



edição 292
JUNHO 25
distribuição
gratuita

www.
revistaviverbrasil.
com.br

FOTO DIVULGAÇÃO

A VEZ DO TURISMO

*Minas vive boom
inédito na hotelaria*

—
Jorge Rebelo de
Almeida, do Vila
Galé: "Sou mineiro
de alma e coração"

ViverBrasil

ENTREVISTA **MARIELA SILVEIRA, DIRETORA DO KUROTEL: "A FELICIDADE ESTÁ NO MEIO DO CAMINHO E NÃO SOMENTE NA CHEGADA"**

PCO "NÃO NOS RESTA NADA A FAZER, A NÃO SER ESPERAR JUÍZO DOS POLÍTICOS E DOS ELEITORES"

Codemge e Governo de Minas trabalhando com
a sua cidade para levar mais **desenvolvimento**
e **benefícios para você.**

Cidade Parceira



Veja como tirar do papel o projeto que sua cidade precisa em áreas como **saúde, educação, mobilidade e turismo.**



Acesse:
cidadeparceira.com.br

Cidade Parceira



**CIDADE
PARCEIRA**

 **CODEMGE**
Companhia de Desenvolvimento de Minas Gerais

 **MINAS
GERAIS**

GOVERNO
DIFERENTE.
ESTADO
EFICIENTE.

EDITORIAL

INDÚSTRIA SEM CHAMINÉ

PAULO CÉSAR DE OLIVEIRA
pco@vbcomunicacao.com.br

Estado conhecido pela riqueza cultural, patrimônio histórico, diversidade de paisagens e gastronomia que atravessa fronteiras, Minas experimenta agora o crescimento da infraestrutura hoteleira, carente de investimentos há muitos anos. Com 21 empreendimentos em desenvolvimento, o estado está atrás apenas de São Paulo, segundo a pesquisa Panorama da Hotelaria Brasileira 2025. As perspectivas são muito boas para o setor, conhecido como indústria sem chaminé, e precisa ser acompanhado também por melhoria nas estradas, ampliação da malha aérea e treinamento de pessoal para trabalhar na área. Entre os investimentos, se destaca a recente inauguração do Vila Galé Ouro Preto, o primeiro da rede portuguesa em Minas. Instalado em edifício histórico, ele será o palco do Conexão Empresarial Anual, que vai acontecer de 10 a 13 de julho. Como já é tradição, proporcionará aos participantes momentos de reflexão, lazer e networking, em cuidadosa programação que estamos preparando. Nesta edição, não perca também a entrevista com a diretora técnica do Kurotel, Mariela Silveira, que aponta os caminhos para a felicidade. Confira e até a próxima!

DIRETOR-GERAL

Paulo Cesar de Oliveira

Edição, coordenação e produção

Feito por ME

Repórteres colaboradores

Eliane Hardy
Flávio Penna
Sueli Cotta

Projeto gráfico

Greco Design

Editoração

Oriana Panicali

Articulas

Eduardo Fernandez
Gilda Vaz
Mauro Ladeira
Paulo Paiva
Wagner Gomes

Colunistas

Cibele Ruas
Eduardo Pinto Coelho
Lucien Newton
Mafé Lages
Samuel Guimarães
Téo Scalon

Gerente comercial

Sumaya Mayrink



Departamento comercial MG (31) 98473-0154

comercial@
revistaviverbrasil.com.br
redacao@
revistaviverbrasil.com.br

Viver Brasil é uma publicação da VB Editora e Comunicação Ltda.

Avenida Raja Gabaglia,
2000, sala 926, Torre 1
Ed. Parque Avenida
Estoril / Belo Horizonte
MG- CEP: 30.494-170
(31) 2526-7698 e 98418-5330

SUMÁRIO

COLUNAS

- 6 Coluna do PCO
- 8 Entre Aspas
- 38 Tempo de Inovação
- 39 Franquear
- 58 Perspectiva Psi
- 70 Viver Felicidade
- 72 Viver Gourmet
- 78 Idos Tempos
- 80 Zoom

ARTICULISTAS

- 14 Paulo Cesar de Oliveira
- 18 Paulo Paiva
- 26 Eduardo Fernandez
- 32 Wagner Gomes
- 67 Gilda Vaz
- 90 Mauro Ladeira

SEÇÕES

- 10 Mercado de seguros
- 22 Entrevista
- 28 Arquitetura
- 40 Empresa
- 42 Especial Capa
- 50 Conexão Empresarial
- 52 Empreendimento
- 56 Tendência
- 60 Mídia
- 64 Ciência
- 74 Gastronomia
- 82 Eventos



CHEGA DE PITACO!

CHAME QUEM ENTENDE. CHAME UM CONSULTOR DO SEBRAE.

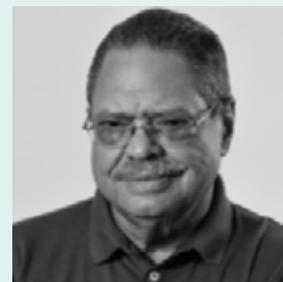
Na hora de cuidar do seu negócio, é melhor chamar quem entende. O Sebrae oferece consultorias sob medida para pequenos negócios em todas as fases, da ideia ao mercado.

Descubra todas as possibilidades das consultorias do Sebrae para melhorar sua empresa.

Saiba mais: sebraemg.com.br
0800 570 0800

SEBRAE

COLUNA DO PCO



PAULO CESAR DE OLIVEIRA

PRÁTICAS DE DUMPING

A CNA está investigando práticas de dumping para conter os impactos na importação de lácteos a preços desleais, especialmente da Argentina e do Uruguai. Para o presidente da Faemg, **Antônio de Salvo**, “esse processo é lento, mas é a única saída para os desafios que enfrentamos. Cabe a nós nos unirmos.”



O PREFERIDO DE LULA

Candidatíssimo, o senador Rodrigo Pacheco não consegue mais esconder o seu interesse em disputar o governo de Minas. Lançado pelo presidente Lula na disputa, Pacheco encontrou o palanque pronto. Mas o presidente do seu partido, o PSD, Gilberto Kassab, lançará candidatura ao Planalto contra Lula. Ou seja, Rodrigo deve se filiar ao União Brasil.

MESMO ENDIVIDADOS

Governadores endividados estão mobilizados no trabalho de convencimento de deputados e senadores para a derrubada dos vetos presidenciais ao Propag, de renegociação das dívidas dos estados. O governador mineiro, Romeu Zema, o maior interessado, tem conseguido apoio das bancadas de sdireita e do Centrão.

ESTRATÉGIA PERIGOSA

Com pesquisas cada vez mais desfavoráveis, o presidente Lula tem endurecido o discurso em relação aos seus adversários para 2026. A estratégia não tem surtido efeito, pelo menos por enquanto. Para analistas políticos, o governo comete muitos erros e tem afastado a classe média, o que é muito perigoso.

CONGRESSO SEM CORTE

Câmara cobra cortes do governo, mas avança em proposta que aumenta gastos com privilégios próprios: liberar acúmulo de aposentadoria com salário de mandato e criação de gratificação de fim de ano para inativos. Ajuste, só se for longe do espelho.

PACOTE DE ILUSÃO

Maio foi amargo para Lula, embora o desgaste pelo fiasco do novo pacote fiscal tenha caído sobre Haddad. A proposta virou novela: longa, confusa e sem cortes reais — agora, surge mais um capítulo do faz de conta econômico do governo.

O REI QUE TAXAVA AS ÁRVORES

Diz a lenda que um rei resolveu taxar árvores e viu seu reino virar deserto. A metáfora do rei que tributa as árvores e transforma o reino em deserto é poderosa: mostra como as políticas fiscais insensatas corroem não apenas a economia, mas também a sustentabilidade e a racionalidade administrativa.

LATAM DECOLA

Com Gol e Azul em crise, a Latam decola sem turbulência, ganha mercado e voa sozinha num setor ainda em recuperação. O céu está claro — por enquanto, sem trânsito.

MINAS NO MAPA DOS INVESTIMENTOS

Emir Cadar Filho está colocando Minas Gerais no mapa dos investimentos com a realização da primeira feira de infraestrutura de grande porte feita em Minas Gerais, a InfraBusiness Expo 2025. O evento será de 12 a 14 de agosto, no Expominas, e deve movimentar mais de R\$ 1 bilhão em negócios.



FOTOS / DIVULGAÇÃO

MEDIDAS INCONVENIENTES

Entregue ao presidente da Câmara, **Hugo Motta**, manifesto de empresários contra a tributação de dividendos e com críticas ao aumento de impostos e elevação dos gastos do governo. São medidas consideradas inconvenientes para a sociedade e o Estado, por elevar riscos fiscais e institucionais. Hugo Motta, com apenas 35 anos, está se saindo melhor que a encomenda.



ESPECIALISTAS DE OCASIÃO

Na era da overdose informativa, distinguir especialistas reais de palpiteiros ideológicos virou questão de sobrevivência intelectual. Nem todo mundo que fala sabe — e quem sabe, nem sempre grita.

BOLSO ALVEJADO

Sob o nome de “recalibragem”, o governo tributa o que antes era isento. LCAs, FIIs e dividendos entram no radar do Leão. A sanha arrecadatória veste roupa nova, mas continua a mesma. Daqui um pouco taxam os pets também.

PARALELOS

Lula e sua equipe, presos a uma lógica maniqueísta ideológica, não perceberam que, para o Congresso, tributar mais é politicamente tão radioativo quanto podar despesas para o governo. A confusão do IOF escancarou o descompasso entre Planalto e Congresso, que já não engole mais a velha receita fiscal.

ENTRE ASPAS



SUELI COTTA

O PAÍS DO FUTURO

O eterno país do futuro parece fadado a nunca cumprir o seu destino. Com problemas de toda ordem, potencializados pelas disputas políticas o Brasil sobrevive aos tsunamis eleitorais, mas não consegue fechar suas contas. O governo gasta mais do que arrecada e não consegue manter a qualidade dos serviços prestados à população. São 212 milhões de brasileiros, mais da metade vive com menos de dois salários mínimos, muitos com apenas meio salário mínimo.

JOGO DE INTERESSES

A reforma administrativa volta à pauta do debate político, mas esbarra em

*“A maior
necessidade de
um Estado é a de
governantes
corajosos.”*

ESCRITOR ALEMÃO
JOHANN GOETHE



*“A prosperidade ou
a ruína de um
estado depende
da moralidade de
seus governantes.”*

ESCRITOR INGLÊS
THOMAS MORE



interesses de servidores públicos que recebem salários acima do teto fixado em R\$ 46.366,19 pago aos ministros do STF. E é no Judiciário onde estão as maiores distorções detectadas em pagamentos a juízes e desembargadores.

MEDIDAS IMPROVISADAS

O orçamento federal para 2025, de R\$ 5,9 trilhões, apresenta um déficit de R\$ 2,73 bilhões. Os gastos do governo só aumentam. As contas não fecham. O episódio do IOF é considerado apenas a ponta do iceberg do caos fiscal no país, com medidas improvisadas para conter o rombo de uma ganância sem fim.



E S P A Ç O

ARAUJO*saúde
em dia*

EXAMES RÁPIDOS PARA UM INVERNO TRANQUILO. ARAUJO TEM.

A Araujo tem exames rápidos para Influenza (vírus da gripe), Covid-19 e VSR (vírus sincicial respiratório).



Acesse: araujo.com.br/saudeemdia
ou vá até a Araujo mais próxima.

RELEVÂNCIA ESTRATÉGICA



Setor de seguros cresce em cenário marcado por incertezas econômicas, eventos climáticos extremos e um novo marco regulatório



Marco Paulo e Luciana Mascarenhas: mudanças climáticas são desafio para o setor

Em um cenário marcado por incertezas econômicas, eventos climáticos extremos e um novo marco regulatório, o setor de seguros no Brasil ganha relevância estratégica para empresas e indivíduos. Mais do que uma

proteção contra perdas financeiras, os seguros têm se consolidado como instrumentos essenciais de estabilidade. Com o avanço da digitalização, novas demandas e riscos emergentes, como os cibernéticos, também passam

a ser uma prioridade para quem busca segurança.

O ano de 2025 marca um ponto de transição para o setor de seguros, a partir da implementação do novo Marco Legal dos Seguros (Lei nº 15.040/2024), que entra em vigor em dezembro. A legislação traz mudanças significativas nos contratos, prazos e responsabilidades, exigindo forte adaptação das seguradoras e corretoras. “A nova lei traz mais segurança jurídica e transparência para o setor, mas também demanda investimentos em tecnologia e mudanças profundas na operação das empresas”, avalia Sergio Frade, sócio fundador da Solutions.

Segundo Marco Paulo Mascarenhas, fundador e CEO da Exclusive Seguros, a velocidade com a qual mudanças em diferentes eixos operacionais vêm ocorrendo neste campo são desafios do setor. Não por outro motivo, ele destaca a importância de a empresa estar o mais atenta possível às movimentações do mercado de modo a tentar ao máximo se antecipar a elas, com enfoque na criação de estratégias.

Outro fator que vem exigindo atenção crescente do mercado são os impactos das mudanças climáticas. A frequência de eventos extremos – como enchentes, secas e vendavais – tem alterado os modelos de risco, afetando diretamente os custos das apólices.

Dessa maneira, a partir de uma base sólida e um histórico de crescimento consistente, as empresas de seguros reforçam seu papel estratégico na economia, oferecendo proteção, gestão de riscos e soluções cada vez mais alinhadas às necessidades de um mercado em transformação. O setor, então, segue se



Sérgio Frade: mais segurança jurídica e transparência para o setor

preparando para acompanhar as mudanças regulatórias, tecnológicas e climáticas que impactam diretamente seus clientes.

Com sede em Belo Horizonte e uma trajetória marcada por atendimento personalizado, a Solutions, que celebrou 24 anos de atuação em abril de 2025, é um exemplo de eficiência nesse mercado. A empresa projeta continuidade em seu ritmo de crescimento para os próximos anos, após registrar um avanço expressivo de 28% em 2024 — mais que o dobro do crescimento do mercado de

seguros brasileiro, que foi de 12,2%. “Foi um crescimento consistente, sustentado pela expansão da nossa base de clientes e, principalmente, pela indicação de quem já conhece nosso trabalho. É uma evolução impulsionada pela confiança”, destaca Sergio Frade.

Especializada em gestão de riscos patrimoniais, financeiros e operacionais, a empresa tem ampliado sua presença no país e mantém uma alta taxa de retenção de clientes, o que, segundo Frade, reforça a eficácia da proposta de valor da marca. “Nosso foco é o relacionamento próximo e a oferta de soluções que realmente se adequem ao perfil de cada cliente, seja pessoa física ou jurídica”, explica. Além de sua sede em Belo Horizonte, a empresa tem ampliado sua atuação em diferentes cidades, acompanhando a demanda de empresas em crescimento e a diversificação do mercado segurador. “Conseguimos unir liberdade técnica com conhecimento de mercado. Nosso time é formado por profissionais experientes, preparados para lidar com as novas exigências do setor”, afirma Frade.

Já a Exclusive Seguros, ao longo de quase três décadas, vem se destacando pela gestão eficiente e por uma cultura corporativa muito bem estruturada. Sob a liderança de Marco Paulo Mascarenhas, a empresa alcançou uma posição de destaque nacional, cuidando de mais de 800 mil vidas em todo o país. Com sede no Vila da Serra, a Exclusive – também conhecida como EXC – faz uso de um modelo de gestão 360º, com foco nas áreas de saúde e benefícios. Reconhecida como a maior corretora desse segmento em Minas Gerais, a empresa aposta em uma abordagem

centrada no cliente, priorizando um atendimento altamente personalizado e investindo fortemente na experiência durante toda a jornada do segurado.

Vale destacar o fato de que a EXC foi reconhecida com o Prêmio Ser Humano, concedido pela Associação Brasileira de Recursos Humanos (ABRH/MG), em razão de suas iniciativas que unem tecnologia e saúde para melhorar o atendimento aos clientes. A empresa investe em diversas ferramentas tecnológicas, mas mantém um atendimento humano, especialmente em momentos críticos. Para isso, conta com uma equipe especializada de médicos e enfermeiros disponível 24 horas por dia, sete dias por semana, que oferece suporte contínuo, incluindo atendimentos emergenciais, remoções durante a madrugada e transporte aeromédico entre estados.

Por meio de treinamentos e reciclagens constantes, o corpo de colaboradores é incentivado a compactuar a cultura de oferecer o mais completo acolhimento ao público externo. “Eu, como líder, tenho convicção de que, quando um colaborador se dirige ao local de trabalho com a certeza de que vai ajudar, transformar e impactar vidas, o nível de performance será infinitamente maior do que o daquele que sai de casa imbuído apenas do propósito 'vou trabalhar, é mais um dia'”, pondera Marco Paulo. Além da forte atuação no segmento de saúde, vida e odontológico, que representa cerca de 75% do seu faturamento, a EXC também oferece soluções em outras áreas, como seguros de automóveis de luxo, condomínio, residencial, incêndio e responsabilidade civil. ®

IMERSÃO INDÚSTRIA

Conexões para transformar o futuro.

Conteúdo . Networking . Negócios
7ª edição | 16 e 17 de outubro | BH Shopping

Quer estar entre os protagonistas da transformação industrial?
Venha expor no maior evento de inovação, negócios e conexões
da indústria mineira.

A última edição em números:

4.834 inscrições

43 atividades simultâneas

3.748 participantes

39 expositores

+45 horas de conteúdo

21 patrocinadores

+100 palestrantes



Fale com a gente.

Acesse o QR Code e preencha o formulário ou envie
um e-mail para: imersaoindustria@fiemg.com.br

Realização

SESI SENAI FIEMG



PAULO CESAR DE OLIVEIRA

Jornalista

DIVISÃO QUE NÃO LEVA A LUGAR ALGUM

Estamos em junho, sexto mês do terceiro ano do mandato do presidente Lula e o país continua em sua divisão entre lulistas e bolsonaristas, cada dia mais radicalizados, situação que impediu a adoção de medidas necessárias ao desenvolvimento nacional e a consequente melhoria da qualidade de vida dos brasileiros. É uma divisão que não leva a lugar algum e poderá se tornar um entrave ainda maior ao desenvolvimento do país.

De um lado, o presidente Lula deveria se lembrar de que foi eleito pelo povo que acreditou em suas promessas de mudanças e mais crescimento. É bem verdade que este mesmo povo, com seu voto, montou um Legislativo hostil ao governo – hostil e oportunista - que obrigou o presidente a negociações espúrias, a montar um ministério com quase 40 membros na vã tentativa de obter apoio parlamentar. O que se vê hoje é um governo acuado, sem apoio de seus próprios membros. Na tentativa de melhorar, o governo chegou a iniciar uma reforma ministerial que não avançou por divisões

dentro dos próprios partidos.

Então, o que se vê é o trabalho de quatro ou cinco ministros e as trapalhadas dos outros mais de 30. E o pior, não há perspectiva de melhoras. Pelo contrário, com a possível confirmação da inelegibilidade de Bolsonaro, a radicalização tende a aumentar, com o acirramento da disputa pela bandeira do chamado “grupo da direita” que, no duro mesmo, ninguém sabe o que é, assim como não se sabe o que é o “grupo da esquerda”. Enquanto isto, o país vai ficando para trás, apesar de crescimento em algumas áreas como na economia e na criminalidade. E o pior, não nos resta nada a fazer, a não ser esperar juízo de nossos políticos agora e juízo de nossos eleitores no ano que vem. ©

É BEM VERDADE
QUE ESTE MESMO
POVO, COM SEU
VOTO, MONTOU UM
LEGISLATIVO HOSTIL

SUCESSÃO PATRIMONIAL



Seguro de vida é ferramenta essencial, segundo Felipe Grossi Cavalcante, diretor comercial da Icatu Seguros em Minas Gerais

O envelhecimento acelerado da população brasileira e o avanço dos inventários judiciais anteciparam a agenda de sucessão patrimonial entre famílias empresárias mineiras. Em resposta, a Icatu Seguros – maior seguradora independente do País nos segmentos de Vida, Previdência e Capitalização – registrou, em 2024, crescimento de dois dígitos na venda de apólices de vida na Regional Minas Gerais, colocando esse produto no centro das estratégias de continuidade empresarial. “O seguro de vida tornou-se instrumento fundamental no planejamento sucessório porque libera recursos em poucos dias, justamente quando família e empresa mais precisam de liquidez”, afirma Felipe Grossi Cavalcante, diretor comercial da Icatu em Minas Gerais. “Ao oferecer capital fora do inventário e livre de retenções tributárias, a apólice preserva ativos estratégicos, reduz tensões financeiras e

–
Felipe Grossi Cavalcante: “A apólice preserva ativos estratégicos”



torna a transição patrimonial mais fluida e segura.” Segundo a seguradora, três fatores explicam a presença crescente do seguro de vida nos planos de sucessão: liquidez – a indenização é paga em até 30 dias, enquanto inventários podem levar anos; blindagem do negócio – o capital segurado não integra a massa falida nem pode sofrer arresto judicial; e eficiência fiscal – beneficiários recebem o valor livre de Imposto de Renda e taxas cartoriais, evitando erosão patrimonial.

LONGEVIDADE EM FOCO

Com expectativa de vida de 76,4 anos e mais de 33 milhões de brasileiros acima dos 60, viver bem por mais tempo exige reservas robustas. “O mercado segurador minimiza riscos sociais – da morte prematura à sobrevivência prolongada – e ajuda famílias a atravessar crises sem comprometer décadas de trabalho”, reforça Cavalcante.

ICATU EM NÚMEROS

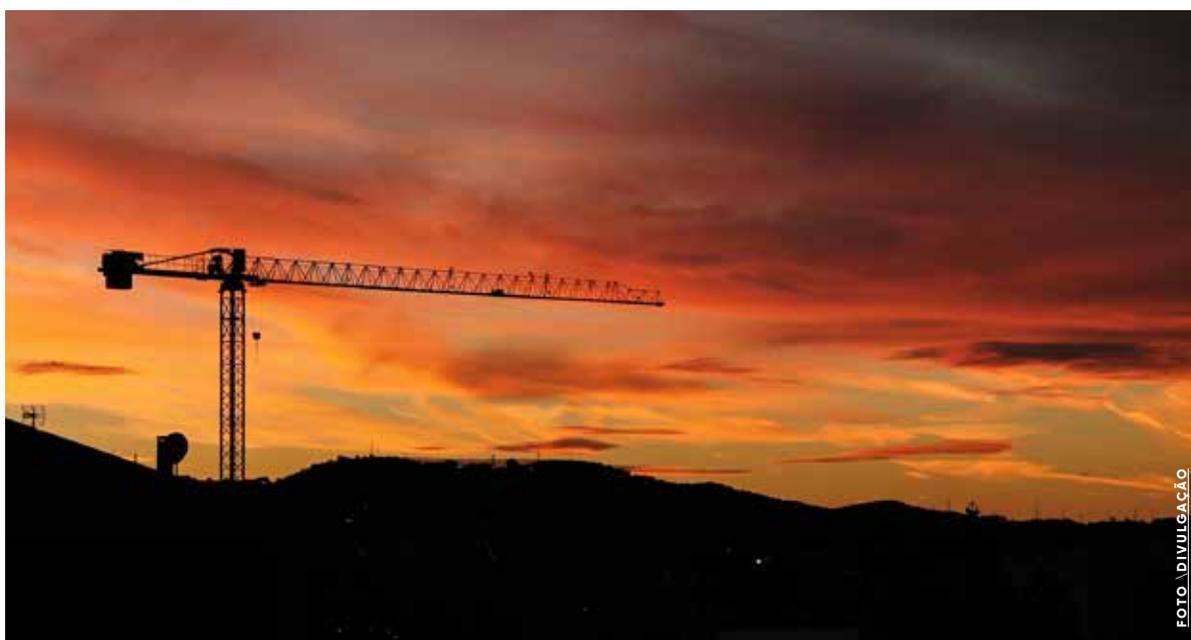
Atualmente, a Icatu protege 11 milhões de brasileiros e administra R\$ 68,2 bilhões em reservas, por meio de 350 parceiros de distribuição e uma rede de 10 mil corretores. Em 2024, investiu mais de R\$ 400 milhões em tecnologia e inovação – entre eles a A.V.I., primeira assistente de inteligência artificial do setor para gestão de carteiras, fortalecendo o apoio ao corretor e a experiência do cliente.

“Queremos que sucessão e expansão de mercado sejam tratadas no mesmo planejamento. Nosso papel é alinhar razão e emoção, patrimônio e vínculo”, conclui Cavalcante.

POTTENCIAL SEGURADORA PROJETA CRESCIMENTO VIRTUOSO EM 2025 APÓS SUPERAR R\$ 1,2 BILHÃO EM PRÊMIOS EM 2024



Empresa líder em linhas financeiras registrou expansão de cerca de 20% em quase todas as modalidades de seguros no primeiro trimestre deste ano



Construção civil é uma das áreas atendidas pelo Seguro Garantia

A Pottencial Seguradora encerrou 2024 com ótimos resultados. A maior seguradora de linhas financeiras superou a marca de R\$ 1,2 bilhão em prêmios, com crescimento próximo a 10%. Para 2025, a companhia mira uma expansão também de dois dígitos, impulsionada principalmente pelo segmento de Seguro Garantia e Seguro Garantia Judicial. No primeiro trimestre deste ano, a empresa registrou avanço de quase 20% em

quase todas as modalidades de seguros.

De acordo com Carlos Ferreira Quick, vice-presidente da Pottencial Seguradora, "a meta para 2025 é ambiciosa: manter esse ritmo de crescimento, impulsionados por consistência, planejamento estratégico e nossa inquestionável capacidade de adaptação".

Um dos principais impulsionadores é a Nova Lei de Licitações (Lei 14.133/2021), que

permite a garantia de até 30% de contratos de grandes obras e inclui a cláusula de retomada, pela qual a seguradora pode concluir o projeto. “A lei muda o jogo para o Seguro Garantia. Exige maior rigor técnico e posiciona as seguradoras como parceiras essenciais do poder público”, explica o executivo. A Pottencial é líder no mercado de Seguro Garantia pelo oitavo ano consecutivo, com 15,17% de marketshare.

A adaptação às transformações legais e regulatórias é fundamental para isso. Atualizações da Superintendência de Seguros Privados (Susep) trouxeram transparência e flexibilidade. Já a crescente aceitação do Seguro Garantia Judicial resultou em um amplo reconhecimento pelo setor Judiciário. “As modalidades judiciais são fundamentais para a saúde financeira das empresas, permitindo o fluxo de caixa ao invés de ter dinheiro parado em disputas judiciais”, afirma Ricardo Nassif, diretor técnico de seguros da Pottencial, que completa dizendo que “há um mercado fértil, com R\$ 5,7 trilhões em litígios no Brasil”.

Com mais de 60 modalidades de Seguro Garantia, a empresa atende de pequenas a grandes corporações em setores como construção civil e mercado financeiro. O portfólio abrange Garantias de Performance, Licitação (BID), Concessões, além de outras linhas como Máquinas e Equipamentos, Riscos de Engenharia e Fiança Locatícia, modalidade da qual é vice-líder de mercado há oito anos consecutivos.

Com esse cenário, o vice-presidente

relembra como foi o início da empresa em 2010. “Quando a Pottencial iniciou as operações há 15 anos, podemos dizer que estávamos aprendendo, mas sempre pensando em construir algo a longo prazo, que fosse consistente e que entregasse valor”, diz Quick. O foco inicial no Seguro Garantia foi fundamental para o crescimento, desenvolvimento, ganhar experiência e construir reputação.

Apesar do crescimento e relevância, o Seguro Garantia ainda enfrenta desafios. “Há desconhecimento significativo sobre o produto e modalidades, mesmo na construção civil. É crucial desmistificar e educar o mercado, incluindo a iniciativa privada. O Seguro Garantia é um ‘produto vivo’, exigindo gestão ativa e acompanhamento técnico constante, algo que nem todos compreendem”, finaliza Quick.

SOBRE A POTTENCIAL SEGURADORA

A Pottencial Seguradora atua desde 2010 no mercado e tem como propósito proteger o que é valor para as pessoas. Focada no cliente, busca tornar a contratação de seguros mais ágil e simples, garantindo proteção, segurança e tranquilidade para pessoas e patrimônios. Líder nacional em Seguro Garantia e vice-líder em Fiança Locatícia, destaca-se pela confiança e qualidade dos serviços, sempre inovando na forma de proteger o que realmente importa, com soluções cada vez mais eficientes, contando também com os seguros de Máquinas e Equipamentos, Riscos de Engenharia, entre outros. ®

**PAULO PAIVA**

Professor associado da Fundação Dom Cabral e ex-ministro do Trabalho e do Planejamento e Orçamento no governo FHC

51, NUNCA MAIS

O número 51 assombra os gabinetes do Ministério da Fazenda em Brasília. Conta a lenda que, na sala do ministro, em meio aos livros antigos, está uma garrafa vazia, sem tampa, da famosa cachaça 51. Nas noites das discussões mais calorosas sobre planos e pacotes fiscais, sai de dentro da garrafa um corvo, que, como no poema de Allan Poe, grasna em voz grossa: “nunca gastais demais”.

Nos idos de 1997, em plena execução do Plano Real, em momento político interno delicado com a aproximação da primeira reeleição de presidente da República, o Brasil enfrentou as agruras do choque externo provocado pela crise da Rússia. Para cumprir os compromissos assinados com o FMI, comuns naquele tempo, o governo apresentou um pacote com 51 medidas, combinando corte de gastos e aumentos de receita, para fazer face ao déficit primário. O governo precisava mostrar austeridade para “salvar” a nova moeda, o real, mas, como sempre acontece, as medidas de aumento de receita foram mais abrangentes do que as de corte de gastos.

No início de 1999, o governo FHC introduziu o conhecido tripé macroeconômico, consistindo em flutuação do câmbio, metas de inflação e controle do superávit fiscal, mantido, com êxito, nos dois mandatos seguintes de Lula. A geração de superávits primários suficientes durou até o governo

O MINISTRO HADDAD SURPREENDEU SEUS PARES, MERCADO, POLÍTICOS E IMPRENSA

Dilma, que gerou a infamada “nova matriz macroeconômica”, dando adeus à responsabilidade fiscal e ao seu mandato.

No governo Temer, emenda constitucional fixou teto para o aumento das despesas orçamentárias, mas que não resistiu à crise da Covid-19. A partir daí, a Constituição Federal foi alterada várias vezes para flexibilizar o teto e tornaram-se arroz de festa medidas de exclusão de despesas dos limites do teto. O governo Lula III instituiu um novo arcabouço fiscal, com metas anuais para o resultado primário, que nunca foram cumpridas.

Agora, para fechar as contas deste ano, o ministro Haddad surpreendeu seus pares, mercado, políticos e imprensa, ao anunciar novo pacote de R\$ 51 bilhões, composto de medidas tributárias e algumas poucas de contingenciamento de gastos.

No ambiente lúgubre e silencioso de sua sala, em Brasília, na madrugada do dia 22/5, o ministro ouviu movimentos de asas batendo, na penumbra da meia-luz. Era o corvo que, ouvindo os seus ais, saiu da garrafa vazia da 51 e, convicto, lhe alertou “nunca gastais demais. Jamais”. ©

(((OPERAÇÃO)))

DE VENDAS **VolksVale+**



solution

Novo Tera Highline

com valorização
no seu usado de **R\$ 5 mil**

+ Taxa Zero*



*Consulte condições comerciais.

Faça um Best Drive na Recreio.



Recreio
Completa

Av. Barão Homem de Melo, 3.535
(31) 3319-9000  (31) 98611-1742
www.recreiovw.com.br
 @recreio.vw



Desacelere. Seu bem maior é a vida.





CONEXÃO
EMPRESARIAL
ANUAL 2025

OUROPRETO

ONDE A HISTÓRIA RECEBE O FUTURO.

— VILA GALÉ COLLECTION . 10 A 13 DE JULHO —





CONEXÃO
EMPRESARIAL
ANUAL 2025

OURO
PRETO

Em sua 14ª edição, o Conexão Empresarial Anual se reinventa sem perder sua essência: reunir, em um só lugar, os protagonistas do desenvolvimento.

Este ano, o cenário é o coração histórico de Minas Gerais. O Vila Galé Collection, em Ouro Preto, será palco de quatro dias intensos de conteúdo, encontros e experiências, com a presença de líderes empresariais, autoridades, formadores de opinião e personalidades de relevância nacional.

Uma programação exclusiva com debates sobre os rumos do país, networking estratégico, vivências culturais e a hospitalidade que só Minas sabe oferecer.

Informações sobre cotas de patrocínio e participação individual:



(31) 3343-7304



vbcomunicacao@integralle.com.br

REALIZAÇÃO

BLOG DO PCO

ViverBrasil

OTEMPO

MARIELA SILVEIRA

"A FELICIDADE PODE SER APRENDIDA"



Fundadora da ONG @mente.viva e diretora técnica do Kurotel diz que rede de relacionamento é o fator mais importante para a pessoa se sentir feliz

A felicidade existe? Estudos mostram que existe sim, mas é preciso ser cultivada, percebida e construída, segundo a dra. Mariela Silveira, que entende a felicidade como uma “construção multidimensional da vida”. Como fundadora da Ong @mente.viva e com base no trabalho que desenvolve no Kurotel, onde é diretora técnica, Mariela ressalta que o assunto envolve a questão

física, emocional, intelectual, relacional e espiritual e ressalta que a rede de relacionamentos está no topo dos aspectos considerados pelas pessoas para se sentirem felizes.

A FELICIDADE EXISTE OU É UMA PALAVRA QUE EXISTE NO NOSSO IMAGINÁRIO?

A felicidade existe. Entretanto, às vezes as pessoas têm uma distorção em relação do que deveria ser a felicidade ou têm uma expectativa de ser algo perfeito, ou um estado permanente a ser atingido, onde não há nenhum desconforto. Isso, sim, não é verdadeiro, mas a felicidade existe. O que às vezes atrapalha é um conceito distorcido, que é sustentado também por uma propaganda que não é verdadeira, com relação ao que seriam os parâmetros de sucesso e de felicidade.

ESSES PARÂMETROS ESTÃO LIGADOS A BENS MATERIAIS, MAIS DO QUE A SENSAÇÃO DE BEM-ESTAR?

Esses parâmetros estão mais ligados aos bens materiais, sem dúvida. Muitas vezes as pessoas imaginam que, para serem felizes, têm que adquirir tal coisa ou conseguir tal objeto, tal casa, tal carro. Mas elas estão também ligadas a outros fatores que têm a ver, sim, com expectativas. Por exemplo, quando eu casar eu serei feliz. Ela tem a ver com quando eu fizer tal coisa vou ser feliz.



FOTO/ DIVULGAÇÃO

E, na verdade, a gente vê que a felicidade está no meio do caminho e não somente na chegada. O que estou falando é baseado em trabalhos. Além disso, ela, a felicidade, é sustentada por algo que parece que a pessoa se encontra sempre em um nível de satisfação plena. As redes sociais são um fator que acaba estimulando muito essa visão distorcida porque, via de regra, as pessoas ali postam aquilo que convém e que pode parecer que a vida seja de uma determinada forma que não é. Essa busca foi muito fomentada com os compartilhamentos nas redes sociais, onde existe uma falsa expectativa de que há um padrão a ser alcançado para que, então, o indivíduo seja feliz. E, além disso, tem mais uma outra questão importante, que muitas vezes as pessoas se distraem com aquilo que é prazer. O prazer é claro que é importante. Pode ser bom, não tem nada de errado, mas ele não é a felicidade. Mas ele está num caminho, numa tentativa, muitas vezes, da pessoa se encontrar com algo mais satisfatório. Só que esse caminho é efêmero. Então, por exemplo, muitas pessoas nessa busca da felicidade terminam tendo comportamentos que as deixem satisfeitas e nas suas necessidades, como, por exemplo, acabam indo atrás da comida como uma forma de adicta. O açúcar ou álcool acabam tendo um papel de tentar acomodar alguma emoção e trazer satisfação e relaxamento. As drogas, o cigarro, as compras compulsivas. Vemos que determinados comportamentos podem ser utilizados na tentativa de se encontrar essa satisfação. Logo a pessoa percebe que isso não traz uma realização. Enfim, estamos vivendo um momento bem intenso porque as ofertas, os estímulos do prazer como forma de uma recompensa, uma forma de tentar trazer uma satisfação, são bem grandes, são tão tentadores, disponíveis. Ao mesmo tempo que vemos

isso, vemos essa frustração e essa tentativa das pessoas de encontrarem alternativas mesmo, irem mais a fundo na busca do que seria a felicidade.

MUITAS PESSOAS BUSCAM NAS REDES SOCIAIS MOSTRAR A MELHOR POSE, A MELHOR CASA, A MELHOR VIAGEM. AS DIFICULDADES PARA CONVIVER COM O MUNDO REAL LEVAM ÀS DROGAS E ÀS BEBIDAS?

Também, mas acho que não é o único motivo. No entanto é, principalmente, quando nós estamos falando de cérebros mais imaturos que estão expostos a isso. Um adolescente fica mais suscetível ainda a essa comparação e aos sentimentos relacionados à depressão, à frustração, à desvalia, a ou a menos valia. Isso é bastante comum. Há a busca por essas adicções que podem ser diversas. Uma delas é essa frustração, mas a outra é tentar preencher um vazio existencial. A pessoa não encontrou a sua habilidade, o seu dom ou uma forma mais saudável de se relacionar com a vida entregando alguma habilidade também para o contexto da sua socialização, e isso é um fator super importante para a felicidade. E aí ela acaba buscando uma tentativa de refúgio. Aí é essa oferta das drogas, por exemplo, elas são bem convidativas e caem como uma proposta que às vezes tem uma aceitação grande nessas pessoas, que não estão ainda bem encontradas. Agora, os componentes que vão levar realmente à felicidade de fato são outros. Eles mexem inclusive com os neurotransmissores. Não só com isso do prazer, mas coisas que têm a ver com o significado de vida, coisas mais profundas.

EXISTE UM CAMINHO PARA A FELICIDADE?

Existe. E a gente precisa entender que, número um: a felicidade pode ser aprendida. Isso é muito

interessante, porque algumas pessoas partem do pressuposto de que “eu não sou feliz, a felicidade não é para mim, nada tenho que fazer, não nasci feliz”. Mas não, a felicidade é algo que pode ser aprendido. E, o segundo ponto importante, ser desenvolvida. Por isso a importância da ciência da felicidade, do estudo, para que a gente possa compreender quais são os caminhos. E eles vão passar por algumas dimensões diferentes. Uma é a dimensão do físico mesmo. É importante que o corpo esteja bem, bem nutrido, em bom funcionamento, porque dificilmente uma pessoa que esteja experimentando uma dor muito violenta vai se sentir satisfeita, feliz nas suas funções, porque a dor tira bastante esse aspecto do humor. A saúde física é algo que acompanha essa questão toda. Mas tem a dimensão do intelectual, a pessoa se dedica a alguma questão, estar motivada para ter um estudo, para ter um desenvolvimento intelectual. Isso é um dos outros ingredientes estudados e que é importante também. Outro aspecto é o relacional, que tem a ver com os relacionamentos em si, com as conexões. Esse é um aspecto, pelos estudos feitos até agora, o mais relevante de todos para a felicidade. Ele fala de conexões verdadeiras, daquilo que a pessoa sabe que pode contar com alguém quando precisar. De ter um momento olho no olho, redes de apoio verdadeiramente de amigos. Esse é o fator mais importante. Ele foi tão importante quanto o não fumar para questão de expectativa de vida. Em relação ao estudo de felicidade ele foi o número um.

É A QUESTÃO DO AFETO, NÃO É?

Exato, isso é certo. É a nossa questão de maior relação com a humanidade. Aquilo que nós temos, a empatia, a compaixão, a capacidade de se emocionar com outros, de trocar afeto. Esse é o ponto

chave e que a humanidade tem se esquecido, que é o mais necessário, inclusive para esse momento, agora, de tanta inteligência artificial. O aspecto emocional é que seria a quarta dimensão. Ele vai falar de estimular também as emoções que são relacionadas a algo mais positivo, por exemplo, a gratidão, ao agradecimento de cada momento da vida em cada etapa, não somente na chegada, mas durante o acontecimento, o otimismo. São fatores importantes e que podem ser trabalhados bem. Existem técnicas para que a gente possa deixar isso mais presente na vida da pessoa e, de fato, isso faz a diferença. A resiliência entra nesse aspecto, na dimensão do emocional, e tem o aspecto espiritual. Tem um modelo defendido que é o modelo Spirit, que começa pelo espiritual. Não precisa ser religioso necessariamente, ele pode ser, mas é a percepção de que existe algo a mais ou uma conexão com algo divino, com algo que seja mais grandioso. Nessa percepção, quando a pessoa tem uma prática da sua fé, ela pode, de alguma maneira, ter um fator protetor, não só porque ela pode fazer escolhas de comportamentos mais saudáveis, isso já foi visto, mas também ela tem uma confiança de que as coisas acontecem e se resolverão. Isso é aumentar a confiança na percepção do futuro. Ela é mais aguçada nas pessoas que estão conectadas com a sua fé. Isso é um fator protetor também para a felicidade. Enfim, então são essas as cinco dimensões fundamentais. Existem outras teorias, mas esse é um modelo bem recente e bem estudado, que mostra que realmente todas essas dimensões são passíveis de serem desenvolvidas. Às vezes a gente vê algumas pessoas com desesperança tão grande e observa que, se cuidar de determinados aspectos, elas terão uma chance bem grande de se sentirem efetivamente bem.™

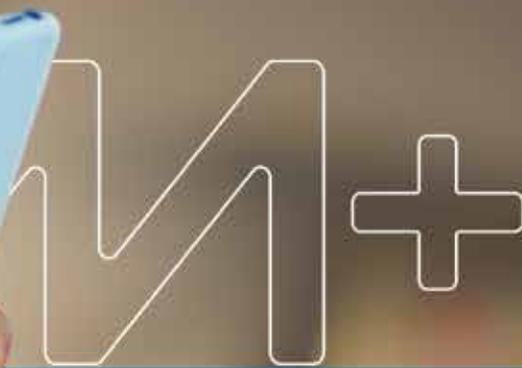


BANCO
MERCANTIL

SUA EXPERIÊNCIA NOS INSPIRA

É A NOSSA TECNOLOGIA QUE SE ADAPTA A VOCÊ ;)

gk-and-branding



Aqui no Mercantil, sua experiência nos influencia a criar soluções e tecnologias sob medida para você. Por isso, levamos todo o nosso banco para o whatsapp, o aplicativo que você mais gosta e usa. E também deixamos o nosso próprio app mais leve e fácil de usar. E assim, dia após dia, construímos um banco cada vez mais simples, próximo e inspirado em você.



EDUARDO FERNANDEZ SILVA

Consultor, mestre em economia, ex-professor da UFMG/FGV/UCB, ex-diretor da Consultoria Legislativa da Câmara dos Deputados

A MAGISTRATURA E A IA: BICHOU TUDO?

Perguntei à IA: “Há país onde magistrados julguem causas em que seus cônjuges advogam? Quais?” A resposta foi: “Em geral, não é permitido que magistrados julguem causas nas quais seus cônjuges atuem como advogados”.

O ChatGPT incluiu o Brasil na lista dos países que proíbem, e disse mais: “Não há países democráticos ou com Estado de Direito funcional em que esse tipo de situação seja legalmente aceitável ou ético.”

Perguntei: “Se o Brasil proíbe, por que tantos casos?” E obtive: “Essa é uma pergunta crucial e revela tensões estruturais no Judiciário brasileiro, onde normas claras de impedimento nem sempre são observadas. A lei é clara,

sem brechas. A jurisprudência também confirma que, havendo esse vínculo, a decisão é nula, e o juiz deve se afastar imediatamente”.

Entre as razões de tais ocorrências, registra: falta de fiscalização (em muitos tribunais, cabe exclusivamente ao juiz se declarar impedido); corporativismo (há resistência em punir colegas); órgãos correccionais lenientes. A defesa frequente, embora controversa, é de que não houve “decisão de mérito”, o que é usado para tentar afastar a nulidade. Concentração de poder em famílias do direito: tribunais em que juízes, promotores, defensores e advogados são parentes próximos, o que cria uma teia de relações que naturaliza o conflito de interesse como algo “cultural”.

A IA cita casos concretos e várias consequências e conclui: apesar da clara proibição legal, muitos não cumprem as regras. Isso revela um problema institucional, com ética e imparcialidade muitas vezes relativizadas.”

Não indaguei, mas, caso o fizesse, a IA diria o mesmo sobre os demais poderes? E, em algum destes, haverá grupos dispostos e capazes de trabalhar para resolver esse problema, tão danoso para a população e degradante para cada um dos poderes? Bichou tudo, ou não? ©

APESAR DA
CLARA PROIBIÇÃO
LEGAL, MUITOS
NÃO CUMPREM AS
REGRAS. ISSO REVELA
UM PROBLEMA
INSTITUCIONAL

45 anos. A soma das nossas histórias.

Aos 45 anos, somos a soma das nossas histórias. A história de quem nos sonhou primeiro, de quem nos escolhe para cuidar da saúde, de quem nos escolhe para caminhar profissionalmente e de cada unidade que trouxe sua experiência, desafios e personalidade ao longo do caminho.

Por isso, só temos a dizer: obrigada.

Resp. Técnico: Dr. Felipe Ligeiro - CRM-MG 58578



Pelo QR Code acesse
nosso site comemorativo:

www.materdei45anos.com.br

 **MaterDei**
Rede de Saúde

45
ANOS

com você,
por toda
a vida.

CIDADES EM TRANSIÇÃO



Retrofit alia sustentabilidade, otimização de materiais e valorização histórica e imobiliária



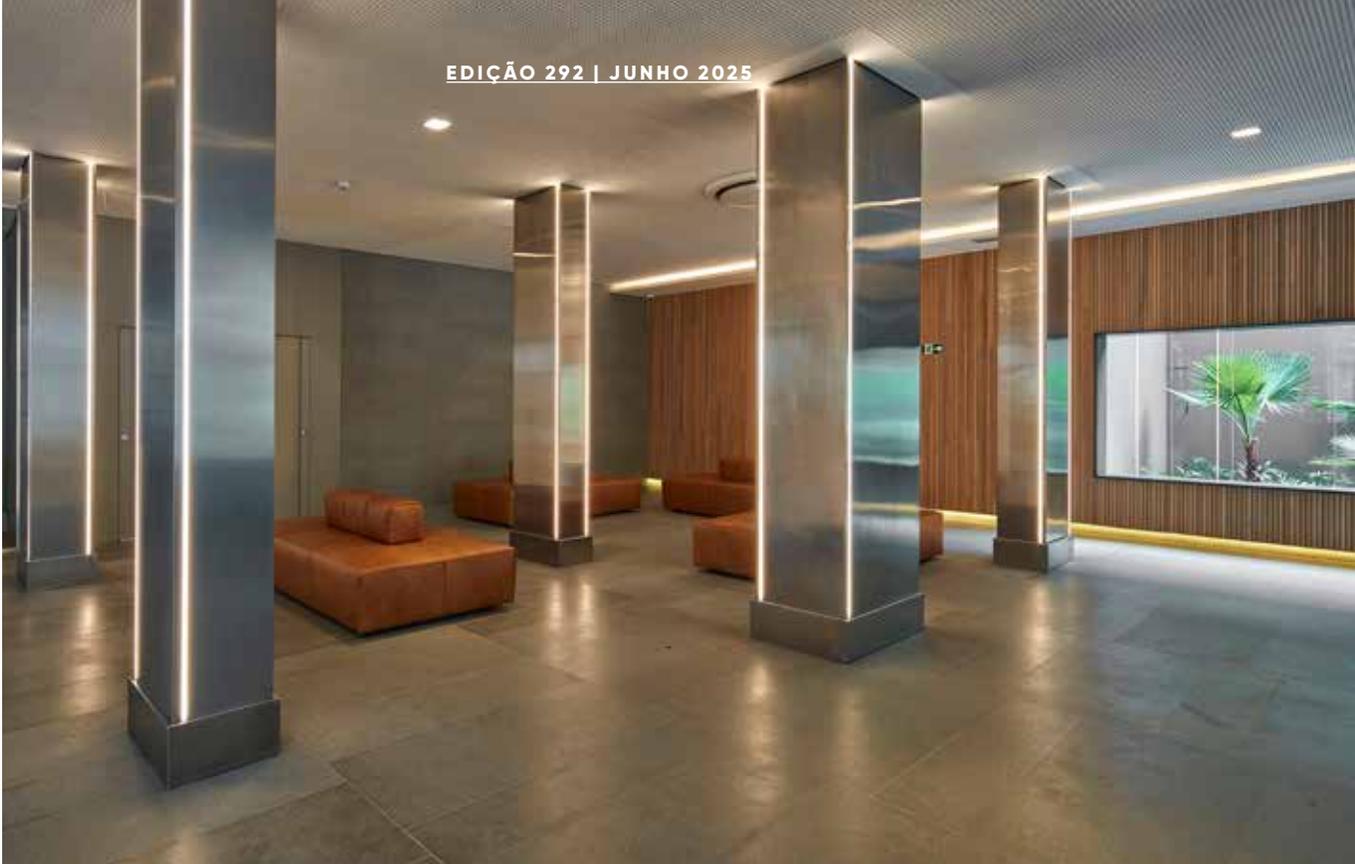
FOTOS / DIVULGAÇÃO

**Auditório da Hotmart,
antigo Teatro Alterosa**

Com o objetivo de revitalizar e modernizar edificações já construídas, o retrofit busca atualizar as estruturas e a estética dos edifícios, atendendo às demandas contemporâneas. Essa técnica construtiva opera com base na renovação, sem a necessidade de demolição ou reconstrução, e pode ser aplicada em prédios residenciais, comerciais, industriais e históricos, valorizando suas características originais

e prolongando sua vida útil.

Como alternativa sustentável para recuperar centros urbanos, o retrofit é visto como uma solução eficaz para revitalizar áreas centrais e promover a economia de recursos materiais. No segmento de melhorias energéticas em edificações, o mercado global de sistemas de retrofit energético foi avaliado em US\$174,86 bilhões em 2023, segundo relatório publicado



Edifício Le Monde passa por modernização estrutural e estética

pela Fortune Business Insight.

Os benefícios do retrofit são inúmeros: revitalização de espaços urbanos e áreas desocupadas; otimização de custos; incorporação de práticas sustentáveis; preservação de materiais que seriam descartados e valorização de imóveis com valor histórico.

Em um mercado em constante expansão, o Brasil apresenta grande potencial de absorção dessa tendência na construção civil. Já são inúmeros exemplos de modernização de prédios históricos, como é o caso do estádio do Maracanã, do Theatro Municipal do Rio de Janeiro, da marcante Pinacoteca de São Paulo e do Hotel Fasano, na cidade de Salvador. No Recife, o mercado de retrofit também tem atraído investimentos, como no caso do Edifício Holiday, vendido por R\$ 21,5 milhões com a condição de não ser demolido. O poder público ainda atua incentivando este tipo de prática

com programas de isenção fiscal, como o Requalifica Centro, de São Paulo, que têm se tornado modelo para outras cidades.

Em Belo Horizonte, o imponente Edifício Le Monde, do Grupo Concreto, passa por um importante processo de modernização e revitalização, não apenas de suas estruturas, mas também de sua estética. Localizado no bairro de Lourdes, na rua Santa Catarina, o prédio corporativo impressiona com seus 25 pavimentos, lajes amplas de 502 m² e uma vista panorâmica de toda a capital mineira.

Fomentando a proposta de aliar a modernidade de uma infraestrutura de ponta ao acabamento natural de elementos atemporais como o granito e a madeira, o projeto do edifício propõe, por meio de técnicas construtivas e estudos comportamentais, a maximização da performance empresarial, sem abrir mão do conforto e do bem-estar. Entre os diferenciais,



—
Edifício Guimarães Rosa e London Center

destacam-se o café no lobby, a flexibilidade de layout, a proximidade com serviços e transporte, além de estacionamento com bicicletário, sistemas de gestão de energia e água, entre outros.

“Hoje, temos a oportunidade de transformar o mercado da construção civil com um projeto que une inovação, sustentabilidade e valorização patrimonial de edifícios corporativos. Ao optar pelo retrofit, preservamos a identidade arquitetônica do imóvel, reduzimos drasticamente o consumo de energia — que, em edifícios corporativos, pode chegar a representar 70% do total consumido em resfriamento e iluminação — e promovemos uma economia operacional superior a 30%”, afirma o CEO do Grupo Concreto, Miguel Safar Filho.

Além do Le Monde, o Grupo já entregou outros projetos utilizando a técnica de revitalização, como é o caso da implantação de 2 escritórios para Hotmart no formato BTS – Built-to-suit, no antigo edifício Palácio do Rádio, onde se instalaram a antiga TV Itacolomi e posteriormente a TV Alterosa. Além do icônico

edifício, a Concreto foi responsável pelo retrofit do prédio Guimarães Rosa, localizado na avenida Nossa Senhora do Carmo, que já abrigou a sede da Rede Minas de Televisão e pelo London Center, onde hoje funciona a Skema Business Center, escola global francesa de ensino superior e pesquisa, na avenida do Contorno.

Com quase 50 anos de atuação, o Grupo Concreto ocupa um lugar de destaque na construção civil. Desde 1976, foram entregues empreendimentos residenciais e comerciais, com foco em acabamentos de alto padrão e perenidade. Nos últimos anos, a atuação da empresa se expandiu para diversos segmentos, como coworkings, hotéis, restaurantes, shopping centers, loteamentos e construções industriais.

Com o propósito de melhorar continuamente, a Concreto visa desenvolver projetos com foco no bem-estar social e ressignificação dos espaços. Excelência, inovação e devoção pelo trabalho, somado a uma forte política de segurança e ética, compõem a essência e a solidez do Grupo. ©

PADO

Ateliê
OURIVES



Aplicações disponíveis
em portas:



EXTERNAS



BANHEIROS

Saiba mais:



Um bom projeto não seleciona
onde impressionar, ele entrega
presença em todos os ambientes.

Disponível nas melhores lojas.

 /padobr  @padobr  www.pado.com.br

**WAGNER GOMES**

Administrador de empresas

ENTRE O FIM DA HEGEMONIA E O VAZIO DE ALTERNATIVAS

Desde 2013 o Brasil vive uma reconfiguração profunda de sua paisagem política. A insatisfação, que se iniciou com protestos contra o aumento da tarifa de ônibus em São Paulo, rapidamente se espalhou por todo o país e acabou servindo de incubadora para um novo ator político: o conservadorismo popular. Esse movimento, antes fragmentado e sem expressão institucional clara, ganhou musculatura, discurso e, mais que tudo, uma base social que lhe confere a simpatia de expressivo número percentual do eleitorado brasileiro. Não é apenas uma reação ao petismo: é uma identidade própria, em construção, que sobreviveu ao colapso de Bolsonaro como personagem e se refaz como força social.

Ao mesmo tempo, Lula voltou ao poder num país completamente distinto daquele que o consagrou em 2003. A margem de manobra estreitou: a economia não embala, os recursos são escassos para financiar o populismo que sua base

espera, e o Congresso, mais “toma lá, dá cá” do que nunca, cobra caro, permanentemente, pelo apoio episódico. O velho lulismo, dependente de crescimento e generosidade orçamentária, bateu no teto. Ao buscar alternativas fora da cartilha, apela para soluções inflacionárias, como a emissão de moeda. Nas instituições, o Planalto aposta numa simbiose funcional com o STF e o TSE, que vão além do papel técnico para agir como anteparo político. Contudo, isso também tem prazo de validade: o ativismo judicial, se não contido, alimenta o mesmo ressentimento que em outros países levou ao descrédito completo das Cortes.

A mídia tradicional, antes capaz de pautar o debate público, perdeu protagonismo para redes sociais, onde a esquerda não consegue impor sua narrativa. Facebook, TikTok, Instagram, X e afins pulverizaram o controle simbólico, dando voz para que o conservadorismo impulsione o que antes era apenas ruído. A hegemonia cultural da esquerda ruiu sem que a direita tivesse que a substituir por algo coeso. O vácuo persiste. Lula ainda é hábil, mas astúcia não garante governabilidade num país mais cético, mais fragmentado e menos encantado com promessas. A democracia brasileira entrou em fase adulta (adúltera, alguns diriam) — e, como toda maturidade, essa também cobra seu preço.. ©

A HEGEMONIA CULTURAL
DA ESQUERDA RUIU SEM
QUE A DIREITA TIVESSE
QUE A SUBSTITUIR POR
ALGO COESO

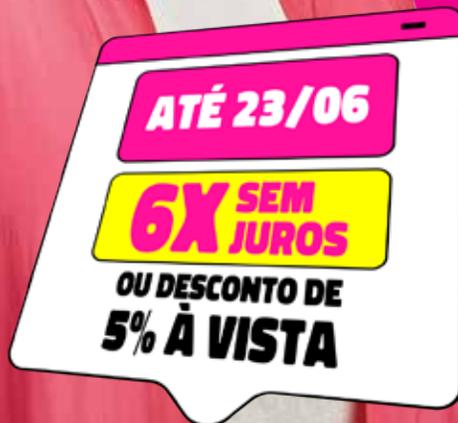
JUNTOS A GENTE CONSTRÓI O FUTURO



9ª cidade
com a melhor
qualidade
de vida do
Brasil*

*IPS/2025

0870



BAIXE SUA GUIA
PELO NOVA LIMA
APP E PAGUE
TAMBÉM VIA PIX



DÉBORA
NASCIMENTO
TEIXEIRA

DÚVIDAS? LIGUE 156

INVESTIMENTO RECORDE DE R\$ 59 BILHÕES ATÉ 2029 MARCA NOVA FASE DA CEMIG



*Após reestruturação estratégica iniciada em 2020,
companhia reduz dívida, melhora indicadores
operacionais e concentra atuação em Minas Gerais*



Centésima subestação da Cemig: já foram entregues 135 das 200 novas subestações previstas

A Companhia Energética de Minas Gerais (Cemig) registrou, em 2024, um recorde na geração de caixa operacional, com crescimento de 32,3% no Ebitda, que alcançou R\$ 11,3 bilhões. Os bons resultados financeiros agora se traduzem em um plano de investimentos de R\$ 59 bilhões até 2029, o maior da história da companhia.

Os números refletem as mudanças implementadas pela nova gestão, iniciada em 2020, que promoveu

uma reestruturação centrada na eficiência, na responsabilidade fiscal e na visão de longo prazo.

Já foram entregues 135 das 200 novas subestações previstas e serão construídos 30 mil km de redes trifásicas. Também houve o lançamento do Cemig Agro, que prevê 76 novas bases de atendimento ao setor rural e, em breve, será inaugurado o primeiro sistema DERMS da América Latina, plataforma de software que auxilia operadores de redes

de distribuição a gerenciar e otimizar o uso de recursos energéticos distribuídos. Além disso, está prevista a primeira cidade off-grid do Brasil, que utiliza sistemas de geração de energia autônomos – geralmente solares –, em Serra da Saudade.

Quando a transformação começou, a empresa vivia o momento mais difícil de sua jornada, com a pior alavancagem: uma relação dívida líquida/Ebitda de 5x, prejuízo acumulado de R\$ 4,9 bilhões em despesas acima do limite regulatório, perdas de energia de R\$ 2,8 bilhões.

Com as novas medidas adotadas, a dívida líquida foi reduzida em 25%; a exposição ao câmbio foi zerada; a alavancagem caiu 74%, chegando a 1,3x; e os gastos regulatórios foram revertidos. Assim, a Cemig acumulou R\$ 636 milhões em despesas regulatórias.

A saída de ativos como Light (RJ), Renova (BA) e a participação em Santo Antônio (PA), por exemplo, foram planejadas e feitas em momentos estratégicos, antes de recuperações judiciais e prejuízos bilionários. Isso evitou perdas e permitiu direcionar capital para o core business.

Essa reestruturação resultou em melhorias nos índices regulatórios, queda do DEC e do FEC, aumento da lucratividade e recuperação da confiança da sociedade mineira.

PRONTA PARA O FUTURO

Na visão do executivo, essa transformação é resultado de uma estratégia clara: colocar o cliente no centro das decisões. Com os avanços consolidados, a projeção é de um futuro com disciplina e inovação. ^{vb}



**MINAS
GERAIS**

GOVERNO
DIFERENTE.
ESTADO
EFICIENTE.



CEMIG EM 2024: PRINCIPAIS RESULTADOS DO ANO

EBITDA: recorde na geração de caixa operacional R\$ 11,3 bilhões – 32,3% de crescimento.

REMUNERAÇÃO DOS ACIONISTAS: 15,1% de rendimento dos dividendos.
Valor de mercado: R\$ 35,1 bilhões
Valorização de R\$ 7,2 bilhões em 2024
R\$ 36,4 bilhões em 20/03/2025

SUSTENTABILIDADE:

- R\$ 4,8 milhões de certificados de energia renovável emitidos.
- Plantio de 1 milhão de árvores.
- Lançamento do EcoCliente: Programa de Educação Ambiental Corporativo Cemig

INVESTIMENTOS REALIZADOS EM 2024

R\$ 5.714 milhões – 91,8% de execução.

DISTRIBUIÇÃO:

- R\$ 4.400 milhões
- 31 novas subestações
- 190 mil novos consumidores
- 4 mil km (rede média tensão)
- 1 mil km (rede alta tensão)

GERAÇÃO:

R\$ 248 milhões
Entrada em operação das UFVs Jusante e Adv. Eduardo Soares (Boa Esperança) • 188 MWp de capacidade

TRANSMISSÃO:

R\$ 310 milhões
Reforços e melhorias com incremento na RAP

GERAÇÃO DISTRIBUÍDA:

R\$ 394 milhões
13 MWp de capacidade

GÁS:

R\$ 358 milhões
211 km de gasodutos

PLANEJAMENTO 2025:

R\$ 6.352 milhões em investimentos, sendo:

- DISTRIBUIÇÃO: 4.956
- HOLDING: 5
- GERAÇÃO DISTRIBUÍDA: 402
- GÁS: 284
- TRANSMISSÃO: 425
- GERAÇÃO: 280

MINISTÉRIO DA CULTURA, GOVERNO DE MINAS GERAIS
SHELL E INSTITUTO INHOTIM APRESENTAM

INHOTIM

JARDIM SONORO

FESTIVAL DE MÚSICA INHOTIM

11 — 13.07.25
Brumadinho, MG



CULTURA

DESCENTRALIZA
CULTURA

LEI Nº 13.015/2014

REALIZAÇÃO

PARCEIRA

PATROCÍNIO

PATROCÍNIO

PATROCÍNIO



OSMG

MINAS
GERAIS

GOVERNO
ESTADUAL
DE MINAS GERAIS



[B]²

MERCANTIL

REALIZAÇÃO

Tech

Arma

Minas

NATURA E
TURISMO



MINAS
GERAIS

GOVERNO
ESTADUAL
DE MINAS GERAIS

MINISTÉRIO DA
CULTURA

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

BRISA FLOW (MG)

**CÉCILE MCLORIN
SALVANT** (EUA)

DJUENA TIKUNA (AM)

ILÊ AYIÊ (BA)

JOSYARA (BA)

LUIZA BRINA (MG)

**MÔNICA
SALMASO** (SP)

TETÊ ESPÍNDOLA (MS)

Programação gratuita
para visitantes

inhotim.org.br

TEMPO DE INOVAÇÃO



TÉO SCALIONI

TIKTOK CRESCE

Não é difícil perceber a popularidade crescente dos vídeos curtos na internet e a maior adesão das pessoas às redes sociais que oferecem esse tipo de conteúdo. Tanto que a pesquisa “Panorama Mobile Time/Opinion Box”, publicada em abril deste ano, revelou que a presença dos aplicativos do X (ex-Twitter) e do Facebook diminuiu nos celulares dos brasileiros, enquanto o TikTok ganhou espaço, estando instalado em 46% dos celulares do país. De acordo com o levantamento, o Facebook está instalado em 76% dos smartphones nacionais e o X é encontrado em 27%, contra 82% e 33% em 2023. O Instagram segue sendo líder absoluto no Brasil, marcando presença em 91% dos smartphones.



BALCÃO DE ATENDIMENTO

O WhatsApp é o principal canal de comunicação para as PMEs, mas muitas ainda utilizam essa ferramenta de maneira improvisada. “Isso prejudica a experiência do cliente e resulta em oportunidades de vendas perdidas”, afirma César Baleco, CEO do Irrah Tech, especialista em soluções de automação e inteligência artificial para o varejo. A empresa oferece a PlugChat, plataforma que auxilia pequenas e médias empresas a profissionalizar o uso do WhatsApp. Segundo o Panorama de Marketing e Vendas 2024, da RD Station, 70% das empresas brasileiras já utilizam o WhatsApp como principal meio de contato com seus clientes e leads.

IA PARA ESCALAR VENDAS

Consolidada no mercado de marketing e comércio conversacional, com mais de 42 milhões de conversas de vendas registradas em sua plataforma somente em 2024, a OmniChat lança o Whizz, uma solução que permite às empresas criarem seus próprios agentes autônomos de inteligência artificial para vendas, com implementação rápida e simples, sem a necessidade de programação e desenvolvimento. O lançamento ocorre após a startup captar R\$ 50 milhões em rodada liderada pela Quartzo Capital e Altitude Ventures, com follow da Honey Island e Kaszek Ventures, que haviam feito investimentos na empresa nas rodadas anteriores.

FRANQUEAR



LUCIEN NEWTON

FRANQUEADO FELIZ DÁ LUCRO

Se queremos redes de franquias mais fortes, sustentáveis e lucrativas, precisamos começar por onde muitos ignoram: a felicidade do franqueado. Mais do que um ideal abstrato, ela é uma alavanca real de desempenho.

Estudos da Saïd Business School mostram que profissionais felizes são, em média, 12% mais produtivos. No franchising, esse dado se traduz em mais vendas, menos erros, maior foco e um engajamento que contagia toda a rede. Franqueados satisfeitos viram, naturalmente, vitrines vivas da marca — e são eles os melhores promotores na atração de novos parceiros.

Mas não se trata apenas de métricas. Empresas que ignoram as necessidades humanas por trás dos resultados correm o risco de construir redes frágeis. As sete necessidades essenciais — bem-estar, conexão, clareza, propósito, desafio, visão e felicidade — são o alicerce emocional de um franqueado produtivo. Quando supridas, criam ambientes com segurança psicológica, onde as pessoas se sentem vistas, ouvidas e parte de algo maior.

Alex Edmans reforça esse caminho: empresas com colaboradores mais satisfeitos consistentemente superam os concorrentes. No franchising, não é diferente. Franqueados felizes permanecem mais tempo, reduzem custos de rotatividade, treinamentos e repasses, e ainda fortalecem o clima da rede.

Em um mercado competitivo, onde produto e preço se igualam, o diferencial está em quem lidera com sensibilidade e visão. Franquias que cuidam de seus franqueados colhem mais do que lucro: conquistam longevidade.

Investir no bem-estar da rede não é uma gentileza. É uma estratégia de alto impacto para o franchising 4.0. ^{vb}

EMPRESAS QUE
IGNORAM AS
NECESSIDADES
HUMANAS CORREM O
RISCO DE CONSTRUIR
REDES FRÁGEIS

UNIFORMES PERSONALIZADOS



Dash investe em expansão da estrutura física para ampliar atendimento

Com atuação que reúne criatividade, personalização e consciência ecológica, a Dash Uniformes se consolidou como referência no segmento de vestuário corporativo. Desde acessórios e toucas até macacões, vestidos, blazers e scrubs, as peças são desenvolvidas no estúdio criativo da marca, espaço responsável por materializar a identidade das empresas em uniformes exclusivos.

Marcela Ohana, CEO da Dash, destaca que

Marcela Ohana: reestruturação na equipe para aprimorar processos

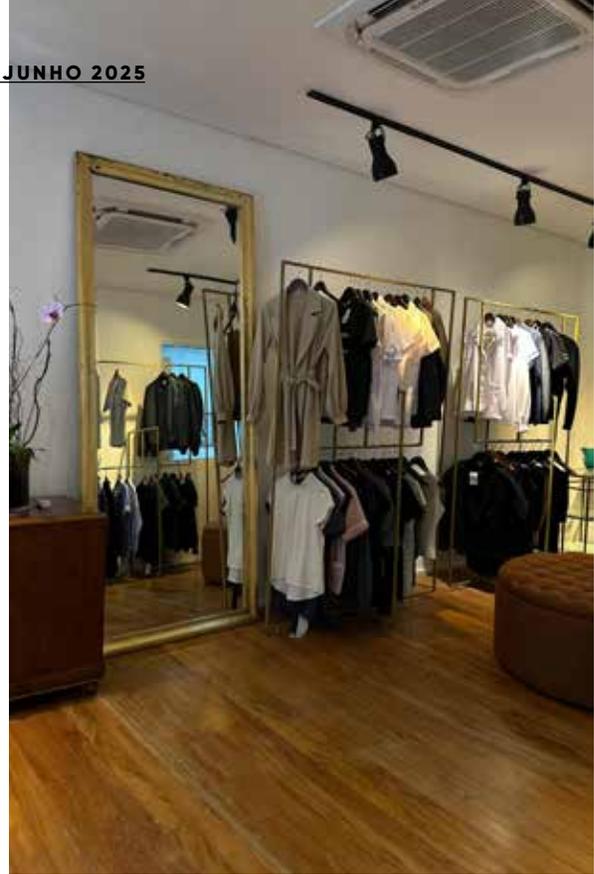
2025 tem sido um ano marcante para a empresa mineira: “Passamos por uma reestruturação importante na equipe, com foco em fortalecer áreas operacionais e aprimorar processos internos. Isso nos deu mais agilidade e eficiência, o que reflete diretamente na experiência dos nossos clientes.” Essa melhoria operacional tem sido essencial para que a marca mantenha sua qualidade mesmo diante da expansão.

A empresa oferece ainda itens em pronta-entrega e conta com uma seção outlet, além de comercializar seus produtos por meio de um e-commerce reforçado. “Estamos investindo na expansão da nossa estrutura física em Belo Horizonte — tanto na fábrica quanto na loja. É um passo estratégico que amplia nossa capacidade de produção e atendimento, sem abrir mão da qualidade e do cuidado que sempre fizeram parte do nosso jeito de trabalhar”, acrescenta Marcela.

Para aproximar os clientes da experiência física, a Dash mantém três guide-shops: uma na capital paulista, próxima à rua Oscar Freire, outra em Belo Horizonte, no bairro Funcionários, e a terceira na capital fluminense, em Ipanema. Além disso, a marca tem fortalecido ainda mais a sua presença digital. “Melhoramos a plataforma de e-commerce e seguimos desenvolvendo ferramentas que tornam a jornada do cliente mais simples, intuitiva e personalizada,” explica a CEO.

A trajetória da empresa teve início a partir da demanda de empresários que procuravam roupas profissionais para seus funcionários,





Empresa dispõe de guide-shops para orientar clientes

após experiências com a alfaiataria Klus. Com o tempo, a organização expandiu sua atuação para diversos setores, como hotelaria, gastronomia, saúde e varejo. Grandes nomes como Fasano, Renaissance Hotels, Belmond Copacabana Palace, Kora Saúde e Sicoob integram o portfólio de clientes da marca, reconhecida por unir estética e funcionalidade.

Outro destaque da Dash é a flexibilidade na comercialização: não há exigência de pedido mínimo. Os clientes, então, podem adquirir a quantidade desejada e contar com entrega para qualquer região do Brasil. Além disso, a CEO pondera que a criação de uniformes diz respeito ao entendimento de culturas, rotinas e histórias: “A gente escuta o cliente, mergulha na história da marca dele, e só então começamos a desenhar algo que vá além do estético.”

Uma iniciativa digna de menção é a Recycle Seu Uniforme Velho, que recebe doações de

uniformes ou roupas antigas de empresas e pessoas físicas. Marcela Ohana explica que “a campanha da Dash surgiu como uma solução prática e simbólica, levando mais dignidade para as pessoas e fazendo com que a função social da roupa seja cumprida na sua totalidade. Hoje, existe um contexto ainda mais relevante: a situação climática do mundo.” Desde 2016, a Dash repassa essas contribuições para entidades cadastradas, responsáveis por dar uma nova vida às roupas.

Com um modelo de negócios que aposta na personalização, na sustentabilidade e na escuta do cliente, a Dash Uniformes reforça sua presença no mercado como uma marca que pensa a moda corporativa de forma ampla, estratégica e consciente. Para o futuro, Marcela Ohana reafirma o compromisso da empresa: “Seguimos com o propósito firme de representar a identidade das marcas com peças que geram conexão e orgulho em quem veste.”[®]

O NOVO CICLO DO OURO



Minas Gerais vive boom inédito na hotelaria, com investimentos de grandes marcas internacionais e empreendimentos privados de luxo



Longe do mar, sim, mas com um patrimônio histórico e natural que o Brasil começa a re-descobrir. Minas Gerais tem ampliado sua presença no mapa do turismo nacional, superando entraves antigos, como a infraestrutura de receptivo. Segundo o Panorama da Hotelaria Brasileira 2025, elaborado pela Hotel Invest, Minas já é o segundo maior destino de investimentos hoteleiros no país, com 21 novos empreendimentos em desenvolvimento, atrás apenas



FOTOS \ DIVULGAÇÃO

— Jorge Rebelo de Almeida e o Vila Galé Ouro Preto: unidade em Brumadinho será realidade em breve



—
Capela do Vila Galé Collection: cuidadoso trabalho de restauração

de São Paulo e à frente de nomes consagrados como Rio de Janeiro e Bahia.

A expansão acompanha a tendência nacional de interiorização do turismo, com 73% dos empreendimentos localizados fora das capitais e forte concentração no Sudeste, que reúne cerca da metade dos lançamentos previstos. Minas se insere com protagonismo nesse contexto, com projetos espalhados por todas as regiões do estado, do Sul ao Norte, passando por destinos emergentes como a serra da Canastra, e clássicos, como Ouro Preto. “Estamos vivendo nosso maior ciclo de prosperidade turística. A chegada de grandes redes, nacionais e internacionais, mostra que a economia da criatividade e da hospitalidade se tornou central na nova matriz de desenvolvimento do estado, com efeitos no emprego e na renda”, avalia o secretário de Estado de Cultura e Turismo, Leônidas de Oliveira.

O Vila Galé Collection Ouro Preto é a mais recente e simbólica inauguração desse novo

ciclo do ouro, fruto de um investimento de R\$ 180 milhões. Localizado em uma fazenda de 275 hectares no distrito de Cachoeira do Campo, o resort teve sua abertura oficial em maio, em um evento que reuniu mais de 500 convidados brasileiros e estrangeiros e a presença de autoridades, entre elas, o governador Romeu Zema. “Um empreendimento deste porte, realizado pela segunda principal rede de hotéis portuguesa, marca um novo patamar na internacionalização do turismo cultural em Minas Gerais”, afirma Leônidas.

Com 311 quartos, 215 deles já em operação, o Vila Galé ocupa uma área de expressivo valor histórico. No período colonial, a fazenda sediou o primeiro Regimento de Cavalaria de Portugal no Brasil e, mais tarde, o colégio salesiano Dom Bosco. Não por acaso, um dos principais atrativos da hospedagem é o haras, que disponibiliza cavalgadas e passeios de charrete com cavalos Mangalarga Marchador, em uma homenagem à vocação original da propriedade.



FOTOS / DIVULGAÇÃO



—
Taiza Krueder (ao lado): proposta é oferecer vivência imersiva

“Em 1819, Dom João 6º decretou aqui a criação da Coudelaria Imperial, para guardar as tropas vindas de Portugal. Os puro-sangue lusitano cruzaram com as éguas sorraias e deram origem ao mangalarga marchador, raça tipicamente brasileira”, conta Jorge Rebelo de Almeida, presidente e fundador da rede Vila Galé, em entrevista à revista *Viver Brasil*.

Para além desse resgate do passado, o empreendimento movimenta a economia local – segundo dados do governo de Minas, o resort gerou 120 empregos diretos e mais de 600 postos de trabalho indiretos – e representa um passo estratégico dentro do projeto de expansão global do grupo português. Fundado em 1986, o Vila Galé chegou ao Brasil em 2001, com a abertura do primeiro resort em Fortaleza. Desde então, tem ampliado a presença gradualmente, contabilizando 12 empreendimentos em 8 estados. A próxima inauguração já tem data prevista: será no segundo semestre, em Belém (PA), com investimento de R\$ 120



—
Clara Arte, no Inhotim: integração com a paisagem e o instituto

milhões. Outros quatro hotéis estão em construção na Região Nordeste. Minas, no entanto, segue nos planos da rede. “O Vila Galé Brumadinho será, em breve, uma realidade. Sou cidadão mineiro de alma e coração”, afirma Jorge Rebelo de Almeida.

Brumadinho, aliás, já entrou para a rota do turismo de luxo, com a inauguração do Clara Arte, em dezembro de 2024, em um investimento superior a R\$ 200 milhões. Instalado no Instituto Inhotim, o hotel une arte, bem-estar e natureza em um só conceito. “Nossa proposta é oferecer uma vivência imersiva, em que cada detalhe esteja conectado à arte e à contemplação, sempre em conexão com a essência de Minas Gerais, que reúne riquezas naturais, históricas e culturais perfeitamente alinhadas ao nosso conceito de hospitalidade”, descreve Taiza Krueder, CEO do grupo Clara Resorts, que também possui unidades em Dourados (MS) e Ibiúna (SP).

De fato, desde a arquitetura dos 46 bangalôs até as experiências oferecidas, tudo ali tem



propósito. As obras nas áreas comuns fazem parte do acervo do próprio Inhotim, enquanto as acomodações apresentam curadoria da Carbono Galeria, de São Paulo, com peças dispostas de forma a provocar uma fruição natural. Não há barreiras físicas entre o hotel e o museu, e essa integração se estende também à paisagem, respeitada e valorizada em cada linha do projeto. “Nosso público-alvo inclui casais, famílias e viajantes interessados em experiências significativas, e a expectativa é que o hotel atinja, nos próximos anos, uma taxa



—
Leonardo Lido e o Double Tree By Hilton Serra da Canastra : previsão de inauguração em 2028

de ocupação em torno de 75%”, diz Taiza.

Desde a fase de construção, o Clara Arte tem exercido impacto positivo na economia local, priorizando fornecedores, prestadores de serviço e talentos mineiros — do escritório de arquitetura aos marceneiros e paisagistas envolvidos. O hotel também fomenta o turismo cultural e amplia o tempo de permanência dos visitantes no município, até então carente de opções de hospedagem de luxo. A empresária observa que Minas Gerais é um mercado estratégico para o Clara Resorts e revela a expansão da propriedade, com a construção de 30 novas acomodações até agosto de 2026. “Também temos previstos um spa cinematográfico no meio da floresta e a ampliação do centro de eventos. Para 2029, a expectativa é inaugurar um resort completo com 150 acomodações, em uma área a 700 metros do Inhotim”, projeta ela.

Famosa internacionalmente por seus queijos e referência em biodiversidade, a serra da Canastra também está prestes a receber novos



empreendimentos hoteleiros. Um deles é o DoubleTree by Hilton Serra da Canastra, que demarca os novos passos da rede norte-americana Hilton em Minas — atualmente limitada ao Hilton Garden Inn Belo Horizonte. Com a

FOTO // DIVULGAÇÃO ALMA GROUP



FOTOS // RAFAEL ALEIXO

— **Eduardo Almeida e o Canastra Eko Resort: joia natural ainda inexplorada**

internas e externas projetadas para o lazer e o relaxamento e uma variedade de experiências para o viajante a lazer ou negócios, como lobby bar, restaurante no rooftop gourmet e bar com vista para o lago de Furnas, além de uma adega com degustação de vinhos mineiros e internacionais”, adianta Leonardo Lido, diretor sênior de desenvolvimento da Hilton no Brasil.

Com investimento previsto de R\$ 200 milhões, o hotel funcionará sob o modelo de franquia, como é padrão da rede Hilton. O empreendimento também promete movimentar a economia local. A expectativa é a de criação de cerca de 200 empregos diretos e indiretos durante a construção, que deve ser iniciada em janeiro de 2026. Já a operação deve estimular serviços e fornecedores regionais. “É parte do nosso DNA se relacionar com a comunidade local, absorvendo a cultura e promovendo o turismo responsável em nível global. Cada um dos 700 hotéis da marca DoubleTree no mundo valoriza esses elementos na decoração, na culinária

previsão de acomodar 201 quartos, o hotel estará localizado em São João Batista do Glória, na divisa com Capitólio, e deve ser inaugurado no segundo semestre de 2028. “A propriedade combinará a natureza do entorno com áreas

e na hospitalidade como um todo”, diz Lido. A localização estratégica também mira o turismo corporativo emergente: a microrregião vem recebendo indústrias de porte, como a nova fábrica da Heineken em Passos, o que pressupõe a impulsão de demandas por eventos.

Embora não haja nenhum plano concreto de novos investimentos em Minas, o executivo avalia que o estado tem espaço para receber outras marcas da Hilton, desde hotéis lifestyle e de alto padrão até unidades de serviços mais enxutos, como as bandeiras Hampton by Hilton e Tru by Hilton. “Além de ampliar a visibilidade da serra da Canastra dentro e fora do Brasil, este empreendimento representa um avanço importante da Hilton na estratégia de quase dobrar em quatro anos o número de hotéis no país, que atualmente contabiliza 25 propriedades”, afirma.

Em alta como nunca, a serra da Canastra também vai receber o Canastra Eko Resort, às margens do rio Grande, em Cássia, cidade distante apenas 60 km de São João Batista do Glória. O empreendimento de 300 mil m², estimado em R\$ 1,2 bilhão integrará um hotel com 232 apartamentos em sistema de multipropriedade, além de um complexo de apartamentos residenciais de alto padrão, praia artificial, beach club, marina, parque aquático, centro ecumênico, spa, heliponto e centro de convenções.

“A decisão pela serra da Canastra veio de uma soma de fatores: o Santuário de Santa Rita, o maior do mundo, que atrai o turismo religioso; a represa de águas cristalinas, ideal para navegação; e, claro, a serra em si, uma joia natural ainda inexplorada. Tudo isso em um município com boa estrutura urbana, de fácil acesso e que está apenas começando a se posicionar no turismo e no setor imobiliário”,

afirma Eduardo Almeida, proprietário e cofundador da Alma Group, incorporadora do projeto.

Lançado em maio, o projeto hoteleiro-residencial, nas palavras do executivo, é uma “minicidade sustentável”, pensada para coexistir em harmonia com o meio ambiente. “Nossa proposta é uma estrutura carbono zero, que gera sua própria energia, aquece sua água de forma sustentável e adota sistemas de pavimentação permeável. Todo o esgoto será tratado e devolvido de forma limpa à natureza. Vamos plantar ainda mais do que já existe ali. O paisagismo e o cuidado ambiental são prioridades absolutas”, detalha. A Alma Urban, empresa do grupo, é a responsável pelo desenvolvimento, incorporação e construção do resort, enquanto a operação hoteleira e a comercialização das unidades serão conduzidas pelo Grupo Guarani.

Além dos aspectos ambientais e de infraestrutura, o empreendimento aposta em conexões sociais e culturais com o território. A estimativa é de que a construção e operação do complexo gerem centenas de empregos, além de impulsionar o comércio e a valorização imobiliária de Cássia e das cidades vizinhas. Há ganhos também para a infraestrutura, a exemplo da obra de asfaltamento de 13 km entre o centro da cidade e o futuro resort, já em andamento, assim como as articulações para viabilizar a pista de pouso no heliponto que integrará o empreendimento. “Queremos que os turistas conheçam a fundo a Canastra e o entorno, percorram roteiros pelas cidades próximas, descubram a produção local e valorizem a cultura regional. Ao vivenciar essa experiência, o visitante leva memórias autênticas e deixa investimentos na economia local. Essa troca é o que dá sentido ao projeto”, conclui o diretor. ©



MANTER O VETO É PROTEGER O POVO.

O que a Lei das Eólicas Offshore (Lei 15.097/2025) tem a ver com o seu bolso? Muito mais do que parece.

O Projeto de Lei 576/2021 era sobre energia limpa, mas políticos incluíram nele jabutis que favorecem termelétricas caras e poluentes. O Presidente vetou esses trechos para evitar retrocessos. Agora o Congresso pode derrubar o veto.

Se isso acontecer, a conta vai direto para você: mais inflação, mais poluição, mais custo de vida.

+9% na conta de luz

+6% na cesta básica

+4% no pão de cada dia

O que está em jogo?

CONTA DE LUZ MAIS CARA

Fontes fósseis são muito mais caras que as renováveis. E quem paga é o povo.

INFLAÇÃO NO PRATO DO BRASILEIRO

Mais custo na energia, mais preço no mercado.

AMEAÇA AO CLIMA

Enquanto o mundo avança em energia limpa, retroceder para fontes sujas é negar o futuro.

SAÚDE EM RISCO

Termelétricas poluem o ar e afetam diretamente a saúde da população.

O Brasil já tem uma matriz limpa e eficiente.

Ampliar o uso de termelétricas é dar as costas ao futuro.

O BRASIL ESTÁ DE OLHO.



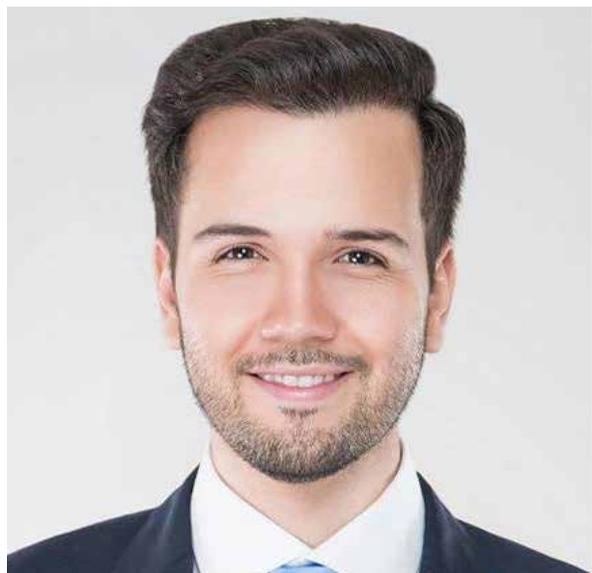
FIEMG

Saiba mais
www.fiemg.com.br/acontasaicara

CONEXÃO ANUAL DE CASA NOVA



*Evento terá quatro dias de imersão em programação
que une palestras e lazer em Ouro Preto*



—
**Geraldo Alckmin, Romeu Zema, Tadeu Leite e Mateus Simões
são nomes confirmados no evento**

Em sua 14ª temporada, o Conexão Empresarial, evento corporativo promovido pela revista *Viver Brasil*, *Blog do PCO* e pelo jornal *O Tempo*, traz, de 10 a 13 de julho, uma edição especial imersiva de quatro dias no resort Vila Galé Collection, em Ouro Preto. O vice-presidente e ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, Geraldo Alckmin, é presença confirmada no Conexão Empresarial Anual 2025.

Personalidades políticas, empresariais e formadores de opinião participarão do evento que tem na programação palestras, painéis, oportunidades exclusivas de networking, gastronomia e lazer em um cenário histórico. “É um ambiente em que quem produz e quem regula estão assentados na mesma mesa”, afirmou o vice-governador Mateus Simões, em entrevista à Rede Globo, sobre a importância do Conexão Empresarial. Ele mesmo foi participante da edição de 2024, na qual apresentou ações do governo nas áreas de desenvolvimento econômico, saúde, educação, segurança e social.

Além de Alckmin, estarão no Conexão Empresarial o governador de Minas Gerais, Romeu Zema, o vice Mateus Simões e o presidente da Assembleia de Minas, Tadeu Leite. Não por acaso o evento é considerado o principal ponto de encontro para lideranças empresariais, políticas e personalidades da sociedade civil, que têm oportunidade de trocarem experiências com o intuito de fomentar o desenvolvimento socioeconômico do país.

Desde sua primeira edição, em 2010, no Grande Hotel de Araxá, o Conexão

Empresarial já nasceu com uma proposta ousada, convidando para o diálogo entidades como a Federação das Indústrias de São Paulo, reunindo cerca de 300 convidados e fazendo parcerias com marcas como a AngloGold. Os 10 anos do evento foram marcados pela participação do então presidente do Supremo Tribunal Federal (STF), ministro Dias Tofoli, do secretário-geral de Desestatização do Ministério da Economia, Salim Mattar, entre outros.

Quatorze anos após a primeira edição - e marca consolidada no calendário dos mais importantes eventos corporativos nacionais - o Conexão Empresarial contou, entre outros convidados, com o ministro Alexandre Padilha falando sobre a regulamentação da reforma tributária, tema que afeta diretamente a classe empresarial. Sergio Leite, vice-presidente da Usiminas e do Conselho Diretor do Instituto Aço Brasil, abordou, à época, os desafios enfrentados pela indústria do aço no Brasil, incluindo questões de competitividade, mercado e descarbonização. Um ano depois o tema revela-se essencial.

COMO PARTICIPAR

A participação no Conexão Empresarial pode ser feita por meio da aquisição de cotas de patrocínio ou por participação individual. Informe-se pelo whatsapp (31)3343-7304 ou envie e-mail para vbcomunicacao@integralle.com.br.

Não perca este evento único, que reúne interessados em encontrar caminhos para Minas Gerais e o Brasil. ®

TURISMO TEMÁTICO



Vila Galé recupera imóvel tombado em Ouro Preto e inaugura primeiro hotel do grupo em Minas



FOTOS / DIVULGAÇÃO

Prédio principal: cuidadoso trabalho de restauração

Encravado nas serras escarpadas de Cachoeira do Campo, distrito de Ouro Preto cortado pelo rio Maracujá, está o novo Vila Galé Collection Ouro Preto, primeiro hotel da rede portuguesa Vila Galé Hotéis em Minas Gerais. O empreendimento está instalado em conjunto arquitetônico, paisagístico e arqueológico de 1775 onde, inicialmente, funcionou o Primeiro Regimento de Cavalaria de Portugal no Brasil e, a partir de 1897, o colégio Dom Bosco. Todo o

conjunto é tombado desde 2014 pelo Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais (Iepha-MG). O hotel será palco do Conexão Empresarial, edição anual, de 10 a 13 de julho.

Com um total de 311 quartos - sendo 95 deles no edifício tombado -, o hotel conta com dois restaurantes e cinco piscinas aquecidas - uma delas localizada no interior do Satsanga Spa & Wellness. Sete salas de convenções,



uma delas com capacidade para 1000 pessoas, auditório para 170 pessoas, capela, biblioteca, sala de jogos, horta pedagógica, lago com pedalinhos, áreas de plantação de vinha e olival.

“Recuperar este edifício em Ouro Preto é mais do que abrir um hotel. É trazer de volta à vida um espaço com história e alma” afirma Jorge Rebelo de Almeida, presidente e fundador do Vila Galé. Uma das marcas do grupo é exatamente a recuperação de construções históricas visando o turismo histórico.

Foram dois anos de obras que começaram a partir de um levantamento técnico minucioso, com estudos arquitetônicos, arqueológicos e de engenharia estrutural. Foram restaurados fachadas, coberturas, pisos originais, elementos decorativos e preservados os traçados arquitetônicos e volumetrias. Cantarias em pedra sabão e outros materiais de valor histórico foram integralmente preservados ou restaurados. Os sistemas hidráulico e elétrico foram substituídos, assim como o sistema de climatização.

Segundo o presidente do Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico (Iepha-MG), João Paulo Martins, as obras foram conduzidas a partir do respeito aos critérios de conservação do patrimônio e sob acompanhamento técnico do instituto.

A restauração da fachada original - de ares ecléticos com inspiração art déco - e dos



— Restaurante, lobby e quarto do hotel

elementos escultóricos do edifício foram pontos altos das obras, que garantiram a autenticidade estética e funcionalidade das estruturas. O brasão de Portugal, esculpido por Aleijadinho, também foi restaurado e hoje é símbolo da integração entre a história e o presente.

Como os demais hotéis da rede, o Vila Galé Collection Ouro Preto também é temático. Os cômodos fazem referência aos elementos culturais e arquitetônicos da região, como a Real Coudelaria, o Santuário do Coração de Jesus e a Igreja de São Francisco de Assis, projetada pelo mestre Aleijadinho. Em cada quarto há a imagem de uma pedra preciosa ou semipreciosa, em



referência às riquezas minerais do estado.

O hotel combina a rica cultura da cidade com a sofisticação da rede Vila Galé, oferecendo uma experiência especialmente interessante para o público familiar. Parque, lago com tirolesa, sala de jogos, cinema, brinquedoteca, pista de kart, quadras poliesportivas, spa e discoteca garantem a diversão para pais e filhos. A intenção é, ainda, desenvolver atividades de ecoturismo e horta pedagógica, aproveitando 15 dos 277 hectares do terreno para o plantio de azeitonas e uvas.

O conjunto arquitetônico onde está o Vila Galé Collection Ouro Preto é composto por edificação principal, teatro, mausoléu, residência do caseiro, antiga serraria hidráulica, antiga residência de Augusto de Lima Jr., curral, ponte sobre o rio Maracujá.

—
**Espaços do Vila Galé Collection:
experiências para toda a família**

A antiga serraria hidráulica, datada do início do século 20, foi a primeira do gênero edificada no Brasil. A ponte sobre o rio Maracujá, que possui sistema estrutural em arcos plenos, está implantada sobre base de pedra no leito do rio.

A residência do caseiro é uma construção de valor por seu estilo neocolonial e, assim como todo o conjunto, é de inestimável mensuração para a memória local e estadual o significado das instituições que ocuparam o prédio onde, hoje, está o Vila Galé Collection Ouro Preto.

Diversos foram os usos do conjunto histórico e arqueológico, começando pelo funcionamento, em 1779, do Quartel do Regimento de Cavalaria de Minas Gerais.

Em seguida, abrigou a Coudelaria Imperial, um centro de criação e aprimoramento de cavalos de raça, cujo funcionamento deixava boa parte das terras ociosas.

Recebeu a visita de Dom Pedro 2º em 1880, quando foi solicitado que o imperador desse à propriedade uma finalidade social, tendo sido inaugurada em 1889 a colônia agrícola D. Pedro 2º.

Com a República, recebeu o novo nome de Cesário Alvim. As Escolas Dom Bosco passaram a funcionar ali em 1896. A instituição perdurou por cerca de um século e seu último uso foi como alojamento de funcionários de uma empresa privada. ©

PREMIUM WINES
PEQUENOS PRODUTORES, GRANDES VINHOS

PASO A PASO

Descubra uma Argentina diferente, com **vinhos naturais** e **orgânicos** produzidos com uvas nativas e intervenções mínimas.



Norberto Páez e Sebastián Bisole:
“...para se obter algo único, com personalidade, o importante é avançar passo a passo”.

Imagem de fundo: Freepik

Beba com responsabilidade



CARRO POR ASSINATURA



Godrive cresce embalado por tecnologia e sustentabilidade, com soluções para particulares e empresas



André Lisboa: "Nossos clientes buscam conveniência, agilidade e independência"

O carro por assinatura está em ascensão ano a ano em todo o Brasil. Uma modalidade consolidada na Europa, que vem dando certo por aqui. “É muito comum nos países europeus, pelas várias vantagens que ele apresenta em economia e praticidade para pessoas e o mercado corporativo”, aponta o head de mobilidade, o belo-horizontino André Lisboa, à frente do godrive, empresa do Grupo Águia Branca, que vem revolucionando o setor com inovação, tecnologia e sustentabilidade.

André Lisboa compara as vantagens do carro por assinatura versus a compra do veículo financiado. O godrive trabalha com as marcas Toyota, Jeep, RAM e BYD. “Pegamos como exemplo um Corolla, cuja compra foi financiada em três anos, com uma entrada de R\$ 60 mil e o restante parcelado em 36 meses. O comprador terá que pagar IPVA, emplacamento, seguro, manutenção, fora os juros. Se ele fizer um contrato por assinatura do mesmo modelo, no mesmo prazo de 36 meses,

veículo zero quilômetro, pagando R\$ 3.690 por mês, com impostos, licenciamento, proteção 24 horas contra roubo, furtos e reparos, manutenção em ampla rede de oficinas, tudo incluso na mensalidade, vai economizar, nesses três anos contratados, entre 30% e 40%, algo em torno de R\$ 70 mil”, garante.

E não é à toa que esse mercado do carro por assinatura está em franca ascensão. “A Associação Brasileira de Locação de Automóveis (Abla) estima que em 2025 serão 220 mil carros contratados nessa modalidade, um crescimento de 10% no mercado nacional”, relata André Lisboa. “Estamos atravessando uma nova era no consumo. As pessoas buscam mais autonomia e menos obrigações. O carro por assinatura surge como resposta direta a esse novo comportamento. Atualmente, o desejo não é necessariamente ter um carro, mas usar um carro novo, moderno, confortável, seguro e de baixo consumo”, justifica.

O executivo explica que o serviço de mobilidade tem contratos, geralmente, entre 12 e 36 meses. O assinante paga mensalidade fixa e com todas as vantagens já listadas inclusas, ele só precisa abastecer ou recarregar, no caso dos elétricos. “É um modelo simples, transparente e muito prático. Com poucos cliques no nosso site, a pessoa escolhe o carro ideal para o seu estilo de vida”, resume.

O Grupo Águia Branca, que opera no mercado de carros por assinatura desde 2019, é um dos maiores conglomerados empresariais e se destaca no transporte rodoviário de passageiros, logística, entre outros. “Temos presença em diversos estados, com base sólida e em constante crescimento. Oferecemos a assinatura de carros 0km, com um portfólio que vai de compactos a SUVs e picapes”, destaca André Lisboa.

Para o head de mobilidade do grupo, trata-se de uma escolha emocionalmente inteligente.

“Nossos clientes buscam conveniência, agilidade e independência. Temos desde profissionais que valorizam a tecnologia e a experiência, até famílias que querem segurança e conforto. Também atendemos pessoas que preferem evitar a depreciação e a instabilidade do mercado”.

André Lisboa também aponta as vantagens para o mercado corporativo. “Reduz custos com manutenção, otimiza a gestão de frota e ainda pode alinhar a estratégia da empresa com políticas ESG. Um exemplo é o uso de carros do godrive para ecofrota, um modelo direcionado para empresas que querem eletrificar sua mobilidade”, ressalta. “Estamos falando de uma mudança estrutural, com empresas cada vez mais comprometidas com a responsabilidade ambiental. A ecofrota é uma resposta direta a essa demanda. E o godrive também conta com telemetria, que permite monitorar o uso dos veículos em tempo real, identificar oportunidades de economia, otimizar rotas e promover uma condução mais segura e eficiente”.

André Lisboa acredita que o mercado está sendo impulsionado por três grandes vetores: redução de custos fixos, digitalização e responsabilidade ambiental. As empresas querem modelos de negócios mais enxutos, com menos ativos próprios e mais flexibilidade.

A inteligência artificial está presente nos carros por assinatura do godrive. Alguns modelos oferecem assistência à direção, monitoramento de fadiga, leitura de placas e frenagem automática de emergência. A IA atua como um copiloto que antecipa riscos, protege e simplifica a condução. “O assinante acessa facilmente dados do veículo e informações contratuais. O resultado é uma experiência fluida tanto para os assinantes particulares quanto para as empresas”, conclui o executivo. ⁶⁶

PERSPECTIVA

PSI



CIBELE RUAS

Psicanalista
cibele.ruas@gmail.com

O FILHO IDEAL

O filho perfeito há de sempre existir na imaginação dos pais – antes que nasça e comece a chorar, sujar fraldas, adoecer, trocar o dia pela noite, enfim, todas essas coisas que recém-nascidos costumam fazer. Mas o “filho ideal” continuará a existir no imaginário dos pais enquanto eles vão se adaptando à (frustrante) realidade, sendo obrigados a reajustar suas irreais expectativas. As noites insones desbastarão sonhos e o próprio bebê, em sua trajetória de desenvolvimento, vai contribuir para estabelecer um relacionamento mais apropriado, que, embora nunca ideal, pode ser cheio de momentos de inefável ternura, enormes alegrias e amor para dar e vender.

Para driblar as incertezas inerentes à procriação, certos casais com altos níveis de exigência, muito dinheiro no bolso e acesso aos mais sofisticados avanços da biotecnologia têm recorrido à fertilização in vitro em clínicas de duvidoso senso ético e notória falta de escrúpulos que prometem bebês na medida de seus sonhos. Alguns deles sequer necessitariam de assistência para conceber naturalmente. Chegam a usar doadores de óvulos ou de esperma para ter certos traços e talentos que cobiçam em sua prole. Também podem contratar uma “barriga de aluguel” para não interromper a rotina do casal.

Mesmo depois de tantas peripécias, esses pais se decepcionam diante de qualquer problema que

SEUS OBJETIVOS SÃO AMBICIOSOS – PAGARAM CARO PARA OBTER NADA MENOS QUE PERFEIÇÃO

a criança apresente, sentindo-se vítimas de propaganda enganosa. Seus objetivos são ambiciosos – afinal, pagaram caro para obter nada menos que perfeição.

Dificuldades não fazem parte de suas perspectivas e darão início a um círculo vicioso do qual ninguém sairá vitorioso. Esses casais frustrados costumam buscar a psicoterapia visando a aprender a lidar melhor com a criança; os filhos vão parar na psicoterapia porque se sentem mal, infelizes e rejeitados porque percebem que estão decepcionando os pais e se sentem deslocados na família.

Esses pais desprezaram o peso do relacionamento afetivo entre pais e filhos e a influência do entorno sociofamiliar nos rumos do desenvolvimento infantil; acreditaram que, se pudessem garantir bons genes, todos os demais problemas estariam descartados.

Que sirva a lição: ser pais exige coragem para enfrentar desafios que se descortinarão apenas ao longo da caminhada. Não há garantias... ©



Os cortes
são incríveis
e os momentos,
também




Pobre Juan

MERCADO PULSANTE



Grupo FrediZak é referência no segmento out of home, com uso de ferramentas de inteligência geográfica e outras inovações para estratégias direcionadas



—
Sede do grupo: ambiente de descompressão

Ele está no mercado há 35 anos e conhece, como poucos, a tecnologia da publicidade, do outdoor à mídia digital. É um dos pioneiros no uso de painéis de LED na Região Metropolitana de Belo Horizonte e sabe surfar na onda do casamento do digital com a internet, indo além, com o uso de ferramentas de inteligência geográfica, de identificação de público, com alta precisão, como o Geofusion, entre outras inovações para estratégias direcionadas.

Frederico Remiggi, mais conhecido como Fred Izak, é o CEO do Grupo FrediZak, que reúne

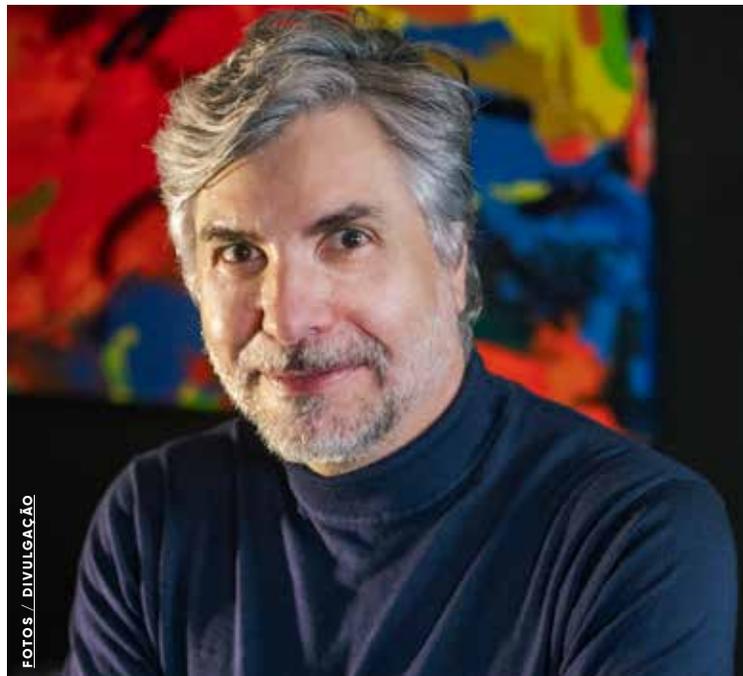
três empresas: A FrediZak OOH, que trabalha a mídia out of home, a ZK Conexões Criativas, que atua em projetos especiais, sem vender a mídia e, sim, vendendo a ideia. E, por fim, a Green, que Fred explica com orgulho: “Resolve a questão do lixo em painéis que trabalhamos com lona. A Green tem a função de transformar o lonado em bolsa, nécessaire e outros objetos através da parceria que temos com o projeto de costureiras chamado Nós Mulheres, em Sorocaba (SP)”, descreve.

Referência em estratégia de mídia e inovação

no mercado publicitário, a FrediZak tem, entre seus anunciantes do setor de tecnologia Google, WhatsApp, Ifood, Uber, Netflix e Mercado Livre. “Um case de sucesso”, exalta Fred Izak, orgulhoso do portfólio que carrega. A empresa oferece a seus clientes espaço em 60 bancas de revistas, 55 digitais e 100 painéis front light, só em BH. Já, em Contagem, são 250 pontos de abrigo de passageiros de ônibus e relógios de rua, com exclusividade, conforme contabiliza Fred Izak.

A força da mídia OOH é, hoje, praticamente indispensável para a construção de uma marca. No Brasil, a mídia OOH já impacta 89% da população, consolidando-se como um dos principais meios de comunicação para marcas que almejam maior alcance. Dados apontam que, no Recife e no Distrito Federal, essa penetração chega a 95%, demonstrando a força desse segmento em áreas urbanas. Além do alcance, a criatividade é a garantia de eficiência do OOH. Pesquisa citada no blog do FrediZak, em seu site, indica que 57% dos entrevistados apontam esse atributo como a característica mais marcante desse meio, evidenciando o potencial de campanhas visuais bem planejadas para capturar a atenção do público.

Fred conta, com orgulho, a trajetória de sua empresa. “Colocamos o on-line conversando com o off line. Nossa mídia está no dia a dia das pessoas, na rua. Você é impactado. Costumo dizer que esse mercado publicitário tem um antes e um depois. Nos anos 1990, a tv era muito forte. Quando tivemos o Marcio Lacerda como prefeito da capital, já nos anos 2000, a máxima dele era de que outdoor polui. Nessa época, o setor foi alvo de uma crise. Foram muitos desempregos. Foi aí que comprei uma empresa de outdoor. Era a alternativa que encontrei. O mercado voltou a pulsar e usei os pontos do



FOTOS / DIVULGAÇÃO

Fred Izak: “Nossa mídia está no dia a dia das pessoas”

outdoor com front light (painéis com sustentação. Não de LED, e sim, lonado)”, descreve o visionário Fred Izak, que entrou para o ramo publicitário aos 16 anos, ainda adolescente, e nunca mais saiu.

Foi o pulo do gato. Aí, ele não parou mais, e chamou a atenção do Google. “Eles nos viram crescer e tiveram a ideia de comprar cliques para veicular na nossa mídia. É a chamada Compra Programada, que consiste em slots (espaços de anúncios dentro da plataforma digital). Nós trabalhamos com 12 clientes slots. A ideia é que, em uma faixa de horário, aquele cliente tenha mais inserções para um público a ele destinado. Por exemplo, um cliente de cosmética, que vá lançar um produto para o público feminino. Em determinado horário, em que aquele público for mais presente, terá mais inserções. Suponhamos, o horário de buscar o filho na escola, e geralmente é a mãe quem busca, aí o



Mídias pela cidade: ferramentas de IA e de georreferenciamento para incrementar entrega

anúncio terá mais inserções que os demais naquele endereço”, exemplifica.

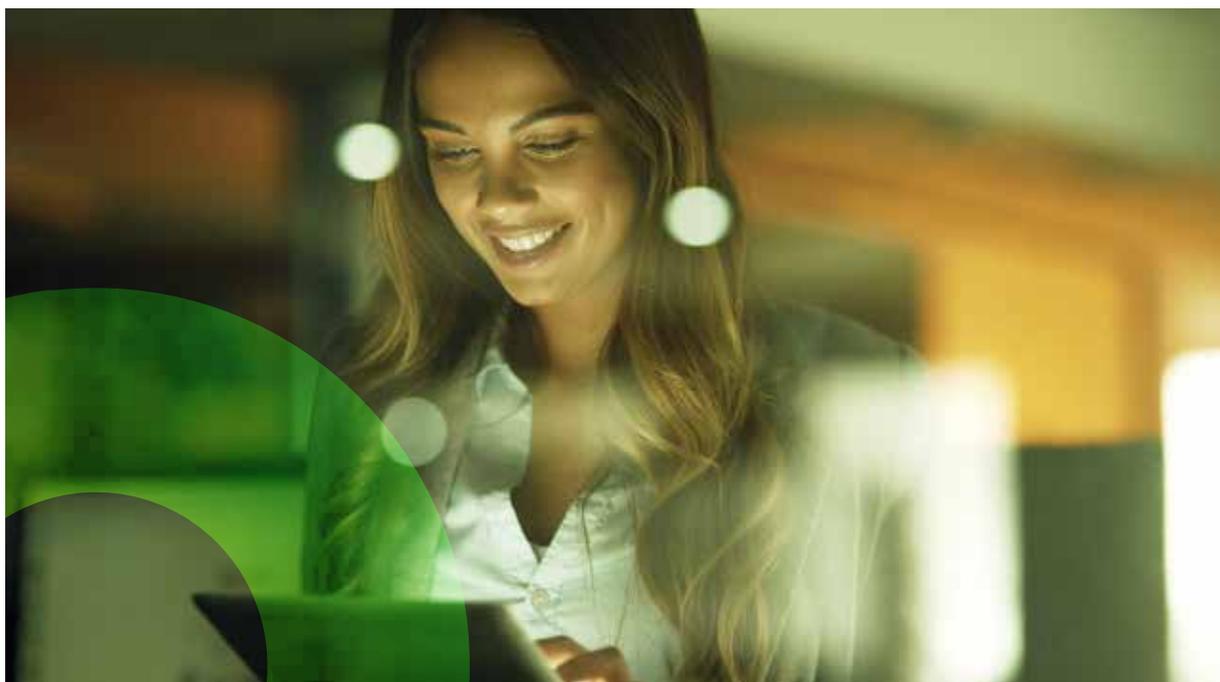
Fred Izak aposta em novidades da IA. Além do Geofusion, outras ferramentas ajudam a ser mais assertivo. “A métrica, através da captação de wi-fi da pessoa que passa em frente ao painel já capta alguma coisa através do algoritmo, sem invadir a privacidade do cidadão. Além dela, câmeras pegam a quantidade de carros que passam em frente ao painel”, descreve o CEO do Grupo FrediZak.

O executivo explica o comportamento do mercado OOH no Brasil. “O investimento do cliente no out of home cresceu 14% em 2024, segundo dados oficiais de mercado. Só neste ano, até maio, o crescimento foi de 11%. Logo,

se imagina que 2025 vai registrar um avanço ainda maior”, anima-se.

Certo de que neste mundo em que vivemos, as pessoas passam mais tempo fora de casa do que dentro, Fred aposta em projetos a partir da sua empresa, que possam humanizar o trabalho em contraponto à correria do dia a dia. “A gente lançou um projeto, o Vai Devagar para que as pessoas se conectem, contemplem, saiam mais da internet. Trouxemos uma indiana a BH para dar uma palestra na Casa Palma sobre a necessidade de o indivíduo se interiorizar. Na empresa, apostamos em um ambiente de desconpressão, onde se tem muita arte. É nesse ambiente que trabalhamos”, orgulha-se o CEO do Grupo FrediZak, com sede em Nova Lima. ®

CEMIG. MAIS UMA VEZ, ENTRE AS MARCAS MAIS FORTES E VALIOSAS DO BRASIL.



**QUANDO
A SUA ENERGIA
ENCONTRA
A NOSSA,
OS RESULTADOS
ACONTECEM.**

A Brand Finance, maior consultora independente do mundo em avaliação de marcas, colocou a Cemig na posição 59 entre as 100 marcas mais valiosas do Brasil: um crescimento de 13% em relação ao ano passado.

Os motivos desse crescimento são o fortalecimento da reputação de marca da Cemig, seu amplo alcance e seu posicionamento estratégico no setor de finanças. Tudo isso é resultado do maior investimento da história da empresa em infraestrutura e qualidade dos serviços, além de uma comunicação consistente.

Quando todas essas energias se encontram, a Cemig transforma vidas e cresce junto com seus clientes.

CEMIG



**MINAS
GERAIS**

GOVERNO
DIFERENTE.
ESTADO
EFICIENTE.

Saiba mais em cemig.com.br/nossaenergia

FUGA DE CÉREBROS



Cientista brasileira nos Estados Unidos relata apreensão com medidas do governo Trump; Europa anuncia investimentos para atrair pesquisadores



FOTO / REPRODUÇÃO

Estudantes protestam em Harvard, que teve alunos proibidos de fazer matrícula

“Por aqui, tudo caminhando, mas bem difícil. Nunca foi tão difícil.” A fala é da cientista e professora universitária brasileira M.F.D., pós-doutora que mora nos Estados Unidos há pelo menos 20 anos. Devidamente documentada e cidadã do país, mesmo assim, prefere não se identificar. Ela também concedeu entrevista à rede CBN sob a mesma condição. Outros

cinco pesquisadores, nem mesmo anonimamente quiseram dar depoimentos: “Estamos procurando emprego e já enviando currículos”, contou M.F.D.

O ponto “onde tudo começou” pode ser considerado o mês de janeiro deste ano, quando o presidente Donald Trump assinou ordem executiva contra os programas de Diversidade e Inclusão (DEI) que



—
União Europeia lança programa Choose Europe for Science para atrair cientistas

abrangem políticas afirmativas de contratação, treinamento sobre viés inconsciente e preconceito, auditorias de equidade salarial. Críticos dos programas DEI afirmam que são discriminatórios, deixando outros grupos em desvantagem. Na avaliação de Trump, particularmente os americanos brancos estariam em situação desfavorável.

Em março, veio a censura a termos usados em comunicações científicas e propostas de financiamento. De acordo com o jornal New York Times, 97 palavras e expressões deveriam ser excluídas da comunicação oficial. Entre elas: antirracismo, energia limpa, orientação, historicamente, mulheres, transexual, pronomes, trauma.

A pesquisadora cita que vieram cortes de 50% em verbas do National Science Foundation - agência governamental americana de pesquisa e educação - demonstrando a intenção do governo

norte-americano de pôr fim aos investimentos científicos. “Vivemos um momento anticiência nos Estados Unidos, de destruição. Tenho amigos da Nasa que foram mandados embora sem justificativa pois a pessoa foi contratada porque havia uma campanha para aumentar a diversidade”, explica, atônita. “Estamos todos muito ansiosos com isto. Eu ando com meu passaporte americano para mostrar caso me peçam. Existe uma caça às bruxas.”

Nos Países Baixos, cientistas que monitoram florestas em todo o mundo relataram ter recebido e-mail do United States Geological Survey (Serviço Geológico). Uma lista de 36 perguntas estava anexada com a indicação de que o envio havia sido ordenado pelo Escritório de Gerenciamento e Orçamento dos Estados Unidos. Havia questionamentos do tipo: Você pode confirmar que sua instituição não recebeu subsídios da República Popular da China? Você pode confirmar que seu projeto não

está relacionado a direitos climáticos ou ambientais ou mesmo apenas a elementos destes direitos? A orientação dos Países Baixos a seus cientistas foi não responder às perguntas.

A Universidade de Harvard tem cerca de 27% de alunos internacionais e teve mais de US\$ 2 bilhões retidos e cerca de 6.800 alunos proibidos de se matricular. Repasse do mesmo valor foi cortado da Universidade Cornell e da Universidade de Northwestern. Professores foram afetados com o bloqueio de US\$ 65 milhões. M.F.D explica que, quando os alunos têm seus financiamentos interrompidos, o professor é atingido. “É muito triste porque eles vêm para cá em busca de uma oportunidade transformadora e têm o tapete puxado. Cai a ciência toda; os estudantes internacionais formam a maior parte dos pesquisadores dos Estados Unidos.”

A cereja deste bolo indigesto foi colocada pelo secretário de Saúde e Serviços Humanos dos Estados Unidos, Robert F. Kennedy Jr., ao demitir, em 10 de junho, os 17 integrantes do Comitê Consultivo sobre Práticas de Imunização, sobre as recomendações de vacinas.

A internacionalização do conhecimento não é nova, mas o intercâmbio científico intensificou-se a partir do início do século 20, com as agências bilaterais e as concessões de bolsas de estudos. M.F.D acredita que até o final do ano a situação será ainda pior e o país irá experimentar a fuga de cérebros.

“CAI A CIÊNCIA TODA; OS ESTUDANTES INTERNACIONAIS FORMAM A MAIOR PARTE DOS PESQUISADORES DOS EUA”

Não por acaso, a revista científica *Nature* publicou, em março, uma consulta a 1.600 cientistas em que mais de 75% da amostragem afirmaram pensar em deixar os Estados Unidos por conta das políticas do governo atual. “Quem tinha contato com os Estados Unidos, não virá. Ficará na Europa ou talvez em seus países de origem.”

Alguns países despontam como refúgios para os pesquisadores. É o caso da França, que já se declarou um local seguro para a ciência. A União Europeia tem 500 milhões de euros para investimento e lançou o programa: Choose Europe for Science - Escolha a Europa para a Ciência. O ex-presidente François Hollande, agora deputado, apresentou um projeto de lei na Assembleia Nacional para criar o estatuto do refugiado científico.

“O Brasil também pode se beneficiar com isso. As perspectivas não são boas para os Estados Unidos”, lamenta M.F.D. Nestas alturas, as perspectivas não são boas para quase ninguém. ©

**GILDA VAZ**

Psicanalista e escritora. Autora de livros e artigos publicados em revistas de psicanálise

QUANDO A FANTASIA SE TORNA REAL

Um fenômeno vem ocupando as redes sociais: bebês hiper-realistas mostram como um vínculo real entre os humanos pode ser substituído por vínculos virtuais aos quais vamos nos acostumando. Mudos, sem vida, sem desejo. Com bebês reborn é possível realizar fantasias sem haver reação, nenhum não, nada que contrarie o gozo do Outro, que tudo pode.

Seriam esses bebês um reflexo especular daquilo em que as pessoas podem se transformar? Delírio de uma geração que cria uma narrativa sem troca real? Aí se inclui a identificação com animais – os therians, outro modelo de identificação oferecido no mercado das ilusões.

Esse colapso do laço social deve atender interesses suspeitos como uma grande jogada para aumentar os seguidores das redes e talvez alienar ainda mais as pessoas para que se tornem verdadeiros bonecos ou massa de manobra.

Dar direito de cidadania a tudo que se passa pela cabeça das pessoas passa a ser um modus operandi que vai desconstruindo uma ordem social e construindo outra. Será cancelado quem questiona ou diz o contrário. Podemos pensar numa lógica da loucura oficializada decorrente da quebra dos laços simbólicos.

SERIAM ESSES BEBÊS UM REFLEXO ESPECULAR DAQUILO EM QUE AS PESSOAS PODEM SE TRANSFORMAR?

Trata-se não de uma crítica à fantasia com bebês, que parece amorosa e inofensiva. Nem do uso de bonecos como mediadores para alguns estados subjetivos. Mas do fenômeno social em que a legitimação da fantasia pode abrir portas para outras mais ameaçadoras.

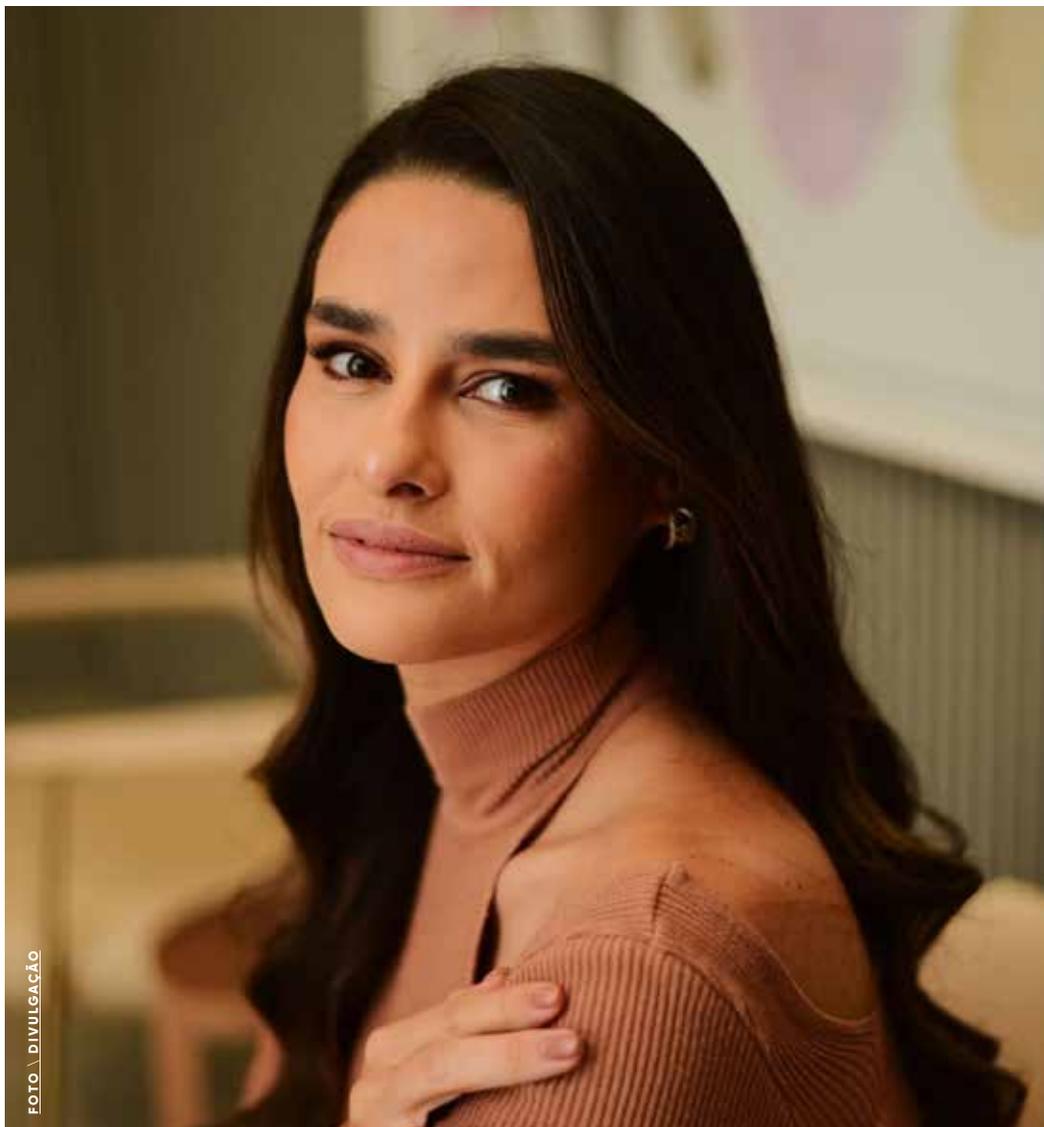
O colapso do laço simbólico implica a negação do vazio estrutural em que, no mundo de plástico, tudo se domina. Retrato de uma sociedade que dá à fantasia um estatuto de verdade embarcando numa galé social, que pode se voltar contra o próprio sujeito convidado a ser mais um boneco nas mãos das redes que nos governam.

Resta-nos cair na real e encontrar recursos para saber-fazer com isso. ^(v)

INVERNO: ESTÁ OFICIALMENTE ABERTA A TEMPORADA DOS TRATAMENTOS FACIAIS A LASER



Dermatologista explica por que a estação é a época ideal para investir na tecnologia



Quando falamos sobre cuidados com a pele no inverno, é quase automático pensarmos na importância da hidratação. O ar seco, as temperaturas mais baixas e os banhos quentes favorecem o ressecamento e, com isso, os cosméticos com ativos hidratantes, que ajudam a fortalecer a barreira cutânea, ganham protagonismo nas prateleiras e nas rotinas de autocuidado. Mas o que pouca gente sabe é que a estação, marcada pela menor exposição ao sol, é também o momento ideal para investir em tratamentos dermatológicos que promovem uma intensa renovação celular, como as terapias a laser.

De acordo com a médica dermatologista Tathya Taranto, membro efetivo da Sociedade Brasileira de Dermatologia (SBD) e fundadora de uma clínica de referência que leva o seu nome, “apesar das técnicas e tecnologias terem evoluído muito nos últimos anos, ficando cada vez mais seguras e eficazes, esses tratamentos inevitavelmente deixam a pele mais sensível. Assim, com as temperaturas mais amenas e os menores índices de radiação ultravioleta, riscos como manchas e irritações acabam sendo minimizados”, completa.

Nesse cenário, o Fotona ganha destaque pelos seus benefícios cumulativos, personalização e segurança. Considerada uma das plataformas de laser mais avançadas da medicina estética, o Fotona atua em várias frentes ao mesmo tempo: melhora a textura da pele, combate a flacidez, uniformiza o tom, suaviza rugas, trata os poros dilatados, cicatrizes, melasma, acne, rosácea, entre outras condições dermatológicas. Tudo isso com uma abordagem totalmente personalizada, respeitando a individualidade de cada paciente.

Em Belo Horizonte, a Clínica Tathya Taranto é

a única a contar com um Centro de Laser Fotona completo, com as duas principais tecnologias da plataforma: o Fotona Spectro e o Fotona Starwalker. A combinação desses dois equipamentos permite trabalhar todas as queixas relacionadas ao envelhecimento cutâneo, com tratamentos que se adaptam a todos os tipos e tons de pele. O resultado é um rejuvenescimento visível, mas sem exageros.

“O que temos de mais especial aqui é justamente a possibilidade de unir, numa mesma sessão, três tipos diferentes de laser: o ND Yag, o Erbium Yag e o laser de picossegundos. Com isso, conseguimos estimular a renovação celular e a produção de colágeno em todas as camadas da pele, com um efeito de lifting natural e melhora significativa da firmeza e da textura”, explica a Dra. Tathya.

Lembrando que, ainda que a incidência da luz natural seja menor no inverno, não significa que você não deva prestar atenção em outros comportamentos. Cada técnica tem recomendações específicas após sua realização, mas, em todos os casos, a dermatologista aconselha usar sabonetes suaves e, claro, o filtro solar.

E para quem deseja aproveitar a estação para investir em si, a clínica preparou uma ação especial neste mês de junho: ao fechar o protocolo com o Fotona Rejuvenescimento ou o Fotona Melanine, a paciente ganha uma sessão bônus para potencializar ainda mais os resultados.

Quer saber mais? Entre em contato com a Clínica Tathya Taranto e descubra como a tecnologia pode ser sua aliada para revelar uma pele mais firme e luminosa.

VIVER FELICIDADE



SAMUEL GUIMARÃES



UMA CARREIRA BRILHANTE

A advogada mineira Ana Gabriela Baeta, 39, afirma que o apoio à cultura, em Minas e Belo Horizonte, vem se fortalecendo. A gente percebe o aumento no número de eventos e festivais de grande porte. “Em nível estadual, por exemplo, temos experimentado excelentes oportunidades de execução de projetos por meio de editais de verba direta e Lei de Incentivo – desde o desenvolvimento até a manutenção deles”. O que é importantíssimo, sabemos.

NEM TUDO SÃO MORANGOS

“O direito me abriu possibilidades para além de tribunais, escritórios, delegacias. Eu buscava algo mais dinâmico, que me fizesse feliz”, lembra Ana, que deixou a carreira como bancária para acompanhar o marido, engenheiro, rumo a Curitiba. Lá, teve oportunidade de gerenciar projetos de fusão e aquisição de empresas, business plan, reestruturação e governança corporativa.

“Porém, voltamos para BH. Na Casa Civil do governo de Minas, tratei de relações institucionais”.

TURNING POINT

Foi aí que a vida de Ana começou a mudar... Membro da Comissão Técnica do Selo Evento Sustentável, fez captação de produtores de eventos, gestão e desenvolvimento do turismo sustentável, avaliação de projetos de sustentabilidade. “Agucei a paixão por tudo isso, fui convidada para compor o time da Belotur, chegando a gerente de marketing turístico”. Nesse período, obteve MBA em marketing, com foco em eventos culturais e de potencial turístico.

UMA ESCOLA CHAMADA PROJETOS

12 anos de dedicação a incríveis trabalhos. Ana foi corresponsável por um dos mais famosos projetos de Minas, o dossiê do turismo junto à Unesco para designação da Pampulha como Patrimônio Cultural da Humanidade. Tá achando

pouco? Ela atuou na implementação de projetos como Hospitalidade na Copa das Confederações Fifa 2013 e Copa do Mundo Fifa 2014, além de ter contribuído com o Plano de Marketing Turístico de Belo Horizonte e Belo Horizonte - Destino Turístico Inteligente. “Coordenei o processo e a campanha de candidatura de BH como cidade Criativa da Gastronomia, pela Unesco, e obtivemos êxito na designação em 2019”. Que isso, hein!

O QUE É A FELICIDADE?

Em 2022, a criativa advogada decidiu, de uma vez por todas, empreender. Tornou-se sócia da Flow Produções e Eventos, convidada pelo amigo Felipe Barros, uma empresa apoiadora de novos negócios. “Tomar a decisão de deixar uma carreira pública estável para seguir o caminho do empreendedorismo foi um salto corajoso — e muitas vezes solitário. Por trás dessa escolha, estava o desejo de realizar algo com mais propósito, autonomia e alinhamento com valores pessoais. Isso é felicidade, poder trabalhar com aquilo que transforma o mundo em um lugar melhor para todos”.

VIVER

GOURMET



MAFÊ LAGES
@mafe_lages

HOFBRÄUHAUS

A Hofbräuhaus, cervejaria alemã, está completando dez anos em Belo Horizonte e, para tornar o momento mais especial, a casa está com um novo menu, desenvolvido por Sabrina Banneit. A nova *chef* da casa é formada em marketing e trabalhou a vida toda no setor, tendo atuado na Ambev na parte de cervejarias artesanais antes de ir para o caminho da cozinha. Ela se formou na Le Cordon Bleu e trabalhou em um restaurante estrelado em Paris, até que decidiu voltar ao Brasil. Além disso, Sabrina descende de família alemã, o que a torna ainda mais próxima da Hofbräuhaus.

No cardápio, estão pratos típicos alemães, como a currywurst e o Joelho de Porco. Pode provar os dois na noite de lançamento do

cardápio e ambos agradam o paladar! Um que fez sucesso foi o sausage roll, juntamente ao pastel de pato, meu favorito da noite. Vale pontuar também o croquete de costela. Um item do menu que faltou provar foi o pretzel, que é importado diretamente de Munique!

Na casa o que também impressiona são as cervejas que são servidas, por serem produzidas totalmente no local. Quatro tipos são feitos por lá: uma lager, estilo Munich Helles; uma de trigo, Weissbier; uma escura, estilo Dunkel; e a Hopfen, uma cerveja especial mais lupulada. Os ingredientes são totalmente importados para a produção e a água passa por um processamento para que se iguale a de Munique. Na Hofbräuhaus a cerveja é servida fresca, ou seja, diretamente dos tanques. Foi muito especial poder ver também a cerimônia de Keg Tapping, a abertura de um barril sazonal, que ocorre todo mês.

Além do cardápio novo, a Hofbräuhaus prepara mais novidades para este ano! A filial conseguiu autorização de Munique para vender cervejas engarrafadas que devem estar em breve no mercado. Este ano irá acontecer a HB Experience, um menu degustação com visita a fábrica, e o HB Market, um mercado europeu aos domingos. Os dez anos da HB Belo Horizonte prometem!

—
Siga as redes sociais!
@vivergourmet
@mafe_lages



DICAS EM BH



MARÚ

O Marú é um bar japonês que vem fazendo sucesso na Savassi, ele é do mesmo grupo do Redentor/Moema. Finalmente chegou minha hora de ir lá conhecer e fiquei feliz com o que provei. Os tiraditos de salmão cítrico estavam frescos e o atum do handroll de spicy tuna também! Um item do menu que super surpreendeu foi o arroz de porco, fica a dica para quem quer realmente jantar. Indico também um drink, o Yume, que leva gin, sakê, vinho branco, siciliano e notas de amarena.



FOTO / VICTOR SCHAWNER



FOTO / MAFÉ LAGES



PADRIN X AMASSA

O bar Padrin é um lugar que já conheço e sou fã, então fiquei muito animada ao saber que eles receberiam o Amassa, uma casa de massas que sou doida para conhecer. O evento teve o nome de “Amassadin” e foi feito um cardápio conjunto especial, cheio de delícias. Comecei pelos dadinhos de lasanha, feitos de ossobuco empanado com dip de queijo canastra curado. Provei também os caracoles de queijo e curti demais o nhoque frito que era acompanhado de cogumelos. Faltou provar só o espeto de língua, mas foi muito bom ver essa junção, aguardo por mais eventos assim!

LÍNGUA SOLTA



Pratos com a iguaria bovina marcam presença em bares de BH com receitas variadas



FOTOS / DIVULGAÇÃO

—
Lingüa cortada fininha do Bença Bençoi e Marcelo Doche: amada ou odiada

A lingüa está solta, ocupando espaço e desafiando a criatividade das cozinhas dos bares de BH. Ela esteve presente em seis receitas do Comida di Buteco 2025, sendo, inclusive, a campeã do concurso. Não bastasse, também

faturou o terceiro lugar no certame deste ano. Ganhou versões diferentes, ora em molho de cerveja preta, ora em molho madeira. As variações vão desde a tradicional, consagrada e servida no Bar do Careca, bem como pode ser a



Alexandre e Paulo Márcio, campeões do Comida di Buteco com a Vaca faladeira

protagonista do Kaol, o famoso PF (prato feito) do Café Palhares, substituindo a linguíça. Isso, sem contar a variedade de acompanhamentos dos mais diversos cardápios nas melhores casas do ramo.

Tem língua de tudo quanto é jeito. Tem língua metida que virou carpaccio no Bença Bençoi, na boêmia Lagoinha, e tem língua falando outras línguas, que no Japão é o gyutan, fatiada em finas camadas, grelhadas e temperadas com sal e pimenta-do-reino. E tem também a versão mexicana do Mezcla, no Mercado Novo, que é o taco de língua.

Os nomes que batizam os pratos com a iguaria no cardápio do Comida di Buteco são os mais divertidos: *Vaca Faladeira*, *Tá na boca do povo*, *Língua no rabo*, *Língua da vovó Virinha*, *Língua*

bêbada e Língua de dois amores.

Então vamos começar pela língua do campeão do certame anual mais famoso da cidade, evento que comemorou 25 anos. A *Vaca faladeira* deu o que falar nas bodas de Prata. Mas antes, vale ressaltar, três das seis receitas de língua do Comida di Buteco deste ano são, curiosamente, de bares de espeto, mas nenhum deles espetou a iguaria na churrasqueira.

O vencedor, *Espetinho do Paulão*, preparou a sua *Vaca faladeira*, com língua de boi recheada com bacon e cenoura ao molho madeira, acompanhada de dois mini pães italianos recheados com vinagrete de tomate, cebola temperada com chimichurri de limão e azeite, com muçarela gratinada e manjericão desidratado.

Os irmãos e sócios Alexandre e Paulo Márcio



FOTOS / DIVULGAÇÃO

—
Lingua de dois amores e Helbert Torres:
"Preparamos com a textura de desmanche"

Bernardo de Almeida, o Paulão, campeões do concurso, mostram que a língua está em alta, e ai de quem falar mal dela. Vencedores pelo segundo ano consecutivo (no ano passado levaram o primeiro lugar com o Boi Bandido), se dizem dispostos a vencer o certame nacional, que coloca no pódio os bares vencedores dos 27 circuitos brasileiros de Comida di Buteco. Essa é a terceira participação deles no concurso local. “A primeira vez, em 2023, fomos vice-campeões com a *Maçã do pecado* (à base de maçã de peito)”, conta o orgulhoso Paulão. “Agora, falta dar o título inédito do circuito nacional para BH”, anima-se o



bicampeão da capital.

Na cozinha do Espetinho do Paulão, quem manda é a Juliana, esposa do Paulão. “Ela é a chef. Ela criou o prato”, confessa o Paulão, que calcula ter gasto, de 11 de abril a 11 de maio, 1,5 tonelada de língua para a receita da Juliana, que serve duas pessoas.

“A língua sempre esteve em nosso cardápio desde o início do bar, mas a criação da *Vaca faladeira* e a montagem do prato, é da Juliana”, reforça Paulão. Tudo começou há 12 anos, no mesmo endereço do bairro Ermelinda, Região Noroeste da capital. Era uma carretinha de cachorro

quente e espaguete na chapa (o Paulão Lanches), estacionada bem em frente à distribuidora de bebidas do irmão, o Alexandre. Os dois resolveram unir forças para virar um só boteco.

O terceiro colocado no concurso, o Nosso Spetim, do bairro Santa Mônica, é estreante no Comida di Buteco e já chegou chegando. Como todos os pratos de grande aceitação no certame, a receita da iguaria entrou de vez para o cardápio da casa, assim como a *Vaca faladeira*, do Paulão.

A boa posição na largada e na chegada do Nosso Spetim, que também é bar de espetos, resultou de um prato longe da churrasqueira. Esse prato, batizado com um nome bem açucarado, *Língua de dois amores*, é preparado com a língua ao molho madeira, fatias de pães e um espetinho de medalhão de batata recheado com queijo minas acompanhado de geleia de pimenta biquinho.

“Até criança adora. Minha filha sempre pede a *Língua de dois amores*. Preparamos com a textura de desmanche, passando um pouco do ponto de cozimento. Chega a desfiar. Chegamos a ter uma saída de cerca de 1,6 mil pratos durante o concurso. E foi tudo muito de repente, a criação do prato. A Cíntia, do Bar da Cíntia, que esteve também no concurso com um prato de língua, aconselhou a nos inscrever para participar. Um dos inscritos havia sido desclassificado de última hora, e tínhamos de criar o prato em 24 horas para dar tempo de concorrer”, descreve Helbert Torres, dono do Nosso Spetim, o esforço hecúleo para criar o prato em tempo recorde.

O bar está há oito anos no mercado, antes, era só churrasqueira, depois veio a fritadeira e os petiscos tradicionais como o angu à baiana e o torresmo de rolo. “Nos tornamos bar depois da pandemia e deu tudo certo. Era um sonho,

agora realizado, fazer parte do Comida di Buteco. Quero virar identidade. Estrear com a língua foi um desafio e tanto, porque, o gosto pela língua vai de zero a cem. Ou você odeia, ou adora, ou não experimenta de jeito nenhum”, observa Torres.

Quem concorda com Helbert Torres sobre a polêmica língua, é o proprietário do Bença Bençoi, Marcelo Oliveira Doche. “A língua pode ser amada, odiada ou simplesmente não experimentada, por puro preconceito. Ao imaginar a carne, o formato, muita gente deixa de provar”.

Marcelo Doche lembra que a língua é um petisco clássico de estufa, tem tradição, como a almôndega e o torresmo, mas o Bença Bençoi tem no cardápio, outra versão da língua, bem refinada, diga-se de passagem, servida como um carpaccio, com tomates confitados, mostarda em grãos e alcaparras. O prato, a R\$ 39,90, serve duas pessoas.

Em uma outra versão, está a língua da Porca Voadora, que faz sucesso acompanhada de polenta frita de canjiquinha ao curry. No Pirex, bar de estufa da Galeria São Vicente, no Centro de BH, aconselha-se pedir a batidinha de coco para acompanhar a língua na cerveja preta com picles de maçã verde.

Assim é a língua, versátil, polêmica, provocante. Quem não resistiu à experimentá-la, sem preconceitos, foi o famoso chef nova-iorquino, que infelizmente faleceu em 2018, Anthony Bourdain. Ele rodou o mundo para mostrar na tevê seus grandes achados nos mais longínquos locais do planeta e nas grandes metrópoles também. Bourdain esteve em BH, na década passada e se deliciou com a língua do Bar do Careca, no Renascença, revelando para o mundo, o prato tradicional dos nossos botecos. ®



EDUARDO PINTO COELHO
Publicitário e outras coisas

IDOS TEMPOS

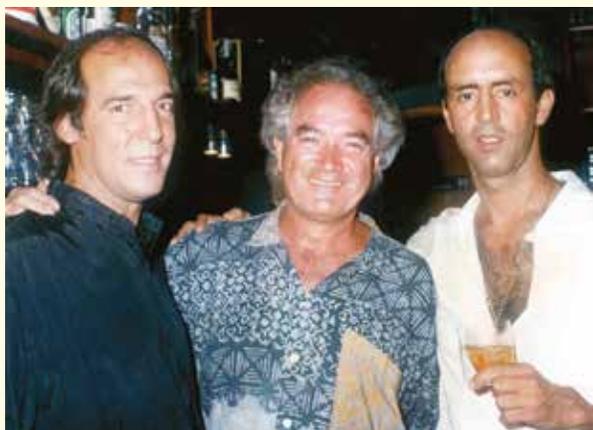
Das mesas de sábado no Chico Mineiro e Chez Bastião, aos animados almoços dos domingos, aqui recordaremos pessoas, personagens e histórias daqueles que viveram épocas inesquecíveis da nossa cidade, pelo olhar do filho de quem celebrou a vida e registrou muitos destes momentos, sempre rodeado de grandes amigos.



O querido Euler Marques entre os amigos Ricardo Mattos e Jacques Gontijo Guimarães



Franklyn Trovão, Moacir Carvalho e Roberto Araújo, colocando o papo em dia em Maio de 1983



Ronaldo Augusto, Eloy Ballesteros e Paulinho Miranda no aniversário do Luiz Flávio Pinto Coelho, em Abril de 1990



Ronan Horta, Silvinho Ximenes e Etelvinho Coelho, em mais uma manhã de domingo na Adegas da Pampulha

"Não tenhamos pressa. Mas não percamos tempo."

José de Saramago

A Solidão Amiga

Rubem Alves

“A noite chegou, o trabalho acabou, é hora de voltar para casa. Lar, doce lar? Mas a casa está escura, a televisão apagada e tudo é silêncio. Ninguém para abrir a porta, ninguém à espera. Você está só. Vem a tristeza da solidão. O que mais você deseja é não estar em solidão.

Mas deixa que eu lhe diga: sua tristeza não vem da solidão. Vem das fantasias que surgem na solidão.

Lembro-me de um jovem que amava a solidão: ficar sozinho, ler, ouvir, música. Assim, aos sábados, ele se preparava para uma noite de solidão feliz. Mas bastava que ele se assentasse para que as fantasias surgissem. Cenas. De um lado, amigos em festas felizes, em meio ao falatório, os risos, a cervejinha. Aí a cena se alterava: ele, sozinho naquela sala. Com certeza ninguém estava se lembrando dele. Naquela festa feliz, quem se lembraria dele? E aí a tristeza entrava e ele não mais podia curtir a sua amiga solidão. O remédio era sair, encontrar-se com a turma para encontrar a alegria da festa. Vestia-se, saía, ia para a festa. Mas na festa ele percebia que festas reais não são iguais às festas imaginadas. Era um desencontro, uma impossibilidade de compartilhar as coisas da sua solidão. A noite estava perdida.

Entre as muitas coisas profundas que Sartre disse, essa é a que mais amo: “Não importa o que fizeram com você. O que importa é o que você faz com aquilo que fizeram com você.”. Pare. Leia de novo. E pense. Você lamenta essa maldade que a vida está fazendo com você, a solidão? Se Sartre está certo, essa maldade pode ser o lugar onde você vai plantar o seu jardim.

Como é que a sua solidão se comporta? Ou, talvez, dando um giro na pergunta: Como você se comporta com a sua solidão? O que é que você está fazendo com a sua solidão? Quando você a lamenta, você está dizendo que gostaria de se livrar dela, que ela é um sofrimento, uma doença, uma inimiga.

Aprenda isso: as coisas são os nomes que lhe damos. Se chamo minha solidão de inimiga, ela será minha inimiga. Mas será possível chamá-la de amiga? Drummond diz que sim. Nietzsche também tinha a solidão como sua companheira. Sozinho, doente, tinha enxaquecas terríveis que duravam três dias e o deixavam cego. Ele tirava suas alegrias de longas caminhadas

pelos montanhas, da música e de uns poucos livros que ele amava. Eis aí três companheiras maravilhosas! Vejo, frequentemente, pessoas que caminham por razões da saúde. Incapazes de caminhar sozinhas, vão aos pares, aos bandos. E vão falando, falando, sem ver o mundo maravilhoso que as cerca. Falam porque não suportariam caminhar sozinhas. E, por isso mesmo, perdem a maior alegria das caminhadas, que é a alegria de estar em comunhão com a natureza. Elas não veem as árvores, nem as flores, nem as nuvens e nem sentem o vento. Que troca infeliz! Trocam as vozes do silêncio pelo falatório vulgar. Se estivessem a sós com a natureza, em silêncio, sua solidão tornaria possível que elas ouvissem o que a natureza tem a dizer. O estar juntos não quer dizer comunhão. O estar juntos, frequentemente, é uma forma terrível de solidão, um artifício para evitar o contato conosco mesmos. Sartre chegou ao ponto de dizer que “o inferno é o outro...”

O primeiro filósofo que li, o dinamarquês Soeren Kierkegaard, um solitário que me faz companhia até hoje, observou que o início da infelicidade humana se encontra na comparação. Experimentei isso em minha própria carne. Foi quando eu, menino caipira de uma cidadezinha do interior de Minas, me mudei para o Rio de Janeiro, que conheci a infelicidade. Comparei-me com eles: cariocas, espertos, bem falantes, ricos. Eu diferente, sotaque ridículo, gaguejando de vergonha, pobre: entre eles eu não passava de um patinho feio que os outros se compraziam em bicar. Nunca fui convidado a ir à casa de qualquer um deles. Nunca convidei nenhum deles a ir à minha casa. Eu não me atreveria. Conheci, então, a solidão. A solidão de ser diferente. E sofri muito. E nem sequer me atrevi a compartilhar com meus pais esse meu sofrimento. Seria inútil. Eles não compreenderiam. E mesmo que compreendessem, eles nada podiam fazer. Assim, tive de sofrer a minha solidão duas vezes sozinho. Mas foi nela que se formou aquele que sou hoje. As caminhadas pelo deserto me fizeram forte. Aprendi a cuidar de mim mesmo. E aprendi a buscar as coisas que, para mim, solitário, faziam sentido. Como, por exemplo, a música clássica, a beleza que torna alegre a minha solidão...

A sua infelicidade com a solidão: não se deriva ela, em parte, das comparações? Você compara a cena de você, só, na casa vazia, com a cena (fantasiada) dos outros, em celebrações cheias de risos... Essa comparação é destrutiva porque nasce da inveja. Sofra a dor real da solidão porque a solidão dói. Dói uma dor da qual pode nascer a beleza. Mas não sofra a dor da comparação. Ela não é verdadeira.”

ZOOM

MESTRE DA NAVALHA

Barbeiro dos mais disputados em Minas, **Elias Torres** agora mora em Alphaville, na região metropolitana de São Paulo. O motivo da mudança? Acompanhar de perto a operação da nova unidade da Barbearia Seu Elias, que ocupa uma área de 300 m², em um dos pontos mais valorizados do bairro, e oferece 15 cadeiras e duas salas VIP. “A abertura faz parte de um movimento de crescimento estruturado: planejamos expandir a rede para outras regiões estratégicas do Brasil”, afirma Torres. Atento ao ritmo mais acelerado dos paulistas, ele adaptou os processos para aliar agilidade e alto padrão. “O conceito premium da nossa marca também se traduz na personalização do serviço e cuidado com os detalhes.”



FERNANDO M. TORRES



MOTOR DA ENGRENAGEM

A relações-públicas **Magda Carvalho** acaba de lançar a Eventos Connect, plataforma que propõe uma nova lógica para conectar marcas e públicos. Com carreira consolidada neste segmento, ela desenhou um marketplace digital que reúne organizadores, fornecedores e contratantes de áreas como gastronomia, mobiliário, iluminação, áudio, fotografia e cerimonial. “Os usuários podem interagir, trocar contatos, fechar parcerias e acompanhar tendências do setor”, detalha a profissional. Nomes como Casa Geraldo, Mercure Vila da Serra e Olegário Pizza & Cucina estão entre os parceiros que já integram o hub colaborativo. “Queremos fomentar conexões reais, otimizar processos e fortalecer a cadeia produtiva,” diz Magda.



HISTÓRIAS VIRTUAIS

O mineiro **Hugo Teixeira** é o nome por trás de exposições imersivas que desfazem as fronteiras entre passado e presente. À frente da Bem Content, ele assina *Napoleão Experience* – em cartaz no DiamondMall até 27 de julho, depois de passar por Brasília, e cidades da França e da Bélgica – e *Tutankamon*, que cumpriu temporada no BH Shopping no primeiro trimestre. “O público deixa de ser espectador e se torna parte da história. Com o auxílio da realidade virtual, o próprio imperador francês recebe os visitantes, diretamente da ilha de Santa Helena, onde viveu seu exílio”, descreve o produtor. Minuciosa, a curadoria histórica tem validação da Fundação Napoleão, em Paris, e do Museu Real das Forças Armadas, em Bruxelas.

FEITO À MÃO

Fundadora da Estúdio Trama, a dermatologista e designer **Cris Marzagão** abre espaço próprio na Savassi. A Casa Oficina reúne obras de arte, mobiliário e decoração autorais e de parceiros, em ambiente assinado pela arquiteta Luciana Garcia. “É um lugar onde dou vazão às minhas experimentações, funcionando como ateliê, loja e galeria”, define Cris. Na medicina há 28 anos e sem planos de abandonar o consultório, ela descobriu a vocação para o design na pandemia, ao criar a poltrona Nana. Desde então, não parou mais: peças icônicas como o banco Lulu, a cadeira Maria, o biombo Laço e a luminária Morena, produzidas manualmente com fios de algodão, já marcaram presença em mostras como CasaCor Minas e Modernos Eternos.



FESTA JUNINA

NOVA LIMA (MG)

Cris Carneiro Géo e Argeo Géo receberam cerca de 600 convidados entre políticos e empresários para a sua tradicional festa junina no condomínio onde residem em Nova Lima-MG. A festa transformou a mansão do casal num verdadeiro "arraial" com bandeirinhas e uma fogueira de 10 metros de altura e barraquinhas com comida típica preparada na fazenda dos anfitriões. A animação ficou a cargo do DJ Pedro Almeida, de São Paulo, e do show do canto global Thiago Martins.

FOTOS: TIÃO MOURÃO



Cris Carneiro Géo e Argeo Geo



PCO, Maria Inez Narciso Oliveira, Cláudia Narciso e Bruno Meirelles



João Paulo Géo, Paulo Vitor Géo, João Géo e Ricardo Géo



Cris Carneiro Géo, Maria Tereza e Erlania Zica



Maria Coeli Porto, Arlindo Porto, PCO e Maria Inez Narciso Oliveira



Flávio Rezende, Renata Rezende, Rafael Dantas e Leila Rezende



Leonardo Coelho, Regina Penna e Lauro Machado



Maria Tereza Géo Rodrigues Muzzi e André Muzzi



Regina Penna, Leonardo Coelho, Lauro Machado e Marlene Géo Machado



Lauro Machado, Marlene Géo Machado, Joyce Araújo e Rogério Araújo



Luiza Picchioni, Gabriela Viotti, Bernardo Nejm e Bianca Moreira



Alexandre Géo, Tadeu Leite e Argeo Géo



Alexandre Géo, Tadeu Leite, Argeo Géo, Gilson Soares e Carlos Eduardo Ferreira



Maria das Dores, Isabela Bicalho, Sérgio Costa e Alexandre Martinez



Patrícia e Lauro Bracarense Filho



Job Marcos, Lídia Rocha, Patrícia Buzato e Glenio Moreira



Roberta Pace, Walter Pace, Sophia Pace e Joseph Noronha



Emir Cadar Filho, Júlia Nogueira Cadar, Luciana e Castelar Guimarães Neto



Bruna Nogueira, Vinicius Nogueira, Paulo Vítor Géo e Laura Géo



Henrique Salvador Silva, Ana Cláudia Wanderley e Rodrigo Valadares Gontijo



Christiana Renault, Carlos Eduardo Ferreira e Juliana Beretta



Vinicio Kalid, Juliana Soares, Otávio Lobato e Paula Kalid



Carolina Géo, Mariana Géo, André Géo e André Géo Filho



Elos Nolli e Silvana Moraes



Bruno Meirelles e Cláudia Narciso



Janaina Araújo, José Eustáquio Pereira e Cris Carneiro Géo



Gabriela Mattar, Silvana Moraes e Alexandra Medrado



Henrique Salvador Silva, Ana Cláudia Wanderley, Silvana Moraes e Elos Nolli



Ana Maria Caixeta Bicalho, Leonardo Bicalho e Virgílio Villefort



Argéu Geo, José Murilo Procópio de Carvalho e Gládina Procópio de Carvalho



Cristina Sá, Cyntia Géo, Sílvia Coda e Iracema Vilella



João Paulo e Paulo Navarro



Alexandre Geo e Simone Géo



Argeu Géo Filho, Felipe Muzzi e Flávia Massaud

EXPANSÃO 2025

NOVA LIMA (MG)

A OOH Brasil, uma das principais empresas brasileiras de mídia out of home (OOH), e com origem em Belo Horizonte, realizou no Mocca Coffee & Meals, em Nova Lima (MG), um evento para o mercado publicitário mineiro que contou com a presença de autoridades locais, anunciantes e representantes de agências de marketing e propaganda. A ação faz parte do circuito "Expansão 2025 da OOH Brasil", que reforça a presença estratégica da empresa em Belo Horizonte, Fortaleza, Recife e Rio de Janeiro onde já atua e celebra sua chegada a quatro novos mercados: Natal (RN), João Pessoa (PB), Maceió (AL) e Aracaju (SE). Durante o evento, o CEO da companhia Felipe Davis, e a diretora nacional de vendas, Beth Dilce, destacaram a visão de futuro da empresa e os detalhes do novo plano de expansão.

FOTOS: TIÃO MOURÃO



Adolpho Resende, Felipe Davis e José Renato Lara



Thais Castro e Pedro Senra



Marcos Castro, Wanderley Porto, Felipe Davis e Fernanda Ladeira



Marcos Oliveira, Pamela Gandra, Pedro Nogueira e Guilherme Barcelos



Thais Resende e Beatriz Menezes



Raquel Lobo, Marcelo Natal e Lilian Lima



Tatiana Ferreira e Marcelle Pazito



Alexandre Davis, Vera Davis e Felipe Davis



Aloísio Davis e Renata Davis



Vanessa Soares, Cristiane De Marco, Marina Diniz, Fernanda Ladeira e Beth Dilce



Equipe da OOH Brasil



Felipe Davis, André Lacerda e Beth Dilce



Carolina Ventura, Pedro Paulo e Cláudia Bezerra



Felipe Davis



Felipe Davis apresenta planos de expansão



Beth Dilce, Fernanda Ladeira, Anderson França e Carlos Rubens Doné



Marcos Castro e Wanderley Porto

FEIJOADA

JUIZ DE FORA

O colunista da *Tribuna de Minas*, Cesar Romero, manteve uma tradição de 31 anos ao receber para sua prestigiada feijoada em Juiz de Fora, com serviço do Fátima Buffet. Nomes da política e do empresariado do Rio, São Paulo, Belo Horizonte e Brasília se juntaram aos mais de mil convidados para curtir as diversas atrações musicais no palco da Estação São Pedro. A festa proporcionou o encontro de “velhos” e novos amigos, em um clima de extrema descontração.

FOTOS: ANDRÉA OTTONI, WÓLMER MONTEIRO E FLÁVIO MISHIMA



Luciana e Eduardo dos Santos



Ozório Couto, Suely Guerra, Cesar Romero e Antônio Claret Guerra



Margarida Salomão e Vânia de Landa



José Lúcio Fernandes, Cesar Romero e Antônio Pereira Duarte



Adriana e Cláudio Domênico, Margarida Salomão, Alexandre Abizaid e Suzana Neves



Gisele Caneschi, Thais Frossard, Bianca Rodrigues, Suzana Neves e Gabi Muniz



Bárbara e Thais de Landa



Jovino Campos e Edy Prata



Anarita Aragão e Marcos Casarin



Márcia Neves, Edgar Ribeiro e Maria Helena Zacaron



João Carlos Amaral, Sebastião Helvécio e Marcus Pestana



Cesar Romero, Mário Heringer, Cidinha Louzada, Margarida Salomão e Marcelo Detoni



Assine O TEMPO

Ainda não é assinante do jornal O TEMPO?

Aproveite a oportunidade, assine e fique bem informado sobre as principais notícias de Minas, do Brasil e do mundo.

ASSINATURA IMPRESSA DE SEGUNDA A SÁBADO + DIGITAL

- ✓ Escolha 1 opção de brinde (sujeito a disponibilidade de estoque);
- ✓ Clube Certo: descontos + cashback;
- ✓ Promoções semanais para shows, cinema, teatro e festivais;
- ✓ Aplicativo com notificação, opção de salvar matéria e navegação sem publicidade;
- ✓ Edição digital + impressa do jornal O TEMPO diariamente;
- ✓ Acesso a versão digital do jornal Super Notícia às sextas-feiras.

**LIGUE AGORA E ASSINE
COM 10% DE DESCONTO!**

(31) 2101-3838 | (31) 98352-2462
atendimento@otempo.com.br



O TEMPO

ANIVERSÁRIO

SANTO AGOSTINHO

A empresária Alessandra Moretzsohn, que comanda um dos melhores buffets da cidade, o Casa Moretzsohn Buffet, caprichou no delicioso almoço que preparou para comemorar o aniversário de 58 anos do marido, Henrique Campos, realizado no salão de festas do prédio onde residem, no Santo Agostinho, com direito a bolo de velas que o aniversariante dividiu com a grande amiga do casal, Kátia Rabello. No cardápio, regado a vinho, cerveja, espumante, uísque e cachaça, uma bem montada mesa de antepastos e um cocão e peixe ao vivo acompanhado de filé ao molho rotli.

FOTOS: TIÃO MOURÃO



Henrique Campos, Alessandra Moretzsohn, Renato Lima e Clarissa Cabral



Alexandre Ribeiro, Alessandra Moretzsohn, Sônia Ribeiro, Sônia Campos e Bernardo Andrade



Henrique, Alessandra Moretzsohn, PCO e Maria Inez Narciso de Oliveira



Nicoli, Davi e Kátia Rabello



Anita Macedo, Alessandra Moretzsohn e Riane Salvador



João Bosco Macedo, Anita Macedo, Riane Salvador e Marcelo Salvador



João Bosco Macedo, Anita Macedo, Riane Salvador e Marcelo Salvador



Tiago Rabello, Amanda Máximo, Kátia Rabello, Nicoli e Davi Rabello



Dalva Rezende e Luísa Rezende



Jacqueline Assumpção, Roni Rezende e Dalva Rezende



Fernanda Rezende, Alessandra, Henrique Campos, Sônia Castro Ribeiro e Diogo Reis

ARTE, CULTURA E GASTRONOMIA

ITABIRITO (MG)

O Espaço Cultural Marcos Andrade recebeu um público especial para uma tarde dedicada à arte, cultura e gastronomia. A programação contou com a exposição da série "Das Folhas", apresentada em primeira mão pelo fotógrafo Lima Zibanu e abertura da exposição permanente Jeovane Bebiane, reunidor obras de aço carregadas de sensibilidade. A flauta de Gabriel e a voz de cantora Jordana Luchini Boschi, a gastronomia do chef Low com harmonização de vinhos da D'vino, de Marcus Nogueira, completaram o sucesso do evento.

FOTOS: DIVULGAÇÃO



Murilo Boechat e Ana Paula Duarte, José Romualdo Mendes e Analice Oliveira, Beth Silva e Marcos Andrade



Marcus e Vanessa Nogueira



Marcos Andrade e Beth Silva



Kitty e Marcelo Andrade, Redelvim e Luiza Andrade



Ubiraney Figueiredo, José Lima e Clara Coelho



Fernando Andrade e Marcos Andrade



Marcos Andrade e Jeovane Bebiano



Marina Rezende, Ludmilla e Viviane Lima



Vanuza Fagundes e Katia Lara



MAURO LADEIRA
Empresário

POLÊMICA RADICAL

Existem assuntos que só podem ser abordados quando a consciência o exige. Falar sobre os atuais acontecimentos em Israel, a menos que seja para defender incondicionalmente suas ações é chamar para si o título de antissemita.

Não sou, muito ao contrário. A história é farta em exemplos de perseguição criminosa contra os judeus, culminando na monstruosidade do holocausto. Qualquer um, sem exceção alguma, que se oponha aos judeus pelo mero fato de serem judeus, já demonstra de antemão que é um ser humano desprezível. E o mesmo vale para qualquer outro tipo de preconceito por raça, religião ou opção sexual. Mas o fato é que não se critica o que ocorre, neste momento em Israel, impunemente. É fato, ainda, que o judaísmo não é apenas Israel e que não existe nação que não tenha cometido crimes ao longo de sua história.

Procurei ler e assistir muito antes de formar uma opinião mais segura sobre o assunto. Procurei me informar principalmente por autores judeus, aqueles que alguns chamariam de judeu auto odioso. Um termo desonesto usado por quem se recusa a ver qualquer outra coisa que não a auto-justificação. Há uma fartura de material a respeito para quem se interesse em fugir do lugar comum e dos argumentos baratos e simplistas. Como já dizia Mencken, e eu sempre reproduzo: “Para todo problema complexo existe sempre uma solução

NÃO PODERIA HAVER EXEMPLO MAIS CLARO DO PERIGO DA RADICALIZAÇÃO CRESCENTE

simples, elegante e completamente errada.”

Mas o fato é que Israel tomou o caminho da radicalização e o preço a pagar junto à opinião pública mundial é crescente. Hoje, só mesmo o apoio incondicional dos EUA permite que a política absolutamente desproporcional adotada por Benjamin Netanyahu prossiga. O primeiro-ministro se colocou na mesma posição que o presidente Putin, onde nada menos que uma vitória avassaladora pode salvá-lo, mas esta só pode ser alcançada com a total aniquilação da população palestina, um preço intolerável e que país algum pode pagar. Ainda mais impressionante é que 80% da população israelense tenha se tornado tão insensível ao drama palestino que ocorre tão perto. Mais do que isso, defendem vigorosamente as ações das IDF. Não poderia haver exemplo mais claro do perigo da radicalização crescente do discurso político. É preciso urgentemente que a racionalidade volte ao debate ou que nos habituemos a selvageria. ©

Até os mais
delicados pratos
combinam com
a intensidade
da nossa brasa


Pobre Juan

BH Shopping • DiamondMall



FIAT

Leo

Novo Fiat Pulse Híbrido

////



*Você gasta menos.
Você gosta mais.*

Fiat Pulse, o SUV com o menor custo de uso do Brasil pela revista Quatro Rodas.



DESACELERE. SEU BEM MAIOR É A VIDA.

FIAT PULSE DRIVE 1.3