



**UNIVERSIDADE FEDERAL
DE SANTA CATARINA**

UFSC NA MÍDIA - CLIPPING



Agcom
Agência de
Comunicação
da UFSC

07, 08 e 09 de setembro de 2018

A Notícia (07/09)
Jefferson Saavedra
"O que passou"

O que passou / Conselho da Cidade de Joinville / Expansão urbana / UFSC /
Campus

O QUE PASSOU

Apesar de as três áreas de expansão urbana estarem em pauta, o Conselho da Cidade de Joinville deu parecer favorável apenas à da região Leste. As demais AEUs, nas zonas Sul e Norte, vão continuar em análise e também terão recomendação de aprovação, mas com propostas de alterações. As AEUs permitem maior ocupação de áreas hoje rurais de Joinville. As minutas da Prefeitura descrevem o que pode ser instalado em cada uma das áreas. Depois da análise pelo Conselho da Cidade, será a vez da tramitação na Câmara.

COM AJUSTES

A área de expansão urbana Leste, ao lado do aeroporto e com 75 hectares, passou pelos conselheiros sem modificação, com manutenção da proposta da Prefeitura. No caso da AEU Norte, 95 hectares entre o Jardim Sofia e o Distrito Industrial, houve manifestações contrárias e a Secretaria de Planejamento Urbano deverá fazer ajustes.

INTACTA

Na zona Sul, uma AEU de 2,6 mil hectares, está em estudo deixar uma área perto da UFSC sem alterar o zoneamento até que seja concluído o campus da universidade (as obras estão paradas, sem previsão de retomada e o contrato com o condomínio industrial onde a federal está instalada vai até 2023 e pode ser renovado).

O objetivo da sugestão é deixar a área preservada para servir de apoio para a UFSC (moradias, serviços etc). A proposta ainda está em análise.

Notícias do Dia (07, 08 e 09/09)

Política

"Patriotismo ou simples feriado"

Patriotismo ou simples feriado / 7 de Setembro / Desfile cívico-militar / Passarela Nego Quirido / Dia da Independência do Brasil / Portugal / Grito de Ipiranga / Dom Pedro I / Paulo Pinheiro Machado / Professor / UFSC / Departamento de História / Universidade Federal de Santa Catarina / Coroa portuguesa / Monarquia / Escravidão / Semana de Arte Moderna / PCB / Revolta do Forte de Copacabana / Grito dos Excluídos / Julian Borba / Departamento de Sociologia e Ciência Política / Paulo Vendelino Kons / Ciclo Brusquense de Conferências Magnas Temáticas / Dom Bertrand de Orleans e Bragança / Princesa Isabel

6/7.Política

NOTÍCIAS DO DIA

FLORIANÓPOLIS, SEXTA-FEIRA, SÁBADO E DOMINGO, 7, 8 E 9 DE SETEMBRO DE 2018

Patriotismo ou simples feriado

Relação do brasileiro com o 7 de Setembro sempre gerou sentimentos antagônicos

FÁBIO BISPO

fabio.bispo@noticiadodia.com.br

A previsão do tempo marca sol em todas as regiões do Estado. No litoral, na serra e nos cânions, as hospedagens estão praticamente com lotação máxima. Um feriado em plena sexta-feira sempre agrada ao brasileiro e à economia, que aproveita as datas comemorativas para se capitalizar. Mas definitivamente não será a venda de bandeiras ou de camisas verde-amarelas que vão aquecer o comércio nestes 196 anos de Independência. Até há quem estará às 8h45 a postos para assistir, ou participar, do tradicional desfile cívico militar na Passarela Nego Quirido, onde alunos da rede de ensino e tropas militares marcharão. Mas de maneira geral, o 7 de Setembro está longe de representar unanimidade ao bastardo arranhado sentimento patriótico do brasileiro.

O fato é que oficialmente, segundo o calendário nacional, a data celebra nada menos que a independência brasileira do Reino de Portugal, em 1822, simbolicamente marcada pelo famoso "Grito do Ipiranga", quando Dom Pedro 1º, recusando regressar a Portugal, declarou o país independente.

Mas diferente de outras nações, como nossos vizinhos da América Espanhola, que

têm Simon Bolívar, San Martín e José Artigas como símbolos nacionais, ou como o 4 de julho, uma das maiores comemorações festivas da cultura norte-americana, o Dia da Independência no Brasil desperta sentimentos antagônicos ou até mesmo de indiferença.

Pesquisador do período imperial e primeiras décadas da República, o professor Paulo Pinheiro Machado, do Departamento de História da UFSC (Universidade Federal de Santa Catarina), diz que a relação do brasileiro com o episódio da Independência sempre foi conflituosa. "Esse sentimento não vem de hoje. Não dá para dizer simplesmente que a população tem desdém. A falta de legitimidade do 7 de Setembro é questionada desde muito tempo", afirma.

Machado lembra que o movimento pela independência do Brasil teve diversas frentes país a fora, mas o ato da independência acabou concentrado na família real, que já estava fixada na então colônia desde 1808. O historiador cita como exemplo as comemorações da Independência Baiana, celebrada com um cortejo em 2 de julho e que marca a expulsão dos portugueses daquela região; a Revolução Pernambucana, de 1817, considerada por alguns como a primeira independência, entre outros episódios. ●



Em escolas como a Ildelfonso Linhares, no Carianos, a Independência é celebrada pelas crianças

Primeiro centenário marcou ano de mudanças

■ Em 1922, o governo brasileiro realizou a Exposição Internacional do Centenário da Independência, no Rio de Janeiro, uma das maiores exposições internacionais realizadas em terras brasileiras. O evento foi inaugurado no dia 7 de setembro de 1922 e se prolongou até o dia 24 de julho do ano seguinte.

O evento marcou a participação brasileira nas "vitrines do progresso", que reuniu diversos setores do comércio e indústria. Após o evento, ampliou-se no país o estudo pelos acontecimentos históricos e a valorização de monumentos. O mesmo

ano ainda foi marcado por grandes transformações sociais e culturais no país, como a Semana de Arte Moderna, a fundação do PCB (Partido Comunista Brasileiro) e a Revolta do Forte de Copacabana.

Em contraponto, no mesmo dia, desde 1995, em diversas cidades do país também é realizado o Grito dos Excluídos, que tem como eixo central discutir a soberania nacional. Este ano, em Florianópolis, o Grito dos Excluídos tem como tema "Desigualdade Gera Violência", e sairá do Morro da Caixa e seguirá pela avenida Mauro Ramos até o Morro do Mocotó.

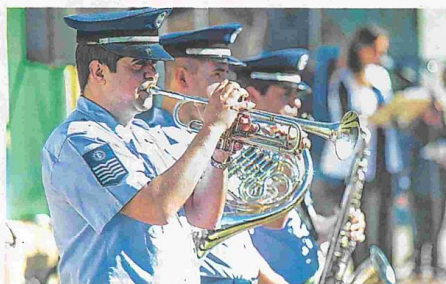
Decreto não rompeu com colonialismo

Para Pinheiro Machado, a expectativa depositada pelo povo na independência do regime imposto pela coroa portuguesa não se efetivou com a assinatura do decreto de independência.

"Há, na época, uma frustração muito grande com o príncipe. Em outras nações, os movimentos de independência representaram também um rompimento com o regime anterior, marcaram o fim da escravidão, o que não aconteceu aqui. A monarquia continuou predominando, assim como a escravidão", explica. Ele emenda que a participa-

ção popular no movimento de independência acabou sufocada. "A partir de 1830 têm início as revoltas armadas que pipocam em todo o Brasil, como a Cabanagem, a Balaiada e a Guerra dos Farrapos", exemplifica.

O professor afirma que a data da Independência não era o principal marco no calendário brasileiro até 1922, quando a Independência completou o primeiro centenário. "Até lá, a data que se comemorava era a do ato de coroação de Dom Pedro 1º. Só em 1922, quando o governo fez um investimento simbólico é que o ato foi mais lembrado", diz.



Ensaio e desfiles são cada vez mais raros no país

MARCO SANT'ANUNIO



Data é celebrada no meio escolar e militar

■ O Dia da Independência, como data oficial do calendário nacional, é assunto obrigatório na educação brasileira. Motivo pelo qual, em todo o país, os desfiles cívicos são em grande parte realizados pelos estudantes. A fanfarra, as roupas características e a bandeira fazem parte dessa mobilização. A data também tem grande representatividade no meio militar, que normalmente são os responsáveis pelos grandes desfiles cívico-militares.

Para o cientista político Julian Borba, do Departamento de Sociologia e Ciência Política da UFSC, as datas comemorativas de dimensão cívica da cidadania acabam enfrentando dificuldades de se manifestar "num contexto de profundo descrédito da população para com as instituições democráticas, como o atual", segundo disse.

Borba diz que é difícil estabelecer relações causais entre os episódios da Independência do Brasil com a de outros países. "Mas é possível que exista algum tipo de dependência de trajetória entre as formas de constituição de uma comunidade política e os vínculos cívicos que os cidadãos estabelecem no presente. Mas é importante lembrar que vários outros fatores interferem nesse processo, como outros eventos na história de um país (guerras, crises, catástrofes), questões relacionadas ao processo de modernização econômica, a dimensão cultural, etc", explica.



Historiador Paulo Kons (à dir.) com o bisneto da princesa Isabel, Dom Bertrand de Orleans e Bragança

Resgate da data dignifica sentimento nacionalista

■ O historiador Paulo Vendelino Kons, idealizador do Ciclo Brusquense de Conferências Magnas Temáticas, tem uma visão mais tradicional da Independência do Brasil. Para ele, o resgate da data como evento cívico "dignifica o sentimento nacionalista de construção de uma pátria maior", nas suas palavras.

Desde 2015, através das Conferências Magnas, da qual recebeu a colaboração de Dom Bertrand de Orleans e Bragança, bisneto da princesa Isabel e líder do movimento de restauração da monarquia no Brasil, Kons prepara uma grande comemoração para o bicentenário da Independência, em 2022.

Ele critica o que considera relativismo e indiferença com a história do Brasil e aponta ideais marxistas como causadores de interpretações deturpadas da história. "Graças à família real, que manteve a unidade, é que pudemos ter um processo de independência sem precisar somar os litros de sangue derramados. Que bom que não tivemos guerra", diz.

O historiador afirma não querer implantar a monarquia, glorifica em diversos momentos o período, mas lembra que o país realizou um plebiscito em 1993, quando 10% da população escolheu a monarquia e 66% optou pelo modelo republicano.

Diário Catarinense (07/09) Ânderson Silva "Denúncia"

Denúncia / Simone Barbisan Fortes / Justiça Federal de Florianópolis / Marco Aurélio Dutra Aydos / Reitor / UFSC / Ubaldo Cesar Balthazar / Chefe de Gabinete / Áureo Mafra de Moraes

DENÚNCIA

A juíza Simone Barbisan Fortes, da Justiça Federal de Florianópolis, recebeu o recurso do procurador federal Marco Aurélio Dutra Aydos que questiona a rejeição da denúncia contra o reitor da UFSC, Ubaldo Balthazar, e o chefe de gabinete dele, Áureo Moraes. Ela encaminhou o caso para a 3ª Turma Recursal da Justiça Federal de Santa Catarina.

Notícias do Dia (07, 08 e 09/09)
Cidade
"Ostra e cultura no centro"

Ostra e cultura no centro / Fenaostra / Festa Nacional da Ostra e da Cultura Açoriana / Florianópolis / Coral Açoriano UFSC / Neti

Ostra e cultura no Centro

Fenaostra tem entrada gratuita, restaurantes, shows e artesanato local

Com previsão de tempo bom e após a liberação da retirada, comercialização e consumo de ostras, vieiras, mexilhões e berbigões, que estavam comprometidos devido à presença da toxina diarreica, a 19ª Fenaostra - Festa Nacional da Ostra e da Cultura Açoriana deve receber um bom público neste feriado. Aberta oficialmente na quinta-feira (6), a festa vai até o dia 16, na praça Fernando Machado, no Centro de Florianópolis. A prefeitura, organizadora do evento, espera receber 80 mil pessoas e vender 180 mil ostras durante os dez dias de festa.

A estrutura da Fenaostra tem 4.000 m², com quatro restaurantes, nove cervejarias, beer truck, 25 opções de artesanato com rendenas, fuxiqueiras e oleiros, palco para shows de bandas locais e o Caminhão do Peixe. Os quatro restaurantes - Rancho Açoriano, Rancho das Ostras, Freguesia Oyster Bar e Vereda Tropical - praticam o mesmo valor para meia dúzia de ostra ao bafo (R\$ 13), *in natura* (R\$ 15) e gratinada (R\$ 25). Há também outras opções de pratos com ostra.

Uma das novidades deste ano são as oficinas de receitas e harmonizações com a ostra, de 10 a 13 de setembro, ministradas por universidades. Esta edição também conta com dois concursos: de vitrines de peixarias do Mercado Público, em que haverá votação presencial e pelo Instagram do Mercado Público, com resultado no dia 15, e o "papa ostras", que premiará quem abrir e comer mais ostras em um minuto, também no dia 15. ●



Festa Nacional da Ostra foi aberta oficialmente na noite de quinta-feira, na praça Fernando Machado

O QUÊ: 19ª Fenaostra (Festa Nacional da Ostra e da Cultura Açoriana)
QUANDO: 10 a 16 de setembro (das 11h às 23h)
ONDE: Praça Fernando Machado, Centro
QUANTO: Entrada gratuita

PROGRAMAÇÃO

Atrações da Fenaostra

SEXTA-FEIRA

- 11h: Som mecânico
- 14h: Fábrica dos sonhos - personagens vivos
- 19h: Ronnie Blues e o Setor 3
- 20h: Banda Xaréu
- 21h: Banda da Massa
- 23h: Encerramento

SÁBADO

- 11h: Som mecânico
- 12h: Jean Marks
- 15h: Coral Açoriano UFSC Neti
- 16h: Espetáculo circense - Biruta, Nua e Crua
- 20h: Bloco Bacana
- 21h: O Salve
- 22h: MC Bleid e as Malandras
- 23h: Encerramento

DOMINGO

- 11h: Som mecânico
- 14h: Encanto do Pará
- 15h: Grupo de dança Carimbó
- 18h: Priscila e Reginaldo Acústico
- 19h: Julio Black e QSE500Samba
- 21h: Higor Pereira
- 23h: Encerramento

Notícias do Dia (07, 08 e 09/09)
Cidade

"Primeiros habitantes do litoral"

Primeiros habitantes do litoral / Florianópolis / Ossadas / Homens do Sambaqui / Elevado do Rio Tavares / Sul da Ilha / Santa Catarina / MARQUE / UFSC / Museu de Arqueologia e Etnologia Oswaldo Rodrigues Cabral / Universidade Federal de Santa Catarina / Museu do Homem do Sambaqui Padre João Alfredo Rohr / Colégio Catarinense / Incêndio / Museu Nacional / Rio de Janeiro / Patrimônio histórico / Roberta Pôrto Marques / Monte de conchas / Luciane Zanenga Scherer / Jês / Guaranis / Sítio arqueológico / Luiz de Castro Faria / Centro de Memória / CNPq / Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

Primeiros habitantes do litoral

Museus em Florianópolis preservam ossadas e relíquias dos pré-históricos Homens do Sambaqui

MAURÍCIO FRIGHETTO
Especial para o Notícias do Dia

O esqueleto encontrado na obra do elevador do Rio Tavares, no Sul da Ilha, na semana passada, pertencia ao primeiro grupo de humanos que ocupou o litoral de Santa Catarina. Os Homens do Sambaqui, como são chamados, iniciaram a jornada nestas terras há cerca de 8.500 anos. Eram caçadores, coletores e pescadores e enterravam seus mortos, muitas vezes, com adornos. O que aconteceu com eles ainda é um mistério. Após a descoberta do esqueleto, a reportagem do ND visitou dois dos museus mais importantes de Florianópolis para contar essa história: o MARQUE/UFSC (Museu de Arqueologia e Etnologia Oswaldo Rodrigues Cabral da Universidade Federal de Santa Catarina); e o Museu do Homem do Sambaqui Padre João Alfredo Rohr, do Colégio Catarinense.

O incêndio do Museu Nacional, no Rio de Janeiro, colocou em evidência a importância do patrimônio histórico. Será que conhecemos nosso passado? "Muitas pessoas não têm ideia de que há muito tempo existiam habitantes aqui. Elas visitam e percebem que os lugares por onde passam têm muito mais história do que imaginavam", disse Roberta Pôrto Marques, analista de museologia do Museu do Homem do Sambaqui.

A característica mais importante destes primeiros habitantes são os sambaquis, palavra em tupi que significa "monte de conchas". De acordo com Luciane Zanenga Scherer, arqueóloga do MARQUE, discutiu-se por um tempo se as estruturas eram naturais ou construídas. Alguns acreditavam que era uma espécie de "lixeria pré-histórica". "As pesquisas indicam que era uma construção, grande parte usada para enterrar os mortos. Colocavam esqueletos e pequenos montes de conchas por cima, junto com oferendas funerárias, com comida, objetos", explicou.

Segundo o livro "Panorama arqueológico de Santa Catarina", os sambaquis são distribuídos pela costa brasileira e estão, geralmente, em regiões lagunares e áreas recortadas por baías e ilhas. Um dos mais altos, em Garopaba, tinha 20 metros de altura por cerca de 500 metros de comprimento. A maioria é menor, mas não menos importantes, como o do Rio Tavares, onde foi encontrada a ossada. ●



Muitas pessoas não têm ideia de que há muito tempo existiam habitantes aqui".

Roberta Pôrto-Marques, analista de museologia do Museu do Homem do Sambaqui



Arqueóloga trabalha em ossada no MARQUE/UFSC, onde se pode conhecer a pré-história de Santa Catarina



Roberta Marques, analista do Museu do Homem do Sambaqui



Esqueleto no MARQUE de um dos primeiros moradores do litoral

O que aconteceu com o grupo é um mistério

■ Antes da chegada dos portugueses ao Brasil, três grupos habitavam o litoral catarinense: os Homens do Sambaqui, os Jês e os Guaranis. O que ocorreu com os primeiros habitantes ainda é um mistério.

A divisão em três grupos é didática, mas há muitas questões sobre a relação entre eles. Uns encontraram com os outros? Lutaram? Viveram em paz? São perguntas a serem respondidas. Uma das hipóteses, por exemplo, para o que ocorreu com os Homens do Sambaqui é que tenham se juntado com os Jês. Cada nova descoberta, como a ossada do Rio Tavares, é mais uma peça que pode ajudar a montar o quebra-cabeça.

Mas uma coisa é certa. Esses grupos encontraram um grande lugar para viver no litoral de Santa Catarina. E a Ilha de Santa Catarina e ilhas adjacentes é onde se encontra grande parte dos sítios arqueológicos. "A Ilha é um lugar maravilhoso para se viver. Hoje em dia todo mundo quer vir para cá. Imagina isso aqui há 6.000 anos, sem poluição, com águas lindas, natureza exuberante, com comida fácil, tanto do mar quanto da terra, rios para navegar", disse Luciane Zanenga Scherer, arqueóloga do MARQUE.



Ossadas de crianças encontradas em um sambaqui



Artefatos líticos: fragmentos de laminas de machado

Sítio arqueológico mais antigo de Florianópolis tem 5.200 anos

■ O sítio arqueológico mais antigo de Florianópolis tem datação de 5.200 anos antes do presente (AP), segundo a arqueóloga Luciane Zanenga Scherer. Está localizado no Rio Vermelho. Isso quer dizer que os Homens do Sambaqui já viviam na Ilha em 3.070 antes de Cristo (AC). De acordo com o livro "Panorama arqueológico de Santa Catarina", 115 dos 295 municípios catarinenses têm culturas pré-coloniais. A Grande Florianópolis pode ser considerada um museu a céu aberto, com gravuras rupestres e oficinas líticas.

Os sítios de representação rupestres são um conjunto de desenhos gravados em rochas e estão espalhados pelo litoral, numa faixa de cerca de 120 quilômetros, entre Porto Belo e Garopaba. As mais conhecidas estão na Ilha do Campeche, no Costão do Santinho e na Ilha do Arvoredo. São formadas por círculos, linhas, retas e até figuras humanas. As oficinas líticas são um conjunto de concavidades em rochas que eram usadas para produção de artefatos a partir de outras rochas. Eram usadas, provavelmente, para polir machados e gumes e artefatos com figuras humanas (antropomorfos) ou de animais (zoólitos). Provavelmente, os três povos utilizaram as oficinas líticas.

Museu Nacional era a principal referência na área

■ Em 1950 e 1951, o arqueólogo e antropólogo Luiz de Castro Faria escavou o Sambaqui de Cabeçuda, em Laguna. O local era ameaçado de destruição. No sítio foram recuperados artefatos e restos ósseos de mais de duas centenas de indivíduos. Parte do material estava no Museu do Rio de Janeiro e, provavelmente, também se perdeu.

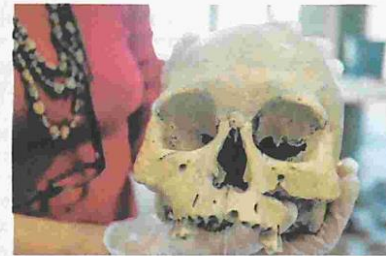
A história está contada em um texto do Centro de Memória, do CNPQ (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico). Na época da escavação, o tamanho da estrutura já era 1/10 do original. "Ele relatava em 1954, em

tom desolador, a continuidade da destruição implacável e a desfiguração total do sítio, então considerado por ele como de todo inviabilizado para estudos estratigráficos", diz um trecho do texto.

Luciane Zanenga Scherer, arqueóloga do MArque, e Roberta Pôrto Marques, analista de museologia do Museu do Homem do Sambaqui, têm outro ponto em comum além de trabalharem em museus. São doutorandas em Arqueologia no Museu Nacional do Rio de Janeiro. No entanto, o material de pesquisa delas encontra-se em Santa Catarina. De acordo com Roberta, o Mu-

seu Nacional é a principal referência na área. "Cada indivíduo perdido é único. Eram pessoas que estavam lá representadas por seus esqueletos. O museu pode ser reconstruído na estrutura, mas o acervo é irreparável", avaliou.

Luciane disse que quando viu o incêndio pensou que não ia sobrar nada. "É lamentável. Precisa acontecer um negócio desses para as pessoas verem a importância do que temos. De uma maneira ou outra, todo mundo perdeu. Perde o Brasil. Vai ficar uma imagem muito negativa. Em questão de horas, tudo queimou", disse.



Luciane Scherer exhibe crânio e ossada (à esq.)

SERVIÇO

Dados sobre os museus

MUSEU DE ARQUEOLOGIA E ETNOLOGIA PROFESSOR OSWALDO RODRIGUES CABRAL DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

- Quando visitar: De terça a sexta-feira, das 9h às 13h, e no primeiro sábado do mês, das 13h às 17h.
- Quanto: Entrada gratuita
- Telefone: (48) 3721-9325
- Site: museu.ufsc.br

MUSEU DO HOMEM DO SAMBAQUI PADRE JOÃO ALFREDO ROHR DO COLÉGIO CATARINENSE

- Quando visitar: Terças, quartas e sextas-feiras (9h às 12h e 13h às 16h) e quintas-feiras (7h30 às 13h45)
- Quanto: Entrada gratuita
- Telefone: (48) 3251-1516
- Site: www.colegiocatarinense.g12.br/museuohomemdosambaqui

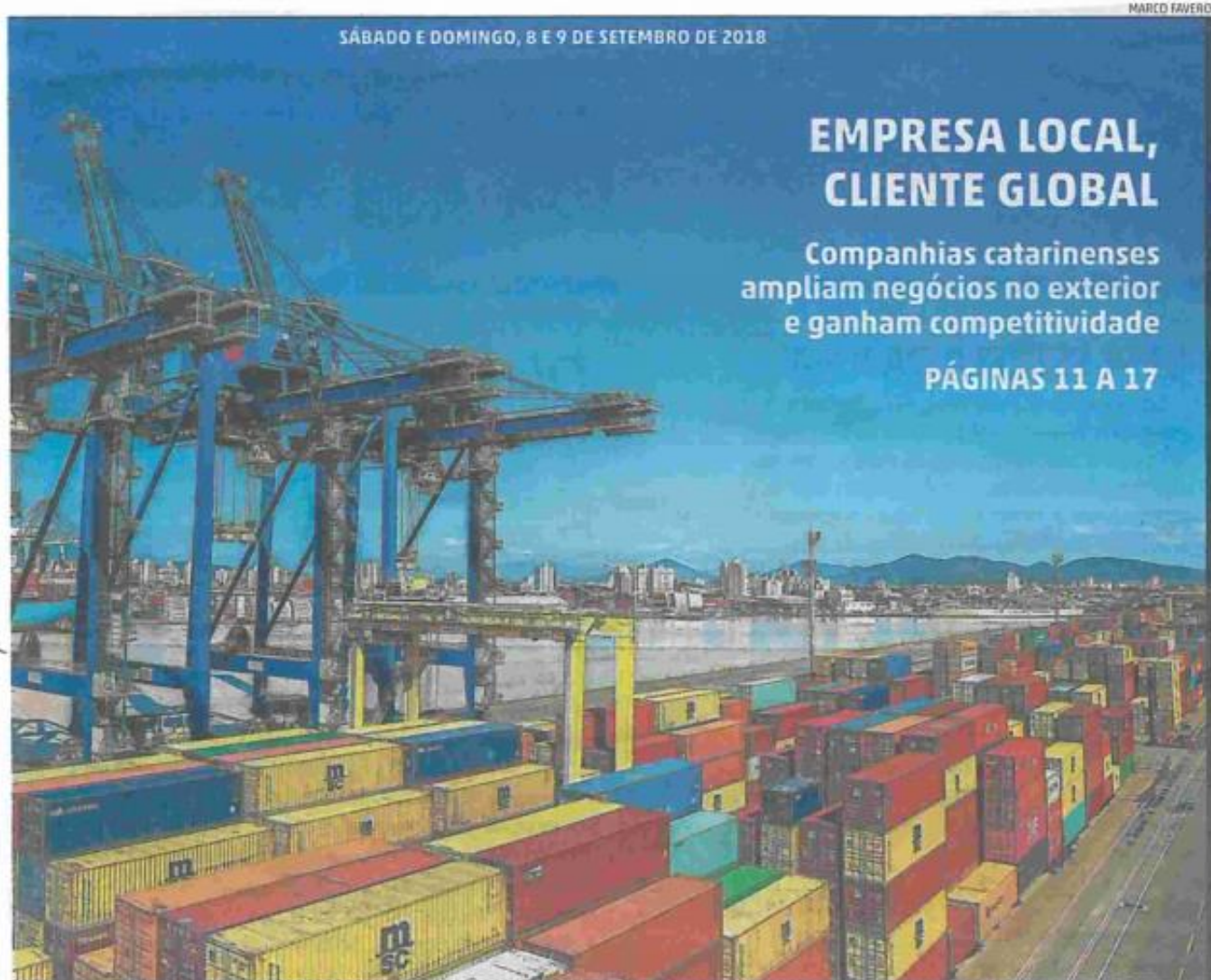
Notícias do Dia (07, 08 e 09/09) Caderno Inspira

Sandy / Centro de Cultura e Eventos / UFSC / Universidade Federal de Santa Catarina

A CANTORA SANDY retorna à Ilha para mais uma apresentação no dia 23, no Centro de Cultura e Eventos da UFSC (Universidade Federal de Santa Catarina).

Diário Catarinense e A Notícia (08 e 09/09)
Contracapa e Reportagem Especial
"De SC para o mundo"

De SC para o mundo / Portonave / Navegantes / Economia / Mercado internacional / Emprego / Renda / Exportação / Internacionalização / Produto Interno Bruto / PIB / Brasil / Santa Catarina / Fiesc / Federação das Indústrias de Santa Catarina / Sebrae / Acate / Associação Catarinense de Tecnologia / Florianópolis / Estudantes / Curso de Ciências da Computação / UFSC / Universidade Federal de Santa Catarina / Claudio Roberto Grandó / Ricardo Cunha / Audaces / Operação Carne Fraca



IMRGO FANTERO

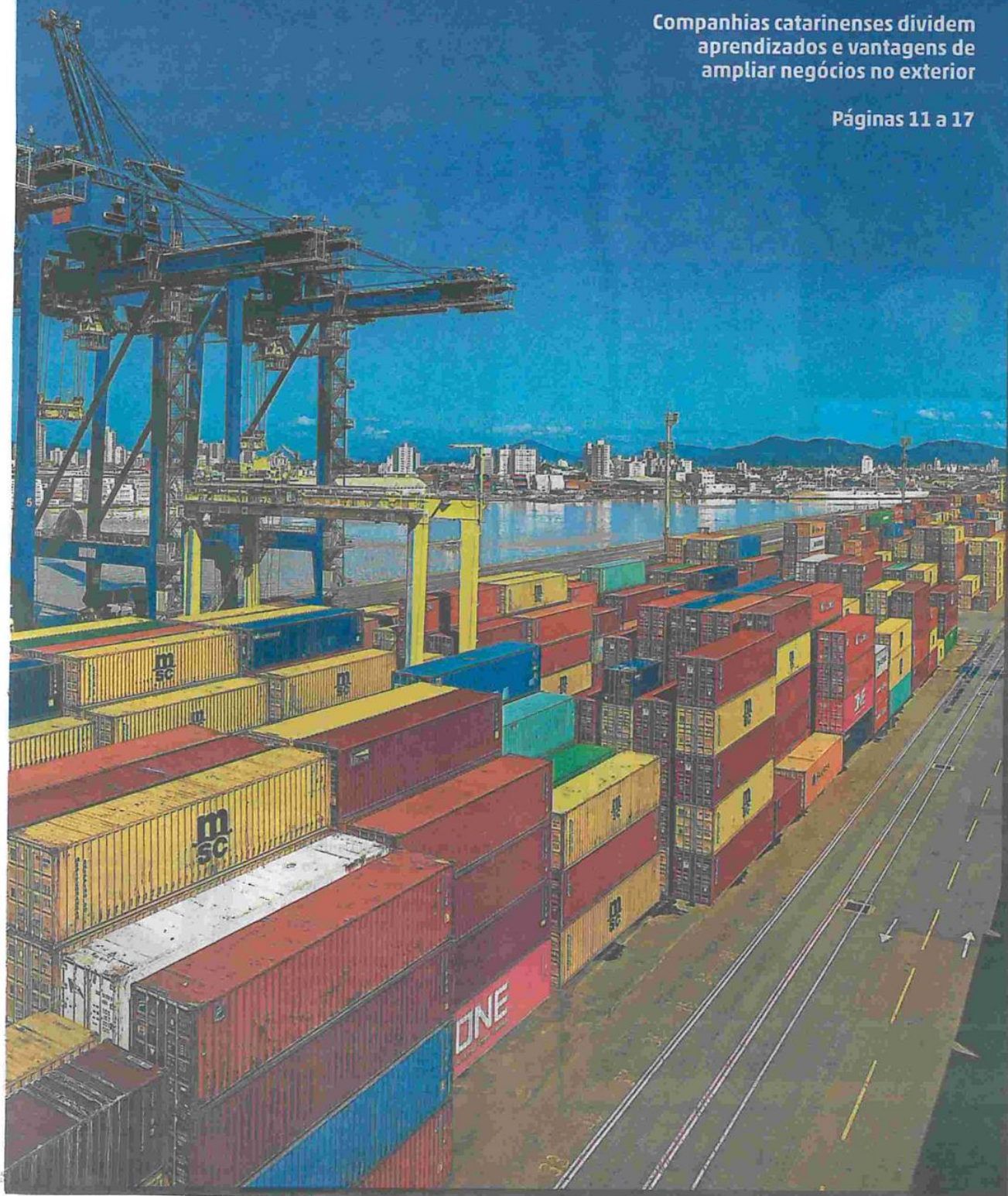
SÁBADO E DOMINGO, 8 E 9 DE SETEMBRO DE 2018

Portonave, em Navegantes, é ponto de partida dos embarques no Estado

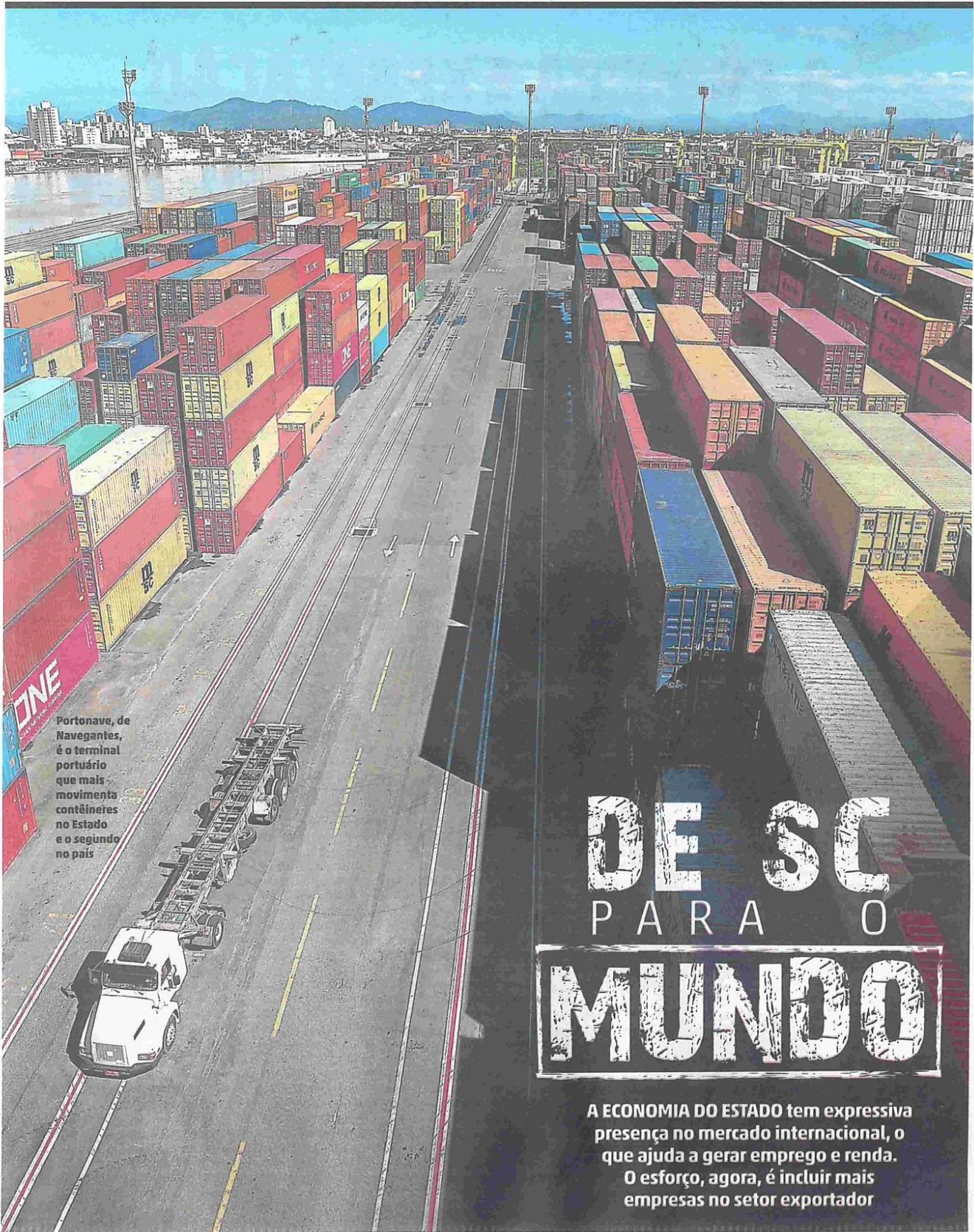
EMPRESA LOCAL, CLIENTE GLOBAL

Companhias catarinenses dividem aprendizados e vantagens de ampliar negócios no exterior

Páginas 11 a 17



REPORTAGEM ESPECIAL



Portonave, de Navegantes, é o terminal portuário que mais movimentou contêineres no Estado e o segundo no país

DESC PARA O MUNDO

A ECONOMIA DO ESTADO tem expressiva presença no mercado internacional, o que ajuda a gerar emprego e renda. O esforço, agora, é incluir mais empresas no setor exportador

JACQUES FERRE

A PRIMEIRA EXPORTAÇÃO

A GENTE NÃO ESQUECE

UM DOS MARCOS da trajetória de uma companhia sólida é o início da atuação no mercado internacional. Nesta reportagem, empresas de SC contam como estrearam nas vendas fora do país, e entidades convidam todos os líderes de negócios a abrirem portas para o mundo

ESTELA BENETTI
estela.benetti@somomsc.com.br

Os países com maior crescimento econômico contam com o impulso da internacionalização, especialmente das exportações. O principal exemplo é a China, que alcançou crescimento médio anual de 10% do Produto Interno Bruto (PIB) nas últimas três décadas e projeta ser a maior economia do planeta em 2030. O mercado internacional não é fácil, especialmente para atuar a partir do Brasil. Hoje, enquanto guerra comercial liderada pelos EUA preocupa, o dólar alto devido à crise política interna ajuda exportadores, mas para ser uma empresa global é preciso superar cada crise. Santa Catarina quer navegar nessa rota internacional com uma velocidade maior do que a atual para ter receitas mais robustas. Porém, para isso, é preciso que as companhias exportadoras do Estado avancem mais lá fora e milhares de outras empresas de médio e pequeno porte se abram ao exterior. Como esse é um passo para um mundo de desafios, a primeira exportação a empresa nunca esquece.

Estrear com vendas para países vizinhos foi a escolha de boa parte das empresas. Mas, não raras vezes, a demanda é que define o primeiro destino, como exemplos destacados nesta reportagem. Enquanto a WEG começou exportando via terrestre ao Paraguai, a Sadia e a Per-

digão - hoje marcas da BRF - fizeram as primeiras vendas ao Oriente Médio; e a Tupy iniciou nos Estados Unidos. A Audaces conseguiu o primeiro cliente na Argentina, a Temasa estreou no México e a Nugali em Dubai. Pequenas e novas, a Ralo Linear foi convidada para vender na Costa Rica e a Biozenthí, na Austrália.

O mercado global gera mais oportunidades. Por isso pesquisa junto a 182 empresas exportadoras feita pela Federação das Indústrias de Santa Catarina (Fiesc) apurou que 90% estimam expansão de vendas lá fora tanto este ano quanto em 2019. Ano passado, o Estado obteve US\$ 8,511 bilhões com exportações, 12% mais que em 2016. A cifra foi a soma de vendas de 2.551 empresas, das quais 1.451 micro e pequenas. Apesar de ser maioria, as pequenas e micro faturaram apenas US\$ 205,9 milhões, 2,41% do total. Esse percentual precisa e pode ser maior. Confiante de que SC tem grande potencial no exterior, a nova diretoria da Fiesc elegeu como uma das prioridades dos próximos anos a internacionalização de empresas ao lado do incentivo à inovação e à indústria 4.0. Nessa mesma linha, o Sebrae/SC, a Associação

Catarinense de Tecnologia (Acate) e algumas prefeituras estão incentivando a expansão de negócios internacionais. Em março a Acate abriu uma filial em Boston, EUA, para dar suporte a negócios no exterior.

A Fiesc elabora um programa de inserção internacional para difundir da cultura de negócio global, adianta a presidente da Câmara de Comércio Exterior da entidade, Maria Teresa Bustamante, que tem mais de 35 anos de atuação na área internacional.

- Esperamos que o empresário catarinense consiga dar um passo à frente, se tornar exportador, importador, consiga efetivamente participar da cadeia de valor global porque o nosso Estado precisa ter uma alavancagem de mundo na veia. O empresário, tem que pensar estrategicamente de forma glo-

bal. Não pode ficar só no mercado brasileiro porque não é único e não é suficiente - alerta Bustamante.

Segundo ela, o objetivo é convergir todas as ações e programas visando essa mudança. A Fiesc conta com o Centro Internacional de Negócios e o Observatório da Indústria, este que elaborou um passo a passo para exportar.

Mas o incentivo ao comércio exterior não se restringe a entidades. Lançada há cerca de dois anos em Florianópolis, a startup Intradebook orienta os passos para fazer negócios com o exterior, observa o fundador Alfredo Kleper Lavor:

- Nossa plataforma já tem usuários em 124 países - diz o empreendedor, que firmou convênios com as prefeituras de Florianópolis, São José e Campo Grande e busca parcerias com entidades voltadas a pequenas empresas.

Hoje as tecnologias facilitam trocas de informações e serviços e há mais redes de apoio. Para os empresários basta determinação, ação e persistência. Mas para os governos, Bustamante alerta que é preciso uma reforma tributária para o comércio exterior.



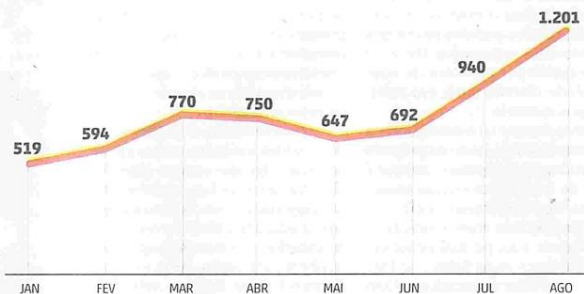
RECEITA TOTAL DE EXPORTAÇÕES DE SC

Valores em bilhões de dólares

Variação da receita + -

**EXPORTAÇÕES DE SANTA CATARINA (JANEIRO A AGOSTO DE 2018)**

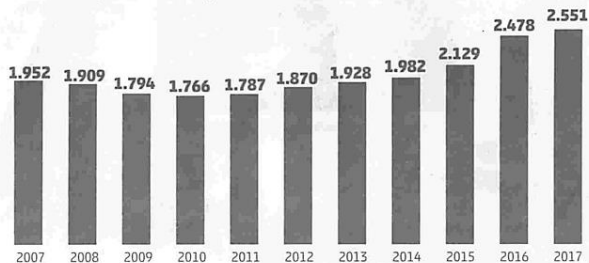
Em milhões de US\$



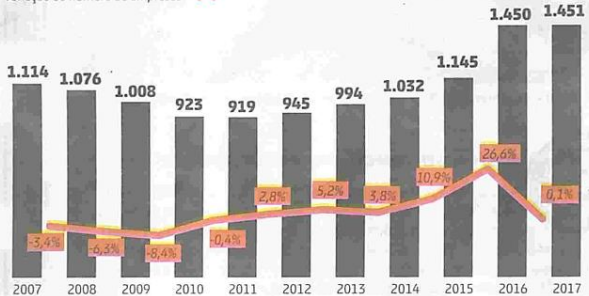
Fonte: Observatório da Fiesc

EMPRESAS EXPORTADORAS DO ESTADO

Número de companhias de todos os portes

**MICRO E PEQUENAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE SC**

Variação do número de empresas



Fonte: Observatório da Indústria de SC com dados da Secex/Mdic

CRESCIMENTO DERRUBA FRONTEIRAS

ESTELA BENETTI

A multinacional WEG, de Jaraguá do Sul, é referência de grupo com atuação globalizada. Fundada em 16 de setembro de 1961, fechou a primeira exportação nove anos depois. O registro do livro da empresa marca 21 de agosto de 1970 como a data do primeiro embarque, para o Paraguai, de motores elétricos, por transporte terrestre, via Foz do Iguaçu. O segundo mercado no exterior foi o Equador, e a primeira venda foi aprovada em 15 de dezembro de 1970, com transporte posterior via Porto de Santos. Hoje, a WEG exporta para mais de 135 países, tem sites produtivos em 12 países e, no ano passado, obteve 54% da sua receita líquida no mercado internacional. No primeiro semestre deste ano, do total de receita líquida de R\$ 4,4 bilhões, R\$ 2,4 bilhões (55,5%) foram gerados no mercado externo, onde o grupo cresceu 28,9%, mais do que os 24,6% de expansão obtida no Brasil no mesmo período.

A evolução da WEG no exterior foi gradativa. Aproveitou para atender os países vizinhos em função das semelhanças culturais e idiomas. Nos anos 1980 buscou uma presença mais estruturada, com rede de distribuidores lá fora e criou seu Departamento de Exportação, incluindo equipe poliglota. Na década de 1990, começou a estabelecer empresas comerciais nos principais mercados externos para

“

Não contamos nossas unidades fabris no exterior como fábricas porque são muitas. Contamos 12 sites industriais, em 12 países, com "n" fábricas porque nossa produção é bastante verticalizada.

LUÍZ GUSTAVO IENSEN,
diretor Internacional da multinacional

alcançar um salto maior e também comece a expatriar alguns trabalhadores. A partir de 2000, sentiu a necessidade de produzir lá fora. Investiu em unidades novas ou adquiriu empresas dos setores em que atua. Hoje, tem fábricas em 12 países e, dos 30.890 empregos diretos que oferece atualmente, 9,5 mil são no exterior.

Segundo o diretor internacional do grupo, Luiz Gustavo Iensen, o mercado internacional é fundamental.

— Logo no início, os fundadores da WEG perceberam que a exportação não poderia ser apenas uma válvula de escape, quando o Brasil estivesse em crise ou quando houvesse excedente de produção. A atuação internacional foi colocada como uma estratégia em dois aspectos. Primeiro pelo crescimento que buscava, que o mercado interno não comportaria. Segundo, pela tecnologia. O Brasil era um país muito fechado e a presença no exterior deu à empresa o desafio de fazer produtos com performance diferente — explica Iensen.



A gigante WEG, de Jaraguá do Sul, atende hoje mais de 135 países ao redor do mundo

**O FUTURO LÁ FORA**

A multinacional vê um grande potencial para crescer no exterior, tanto em mercados maduros, como são chamados os de países desenvolvidos, quanto emergentes. Segundo o diretor Internacional da companhia, Luiz Gustavo Iensen, entre os mercados menos explorados estão a própria China e o Sudeste Asiático, onde a empresa já atua. A abertura de uma unidade comercial na Malásia é a mais recente novidade.

REPORTAGEM ESPECIAL



FOTOS MARCO FAVERO

Ao buscar soluções para a demanda de um cliente, empresa de Regina se diferenciou no setor

A PROSPERIDADE VEM PELO RALO

PEDRO MACHADO
pedro.machado@somosnsc.com.br

Quando o produto é inovador, o ponto de partida para a exportação não necessariamente vem do próprio fabricante. Foi o que aconteceu com a Ralo Linear, empresa de Blumenau que, como o nome sugere, desenvolve ralos de formato linear aplicados em banheiros e áreas que precisam de escoamento de água. Ao expor sua linha na Expo Revestir, uma das principais feiras dos segmentos de decoração e construção civil da América Latina, a companhia chamou a atenção da clientela estrangeira ao ponto de ser praticamente “intimidada” a exportar, lembra a diretora-executiva Regina Montandon.

Foi um salto e tanto para uma empresa que nasceu quase por acaso. Salmo Souza, um comerciante de longa data, um dia se deparou com um problema que chegou até o balcão de sua loja. Um cliente havia comprado pisos de porcelanato de grandes dimensões, mas não queria ter de cortar as peças para criar a queda necessária para instalar um ralo comum. Souza, então, desenhou um produto sob medida, na tentativa de resolver o impasse. Funcionou.

Em 2009 a invenção, já patenteada, ganharia um importante prêmio de design. Foi a chancela necessária para atestar sua viabili-

“

As empresas não devem se intimidar com o fato de exportar ou importar. Hoje há recursos, várias instituições que capacitam e órgãos governamentais que auxiliam pequenos e grandes empresários.

REGINA MONTANDON
diretora-executiva da Ralo Linear

dade comercial. A Ralo Linear foi fundada em 2011 com foco no mercado doméstico. Mas logo diferenciais de sua linha, como facilidade de instalação e eliminação do mau cheiro, comum em modelos mais simples de ralos, despertaram o interesse de um distribuidor com atuação na Costa Rica, que passou a pedir pelo produto.

Mesmo diante da insistência, a empresa não se afobou e seguiu a cartilha dos exportadores de primeira viagem para não correr riscos. Buscou consultoria especializada para se cercar de informações confiáveis, se estruturou para atender as regulamentações técnicas de outros países e mapeou e visitou potenciais destinos onde a aceitação do produto seria mais rápida. Não por acaso, as vendas hoje vão para sete destinos da América Latina, onde o sistema construtivo é mais compatível com o que é adotado no Brasil.



PLANEJAMENTO, INOVAÇÃO E MARKETING.

Sem revelar o faturamento em valores, Regina diz que a Ralo Linear cresceu 65% em 2017 e 61% no primeiro semestre do ano, mesmo com a economia brasileira - e a construção civil - ainda patinando. Para dar conta da demanda, a empresa está expandindo as instalações na fábrica de Blumenau, onde são feitas 14 mil peças por mês. No comércio internacional, a meta é ampliar a fatia das exportações, hoje em 4% das receitas, para 30% em dois anos.

O DOCE SABOR CONQUISTA MERCADOS

PEDRO MACHADO

“
As vezes, o maior obstáculo para vender uma mercadoria para outro país não é o planejamento, nem a burocracia e muito menos a logística. A Nugali precisou superar também desconfianças simplesmente pelo fato de ser brasileira. Afinal, a empresa de Pomerode nasceu com o propósito de produzir chocolates finos, um tipo de produto cuja qualidade costuma ser associada a norte-americanos, suíços e belgas, apenas para ficar em alguns exemplos de mercados mais tradicionais no ramo.

A própria história da empresa guarda ligação com essa percepção. A engenheira Maitê Lang trabalhava na Embracer e viajava a trabalho com frequência para o exterior. A cada partida, recebia pedidos de colegas de chocolates importados. De tanto ouvir apelos por produtos de mais qualidade, decidiu abrir, em 2004, a própria indústria.

Para convencer os consumidores a não fazer cara feia diante da proposta de um chocolate *gourmet* nacional e bater de frente com marcas consagradas, Maitê apostou em diferenciais. Decidiu usar apenas ingredientes naturais e foi pessoalmente em fazendas de cacau da Bahia e do Pará para desenvolver fornecedores. Com poucas referências no Brasil, não foi fácil chegar ao produto ideal.

- Já chorei em cima de equipamento e precisei jogar 300, 400 qui-

“

Se acontece um problema que faz desabar o consumo interno, quem estiver pulverizado fora mantém os empregos até a fase ruim passar. A exportação também é uma maneira de ter segurança. É colocar os ovos em várias cestas.

MAITÉ LANG,
diretora da Nugali

los de chocolate fora. Não consegui outra maneira de fazer a não ser errando - lembra a empresária.

Exportar estava nos planos desde o início, mas não havia pressa. Tanto que o primeiro embarque ocorreu somente em 2014, após uma década de vida da empresa e já com o negócio bem maduro. E foi logo em grande estilo: Dubai, uma das mecas mundiais do luxo. O futuro parceiro interessado no produto havia ganhado um chocolate da Nugali e achou a empresa na internet.

As peculiaridades da cultura árabe exigiram cuidados extras na negociação, algo que sempre é preciso observar ao se fechar negócios com estrangeiros. Premiações internacionais ajudaram a abrir novas portas no exterior e a empresa hoje vende também para Japão, Peru, França e Estados Unidos. Entre as linhas que fazem sucesso com os gringos estão chocolates que carregam ingredientes legitimamente brasileiros, como cacau em flor, açaí e cupuaçu.

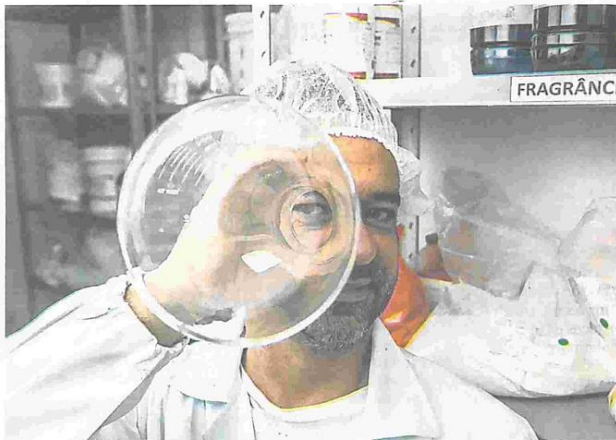


Para a Nugali, de Pomerode, desafio foi superar a fama de marcas consagradas internacionalmente



DOIS PÓDIOS EM COMPETIÇÃO DE CHOCOLATE FINO

A Nugali foi a primeira marca brasileira a conquistar medalha na etapa mundial da International Chocolate Awards, uma das principais competições de chocolates finos do mundo. Subiu ao pódio duas vezes, com dois bronzes em 2016 e 2017. Hoje, exporta 5% da produção, mas quer ampliar essa fatia em mais três pontos percentuais até 2019. Para dar conta da demanda, está construindo uma nova fábrica para dobrar as vendas em cinco anos.



O biólogo Márcio Accordi chama atenção no exterior com produtos cosméticos à base de plantas

SAÚDE PARA DAR, VENDER E EXPORTAR

ESTELA BENETTI

Entre as empresas que são convidadas a levar seus produtos ao exterior em função da qualidade está a Biozenth, produtora de cosméticos veganos de Criciúma. Fundada em 2010 pelo biólogo Márcio Accordi, a empresa está finalizando procedimentos para iniciar exportações para a Austrália e prevê os primeiros embarques em cerca de dois meses. Logo após, exportará também para a Nova Zelândia e Japão. Numa segunda etapa, o plano é entrar na Europa, depois nos EUA.

Accordi explica que essa ida ao exterior ocorre por insistência de pessoas que conheceram os produtos no Brasil. Chamou a atenção delas o fato de serem hipoalergênicos, sem glúten, sem parabenos e sem matéria-prima animal.

— Eu pesquisei muita botânica por ser biólogo e geneticista. Vou para o laboratório e desenvolvo produtos à base de plantas — conta o empresário, que entrou neste mundo de cosméticos naturais para fazer produtos anticâncer e para a pele.

As vendas na Austrália e Nova Zelândia serão por meio de uma *joint venture*, da qual Accordi será um dos sócios com 50% do capital. E os produtos Biozenth que serão vendidos no exterior terão que ser aprovados pelos órgãos reguladores de cada país, mas são processos mais rápidos que no Brasil. Entre



Durante três anos, participamos do projeto do Sebrae com indústrias cosméticas, o que abriu muitas portas. Em Criciúma, fomos beneficiados com projeto da Unesc para a comunidade. O curso de Administração nos ajudou a definir missão, visão e valores.

MÁRCIO ACCORDI,
fundador e diretor da Biozenth

medicamentos, shampoos e cosméticos, o laboratório de Criciúma tem 60 itens. O tipo de produto já motivou até um convite do consulado da Suíça no Brasil para a instalação de fábrica no país, com incentivos financeiros e fiscais. Ter unidade na Europa está nos planos de Accordi porque a maioria das matérias-primas que usa — de 80% a 85% — é importada da Espanha, Inglaterra, Alemanha, Japão e EUA. Do país são usados somente os extratos botânicos, explica ele. Além disso, há expectativas elevadas de vendas.

No Brasil, a Biozenth está presente nas regiões Sul e Sudeste e está indo para as demais. Mas as exportações sinalizam um maior faturamento. Acostumada a crescer mais de 100% ao ano, a Biozenth teve expansão menor com a crise: 36% em 2016 e 48% no ano passado. Além dos esforços próprios, a empresa teve assessoria do Sebrae e da Unesc.



DO SOFTWARE À BIOTECNOLOGIA

O empreendedorismo sempre foi a marca da trajetória de Márcio Accordi. Tinha uma empresa de software e migrou para a biotecnologia seguindo orientação de um consultor argentino que, durante um curso, falou que a área estaria em alta no futuro. Como era biólogo, fechou a empresa de TI e fundou a Biozenth. Accordi conta que no começo foi difícil, mas persistiu porque precisava desenvolver produtos que ele próprio, portador de psoríase, pudesse usar.

A TECNOLOGIA VESTE A MODA

ESTELA BENETTI

Empresa de tecnologia que nasceu de um projeto de dois estudantes de Ciência da Computação da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Claudio Roberto Grandão e Ricardo Cunha, a Audaces lançou seus primeiros produtos no mercado em 1996. Cerca de meio ano depois, no início de 1997, fez a primeira exportação para a Argentina e, logo depois, para a Espanha. Nos dois casos, vendeu um software para modelagem e encaixe para o setor de moda, o Audaces Vestuário. Esses contatos com clientes estrangeiros foram feitos numa feira internacional no Brasil, diz o presidente da empresa, Claudio Grandão.

— Desde o começo, nós criamos soluções pensando que deveriam ser inovadoras. E não só aqui no Brasil, mas que fosse algo relevante para o mundo. A Audaces sempre viu a exportação como algo importante e necessário. Somos uma empresa de tecnologia, por isso, sempre entendemos que não poderíamos competir com o mercado só estando no Brasil. É preciso estar no máximo de países possível para entender o comportamento do mercado e antecipar as próximas inovações tecnológicas — afirma Grandão.

Hoje, mais de 50% dos clientes da Audaces estão fora do Brasil, em

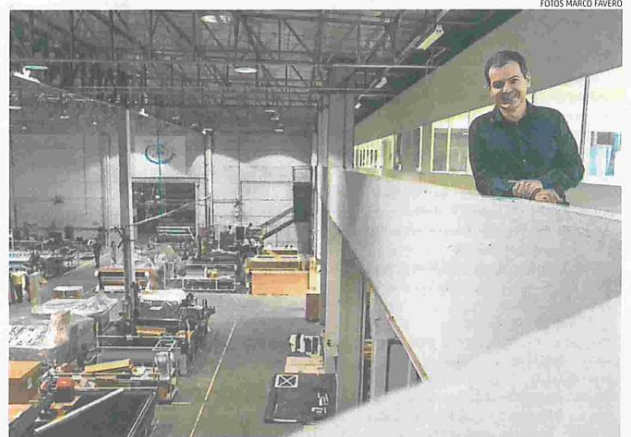


A exportação, não só para a Audaces, que é do setor de tecnologia, mas para qualquer empresa, torna-a mais forte no seu mercado de origem. Acredito que qualquer empresa brasileira deveria pensar em exportar algum produto para algum lugar porque estar no exterior torna o negócio mais eficiente e competitivo no Brasil.

CLAUDIO GRANDÃO,
sócio-fundador e presidente da Audaces

mais de 70 países. Por isso, a empresa se tornou multinacional este ano. Abriu a primeira fábrica lá fora justamente num dos países que mais ditam moda, a Itália. Está produzindo na unidade a Neocut Bravo, máquina de corte desenvolvida no Brasil nos padrões da indústria 4.0, tipo de produto que tem muita procura na Europa.

Em 2001, a Audaces alcançou a liderança em tecnologia ao setor de moda no Brasil, posição que mantém até hoje. Claudio Grandão explica que a tecnologia mudou completamente hoje se comparada com os primeiros anos. Ao desenvolver sistemas e equipamentos, a Audaces pensa no cliente exigente da Europa. Assim, consegue atender o mundo todo.



Claudio Grandão, da Audaces, afirma que entender o mercado internacional foi fundamental



INTELIGÊNCIA 4.0

Hoje, o produto que orgulha muito a equipe da Audaces, de 160 colaboradores, é a máquina de corte Neocut Bravo, feita dentro do conceito da indústria 4.0. Com mais de 300 sensores interconectados e, ao mesmo tempo, conectados à nuvem. Toma decisões sobre pontos de corte sem perda de tecido entre as peças e revela o ritmo das atividades, para o gestor saber o nível de produção. A empresa tem 50% dos clientes na Europa e projeta crescer 30% no exterior este ano.

REPORTAGEM ESPECIAL



FOTOS MARCO FAVERO

Vendas para o exterior representam nos dias atuais 83% dos negócios da Tupy, de Joinville

EXTERIOR FAZ O MOTOR GIRAR

PEDRO MACHADO

A Tupy passou boa parte dos primeiros anos de sua história acompanhando um intenso processo de industrialização no Brasil, que tinha no setor automotivo um dos principais expoentes. Criada em 1938 por descendentes de imigrantes alemães, a fundição foi explorar o mercado internacional bem mais tarde, na década de 1970. Começou exportando conexões de ferro e em seguida instalou escritórios comerciais nos EUA e na Alemanha. Logo viu as portas do mundo se abrirem.

Passadas oito décadas desde a fundação da empresa em Joinville, tem no mercado externo o seu mais potente motor de crescimento. As vendas para outros países representam, hoje, 83% dos negócios da companhia, que bateu recorde de faturamento no segundo trimestre do ano. Entre abril e junho, as receitas somaram R\$ 1,21 bilhão, alta de 32,3% na comparação com o mesmo período do ano passado. No acumulado entre janeiro e junho, o volume foi de R\$ 2,27 bilhões.

A Tupy se relaciona comercialmente com mais de 40 países em cinco continentes, mas a maioria das vendas vai para a América do Norte, impulsionada por duas plantas no México que fabricam blocos e cabeçotes de motor para o exigente mercado norte-americano. A

“

A Tupy irá se beneficiar da tendência de crescimento global, que demanda investimentos em infraestrutura, agricultura e na cadeia logística que irão suportar aumento de demanda.

FERNANDO DE RIZZO,
presidente da Tupy

confiança de clientes estrangeiros, dentre os quais gigantes como Ford, GM, John Deere, Mercedes-Benz, Scania, Volkswagen e Audi, é fruto de um trabalho que exige muito investimento – e ir até a ponta para entender as necessidades de quem compra, um dos grandes trunfos para se dar bem internacionalmente.

Os projetos são desenvolvidos por uma grande equipe de pesquisadores, entre engenheiros, mestres, doutores e colaboradores com décadas de experiência, que contam com o apoio de modernos laboratórios e parcerias com universidades no Brasil e no exterior. O mais recente passo de qualificação foi dado no final do mês passado, quando a Tupy inaugurou em Joinville uma nova escola para treinamento nas áreas de fundição e metalurgia.

– O investimento em capacitação dos funcionários certamente é essencial para mantermos nossa competitividade global – destaca Fernando de Rizzo, presidente da empresa.



DE OLHO NO FUTURO

A manutenção do status de líder de mercado passa, segundo o presidente da Tupy Fernando de Rizzo, pelo desenvolvimento de produtos que serão usados nas próximas décadas e oferta de novos serviços, como usinagem. Enquanto os negócios na economia doméstica ainda estão longe dos patamares anteriores à crise e questões relacionadas à carga tributária e infraestrutura atrapalham a competitividade nacional, a Tupy continua apostando no exterior.

A SORTE CHEGA EM UMA SEXTA-FEIRA 13

ESTELA BENETTI

“

Sexta-feira, 13 de agosto, pode ser dia de muita sorte para quem trabalha para realizar sonhos. Em 1990, o então jovem casal Lire e Leonir Tesser tinha como propósito de vida ter uma fábrica em Caçador, Oeste de SC. Em março daquele ano, compraram uma pequena empresa que produzia aberturas de madeira e vendia na região. Três anos depois, um empresário amigo, Maurício Grando, apresentou um cliente mexicano interessado em portas de pinus. A Temasa criou um projeto em algumas horas e o cliente passou a comprar mil portas por mês, por US\$ 22 mil.

– Embora não tivéssemos toda a estrutura e equipamentos necessários para trabalhar com exportação, tínhamos a garra e a vontade. Tivemos também a ajuda de tantas outras empresas que nos emprestavam máquinas e disponibilizavam matéria-prima com prazos de pagamentos que nos beneficiavam. Nosso primeiro container embarcado foi numa sexta-feira 13 de agosto de 1993, data histórica para nós e nossa empresa – conta Lire Tesser.

A Temasa iniciou atividades com apenas um empregado. Hoje é um grupo com duas fábricas em Caçador dedicadas 100% à exportação, que juntas geram 600 empregos diretos, e mais duas empresas na área florestal. Se consolidou no ex-

terior como fornecedora de móveis de madeira de pinus maciço, principalmente produtos desmontados para o mercado “Monte você mesmo”. A produção é totalmente verticalizada, desde o plantio do pinus, colheita, serragem, secagem e industrialização dos móveis. Os negócios superaram R\$ 100 milhões ano passado e devem crescer 10% este ano.

LIRE TESSER
sócia-fundadora e diretora da Temasa

A Temasa exporta para países como os Estados Unidos, Canadá, França, Alemanha, Inglaterra, Espanha, China e Japão. Os produtos da marca estão nos maiores varejistas do mundo como Ikea, Walmart, Argos, Lidl, Jysk, Aldi e outros.

– A melhor forma de se manter no mercado internacional é ser extremamente competitivo e zeloso pela qualidade, além de cumprir religiosamente os prazos de embarques – explica Leonir.



O destino dos móveis fabricados por Lire e Leonir, de Caçador, é 100% além das fronteiras brasileiras



MAIS CRESCIMENTO COM SUSTENTABILIDADE

A Temasa encontrou um nicho de mercado de móveis sustentáveis no qual planeja continuar crescendo. A empresa está confiante de que continuará se adaptando às mudanças tecnológicas, de qualificação, sustentabilidade e inovação. Os fundadores da Temasa admitem que o sobe e desce do dólar atrapalha, mas é preciso se preparar para enfrentar essas instabilidades.



Contêineres refrigerados fazem parte da estrutura de exportação dos alimentos da BRF

MISSÃO É ALIMENTAR O MUNDO

ESTELA BENETTI

As duas marcas da BRF, Sadia e Perdigão, se fortaleceram nos primeiros anos vendendo carne suína e derivados para São Paulo, mas a estreia no mercado internacional foi longe do Brasil. Ambas começaram a exportar carne de frango para o Oriente Médio nos anos 1970. A Sadia foi pioneira, em 1974. Em 1975 foi a vez da Perdigão começar as vendas para aquele mercado. O produto catarinense agradou tanto que até hoje a Sadia é *top of mind* em vários países, onde atua com a própria marca, especialmente na Arábia Saudita.

Embora estratégico para alimentar o mundo, o mercado internacional de proteína animal é muito disputado e regulamentado. Na trajetória lá fora, uma das conquistas mais difíceis foi a abertura do mercado do Japão para a carne suína catarinense. Após cerca de 15 anos de cuidados especiais com a sanidade animal, incluindo o reconhecimento de SC como livre de aftosa sem vacinação, o mercado japonês foi aberto em julho de 2013. A BRF, com a marca Sadia, foi a primeira empresa a embarcar carne suína ao país asiático. Os cortes foram produzidos na unidade de Campos Novos e embarcados pelo Porto de Itajaí para pe-

dido da Mitsubishi, um dos maiores players do setor de carne do Japão que já tinha uma relação comercial com a empresa desde os anos 90 com a importação de frango.

Oitava maior exportadora do Brasil no ano passado, a BRF obteve 51% da receita líquida com exportações e cresceu 4,1% no exterior no período. Este ano enfrenta mais dificuldades. No segundo trimestre, as exportações da companhia, em volume, caíram 13,7% frente ao mesmo período do ano passado.

As principais razões são o maior protecionismo de alguns países, embargos devido à Operação Carne Fraca e a greve do transporte.

— Ao final de maio, a Comissão Europeia excluiu 12 plantas da companhia localizadas no Brasil da lista de estabelecimentos habilitados a exportar para o bloco europeu, inviabilizando as exportações a partir de nossa principal plataforma de produção. Não enxergamos razões técnicas para referendar tal decisão, uma vez que cumprimos rigorosamente com todas as regras e legislações sanitárias locais e internacionais. Já protocolamos nossa apelação junto à Corte de Justiça da Comissão Europeia e aguardamos o resultado desta solicitação — explica a BRF.



UMA DAS MAIS INTERNACIONAIS DO PAÍS

Uma das empresas mais internacionalizadas do país, a BRF possui 23 fábricas no exterior, situadas na Argentina, Holanda, Reino Unido, Turquia, Malásia, Tailândia e Emirados Árabes Unidos. Mas em junho deste ano, por enfrentar crise financeira, a companhia anunciou plano de desinvestimento de ativos na Argentina, Europa e Tailândia para obter geração de caixa de R\$ 5 bilhões. As unidades ainda não foram vendidas. Apesar disso, a companhia continua com o foco de estar em todos os principais mercados mundiais.

"Exportar é viável e necessário"

MARIA PAULA SOBRAL VELLOSO,
gerente de Competitividade da Apex-Brasil

PEDRO MACHADO

Apesar de pouco conhecida do grande público, a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), órgão vinculado ao Ministério das Relações Exteriores, exerce importante papel na tarefa de colocar produtos e serviços brasileiros na vitrine internacional. Com iniciativas de qualificação voltadas ao comércio exterior, a entidade apoia 12 mil empresas que exportam para cerca de 200 mercados. Em SC, a Apex-Brasil mantém três núcleos do Programa de Qualificação para Exportação (Peix), instalados em Itajaí, Palhoça e Joinville. Juntos eles atenderão 496 empresas até junho de 2019. A agência ainda está negociando um novo convênio em Criciúma, que beneficiará mais 125 negócios, e uma nova edição do programa em Chapecó. O perfil das companhias contempladas ilustra a diversificação da economia local: há indústrias dos ramos têxtil, alimentos e bebidas, máquinas e equipamentos, cosméticos, tecnologia e construção civil. No Estado, a agência tem observado uma boa quantidade de empresas inovadoras e criativas, seja no produto ou no modelo de negócios, destaca a gerente de Competitividade Maria Paula Sobral Velloso.



A exportação muitas vezes é vista como um bicho de sete cabeças, principalmente pelas empresas de menor porte. Como mostrar que é uma alternativa viável?

Acreditamos que a exportação é o melhor caminho para fortalecer a competitividade das empresas nacionais e uma ferramenta que as prepara para sobreviver melhor aos ciclos de altos e baixos na economia. Ter uma parte da receita proveniente da exportação fortalece a operação das empresas, oferece experiência e perspectiva na gestão do negócio e as prepara melhor para flutuações de moeda estrangeira. Exportar é viável e necessário, só é preciso ter preparo e não transformá-la em uma aventura. A exportação é uma atividade de fôlego, que precisa ser estratégica para o negócio. Aqui na Apex-Brasil desenvolvemos o Programa de Qualificação para Exportação (Peix), com foco justamente nas pequenas e médias empresas, para mostrar que, com planejamento, é possível chegar de forma competitiva no mercado internacional.

O que a agência faz para ajudar no caminho da inovação?

Tecnologia e inovação são temas transversais aos vários segmentos da economia com os quais a Apex-Brasil trabalha. Nós atuamos em mais de 60 setores por meio de projetos de promoção de exportações. Nesses projetos, trabalhamos para que empresas com produtos e serviços inovadores encontrem espaços no mercado internacional. Também atuamos na internacionalização de empresas e startups e na atração de investimentos estrangeiros diretos para o Brasil. Neste caso, nosso foco é em empresas estrangeiras e em projetos que ofereçam inovação tecnológica e novos modelos de negócios, fortaleçam as cadeias de suprimentos industriais, que têm impacto direto na criação de emprego nacional ou melhoram o volume e a diversidade das exportações brasileiras.

A Apex mantém quatro núcleos do Peix em SC. Qual o papel e a importância deles?

O Peix é fundamental para sensibilizar os empresários brasileiros sobre a importância da atividade exportadora. Por isso, até o final do ano estará ativo em todos os Estados brasileiros. Todos os serviços prestados no âmbito do programa, geralmente em parceria com instituições de ensino ou de pesquisa, são gratuitos e os empresários recebem acompanhamento em todas as etapas, do diagnóstico à implantação de melhorias. Na fase final, esperamos que as empresas alcancem a exportação e, para isso, a Apex-Brasil oferece uma série de outras plataformas e iniciativas de promoção comercial. Nosso grande desafio é qualificar a empresa para que ela inicie no processo de exportação e avance nessa trilha de competitividade da Apex-Brasil, ou seja, que ela possa participar das diferentes plataformas e iniciativas de acordo com o perfil de maturidade exportadora da empresa. Assim, alcançaremos dois objetivos: aumento do número de empresas exportadoras e aumento das exportações das empresas apoiadas pela agência.

Como funcionam os convênios firmados com as empresas?

A Apex-Brasil firma convênios com instituições de ensino e pesquisa do Brasil. Cada núcleo do Peix atende à cidade onde está baseado e tem a responsabilidade de cuidar também da região próxima. O contrato para estruturação dos núcleos estabelece metas de atendimento que são monitoradas, com o objetivo de preparar cada vez mais empresas para exportar. As empresas interessadas precisam se inscrever no núcleo do Peix e se comprometer a implantar as mudanças detectadas na consultoria inicial. Cada passo é acompanhado pela equipe dos núcleos. Ao final da preparação, as empresas são convidadas a participar de eventos focados em exportação.

REPORTAGEM

Estela Benetti
estela.benetti@somosnsc.com.br

REPORTAGEM

Pedro Machado
pedro.machado@somosnsc.com.br

FOTOGRAFIA

Marco Favero
marco.favero@somosnsc.com.br

DESIGN

Ângela Prestes
angela.prestes@somosnsc.com.br

EDIÇÃO DE TEXTO

Cristiane Cordoli
cristiane.cordoli@somosnsc.com.br

EDIÇÃO DE IMAGEM

Ricardo Wolffbüttel
ricardo.wolff@somosnsc.com.br

Diário Catarinense e A Notícia (08 e 09/09)

Caderno Versar

"De cozinheiro da base aérea"

De cozinheiro da base aérea / Entrevista / Eduardo Avelar Jacinto / Le Pario / Florianópolis / Prêmio Bib Gourmand / Guia Michelin / Curso de Geografia / UFSC / Base Aérea de Florianópolis / Gastronomia / Curso de Gastronomia / Unisul



RENATA
DIEM

renatadiem@gmail.com

@renatadiem

DE COZINHEIRO DA BASE AÉREA

Cheguei 15 minutos adiantada para a entrevista com o chef Eduardo Avelar Jacinto. O lugar escolhido foi o seu bistrô, o Le Pario, em Florianópolis, que finalizava o serviço de almoço. Eduardo volta de uma temporada de 13 anos em Paris, primeiro trabalhando com o chef francês Christian Constant e depois em seu próprio bistrô. Os preços atrativos, aliados à qualidade da gastronomia, fizeram o empreendimento conquistar o prêmio Bib Gourmand, concedido pelo Guia Michelin. Também ficou entre os 100 melhores bistrôs de Paris do ano passado, em um prêmio concedido pela prefeitura da capital francesa.

Aqui em Florianópolis, o bistrô funciona há pouco mais de três meses com o mesmo nome e proposta que lhe conferiram os prêmios, e já faz muito sucesso, com mesas lotadas todos os dias.

Sentei em uma delas para tomar um cafezinho enquanto o aguardava. O chef conversava em francês com uma funcionária haitiana e depois pediu a outra aspargos, alcaçofras e palmito pupunha. Juliana, a esposa de Eduardo, trabalha junto dele no restaurante e também fazia os ajustes finais naquela tarde.

Última mesa atendida, funcionários saindo com recomendações:

- Deixei o arroz doce cozinhando, ok? Ok, agora podemos começar.

O INÍCIO NA GASTRONOMIA

Com 18 anos, ele cursava Geografia na UFSC e precisava de um trabalho. Seu irmão trabalhava na cozinha da Base Aérea de Florianópolis e lançou a ideia. Eduardo prestou concurso para trabalhar internamente por um período de seis anos na Base Aérea como soldado de primeira classe e escolheu o "rancho" - o refeitório no meio militar - para conciliar com a faculdade à noite. Foi ali, cozinhando com mais 15 cozinheiros para cerca de 700 pessoas, o primeiro contato de Avelar - nome de guerra na Base - com a gastronomia. Só de arroz, eram 30 quilos todos os dias.

- Nunca tive pretensão nenhuma em relação à gastronomia, meu histórico era deixar o bolo abatulado - recorda.

A esposa Juliana ri e comenta:

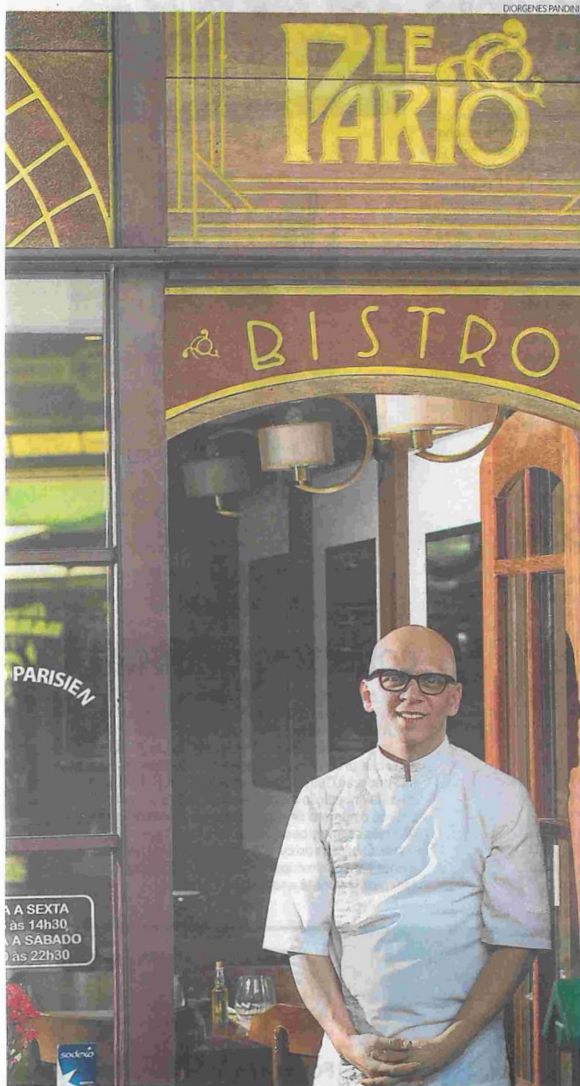
- Ele quase nem sabia fazer um Mijojo.

Colocarei esta parte na Coluna, eu disse.

O TRABALHO EM PARIS

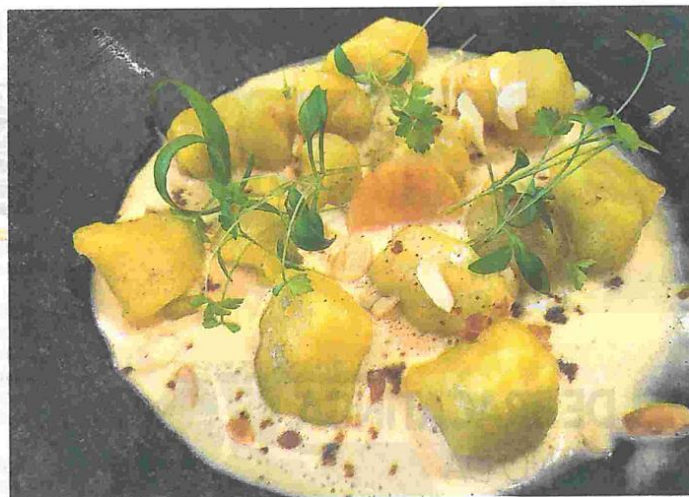
Com seis meses de trabalho na Base, foi convidado a ser cozinheiro da casa do Comandante. Avelar se deu conta de que não sabia cozinhar para quatro pessoas, pois só havia aprendido a fazer comida para 700. Lembra até hoje da primeira refeição que preparou: arroz, feijão, legumes e frango grelhado. A partir daí, aconteceu o redirecionamento da profissão. Largou a Geografia e começou a cursar Gastronomia na Unisul. Trabalhou no Bistrô D'Acampora e em eventos gastronômicos para ajudar chefs que vinham de fora. A primeira viagem à França foi um prêmio por ter vencido a Fenaostra na categoria acadêmico. Lá, ele fez estágio de dois meses em La Rochelle.

De volta ao Brasil, continuou trabalhando em eventos gastronômicos e num deles, em SP, por conhecer um pouco da língua francesa, foi direcionado a ajudar o chef francês Christian Constant. Após dois dias de trabalho, Eduardo perguntou ao chef se poderia estagiar no restaurante dele em Paris e recebeu uma resposta direta: "Não vou te dar um estágio, vou te empregar no meu restaurante", ele recorda.





A CHEF PREMIADO EM PARIS



RENATA DIEM

RITMO PESADO

- As pessoas falam que homens não choram. Não é o meu caso. O ritmo na França era muito puxado. Eu fui militar, mas lá, com toda a hierarquia dentro da cozinha, também tem um certo militarismo. A escola gastronômica era muito rígida - conta.
Pensou diversas vezes em desistir. O começo foi muito difícil; de repente ele se viu sozinho, sem a família, com uma jornada dura de trabalho de 12, 13 horas por dia, a pressão e a busca por uma estrela Michelin. Tinha dias que chegava com a sensação de "uma bola no estômago", diz, por não saber o que iria acontecer.
- Éramos pressionados até o fim, só ficava quem aguentasse a pressão. Tudo precisava estar perfeito e Deus me fez não desistir.
Não existe "modinha" na gastronomia francesa. A evolução se dá por redirecionamentos de forma sutil, respeitando a cozinha clássica. Eduardo cita o chef Alain Ducasse como um dos exemplos. Em um de seus restaurantes, Alain focou na comida natural e nos legumes, guardando a relação gastronômica e evoluindo sem grandes invenções. Eles fazem o que sabem fazer. A comida é mais evidenciada do que o conceito.

BISTRÔ

As pessoas acreditam que um bistrô francês é um lugar caro, mas não é verdade. Na França, é exatamente o contrário. Não é apenas um lugar de convívio familiar, precisa ter um estilo de cozinha. O bistrô clássico tradicional trabalha com ovo, maionese, tartar de carne, omelete. Existem hoje estabelecimentos de chefs que têm um nível de cozinha muito elevado e que transformam determinados pratos para que sejam esteticamente mais atraentes, por exemplo. O profissionalismo estaria atrelado a essa caracterização dentro do prato, mas o ambiente é um, o preço é um. Existe um respeito a algumas regras.

A VOLTA PARA O BRASIL

Depois que o Le Pario fechou, ainda na França, recebeu proposta para trabalhar como professor na escola de gastronomia Le Cordon Bleu, mas percebeu que aquela etapa não coincidia mais com o que ele sentia.
- No meu coração, estava muito forte um retorno, mesmo sabendo da dificuldade que seria recomençar do zero.
Ele colocou o assunto na mesa com a esposa Juliana e os filhos, Isadora e Natan, hoje com 8 e 6 anos:
- Estou com muita vontade de retornar ao Brasil e gostaria de saber qual o sentimento de vocês. Isadora, a mais velha começou a chorar e surpreendeu em seguida:
- Papai, estou muito feliz de poder ir para o Brasil.
Chegaram dia 11 de janeiro de 2018 e ele começou a enviar currículos, pois a intenção não era abrir um restaurante próprio. Um dia, caminhando pela Madre Benvenuta, viu uma loja para alugar e pensou que não custava tentar.

LE PARIO

Pronuncia-se "Le Parriô"; o nome é uma junção de Paris com Rio de Janeiro (representando o Brasil), unindo as gastronomias francesa e brasileira. O piso do restaurante reproduz a calçada de Copacabana assim como no seu Le Pario em Paris. Um grande quadro que decora a parede também veio do bistrô parisiense.

A proposta em Florianópolis é a mesma do bistrô em Paris, aliar gastronomia de qualidade a preços acessíveis. Questiono esperançosa se ele pretende manter estes preços atrativos:

- O intuito é manter. Enquanto for viável, e tem sido, e não comprometer a viabilidade do funcionamento do restaurante. Dentro de uma realidade, aquilo que vivo precisa me trazer paz. Hoje a minha busca é ter um lugar onde minha família possa viver de forma honesta e verdadeira. A vida é tão superficial hoje.

PREFERÊNCIAS GASTRONÔMICAS

Trabalhar um produto por inteiro é o que mais dá satisfação ao chef. Gosta muito de trabalhar com carnes simples e vieiras, de poder transformá-las.

Pergunto se existe algum prato do qual ele sente saudade ou uma comida que traga boas lembranças. Eduardo cita a Macarronada Italiana como um restaurante que adora ir com a família desde pequeno. Cita o macarrão caseiro que nunca mudou, e costumam pedir até hoje. Alguma comida que não aprecie?

- Experimentej buchada de bode no Ceará. Na França tem cabeça, língua e cérebro de vitela, que já não como muito, mas a buchada é como se fosse uma mistura de tudo. O cheiro e o sabor são muito fortes. A Bárbara (cita uma funcionária), que é de lá, vai ficar chateada.

A FÉ

O que mais me chamou a atenção durante a entrevista foi sua fé inabalável. Firme, seguro e baseado na verdade do que sente, é sempre otimista.

- Muita gente poderá falar que é sorte, mas eu creio que tudo está interligado e foi tão perfeito. Eu acredito muito em Deus e acho que esse caminho realmente foi destinado. As coisas foram surgindo e eu fui abraçando.

Diário Catarinense e A Notícia (08 e 09/09) Conexão Econômica

“É preciso observar alguns dias para saber para onde vai a curva de votos”

É preciso observar alguns dias para saber para onde vai a curva de votos /
Atentado / Jair Bolsonaro / Redes sociais / Mr. Predictions / Instituto Mapa /
Tânia Bueno / Doutorado / Inteligência artificial / UFSC / Pesquisa digital /
Mídias sociais

SÁBADO E DOMINGO, 8 E 9 DE SETEMBRO DE 2018

25

“É preciso observar alguns dias para saber para onde vai a curva de votos”

ENTREVISTA

TÂNIA BUENO
CEO da Mr. Predictions



O atentado ao candidato Jair Bolsonaro causou alta expressiva de informações, nas redes sociais, envolvendo o nome dele. Esse movimento foi observado pela Mr. Predictions, empresa de pesquisa digital de Florianópolis que atua junto com o Instituto Mapa e a Nexxera. Segundo a CEO da startup, Tânia Bueno, que é doutora em Inteligência Artificial pela UFSC, o efeito do atentado na eleição será visível só nos próximos dias. A Mr. Predictions faz pesquisas também no Brasil e exterior e foi uma das poucas que acertaram a vitória de Donald Trump nos EUA. Sobre o engajamento digital dos candidatos ao governo de SC no Facebook, Twitter, Instagram e YouTube, a empresa monitora o cenário e engajamento dos candidatos.

Como o atentado contra o candidato Jair Bolsonaro se refletiu no comportamento dos usuários nas mídias sociais?

Refletiu imediatamente nas mídias sociais. Teve uma mudança bem visível. Mas o que isso vai impactar nos resultados de intenção de voto é preciso observar um pouco mais porque não é só a medição do momento que vale. É preciso uma observação com um pouco mais de tempo, alguns dias, para saber para onde vai a curva de intenção de voto. Aí vai dar para ver se ele vai subir bastante ou pouco, mas ele vai subir.

A Mr. Predictions é uma empresa de pesquisa digital que não pode divulgar pesquisa eleitoral porque o Brasil não aprovou esse tipo de sondagem. Acredita que isso deve mudar na próxima eleição?

Acredito que não tem como não fazer esse tipo de pesquisa no futuro. Recentemente o Ibope deixou de publicar um número em função de mudança que ocorreu antes de ele publicar uma pesquisa. Com a velocidade que você consegue organizar esses dados das mídias sociais, você tem uma resposta muito mais adequada do que as pesquisas tradicionais. É muito rápido para ver os algoritmos rodar e ter um resultado. Não dá para imaginar que ao ouvir 2 mil pessoas numa pesquisa tradicional você terá o mesmo resultado do que cerca de 60 mil pessoas que a tecnologia digital pode considerar.

Como vocês têm trabalhado?

A gente tem observado e feito algumas publicações usando as informações das mídias sociais. Uma publicação nossa saiu na revista Isto é. Ela informa que os dados que a gente coletou, aumentos percentuais de candidaturas, refletiram-se uma ou duas semanas depois nas pesquisas tradicionais. Os dados dessas pesquisas são bastante similares aos que apuramos.

A empresa faz um mapa de engajamento digital de candidatos. Como é realizado esse trabalho?

Nós não informamos que um ou outro candidato terá um determinado percentual de votos, mas esse mapa mostra como está o engajamento nas mídias sociais em torno de cada candidatura. Usamos isso para fazer o número da predição que publicamos internamente. Nossos números batem muito com o que o Ibope e Datafolha publicam, alguns nossos são até mais assertivos.

O Instituto Mapa e a Mr. Predictions fazem pesquisas para candidatos?

Fazemos pesquisas internas, que não podem ser divulgadas. Estamos fazendo tanto para candidatos de Santa Catarina quanto para candidatos de outros Estados.

Diário Catarinense (08 e 09/09)

Cacau Menezes

“Uma estrela da ilha”

Uma estrela da ilha / Nereu do Vale Pereira / Ilha de Santa Catarina / Açorianos / Hyppólito do Valle Pereira / Professor / UFSC / Doutor em sociologia e economista

UMA ESTRELA DA ILHA

Na próxima quinta-feira, nosso ilustre professor Nereu do Vale Pereira completará 90 anos. É natural da Ilha de Santa Catarina e descendente, como sexta geração, dos povoadores açorianos que aqui chegaram no grupo de 1749 (Base das Ilhas de São Jorge, Faial e Terceira). Seu pai, “Manezinho Hyppólito do Valle Pereira”, é do bairro João Paulo e a mãe, Olindina, da localidade de São José da Ponta Grossa, norte da Ilha. Professor Nereu nasceu no dia 13 de setembro de 1928, no centro de Floripa, nos “Canudinhos” (designação popular do final da Rua Major Costa), na última casa dessa rua. Doutor em sociologia e economista, foi professor da UFSC, folclorista, escritor e dirigente esportivo.

Enfoque Popular Segurança

“Ronda policial nas proximidades da UFSC devem continuar durante o ano letivo”

Ronda policial nas proximidades da UFSC devem continuar durante o ano letivo / Universidade Federal de Santa Catarina / Araranguá / Polícia Militar / Proteção

Ronda policial nas proximidades da UFSC devem continuar durante o ano letivo

Araranguá



Nas últimas semanas, após alguns pedidos dos alunos que estudam no Campus da UFSC (Universidade Federal de Santa Catarina), de Araranguá, a Polícia Militar intensificou ações preventivas de proteção aos estudantes.

Diariamente, são realizadas rondas nas proximidades da UFSC, especialmente na Avenida Getúlio Vargas e na Rodovia SC 447 e horários que haja deslocamento dos estudantes. As rondas deverão continuar durante todo o ano letivo.

Enfoque Popular Geral

“Professores de escola indígena participam de capacitação no IFSC”

Professores de escola indígena participam de capacitação no IFSC / Plataforma Moodle / Inclusão digital / Araranguá / UFSC / Parceria / Escola Estadual de Educação Indígena Nhu Porã / Tribo Mbya Guarani / Torres / RS / Educação / RexLab / Laboratório de Experimentação Remota / RexNet / Tecnologia / Inovação / Francisco Moreira Alves / Jaqueline Steffens da Rocha

Professores de Escola Indígena participam de capacitação no IFSC



Educadores foram capacitados sobre a plataforma Moodle que é um espaço gerador de atividades no âmbito acadêmico

Araranguá

O projeto de extensão “Promovendo a inclusão digital numa escola multisseriada indígena” desenvolvido pelo IFSC Araranguá em parceria com a UFSC Araranguá têm resultado em experiências únicas e inspiradoras.

Na última semana de agosto, seis professores da Escola Estadual de Educação Indígena Nhu Porã, situada em uma aldeia da tribo Mbya Guarani no município de Torres-RS participaram de uma capacitação sobre o uso das tecnologias na Educação.

Na oportunidade os professores visitaram o RexLab – Laboratório de Experimentação Remota da UFSC, que conta atualmente com uma rede de 12 Universidades (RexNet) em 5 diferentes países. Um de seus objetivos é atender a necessidade de apropriação social da ciência e da tecnologia, popularizando conhecimentos científicos e tecnológicos e enfatizando ações e atividades que valorizem e estimulem a criatividade, a experimentação e a interdisciplinaridade.

Em seguida, foram conduzidos para as dependências do IFSC, onde participaram de uma capacitação sobre a plataforma Moodle que é um espaço gerador de atividades com muita utilidade e potencialidade no âmbito acadêmico. Esta oficina é uma ação planejada e programada no projeto

“Desenvolvimento de Estratégias Metodológicas para Integração de Tecnologias Inovadoras de Baixo Custo na Educação Básica da Rede Pública de Ensino”. A oficina é uma iniciativa de Capacitação docente para integração das Tecnologias da Informação e Comunicação na Educação Básica.

Estas atividades atendem 50 alunos da escola da aldeia e tem como foco principal a inovação educacional e social e a redução da brecha digital existente pela falta de infraestrutura tecnológica nas escolas, em especial as indígenas.

Os professores e alunos/índios serão orientados por uma equipe multidisciplinar da UFSC e do IFSC e serão os protagonistas de todas as atividades previstas, pois em conjunto com os professores das disciplinas de português, guarani, história, ciências, matemática e arte e cultura indígena, decidirão sobre os temas e assuntos que serão estudados, tendo sempre como prioridade as características da cultura guarani. Será criado um ambiente virtual de aprendizagem – AVEA, onde primeiramente os professores serão capacitados e depois poderão acessar e disponibilizar materiais didáticos para os alunos. Posteriormente, com o uso de dispositivos móveis (tablets), os alunos poderão acessar os materiais

disponíveis online, bem como fazer uso de ferramentas, vídeos e aplicativos educativos baixados em plataformas como o playstore por exemplo. Ferramentas estas que auxiliarão os professores de forma a utilizar as tecnologias como ferramenta de apoio didático-pedagógico de suas aulas.

Conforme relata o cacique Francisco Moreira Alves “Aqui na escola estamos esquecidos pelo governo, temos poucos recursos tecnológicos, sabemos que o índio precisa ser incluído, precisamos saber ler, escrever e usar as tecnologias para lutar por melhores condições de vida”.

Nesse sentido, Jaqueline Steffens da Rocha, uma das coordenadoras do projeto, afirma que “É necessário que as instituições de ensino estejam atentas às demandas vindas da comunidade. Nessa parceria entre o IFSC e a UFSC tendo como foco a tribo indígena temos a possibilidade de levar o conhecimento e oportunizar que uma das minorias sociais do país, ou seja, os indígenas tenham acesso às tecnologias e a uma educação de mais qualidade. Esse é o nosso papel enquanto profissionais da educação”.

Notícias veiculadas em meios impressos, convertidas para o formato digital, com informações e opiniões de responsabilidade dos veículos.

CLIPPING DIGITAL

07/09/2018

[Doações, gestão e vínculo com sociedade diferenciam museus de EUA e Brasil](#)

[Ser patriota é amar a diversidade histórica, cultural e social](#)

[TRF-4 autoriza UFSC a cobrar mensalidade por curso de especialização](#)

[Doações, gestão e vínculo com sociedade diferenciam museus de EUA e Brasil](#)

[Confira as opções de pratos e preços na 19ª Fenaostra](#)

[Candidato ao governo de SC pelo PCO lembra que há um ano golpistas perseguiram e levaram à morte reitor da USFC](#)

[Fenaostra no "coração da cidade" encanta moradores e turistas em Florianópolis](#)

[Os Homens do Sambaqui: Uma viagem pela história dos pré-históricos da Ilha de SC](#)

[Sentimentos antagônicos marcam feriado do Dia da Independência](#)

[Nereu do Vale Pereira e "A Voz do Leão de São Marcos"](#)

08/09/2018

[Medidas no entorno da UFSC são mantidas](#)

[Mestrado profissional de Enfermagem será oferecido pela UEA, em Manaus](#)

[Bebidas à base de soja escondem que contêm ingredientes transgênicos](#)

[São Joaquim já registra a quinta geada de Setembro](#)

[Candidato do PT ao governo de SC mostra força onde Bolsonaro lidera](#)

[Profletras 2018 recebe inscrições para 847 vagas em mestrado profissional gratuito](#)

09/09/2018

Museu de Arqueologia da UFSC suspende atendimento ao público

Por problemas na infraestrutura, Museu de Arqueologia da UFSC suspende atendimento ao público

Diretora do Museu da UFSC fala sobre paralisação devido à falta de recursos e segurança ao acervo e as pessoas

Universidade em SC cria sorvete que ameniza os efeitos da quimioterapia

EJA de Florianópolis alfabetiza recicladores

Ufsc realizará pesquisa com idosos em Arroio do Silva