

/ PALAVRA DO LEITOR



Litoral Norte

O Litoral Norte do Rio Grande do Sul vive uma transformação estrutural em sua base econômica. Impulsionado pela construção civil e pelo consumo de alto padrão, o setor imobiliário do Litoral Norte projeta movimentar R\$ 8,27 bilhões em 2026, com destaque para municípios como Capão da Canoa e Xangri-Lá (Empresas & Negócios, edição de 08/09/2026). Pela primeira vez, a tecnologia permite que as pessoas morem onde desejam ou passar mais tempo onde amam. Por isso o Litoral Norte é esse fenômeno. (Duani Teixeira)

Litoral Norte II

A construção civil não impulsiona, ultimamente ela atola as cidades em sombra e falta de esgoto. Isso ocorre especialmente no Litoral. (Fernanda Martins Costa)

Inclusão

O projeto Querência Inclusiva proporcionou a crianças atípicas a oportunidade de vivenciar a montaria na Expointer (JC, 05/09/2026). Quero parabenizar a equipe responsável pelo projeto Querência Inclusiva pela humanidade e cuidado ao proporcionar esse espaço de inclusão. Sabemos que para as famílias atípicas talvez muitos deixem de ir justamente por não haver um local assim para ser e estar. (João Vitor)

Segurança

O incêndio na Boate Kiss, que causou a morte de 242 pessoas em Santa Maria em 2013, gerou uma série de novas exigências para casas noturnas, mas até hoje o Corpo de Bombeiros recebe denúncias de irregularidades (JC, 08/09/2026). O incêndio na Boate Kiss é um assunto doloroso que não pode ser esquecido, que reportagem importante. (Alessandra Rech)

Turismo

Viajar pelo interior do Rio Grande do Sul não é apenas uma experiência, é uma aula que não consta em nenhum currículo, pois cada município tem um jeito próprio de receber, contar histórias e preparar um mate que transforma uma visita de trabalho em compromisso afetivo (JC, 09/09/2026). Excelente a opinião de Alexandre Wohlgemuth de Souza em artigo publicado nesta semana. O município de São Francisco de Assis tem um povo hospitaleiro e, mesmo com simplicidade, recebe de braços abertos os visitantes. Volte sempre! (Francisco Carlos Fagundes Mecking)

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

Quem controla o controlador?

Giacomo Balbinotto Neto

O STF vive uma crise peculiar: quanto mais importante se tornou para arbitrar conflitos, mais importante se tornou saber quem arbitra os conflitos do próprio Supremo. A pergunta parece jurídica, mas também é econômica.

A economia oferece uma maneira particular de olhar para crises institucionais: em vez de depender das intenções ou virtudes das pessoas, examina os incentivos criados pelas regras. Políticos, burocratas e juizes não deixam de responder a incentivos quando assumem cargos públicos. Por isso, boas instituições precisam funcionar mesmo quando seus ocupantes não são excepcionais.

No STF, surge um problema de agência e controle. A Corte exerce papel central na imposição de limites constitucionais aos demais Poderes, mas também precisa estar sujeita a limites. A resposta não pode ser simplesmente o Congresso. Se maiorias pudessem punir ministros por decisões das quais discordam, a independência judicial perderia sentido. Mas também não pode ser “ninguém”. Independência sem responsabilidade, clareza e transparência pode virar poder sem os contrapesos institucionais.

Há outro incentivo econômico. Quanto maior o valor de uma decisão pública, maior o incentivo para tentar influenciá-la. Decisões do Supremo afetam contratos, empresas, tributos e políticas públicas. Informação e acesso ganham valor. Quanto maior esse valor, maior deve ser a transparência.

O STF possui ainda um ativo invisível: reputação. Confiança é uma forma de capital institucional. Quando ela se perde, cresce a contestação e aumenta o custo de exercer autoridade. A saída não é subordinar o Supremo a outro Poder, mas melhorar sua governança: código de conduta, regras claras sobre conflitos de interesse, agendas públicas, transparência e maior colegialidade das decisões.

Crises institucionais são testes de estresse: sob pressão, revelam fragilidades que a normalidade esconde. As apurações dirão o que ocorreu e, se for o caso, quem deve responder. Mas a crise já deixou uma lição: instituições fortes não são aquelas sem controles, mas aquelas capazes de conciliar independência, transparência e responsabilidade.

Esse é o atual desafio do Supremo e de seu atual presidente. Sua força não está apenas em ter a última palavra, mas na confiança de que suas decisões nascem de regras que também limitam quem decide. No Estado Democrático de Direito, quanto maior o poder, maior deve ser o compromisso com as regras, sobretudo de quem tem a última palavra sobre elas.

Professor de Economia da Ufrgs

Como o rádio conquista novos públicos?

Roberto Cervo Melão

As novas gerações mudaram a forma de consumir informação. A Geração Z cresceu em um ambiente marcado pelas redes sociais, pelos vídeos curtos e pelas plataformas digitais, tornando o acesso às notícias cada vez mais dinâmico. Essa transformação, porém, não diminui a importância do jornalismo profissional. Pelo contrário: em um cenário de excesso de informações, cresce o valor da credibilidade.

O Reuters Institute Digital News Report 2026 evidencia essa mudança ao mostrar que, pela primeira vez, as redes sociais e as plataformas de vídeo superaram os sites e aplicativos dos veículos de comunicação como principal porta de entrada para as notícias. O estudo também aponta que o consumo de vídeos informativos segue em expansão entre os jovens, ao mesmo tempo em que aumenta a preocupação com a desinformação.

Esse cenário mostra que o desafio da comunicação não é disputar espaço com as novas plataformas, mas compreender como as pessoas chegam à informação. E o rádio tem demonstrado, mais uma vez, sua capacidade de adaptação.

Ao longo da sua história, o meio acompanhou diferentes transformações tecnológicas sem perder aquilo que sempre o diferenciou: a proximidade com a comunidade, a agilidade na cobertura dos acontecimentos e o compromisso com a informação de qualidade. Hoje, essa evolução também passa pelas redes sociais, pelos podcasts, pelas transmissões em vídeo e pelos aplicativos, ampliando o alcance das emissoras e aproximando o rádio de novos públicos.

Mais do que ocupar diferentes plataformas, o rádio leva para esses ambientes a credibilidade construída ao longo de décadas. Em um contexto de circulação acelerada de conteúdos, contar com profissionais comprometidos com a apuração e com a responsabilidade editorial torna-se um diferencial cada vez mais relevante.

Conquistar a Geração Z não significa abandonar a essência que consolidou o rádio como um dos meios de comunicação mais confiáveis do País. Significa compreender novos hábitos de consumo e dialogar com diferentes gerações utilizando as ferramentas disponíveis.

As tecnologias continuarão evoluindo, assim como os formatos de comunicação. Mas a confiança permanece como o principal ativo do jornalismo. E é justamente a combinação entre tradição, inovação e credibilidade que mantém o rádio atual, relevante e preparado para o futuro.

Presidente do SindiRádio