

## / PALAVRA DO LEITOR

## Perfil demográfico

O Rio Grande do Sul tem 19 das 20 cidades com mais idosos do Brasil (Caderno Mapa Econômico do RS, edição de 06/05/2026). A redução das famílias é uma tendência natural, pelo custo de vida e pelas questões sociais. O Rio Grande do Sul está, cada dia mais, expulsando pessoas para Santa Catarina, Paraná e São Paulo. A falta de oportunidades é muito grande para jovens e pessoas com mais de 40 anos. Como não houve uma continuidade na tentativa de industrialização do Estado, essa estatística só piorou. (Márcio Siqueira Pontes)



## Perfil demográfico II

O movimento de migração ocorre principalmente devido à urbanização, que gera um custo de vida mais alto. O Brasil vem desacelerando o crescimento populacional há décadas, e o Rio Grande do Sul está mais adiantado neste processo. (Diego Zambarda Habekost)

## Perfil demográfico III

O pacto federativo foi um dos fatores mais determinantes para inviabilizar o Rio Grande do Sul, que enfrenta altos impostos e infraestrutura ruim. (Humberto Moura)

## Perfil demográfico IV

Se melhorarem as condições econômicas e sociais, com salários mais altos e serviços públicos de qualidade, a população voltará a ter mais filhos. Sem isso, é apenas botar gente no mundo para sofrer. (Mateus Eduardo Jaeger)

## Fotografia

A capa do Jornal do Comércio do dia 24 de abril é um cartão postal de Porto Alegre dos mais lindos, aparecendo em primeiro plano a Avenida Borges de Medeiros sobre o Largo dos Açorianos e ao fundo o esplendor da capital gaúcha. Parabéns Fabiola Correa pela bela foto. (Edgar Granata, por e-mail)

FABIOLA CORREA/JC



Na coluna Palavra do Leitor, os textos devem ter, no máximo, 500 caracteres, podendo ser sintetizados. Os artigos, no máximo, 2300 caracteres, com espaço. É necessário indicar no título do e-mail se é "Artigo" ou "Palavra do Leitor". Os artigos e cartas publicados com assinatura são de responsabilidade dos autores e não traduzem a opinião do jornal. A sua divulgação, dentro da possibilidade do espaço disponível, obedece ao propósito de estimular o debate de interesse da sociedade e o de refletir as diversas tendências.

## / ARTIGOS

## Quando a visão vale mais que o terreno

Ricardo Wagner

Terrenos se compram. Visão se constrói. E, no mercado imobiliário, é ela que efetivamente converte interesse em decisão. Ao longo dos anos, uma evidência se consolidou: não se vende metragem, vende-se adequação ao estilo de vida das pessoas. Essa mudança de lógica desloca o foco do produto em si para a experiência que ele viabiliza.

Empreendimentos de sucesso não começam no desenho técnico, na escolha de fornecedores ou na busca por tendências, mas na observação. Compreender hábitos, desejos, limitações e o momento de vida do público é o que permite transformar um terreno em um lugar que faça sentido - hoje e no futuro. É a leitura correta dessas variáveis que sustenta decisões mais assertivas ao longo de todo o desenvolvimento.

Esse processo exige inquietação permanente. Cada novo projeto precisa superar o anterior não em escala, mas em capacidade de interpretação de mercado. Repetir soluções pode ser confortável, mas raramente é eficaz quando se lida com pessoas, contextos urbanos e dinâmicas sociais em constante transformação. A recusa em fórmulas prontas, portanto, não é uma escolha criativa. É uma postura estratégica diante de um cenário em movimento.

Antecipar necessidades do morador é parte central dessa lógica. O que hoje é percebido como diferencial tende, em pouco tempo, a se tornar requisito básico. Por isso, desenvolver um empreen-

dimento é, essencialmente, projetar padrões de uso, convivência e permanência, e não apenas as estruturas que os viabilizam. Isso exige visão de longo prazo e capacidade de adaptação.

Criatividade, no desenvolvimento imobiliário, não é improviso. É método e capacidade de transformar observação em produto viável, desejável e comercialmente consistente. Para isso, o conceito vem antes de tudo. Quando ele é sólido, as demais decisões deixam de ser apostas isoladas e passam a ser desdobramentos naturais de uma ideia bem construída. Pessoalmente, nunca comecei um projeto escolhendo arquitetos ou fornecedores. Defino primeiro a lógica de uso e a experiência pretendida, depois busco quem materialize essa visão.

O mercado distingue com clareza projetos que nascem de uma leitura consistente daqueles que se apoiam apenas em atributos físicos. A decisão de compra não se ancora na metragem, mas na coerência entre proposta, contexto e expectativa de quem vai viver no local. Um empreendimento pode ser comparável; a experiência projetada, não.

CEO da Wagnerpar Urbanismo

O que hoje é percebido como diferencial tende, em pouco tempo, a se tornar requisito básico

## Negociação coletiva estratégica

Gabriel Baingo Fabris

Nos conflitos coletivos de trabalho, confiar exclusivamente no domínio da legislação é um equívoco recorrente e, muitas vezes, custoso. A experiência prática demonstra que a solução dessas controvérsias passa menos pela literalidade da norma e mais pela capacidade de construir caminhos viáveis entre interesses legítimos e, por vezes, tensionados.

A advocacia trabalhista contemporânea, nesse cenário, deixa de ser apenas reativa

gerar conexão com o interlocutor; e o logos, que organiza o discurso a partir de dados, coerência e consistência técnica.

Em recente mediação coletiva envolvendo empresa do setor industrial, por mim representada, e com a participação simultânea de sindicatos de diferentes estados, a busca pelo equilíbrio revelou-se o verdadeiro eixo da negociação. Ha-

via insatisfação com os resultados apresentados e pressão pela revisão de métricas e percentuais. O ponto central não residia no direito aplicável (este era conhecido), mas, sim, na capacidade de construir uma solução viável, legitimada pelos atores envolvidos e sustentável no tempo.

E é justamente nesse ponto que muitas negociações fracassam: quando se perde a noção de viabilidade. O apelo emocional, se não calibrado, tende a deslocar o debate para um campo de difícil convergência. Por outro lado, uma abordagem exclusivamente técnica, dissociada da realidade das partes, também pode se mostrar insuficiente.

O caminho está no equilíbrio. Estruturar a negociação com base em indicadores objetivos, sem ignorar expectativas legítimas, permite transformar conflito em construção. Mais do que vencer a discussão, trata-se de viabilizar um resultado.

Quando bem conduzida, a negociação coletiva produz efeitos que vão muito além do caso concreto. Reduz litigiosidade, mitiga riscos, preserva relações institucionais e fortalece a confiança entre empresa e entidades sindicais.

A advocacia trabalhista contemporânea, nesse cenário, deixa de ser apenas reativa. Torna-se estratégica. E, talvez mais importante, passa a atuar não apenas na defesa de posições, mas na construção de soluções sustentáveis.

Advogado