opinião

opiniao@jornaldocomercio.com.br

/ PALAVRA DO LEITOR

Retrofit no Centro


Opinião Econômica
Limitar expansão dos gastos não é tesouraço
MEI
Prédio histórico no Centro de Porto Alegre será utilizado para moradia

Com um investimento de R$ 8 milhões, o prédio Possidônio da Cunha, no Centro Histórico de Porto Alegre, vai passar por uma modernização, transformando as unidades para uso residencial (Jornal do Comércio, edição de 10/11/2026). Essa é uma nova tendência do urbanismo no Brasil e no exterior para revigorar os centros das grandes cidades. Em Buenos Aires, foi feito no Puerto Madero. Em Oslo, na Noruega, vi algo parecido em uma antiga área portuária degradada. A pandemia veio e viabilizou o trabalho em home office. Grandes edifícios, outrora corporativos, ficaram vazios, principalmente aqueles mais antigos. Em São Paulo e no Rio de Janeiro estão surgindo muitos desses novos empreendimentos, como o Projeto Porto Maravilha que está revitalizando a antiga e degradada área portuária. *(Ivon Carrico)*

Retrofit no Centro II

Parabéns pela iniciativa. Em vez de derrubar prédios históricos e fazer espigões, por que não revitalizar os que já existem? *(Marta Becker)*

Retrofit no Centro III

Espero que o retrofit do prédio Possidônio da Cunha seja um sucesso e o Centro Histórico de Porto Alegre se torne um lugar cada vez melhor *(Josiani Ceconi)*

Retrofit no Centro IV

Adoraria morar nesse prédio. Sou apaixonada pelo Centro Histórico de Porto Alegre. *(Simone Garcia)*

Retrofit no Centro V

O retrofit é uma ótima ideia, representa visão de empreendedorismo e manutenção de história. *(Ronaldo Silveira)*

Retrofit no Centro VI

Essa iniciativa é muito boa. Trabalhei durante quatro anos no prédio Possidônio da Cunha. Na época, recuperamos o parquet da sala que era muito bonito. Espero que mantenham os detalhes originais. *(Guilherme Finger)*

Corrida pela Vida

A 32ª edição da Corrida pela Vida, evento que integra o calendário oficial de comemorações dos 35 anos do Instituto do Câncer Infantil (ICI), reuniu cerca de 8 mil pessoas, sendo 1.200 corredores de provas competitivas (JC, 08/11/2026). Essa corrida deveria fazer parte do calendário de corridas de todos os corredores, pois não é apenas uma corrida, mas também um apoio ao Instituto do Câncer Infantil e a todas as crianças guerreiras do ICI. *(Luciano Pereira da Costa)*

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

Mandato não é poder, é compromisso

Vera Armando

O verdadeiro compromisso de um político começa pela compreensão de que ocupar um cargo público não significa ser dono dele. Representar a população exige responsabilidade, maturidade, equilíbrio e, acima de tudo, disposição para servir.

Uma das maiores armadilhas da vida pública é a falsa sensação de poder. O mandato não coloca ninguém acima dos demais, nem concede privilégios pessoais. Ao contrário, impõe limites, deveres e a obrigação de prestar contas à sociedade.

O dinheiro público não pertence ao parlamentar. A estrutura do gabinete também não é propriedade de quem ocupa o cargo. Assessores estão a serviço do mandato e de suas funções públicas, não de interesses particulares ou favores pessoais.

Tenho convicção de que o desrespeito a princípios básicos tem contribuído para enfraquecer a credibilidade dos parlamentos.

O uso indevido de recursos públicos é uma das distorções mais graves da atividade política. Além de exigir investigação e responsabilização, compromete a confiança da população nas instituições. Cada centavo deve servir ao interesse coletivo, jamais a benefícios pessoais ou políticos.

Também preocupa a transformação da tribuna em palco de disputas ideológicas e discursos voltados exclusivamente às redes sociais. O debate político é legítimo, mas não pode substituir a busca por soluções para a saúde, segurança, educação e outras necessidades da população.

Ausências injustificadas, viagens sem resultados de interesse público e utilização da estrutura parlamentar para benefícios particulares também precisam ser questionadas. O mandato exige trabalho, não oferece licença para privilégios.

A autoridade de um representante não está em mandar, mas em assumir responsabilidades. Maturidade política significa reconhecer limites, respeitar as instituições, ouvir opiniões diferentes e compreender que nenhuma função pública torna alguém superior ao cidadão.

> A autoridade de um representante não está em mandar, mas em assumir responsabilidades

Transgressões devem ser apuradas e, quando comprovadas, punidas com o rigor da lei. A omissão diante de irregularidades apenas amplia a desconfiança da sociedade.

A política precisa recuperar o sentido do serviço público. Menos vaidade, menos personalismo, menos disputas por protagonismo e mais trabalho, respeito e resultados.

O cargo é temporário. A responsabilidade é permanente. E o mandato pertence à população.

Jornalista e vereadora (PP)

Quanto vale a economia prateada?

Etevaldo Miranda Jr.

O envelhecimento e a mudança demográfica não são novidades. Essa transformação contínua redefine diferentes setores da economia brasileira. O empreendedor que não reconhece as novas demandas e adapta seu negócio perde oportunidades.

Os impactos alcançam os setores público e privado, o mercado de trabalho, a acessibilidade, o empreendedorismo e as estruturas familiares, abrindo oportunidades com o envelhecimento mais saudável e ativo da população.

> A população madura ainda enfrenta barreiras, como invalidação e esquecimento

A queda da taxa de fecundidade reforça esse cenário. Segundo o IBGE, o Brasil está abaixo do nível de reposição populacional: a média de filhos por mulher passou de 1,90, em 2010, para 1,55, em 2022. Ao mesmo tempo, a longevidade amplia a participação dos idosos na sociedade. Projeções indicam que, até 2030, o número de pessoas com 60 anos ou mais poderá superar o de crianças e adolescentes de até 14 anos.

Levantamento do Instituto de Estudos de Marketing Industrial (IEMI) mostra que, nos últimos 25 anos, a idade média do consumidor brasileiro passou de 28 para 36 anos. No período, a participação das pessoas com 45 anos ou mais no público consumidor subiu de 23% para 38%. O cliente também está mudando.

A transformação já tem reflexos econômicos. Segundo o estudo "Brasil Prateado", da consultoria Data8, o consumo da população com mais de 50 anos movimentou R$ 1,8 trilhão em 2024, o equivalente a 24% do consumo privado dos domicílios brasileiros. A projeção é que alcance R$ 3,8 trilhões em 2044, ou 35% da aquisição domiciliar privada do País. A longevidade é também uma oportunidade estratégica para o empreendedorismo. Saúde, serviços, moradia, tecnologia e lazer podem se expandir ao compreender as necessidades desse público.

No mercado de cuidados, o número de micro e pequenas empresas voltadas à assistência domiciliar a idosos e pacientes cresceu 74% entre 2020 e 2025, segundo levantamento do Sebrae com base em dados da Receita Federal.

Apesar do potencial econômico, a população madura ainda enfrenta barreiras, como invalidação e esquecimento. A associação do envelhecimento à dependência e à perda de autonomia influencia o imaginário popular e as decisões das empresas. Assim, a barreira se estabelece tanto entre empreendedores quanto entre o público com 60 anos ou mais.

CEO da Cuidare, rede de franquias especializada em cuidados de pessoas

Leia o artigo "O desejo de consumir tem prazo de validade", de Maicon Dias, em www.jornaldocomercio.com