de 200 mil litros de chope e se divertir em uma festa com seis palcos, totalizando 120 apresentações com diferentes estilos musicais e para todos os gostos.

Além disso, será criada uma vila repleta de atividades, apresentações culturais, jogos germânicos, desfile e uma gastronomia com diferentes pratos típicos – como

joelho de porco, linguiça, cuca, bolinhos de batata. Entre as atrações shows nacionais com Lauana Prado, Reação em Cadeia, Zé Neto e Cristiano, Israel e Rodolfo, além de nomes locais como Nenhum de Nós e mais de 70 atrações entre bandinhas típicas, tradicionais, de baile e DJs.

Com a rede hoteleira da cidade e região aumentando a sua capacidade e qualificando profissionais para receber os visitantes, Jost estima que a Oktoberfest pode contribuir com cerca de R\$ 5 milhões de forma direta para a economia local.

Com mais de 70% da população atingida pela enchente de maio do ano passado, Igrejinha se recuperou. O presidente observa que graças ao esforço e espírito comunitário, que está muito ligado ao voluntariado da Oktoberfest, rapidamente a cidade conseguiu se reconstruir do cenário de 'guerra'. Ele salienta que a Oktober de Igrejinha é organizada por três mil voluntários. “Além disso, o resultado financeiro da festa é revertido para a própria comunidade, contribuindo com mais saúde, segurança, educação e cultura para a região”, enfatiza.



CLEITON MIGUEL/DIVULGAÇÃO/JC

Evento é organizado por voluntários com foco no caráter solidário



OS SILVEIRAS/DIVULGAÇÃO/JC

Divulgação das tradições germânicas, como as danças, encanta os visitantes

da Associação Gaúcha de Microcervejarias (AGM), a retomada das Oktoberfests e demais festejos pelo Estado é uma prova viva da força do setor cervejeiro gaúcho.

“Mais do que celebrar a cultura, esses eventos movimentam a economia local, atraem turistas, geram empregos e fortalecem toda a cadeia, do campo ao copo”, destaca Cunha. Para ele, mesmo após as enchentes históricas de 2024, nossas microcervejarias seguem resilientes e inovadoras, consolidando o Rio Grande do Sul como o segundo maior polo do Brasil e líder em densidade cervejeira, com Porto Alegre despontando como referência nacional.

REPORTAGEM ESPECIAL

A vida é uma festa em Maratá

Carmen Carlet, especial para o JC*

A autodenominada “maior Festa Alemã do Vale do Caí e Oktoberfest mais animada do Rio Grande do Sul” tem como tema principal ‘A vida é uma festa’ em sua 18ª edição que acontece nos dias 4, 5, 11 e 12 de outubro. Maratá – a 84 quilômetros de Porto Alegre – é procurada por turistas graças às suas belezas naturais formadas por cascatas e morros, além da arquitetura tipicamente alemã, com pórtico de entrada, casas e prédios públicos em formato enxaimel.

Jeniffer Stein Follmann Dilli, secretária de Turismo e Desporto de Maratá e presidente da Oktoberfest, conta que esta é uma festa feita pelos marataenses e também para os marataenses. “Temos a participação de entidades locais, como associações, escolas, sindicato dos trabalhadores rurais e grupos que recebem retorno financeiro com a venda de bebidas, souvenir e comidas nas bancas espalhadas pelo parque”, elenca Jeniffer, ressaltando que além disso, a festa divulga o potencial cultural e turístico da região.

A estimativa dos organizados

res é receber, aproximadamente, 25 mil pessoas e comercializar 20 mil litros de chope. Embora Maratá não possua rede hoteleira, a secretária de Turismo aponta como opções a estrutura de pousadas e locações por plataformas online. Ela informa que a cidade fica ao lado de Montenegro, onde há maior quantidade de acomodações. “Ademais, nossos empreendedores anfitriões, juntamente com empreendedores de outras áreas estão participando do Programa de Estruturação do Produto Turístico Maratá em uma parceria entre município e Sebrae”, observa a executiva, ao salientar que, a partir das ações teóricas e práticas, os setores comércio e serviços locais se preparam para atendimento com excelência ao público.

Maratá aposta em nomes como grupo Traia Véia, bandas Corpo e Alma e Os Montanari, entre outras atrações culturais, além da gravação do DVD de 10 anos da Super Banda 0800 que acontecerá durante o show programado no Parque Temático da cidade.

Como atrações gastronômicas, Jeniffer destaca o pretzel - tipo de biscoito assado com um formato

característico de nó ou laço torcido -, a produção de cucas coloniais no próprio parque, durante a festa, cuca com linguiça, além do restaurante Canecão que serve um buffet com pratos típicos como bolinho de batata, chucrute, carne de porco, bolinho de carne e salsichas alemãs.



Soberanas da 18ª Oktoberfest divulgam as festividades por todo o Estado



Estimativa dos organizadores é receber, aproximadamente, 25 mil pessoas e comercializar 20 mil litros de chope

Imigrantes deixaram também a tradição também nas Missões

Muitas vezes se imagina que a colonização alemã se estabeleceu apenas na Serra Gaúcha e proximidades. No entanto, Cerro Largo – distante 495 quilômetros de Porto Alegre – é reconhecida como berço dessa colonização nas Missões. Os imigrantes chegaram na região no início do século XX, e o solo fértil impulsionou o destaque da localidade no cultivo agrícola e na fabricação de maquinário relacionado. Então, nada mais justo do que também ter sua comemoração.

De 8 a 12 de outubro, a cidade se contagia com a carreta da alegria e os tradicionais bailes de chope, gastronomia típica, festival de canto em língua alemã e exposições de feira industrial e artesanal que marcam a 29ª Oktoberfest Missões. Com a estimativa de receber 40 mil pessoas durante cinco dias, Felipe Grings, presidente da Associação Comercial e Industrial de Cerro Largo e da festa, lembra que o evento tem impacto grande no comércio e no turismo, movimentando a rede hoteleira, restau-

rantes, lojas de roupas e afins.

“É, também, de extrema relevância para a indústria local”, comenta Grings citando como exemplo o desempenho da cervejaria Uzzina da Cerveja que produziu na edição passada mais de 45 mil litros de chope servidos no Parque Municipal de Exposições. “Pelo empenho dos voluntários e grande expectativa do público, esperamos esse ano ultrapassar esse número”, antecipa o dirigente.

Ao contrário de outras Oktoberfests que investem em shows com nomes nacionais, a festa das Missões aposta no slogan ‘A festa da cultura e da alegria’ e concentra as atrações na tradição dos dois grandes bailes do chope, comida típica, apresentações de dança, teatro, show de humor, jogos germânicos e atrações musicais em um palco cultural. Além disso, a cidade que ainda possui algumas casas em estilo enxaimel preservadas é toda decorada em estilo alemão, como forma de reverenciar os ancestrais que ali chegaram.

Gramado promove sua primeira Oktoberfest

De 25 de setembro a 5 de outubro, acontece a Oktoberfest e Edição Extra da Festa da Colônia de Gramado de 2025. Com shows nacionais de nomes como Alexandre Pires, Clayton & Romario, Danilo e Davi e Maiara & Maraísa, o evento também aposta em uma maratona musical com mais de 25 bandas de baile e típicas alemãs, como Rainha Musical, Banda Cavalinho, Corpo e Alma e Orquestra La Montanara.

“O grande diferencial desta primeira edição é a realização simultânea de uma edição extra da Festa da Colônia, que acontecerá na área externa do Expogramado com acesso gratuito”, informa Marcos Slongo, diretor da Oktoberfest de Gramado.

Com a expectativa de receber mais de 100 mil visitantes, o evento, no entanto, aposta em uma programação robusta, prometendo uma imersão completa na cultura germânica da região. Além da música, a Oktoberfest Gramado oferecerá uma série de atividades interativas. Um dos destaques será o Concurso da Melhor Cuca, que contará

com a curadoria de Bisa - famosa influenciadora de receitas de Gramado com milhões de seguidores nas redes sociais. A programação também resgata as competições tradicionais, como o animado concurso de chope em metro. A celebração irá além dos portões do Expogramado, com circuitos de chope espalhados pela cidade, integrando hotéis e estabelecimentos parceiros à atmosfera da festa.

De acordo com Eliezer Lima, secretário de Agricultura de Gramado, o impacto desta festa será significativo, principalmente para a comunidade do interior. “A realização da edição extra da Festa da Colônia beneficiará diretamente cerca de 200 famílias de produtores rurais, que terão um importante ponto de venda para seus produtos, gerando renda extra em um período de alto fluxo turístico” avalia. A parceria é vista como um marco que visa alavancar a economia através de oportunidade de renda para os produtores rurais. Outro impacto estimado é o grande número de visitantes

que devem chegar.

“Espera-se turistas do Uruguai, Argentina, e de vários estados do Brasil, que não costumam visitar a Serra Gaúcha no mês de setembro, mas estão comprando ingressos para o período e planejando suas viagens”, admite Slongo. Gramado conta com disponibilidade de mais de 30 mil leitos. “Com certeza a cidade e seus equipamentos turísticos estão preparados e atenderão com sobras, a demanda”, afirma o diretor da Oktoberfest, ao informar que a organização fechou parceria com as principais e maiores redes hoteleiras da cidade com foco em divulgação, recebimento e atrativos para o período da festa.

Além disso, foi planejada uma política de acesso para que todos possam aproveitar. A área externa terá entrada franca durante todos os dias. O acesso aos pavilhões principais da Oktoberfest será gratuito nas quintas-feiras (a partir das 16h). A cobrança de ingresso aos pavilhões ocorrerá apenas nas sextas, sábados e domingos.

REPORTAGEM ESPECIAL

Kerbs em sintonia com Oktobers

Kerbfest é uma comemoração mais antiga do que Oktoberfest. Trazida pelos imigrantes alemães, celebra a inauguração da igreja ou o dia do padroeiro católico. É uma festividade da comunidade para fortalecer seus laços e exaltar as tradições em um contexto mais familiar e local. Ainda neste mês, a cidade de Dois Irmãos – na Região do Vale do Sinos e a 60 quilômetros de Porto Alegre – promove a 196ª edição do Kerb de São Miguel.

O festejo iniciou em 1829 com a chegada dos primeiros imigrantes. Durante a viagem, devido às dificuldades, fizeram uma promessa de que o santo do dia de sua chegada seria celebrado por eles e pelas futuras gerações: a data acabou sendo 29 de setembro, dia de São Miguel Arcanjo.

Segundo a prefeitura, o mu-

nicípio deve receber de 40 a 50 mil visitantes que vão em busca de tradição, gastronomia, grupos folclóricos, bandas típicas e regionais. O ponto alto será a procissão de integração das três religiões: católicos, evangélicos e luteranos se unem em uma procissão no dia de São Miguel – feriado municipal.

Outra cidade que comemora seu padroeiro é São Vendelino, chamada carinhosamente de O Pequeno Paraíso. Localizado no Vale do Caí, promove sua 19ª Kerbfest nos dias 17, 18, 19, 23, 24, 25 e 26 de outubro. O município tem, hoje, pouco mais de 2,3 mil habitantes e espera receber cerca de 20 mil visitantes.

Segundo Claudia Steffen, assessora de Comunicação, o evento é uma vitrine da cultura, gastronomia e tradição da cidade. “É uma festa típica, onde o maior desta-

que é a valorização das raízes culturais”, argumenta, ao acrescentar que é importante destacar o impacto positivo na economia a curto e médio prazo, movimentando entidades, comércio, serviços e indústria.

“A realização deste evento contribui muito na autoestima da comunidade”, avalia o Relações Públicas Marcos Pellenz, que presta consultoria ao município. A festa que homenageia o dia de São Vendelino (20 de outubro) - padroeiro dos lavradores e criadores de animais - também se refere à Reforma Luterana, comemorada em 31 de outubro. Ou seja, une as duas religiões de maior predominância em uma festa que também se configura como confraternização familiar e homenagem às origens germânicas.

Quem resolver pegar a estrada



PREFEITURA DE SÃO VENDELINO/DIVULGAÇÃO/JC

Corte de São Vendelino deverá recepcionar mais de 20 mil visitantes

para conferir, vai encontrar muita diversão, com jogos germânicos, bandinha típica e música o tempo todo. A festa vai significar um incremento direto, nas entidades, de cerca de R\$ 300 mil.

Segundo a prefeitura, há também uma grande movimentação nas empresas, indústrias e prestadores de serviços locais, que certamente movimentarão mais de R\$ 600 mil.

Cervejarias da Capital apostam na data

Em Porto Alegre, duas cervejarias já se preparam para promover atrações especiais para a Oktoberfest. Uma das maiores promete ser a da 4Beer. Segundo um dos sócios, Caio de Santi, nos dias 27 de setembro e 25 de outubro, a 'Oktoberfest mais cervejeira de Porto Alegre' vai tomar conta do 4º Distrito. Entusiasmado com a data, ele anuncia bandinha típica, jogos germânicos, DJs, área kids e, claro, muita cerveja fresca direto das torneiras. Além disso promete shows de Izmália & Os Incansáveis e Comunidade Nin Jitsu Na Pista.

Na Zona Sul, a Cervejaria Pohlmann divulga o lançamento oficial do novo cardápio de gastronomia alemã, que inclui receitas como currywurst (salsicha ou linguça fatiada, cozida ou grelhada, servida num molho de curry e ketchup, e frequentemente polvilhada com mais curry em pó), bretzel com salsicha bock artesanal e o esbein.

Segundo o mestre cervejeiro e proprietário da casa, Luciano Pohlmann, durante todo mês haverá uma programação que inclui promoções especiais de dose dupla de cervejas, burger e pizza em dobro, shows com mú-

sica ao vivo e brincadeiras com os jogos germânicos. As novidades serão comunicadas pelo site e redes sociais da cervejaria.

No interior, outras 12 cervejarias já estão organizando programações para outubro e também devem anunciar as atrações. Em Caxias do Sul, a cervejaria La Birra – eleita a segunda melhor cervejaria do Brasil no festival brasileiro do setor – promove sua 10ª edição. No dia 11 de outubro, a festa terá atrações como Banda Passarela e Last Fun Rock. Além disso, quem comprar ingresso terá liberado vários estilos de cerveja, e open de batata frita.

“Com diversidade de estilos, uso de ingredientes regionais e inovação em produtos - como cervejas sem glúten, sem álcool e de baixas calorias, nossas microcervejarias representam a cultura local, o turismo e o desenvolvimento”, assegura Gustavo Cunha, da AGM. Segundo o executivo, elas são um símbolo de identidade que, apoiado pelo trabalho da Associação segue transformando comunidades e impulsionando o protagonismo do RS no cenário cervejeiro nacional.

Porto Alegre entra no circuito de outubro

Pela primeira vez, Porto Alegre, terá uma Oktoberfest oficial, com apoio da prefeitura e presença garantida no calendário de eventos da cidade. Com organização do Hub Criativo Quarto POA, a estreia está prevista para o dia 5 de outubro, em formato gratuito e de rua, ocupando a Sete de Setembro, no Centro Histórico.

O evento inova ao aliar tradição e diversidade cultural: além das clássicas bandinhas alemãs, sobem ao palco o grupo de samba e pagode Volto Pra Te Ver e a banda de rock Vera Loca. Já a Praça de Alimentação ganha espaço especial na Rua dos Andradas, reconhecida como polo gastronômico da capital, onde os restaurantes

e empresários locais terão vez na comercialização. Com essa proposta plural e acessível, Porto Alegre passa a integrar oficialmente o circuito das grandes Oktoberfests do Rio Grande do Sul.

Para Cezar Schirmer, secretário de Planejamento e Gestão de Porto Alegre, embora com fortes investimentos na revitalização do Centro, a região ainda tem reduzido movimento de pessoas à noite e aos finais de semana. Para ele, o evento em si – que contará com apoio do governo do Estado e prefeitura da Capital – vai aumentar o movimento de bares e restaurantes e, eventualmente, hotéis e lojas. Para o secretário, um evento das proporções de uma Oktober-

fest também vai contribuir com a geração de empregos temporários, além do estímulo ao turismo cultural e histórico.

Precursora das Oktoberfests no Rio Grande do Sul, a Sogipa mantém sua tradição. A edição deste ano está chegando e promete movimentar o clube e Porto Alegre ao longo do mês de outubro, sendo reconhecida como a maior festa sogipana e o ponto alto do calendário anual. Todos os anos, milhares de pessoas participam da festa, que combina tradição, música, gastronomia típica, chope e muita alegria.

Em 2025, a programação reúne momentos marcantes para todas as idades. Inicia em 4 de outubro com o Baile de Abertura. Um evento em grande estilo, com jantar típico, chope à vontade, pista de dança animada pela Super Banda Hopus e a escolha da nova corte da festa. A Cantina Germânica com happy hour ao estilo alemão é outra atração.

O principal momento é a Oktoberfest no Parque que acontece no domingo, 19 de outubro, a partir das 11 horas. Esta é uma grande festa ao ar livre, nos jardins da Sogipa, com música da Super Banda Hopus, apresentações culturais, jogos, brincadeiras, comidas típicas e chope. Nesta edição, também será escolhida a corte mirim da Oktoberfest.



FERNANDA DAVOGLIO/DIVULGAÇÃO/JC

Sogipa foi um dos clubes precursores das festas e mantém a tradição

Ambiência da loja é decisiva, diz Bel Lobo

MINUTO VAREJO » *Arquiteta criou conceitos da Livraria da Travessa e da Farm*

Patrícia Comunello

patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

Uma loja não é só uma loja. E a Livraria da Travessa, que acaba de abrir no Iguatemi Porto Alegre, mostra como a combinação de ambiente, design e experiência são tudo em um ponto físico. Claro, a marca é hoje uma das referências no mercado de varejo editorial. É a 15ª unidade, a primeira do Sul. A arquiteta que criou o projeto de layout e conceito, Bel Lobo, do escritório Be.Bo, aposta que os gaúchos vão adotar a livraria. Bel, com mais de quatro décadas atuando com design para varejo, tem no currículo outras marcas, como as de moda Farm Rio e a mais recente Farm ETC. e ainda a Richards, que foi seu desembarque no mundo do visual merchandising. Na Travessa, a ligação foi tão forte que ela virou sócia. “Ganho desconto nos livros. Adoro. É um trabalho que a gente faz há muitos anos e com muitas mãos”, conta ela, em entrevista à coluna. A arquiteta listou, a seguir, os aspectos que mais pesam e influenciam um projeto, como o da estreante na Capital:

» Lições da Travessa

“A gente aprendeu muito com eles, os livreiros. Eles sabem tudo, sabem como expor. A Travessa foi uma experiência muito boa. A gente foi crescendo junto, aprendendo junto. E é uma alegria todo esse sucesso da operação, porque é muito verdadeiro, é muito de dentro para fora. É um trabalho que a gente faz com muitas mãos. O Rui Campos, um dos fundado-

res, está até hoje com a gente. Ele vai na obra, ele está lá no balcão, acompanha a execução.”

» Farm duas vezes

“Acabamos de inaugurar uma nova marca da Farm, que é a Farm ETC, com calçados, bolsas e acessórios. A marca (da Azzas 2154) vai abrir muitas e está sendo muito falada. O projeto é bem diferente mesmo. Teve a participação do Humberto Campana, que fez a parte artística, que inclui um jardim interno com vegetais marcantes e bancos autorais. O Campana pegou uma tipografia que a Farm Rio tinha desenhado e transformou no cobogó, que está na fachada.”

» Projetos sustentáveis

“Fazer varejo é muita diversão porque a gente aprende muito. E a primeira coisa que eu faço sempre, que busco sempre fazer, é buscar uma consideração de sustentabilidade, com uso de material sustentável. Uma das ideias que adotamos na loja da Farm foi forrar toda uma pedra, lembrando o Arpoador. Fizemos uma arquibancada para dar conta do fluxo. A instalação é toda feita de material pet, usando o lixo tirado da beira-mar. Tem tudo a ver com o ambiente da praia.”

» Loja e ambiência

“Aprendi com o Ricardo Ferreira, fundador da Richards, que dizia: ‘Uma loja não é você instalar a arara, pendurar roupa, iluminar bem e botar bem dobradinha. Uma loja é você criar uma ambiência que faça com que as



LETÍCIA NASCIMENTO/DIVULGAÇÃO/JC

Filial aberta no Iguatemi Porto Alegre traz um conjunto de soluções que reforçam experiência e uso do espaço

peças se identifiquem e gostem de estar ali dentro. Tudo o que a gente procura é ambiência. Quando fazemos uma Livraria da Travessa, buscamos uma qualidade de luz e um lugar para as pessoas se sentirem à vontade para mexer. Os comentários em jornais das primeiras livrarias que desenhemos e fizemos eram de que o legal da Travessa era ‘uma baguncinha organizada que a pessoa se sente à vontade para mexer’. Tem muitas poltronas, por exemplo, para pegar um livro, sentar, ler, depois botar o livro na estante e ir embora. Não é uma coisa só de comércio. O ambiente é pensado para as pessoas poderem sentar e ficarem ali quanto tempo quiserem. Tem sempre espaço para uma conversa e um lançamento de título. Tem ainda uma mesa que oferece os livros de uma maneira que você pode pegar e ver as capas das publicações.”

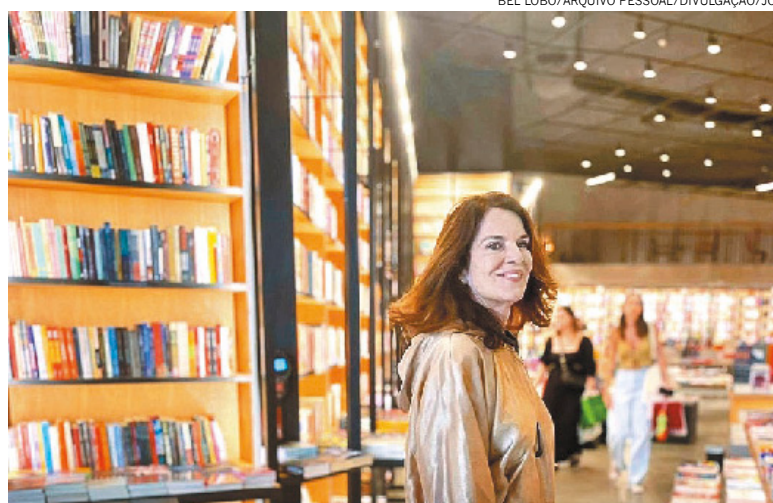
» O poder da iluminação

“Não precisa nem ser cara a luz. Só precisa ser a certa, direcionada. Você cria clima com pouca coisa. Precisa saber o que vai colocar e descobrir a melhor maneira de fazer e o que você precisa expor e como a pessoa vai experimentar. Se for experimentar, tem de comunicar bem isso. Sobre uma boa luz: o que faz diferença é você ser meio inusitada. Você tem uma coisa que é só sua. Não adianta você copiar e não adianta ser tudo igual.”

» A Travessa de Porto Alegre

“O Rui Campos deu a senha: o porto-alegrense é exigente e lê muito. Conseguimos repetir o pé direito que tem no Iguatemi São Paulo e instalar uma passarelinha que dá a sensação de uma estante inteira. As pessoas conseguem acessar os livros nos andares. Temos ainda três vitrines: uma normal, uma mais fechada e outra que é uma ilha de livros. É uma arquibancadinha de madeira, que se relaciona com o pilar que está próximo. Vimos que a Zara tinha uma abertura para trás. Perguntamos ao shopping: ‘Podemos abrir

para trás?’ Foi uma coisa que nos deixaram de última hora, mas que garantiu a luz natural, que é muito importante. Luz natural é tudo. Te conecta com o planeta, com a vida. Depois dessa pandemia, ela ficou mais preciosa do que nunca. Queríamos que as pessoas se sentissem encantadas e em casa, ao mesmo tempo, e estimuladas a ler. Tudo o que a gente quer hoje é se relacionar com outras pessoas e fazer trocas, não é? Nosso projeto foi pensando para que os porto-alegrenses tenham a Travessa como um lugar deles, que voltem muito e faça parte da cidade.”



BEL LOBO/ARQUIVO PESSOAL/DIVULGAÇÃO/JC

Bel: “O projeto foi pensado para os porto-alegrenses e para a cidade”



FARM/INSTAGRAM/DIVULGAÇÃO/JC

Farm ETC levou para fachada cobogó projetado por Humberto Campana

IA comandou Convenção Estadual Lojista

MINUTO VAREJO » *Evento apresentou a CDL IA, que já está disponível para varejistas*

Patrícia Comunello

patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

Inteligência Artificial repetiu a máxima na 2ª Convenção Estadual Lojista, que foi nos dias 11 e 12 deste mês em Gramado, comandada pela Federação Varejista do RS. A mensagem foi principalmente buscar caminhos para simplificar a adoção e que a tecnologia pode ser uma grande aliada. Para se ter ideia do impacto, a gestora de varejo e bens de consumo no Google Cloud, Silvia Somazz, falou que o assunto vai entrar no relatório do Flash Black, que analisa soluções e desempenho das 30 maiores varejistas do Brasil, com foco em campanhas. A Black Friday é uma delas. Silvia disse que o estudo foi agora incorporado pelas operações da gigante nos Estados Unidos e na Europa, a partir da iniciativa brasileira. A gestora citou que o uso de IA preocupa desde as grandes a pequenas empresas. “Já aprendemos como trabalhar e não le-

vam muito tempo. O que é rico na IA é pegar cenários e aplicar, mas precisa ter maturidade e conhecimento. Tem de estudar e conhecer”, sugeriu a gestora da Google. “A Inteligência Artificial veio para dar muito poder para a tecnologia”, aposta ela.

Um dos empreendedores mais emergentes e fundador da Samba, Gustavo Caetano, deu uma mega dica: “Antes de pensar na ferramenta de IA tem de ver qual é o problema que deve ser resolvido”, advertiu Caetano. “Será que é IA que precisa?”, provocou o fundador da Samba. “Se não parar para pensar primeiro no problema, não adianta. Tem ferramenta para tudo. O ponto é o que se quer”, provocou o empreendedor, ante uma plateia lotada.

O CEO do SPC Brasil, Roque Pelizzaro Junior, disse que a IA é decisiva para auxiliar a operação e assertividade do birô de crédito, para tornar mais eficientes a formatação e os scores dos cadastros positivo e negativo.



Mais de 500 pessoas ficaram atentas às mudanças que a tecnologia já pauta e que precisam ser buscadas

No fechamento da convenção, uma das novidades já disponíveis de ferramenta de IA foi apresentada e teve impulso no Rio Grande do Sul. O presidente da Federação Varejista do RS, Ivonei Pioner, destacou que a plataforma da CDL IA, que foi levada em maio deste ano à Confederação Nacional de CDLs (CNDL), já está disponível. Por uma assinatura de R\$ 119,00, empresas podem usar mais de 80 especialidades digitais para resolver demandas de todos os setores e tarefas que o negócio precisa, desde a campanha de comunicação, marketing e redes sociais até questões jurídicas, tributárias e de estoque, por exemplo, ou formação e preços e definição de compras de produtos para levar aos clientes, além de gestão financeira, controle de custos, análise de mer-



Pioner (centro) destacou que a plataforma já está atendendo as empresas

cado e planejamento orçamentário. A CDL IA uniu um pool de entidades e as empresas Samba, Genesis e Plura. Detalhe: é uma solução 100% brasileira e faz o

processamento de informação em português - o ChatGPT roda em inglês. O empreendedor precisa fazer questões no idioma. A nova solução está em cdlia.com.



Danni foi uma das atrações do evento e destacou a humanização

Cinco chaves para lidar com o mundo

Uma das atrações no evento foi a apresentadora e palestrante Danni Suzuki, que destacou o fator humano em meio à explosão de tecnologia e ainda o que é o “servir”, muito afinado com o mundo do varejo. Danni valorizou a simplicidade como virtude. “Fiz aqui uma palestra sobre os nossos valores, especialmente diante da tecnologia, e a importância da gente aprender habilidades, para poder se comunicar com pessoas do mundo todo e que pensam de uma forma muito diferente”, definiu ela. No palco, a apresentadora listou as cinco chaves que considera linhas de ação. identidade, co-

municação humanizada, sintonia, coletividade e servir. “Cada uma delas desenvolve habilidades para poder criar conexões humanas”, reforça. Fala-se muito da IA, mas o humano é o mais importante, defendeu Danni. “A gente precisa trabalhar uma inteligência emocional, investir no ser humano para que ele seja um multiplicador do bem.” Ela frisou que não há uma chave mais importante.

Danni detalha cada uma: “A primeira é a da identidade, que envolve entender quem você é em meio a tantas ofertas. A comunicação humanizada é a forma de você observar o outro, de se interessar

pela história do outro e entender que todo mundo é importante e valioso. A sintonia é aquela conexão que você cria, além de uma conexão superficial, e que gera uma conexão com vínculos profundos. A coletividade vai além das mudanças pessoais. Envolve as grandes transformações que acontecem quando o movimento é definitivamente coletivo. O servir, que foi o quinto valor apresentado, mostra que você não está aqui no mundo apenas para construir coisas pra você. A vida não é sobre você, mas sobre o outro e sobre desenvolver um amor incondicional pelo outro.”



banrisul

App Banrisul Moderno mesmo é facilitar a vida.

Mais moderno.

Mais fácil de usar.

Tudo em um só lugar.

**Banrifone**

Porto Alegre (51) 3210 0122

Interior e Outros Estados 0800 541 8855

SAC 0800 646 1515**Ouvidoria** 0800 644 2200

Siga nossas

redes sociais:     **Baixa o app**