



edição 302
ABRIL 26
distribuição
gratuita

www.
revistaviverbrasil.
com.br

GARRA PARA CRESCER

*Grupo Sada chega aos
50 anos com planos
para negócios em
novos segmentos*

—
Daniela Mediola e Vittorio
Mediola: espírito de coragem
e perseverança

FOTO: MILENE MARQUES

ViverBrasil

ENTREVISTA **ALEXANDRE KALIL, PRÉ-CANDIDATO AO GOVERNO DE MINAS: "EU PUS A MÃO NA MASSA, EU SEI FAZER"**

PCO **"FALTAM POLÍTICOS COM CAPACIDADE PARA ARTICULAR AS CANDIDATURAS, AS COMPOSIÇÕES PARTIDÁRIAS"**



CONEXÃO
EMPRESARIAL
ANUAL 2026
15ª EDIÇÃO

OURO PRETO

ONDE A HISTÓRIA INSPIRA O FUTURO

— VILA GALÉ COLLECTION . 11 A 14 DE JUNHO —





CONEXÃO
EMPRESARIAL
ANUAL 2026
15ª EDIÇÃO

OURO
PRETO

HÁ 15 ANOS CONSTRUINDO CONEXÕES

Este ano completamos 15 anos realizando, ininterruptamente, o Conexão Empresarial Anual, que chega a essa edição de 2026 consolidado como um dos principais eventos corporativos de Minas Gerais e do Brasil.

Promovido pelo Grupo VB Comunicação, o encontro será realizado no Vila Galé Ouro Preto, no coração histórico de Minas, entre os dias 11 a 14 de junho, reunindo importantes nomes do cenário político e econômico 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

EDITORIAL

A FORÇA DAS FAMÍLIAS

PAULO CÉSAR DE OLIVEIRA
pco@vbcomunicacao.com.br

A exemplo do mês passado, quando trouxemos na capa da *Viver Brasil* a história da Drogaria Araujo, que chega aos 120 anos, traçamos agora o perfil de um novo grupo familiar, o Grupo Sada. Fundado por Vittorio Medioli, em 1976, o Sada está completando 50 anos com mais de 30 empresas em seu portfólio e 9 mil empregados. O grupo vislumbra explorar novos mercados além dos que já atua, como produção de biocombustíveis, postos com marcas próprias e aeroportos, o primeiro deles em Betim. Entre os dois grupos, uma coisa em comum: os presidentes de ambos têm as filhas participando ativamente dos negócios. Outra mulher, a nova secretária de Comunicação do governo de Minas, Cássia Ximenes, revela os rumos da pasta, que passa a tratar a comunicação como instrumento de visibilidade para políticas públicas e trabalha para prevenir as fake news. Na sequência das entrevistas com os pré-candidatos ao governo de Minas, quem fala nesta edição é Alexandre Kalil, ex-prefeito de Belo Horizonte filiado ao PDT. Ele aborda as PPPs, dívida do estado, problemas de saúde e benefícios sociais. 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

Articelistas

Eduardo Fernandez
Gilda Vaz
Mauro Ladeira
Paulo Paiva
Wagner Gomes

Colunistas

Cibele Ruas
Eduardo Pinto Coelho
Fernando Torres
Lucien Newton
Mafê Lages
Samuel Guimarães
Sueli Cotta
Téo Scallioni



Departamento comercial MG (31) 98473-0154

Sumaya Mayrink
comercial@
revistaviverbrasil.com.br

Site

www.revistaviverbrasil.com.br

Instagram

@vivercomppo

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

Avenida Raja Gabaglia,
1617, sala 501, Luxemburgo
Belo Horizonte/MG
CEP: 30.380-435

SUMÁRIO

COLUNAS

- 6 Coluna do PCO
- 8 Entre Aspas
- 36 Franquear
- 38 Tempo de Inovação
- 60 Viver Gourmet
- 70 Perspectiva Psi
- 76 Viver Felicidade
- 86 Idos Tempos
- 88 Zoom

ARTICULISTAS

- 12 Paulo Cesar de Oliveira
- 18 Paulo Paiva
- 22 Wagner Gomes
- 26 Eduardo Fernandez
- 34 Mário Campos
- 48 Wilson Brumer
- 78 Gilda Vaz
- 102 Mauro Ladeira

SEÇÕES

- 10 Conexão Empresarial
- 14 Entrevista
- 20 Perfil
- 24 Produção
- 28 Negócios
- 32 Gestão de riscos
- 40 Especial Capa
- 50 Mídia
- 54 Solidariedade
- 56 Joalheria
- 62 Comportamento
- 68 Bem-Estar
- 74 Beleza
- 80 Memória
- 84 Música
- 87 Festival
- 90 Eventos



 MANOEL
BERNARDES

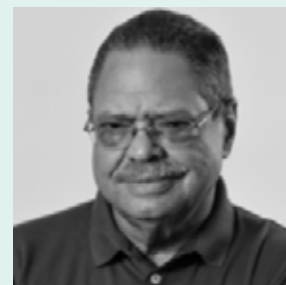
BH SHOPPING 1º piso — 31 3286 2492
BH SHOPPING 4º piso — 31 35055170
DIAMOND — 31 3292 9055
PÁTIO SAVASSI — 31 3284 2552
DEL REY — 31 3415 6009

© f

www.manoelbernardes.com.br

COLUNA

DO PCO



PAULO CESAR DE OLIVEIRA

SÓ DIREITA

—

Alguns políticos de centro-direita acreditam que, se o presidente Lula continuar caindo nas pesquisas e Flávio Bolsonaro continuar subindo, pode ocorrer uma debandada da campanha do líder petista. Mais, alguns acreditam que o segundo turno pode ficar, inclusive, entre Ronaldo Caiado e Flávio.

O PAPEL DE ALEXANDRE SILVEIRA NA ELEIÇÃO

—

Sem disputar nenhum cargo, o ministro Alexandre Silveira terá um papel importante nas eleições em Minas. O PT está confiando que Mateus Simões, candidato do PSD ao governo, não conseguirá emplacar seu nome. Silveira, que continua no PSD, entraria em cena para atrair o partido para o candidato de Lula. E pode surgir o Lumões. Na equipe de Silveira, ressalte-se a competência da chefe da assessoria de apoio ao ministro, **Mel Hemeline**.



A PREÇO ALTO

O presidente Lula tem reclamado de como a política acontece atualmente, com a pressão por recursos e benesses para conseguir governar. A política antes, segundo o petista, priorizava o diálogo. Agora, questões pessoais prevalecem sobre questões de estado e de interesse da população.

HABILIDADE COLOCADA À PROVA

A habilidade política de Gilberto Kassab será colocada à prova nessas eleições. Ele insiste na candidatura de Ronaldo Caiado à Presidência da República e de Mateus Simões em Minas. Mesmo as pesquisas não mostrando um cenário otimista, Kassab acredita que após a Copa do Mundo tudo vai mudar.

APELO AO ELEITOR

Pautas de trabalho e segurança pública avançam no Congresso e prometem pautar a disputa eleitoral. Propostas com forte apelo social ganham espaço, especialmente a do fim da escala 6X1, enquanto governo e oposição buscam capitalizar o debate.

DE INIMIGO A ALIADO

Aliás, o anúncio do plano de colaboração entre Brasil e Estados Unidos para combater o crime organizado insere um novo elemento à corrida. A estratégia do Planalto para favorecer intercâmbio de dados e rastreamento de cargas para enfrentar o tráfico de drogas e armas visa evitar as tão temidas medidas unilaterais de Trump que impactem a economia e as eleições.

SENADO GANHA TRAÇÃO

Davi Alcolumbre imprimiu ritmo à agenda do Senado ao marcar para 29 de abril a sabatina de **Jorge Messias** na CCJ e, no dia seguinte, a análise do veto presidencial ao PL da Anistia. Ao organizar o calendário, o presidente da Casa destrava temas que se acumulavam e reposiciona o Legislativo em pautas sensíveis.



PRESTÍGIO POLÍTICO

Políticos “mais antigos” lembram dos tempos das velhas raposas políticas como Tancredo Neves, Aureliano Chaves, **Hélio Garcia** e **Itamar Franco**. Agora, os políticos com mais destaque são os que têm mais seguidores nas redes sociais. O prestígio se mede por curtidas e são elas que definem as eleições.



CONCESSÕES

Guilherme Theo Sampaio, diretor-geral da ANTT, falou para empresários que, em três anos, foram realizados 21 leilões de concessões rodoviárias no país, sendo oito deles em Minas Gerais. O estado já conta com 11 concessões, somando cerca de 3.500 quilômetros, além de um volume expressivo de investimentos

ROSCOE, O ARTICULADOR

A filiação de Flávio Roscoe ao PL reposiciona a articulação entre Romeu Zema e Flávio Bolsonaro e amplia as conversas sobre uma possível composição nacional, que resolveria o problema de palanque em Minas. Com trânsito entre os dois, o ex-presidente da Fiemg atua como ponte em um cenário que ainda condiciona alianças em Minas.

ENTRE ASPAS



SUELI COTTA

VICES QUE IMPORTAM

Os vices sempre tiveram um papel importante na política brasileira. Desde a redemocratização em 1985, três vices ocuparam o maior cargo do país. José Sarney assumiu a presidência após a morte de Tancredo Neves, Itamar Franco foi presidente após o impeachment de Fernando Collor. Michel Temer também ocupou o cargo após o afastamento de Dilma Rousseff. Com tantos exemplos, a escolha do companheiro de chapa envolve interesse político e “pessoal”.

MOMENTOS TURBULENTOS

Além dos três, na República foram no total oito os vices que assumiram o governo. O primeiro foi Floriano

*“Não sou
um vice
decorativo.”*

EX-VICE-PRESIDENTE
JOSÉ ALENCAR



*“Não deixarei
a chama de
esperança que ele
(Tancredo Neves)
plantou no Brasil
murchar.”*

JOSÉ SARNEY



Peixoto, em 1891. Depois veio Nilo Peçanha, Delfim Moreira e Café Filho, que assumiu após o suicídio de Getúlio Vargas, em 1954. Em outro momento turbulento, João Goulart ocupou o posto de Jânio Quadros em 1961

PROTAGONISMO NOS ESTADOS

—
Nos estados, os vices também têm protagonismo. Onze governadores renunciaram para disputar as eleições deste ano. Em Minas, com a saída de Romeu Zema para disputar a presidência da República, assumiu Mateus Simões. Mesma situação de Ronaldo Caiado, em Goiás, substituído por Daniel Vilela.



BREVE LANÇAMENTO | RESERVA JARDINS
VILA DA SERRA



PLACE

DAUPHINE

O LUXO DO ESSENCIAL

2 E 3 SUÍTES
104 M² E 145 M²

LAZER ESPETACULAR DO
PILOTIS AO INTERMEZZO
VISTA INCRÍVEL



solution



[PATRIMAR.COM.BR/PLACEDAUPHINE](https://patrimar.com.br/placedauphine)

CONHEÇA O DECORADO

Rua José Esteves de Ávila, 645
Jardinaves - Nova Lima - MG

INCORPORAÇÃO, CONSTRUÇÃO E INFORMAÇÕES



Todas as ilustrações desta peça têm caráter exclusivamente promocional por se tratar de um bem a ser construído. Desenhos de caráter artístico e ilustrativo. O mobiliário e os equipamentos não fazem parte do memorial descritivo. Os materiais e cores representados poderão sofrer alterações ao longo do projeto de construção em função da disponibilidade destes no mercado. O empreendimento somente será comercializado após a expedição do registro do Memorial de Incorporação no cartório de imóveis, nos termos da Lei n.º 4591/64. Creci Patrimar: 54.815.

HISTÓRIA DE SUCESSO



Modesto e Silvia Araujo compartilham trajetória da Drogaria Araujo e destacam olhar atento ao cliente e engajamento dos funcionários



Silvia e Modesto Araujo: harmonia de pensamento e gestão

Com 120 anos de história, a Drogaria Araujo consolida-se como a quinta empresa mais antiga do varejo brasileiro. Pioneira no setor, na gestão de Modesto Araujo abriu caminho para tantas outras que surgiram depois, tendo como referência o seu pioneirismo. Ao longo dos anos, a marca se modernizou e atingiu um novo patamar, consolidando um aprendizado que, segundo o empresário, começou com ele ainda bem jovem, "varrendo a loja" ou, nas palavras do pai, "dando uma canetada".

A história da Drogaria Araujo, que se confunde com a história de Belo Horizonte,

movimentou o Conexão Empresarial de abril, no Centro de Referência do Queijo Artesanal. No evento promovido pela VB Comunicação, revista Viver Brasil, blogdopco e Jornal O Tempo, Modesto Araujo e a filha Silvia, que é diretora administrativa da rede, contaram parte dessa trajetória de sucesso e de muito engajamento familiar, que atravessa gerações, e dos seus mais de 12 mil colaboradores, que atuam nas 360 lojas espalhadas por 65 municípios mineiros.

De olho no que acontece fora do país para melhorar e qualificar ainda mais os serviços da Drogaria Araujo, são realizadas viagens

internacionais regulares, com participação dos seus funcionários. A última resultou na implantação de um modelo de gestão adotado em Portugal e que tem mostrado resultados surpreendentes. Um dos exemplos dessa mudança está na ajuda da Inteligência Artificial, fazendo com que os gerentes das lojas consigam organizar as suas tarefas de forma muito mais produtiva, resultando, até agora, em 98% de assertividade, segundo Silvia.

Em uma dessas viagens internacionais, Modesto Araujo levou 50 funcionários para os Estados Unidos para visitar lojas de conveniência e de outros departamentos para depois analisar nas universidades o funcionamento delas. O resultado foi o de muito estímulo, criatividade e ideias que foram implantadas e ajudaram a dar um impulso extra nos avanços em termos de gestão e atendimento.

A empresa, assim como outras no estado, enfrenta problemas com falta de pessoal. São 1.400 vagas em aberto. A tecnologia tem ajudado a suprir essa carência e a ideia é a de tornar esse modelo de operação cada vez mais comum.

O olhar atento aos desejos do cliente também ajudou a Drogaria Araujo a avançar. E ninguém escapa, segundo Modesto Araujo, que viu nas crianças um apelo impossível e praticamente irresistível para os pais, atendendo ao desejo do filho para levar um pirulito, um chocolate ou uma guloseima, colocando esses produtos estrategicamente nas prateleiras de baixo, ao alcance dos olhos e das mãos dos pequenos consumidores.

Modesto Araujo resume essa trajetória de sucesso com uma receita que sempre o

impulsionou a avançar cada vez mais, levando em conta o foco no cliente, a transparência da diretoria, a harmonia de pensamento e a gestão. Além disso, para se manter no foco, o empresário observa que é preciso ser simples, ser próximo do cliente e ser responsável. Silvia também observa que varejo requer detalhes até na placa da loja e fazer com que todos os colaboradores tenham senso de dono. “Todo mundo deve ter esse sentimento que faz a gente crescer sem perder a qualidade”, destaca.

Esse olhar para o outro levou a Drogaria Araujo a se aproximar também do Hospital da Baleia, com a arrecadação de recursos para a instituição filantrópica. Para que os funcionários do grupo tivessem uma atenção especial para provocar os clientes a colaborarem, Modesto Araujo resolveu levá-los até o hospital. A comoção e o sentimento de poder colaborar com a manutenção do atendimento digno aos pacientes foi um estímulo a mais, que levou a Drogaria Araujo a arrecadar R\$ 42 milhões para o Baleia.

O Conexão Empresarial contou com um momento especial, com uma homenagem a Cristina Álvares de Araujo, esposa de Modesto Araujo. A reverência partiu de Maria Inez Narciso de Oliveira, por entender que o sucesso e o pioneirismo do trabalho desenvolvido por Modesto Araujo sempre contou com o apoio dos conselhos valorosos e dessa parceria com Cristina. Os dois tiveram as filhas Silvia e Cristiana - que atuam ao lado do pai na gestão da Drogaria Araujo - e Marina. A sucessão familiar na empresa está na sua quarta geração com um sucesso visto em poucos grupos empresariais. ©



PAULO CESAR DE OLIVEIRA

Jornalista

DISPUTA RENHIDA

Ainda falta um bom tempo e mais, para desviar a atenção das eleições, ainda teremos uma Copa do Mundo de Futebol no meio do ano. As pesquisas indicam uma polarização na disputa presidencial, mas os especialistas admitem que, no campo da direita, podem acontecer reviravoltas.

A mais viável é uma arrancada de Ronaldo Caiado, ultrapassando Flávio Bolsonaro e indo disputar o segundo turno contra Lula, o único nome da chamada esquerda e que, por isso mesmo, tem espaço garantido no segundo turno. Mas não descartem a possibilidade de que Zema, o candidato menos conhecido, apesar de ter governado Minas, venha a ser o adversário de Lula num eventual segundo turno. Seja qual for o candidato da direita, a disputa no segundo turno, ainda segundo pesquisas, será renhida.

Se na disputa presidencial o quadro já está mais ou menos pintado, na maioria dos estados há ainda muitas incertezas. Pouco são os estados onde os candidatos ao governo estão definidos e, em um

número ainda menor, aqueles em que as composições partidárias estão fechadas ou pelo menos bem encaminhadas. Minas é um exemplo destas incertezas. O quadro é complexo e, num estado de alta tradição política, faltam políticos com capacidade para articular as candidaturas, as composições partidárias.

Diante de um quadro assim fica difícil, impossível mesmo afirmar quem está à frente da disputa. E isto preocupa, e muito, a direção dos partidos, pois Minas tem um peso significativo na disputa nacional. Em Minas, a candidatura do governador Mateus Simões vai crescer nas pesquisas e, com seu périplo pelo interior, vem forte para se reeleger. [®]

DIANTE DE UM
QUADRO ASSIM FICA
DIFÍCIL AFIRMAR
QUEM ESTÁ À FRENTE
DA DISPUTA



IMERSÃO INDÚSTRIA

CU\$TOBRASIL Quando a indústria trava, o Brasil trava.

8ª edição 2026 | 23 e 24 de abril | BH Shopping

O Custo Brasil impacta sua empresa todos os dias: nos impostos, na burocracia, na energia, no crédito e nas decisões que acabam adiadas.

Por isso, o **Imersão Indústria** reúne empresários, lideranças e especialistas para discutir caminhos, estratégias e decisões que impactam diretamente quem produz e quem investe no país.



O evento está chegando.
Garanta a sua participação:

📷 @imersaoindustria

www.fiemg.com.br/imersao-industria

REALIZAÇÃO:

Sistema
FIEMG
SESI | SENAI | IEL | CIEMG

ALEXANDRE KALIL

"EU PUS A MÃO NA MASSA, EU SEI FAZER"



Pré-candidato ao governo de Minas, ex-prefeito de BH fala sobre planos para dívida de Minas, PPPs e saúde se for eleito



FOTO: DIVULGAÇÃO

trajetória política com um estilo direto e conexão com o eleitorado urbano. Ao se apresentar como candidato ao Palácio Tiradentes, Kalil busca ampliar seu alcance para todo o estado, defendendo a melhoria dos serviços públicos e tendo como argumento favorável a si a experiência de quem já fez. Alexandre Kalil se coloca como alternativa competitiva na sucessão do governo de Minas Gerais e provoca: “Eu pus a mão na massa quando fui prefeito”, “Eu sei fazer.”

POR QUE VOLTAR À POLÍTICA?

Eu não estou voltando, eu perdi uma eleição. E acho que quando a gente perde uma eleição vai para casa, olha o que deu certo, o que deu errado e faz uma avaliação. Então, perdi uma para governador e agora é que vai ter a outra. Sou candidato, novamente, ao governo do estado de Minas Gerais.

DURANTE ESTE PERÍODO, O SR. POUCO SE MANIFESTOU COMO OPOSIÇÃO.

Fiquei em um período sabático, que é o que todo político derrotado deve fazer para não atrapalhar o que está em exercício. O que eu tinha para falar sobre não construir hospital, que era tudo mentira, que Minas não está no trilho, falei há quatro anos.

Alexandre Kalil está novamente no pleito para o governo do estado de Minas Gerais, trazendo para o debate a experiência de quem foi prefeito de Belo Horizonte por dois mandatos consecutivos, inclusive recebendo medalha de mérito pela gestão municipal durante a pandemia de Covid-19. Kalil, filiado ao PDT, construiu sua

QUAIS FORAM AS CRÍTICAS À GESTÃO ÀQUELA ÉPOCA? O SR. MANTÉM ?

Eu falei que tudo que estava se falando era mentira. Que nada ia ser feito. Falei que as estradas de Minas estavam arreventadas, escan-galhadas. Falei que Minas vivia do dinheiro da tragédia da Vale e de liminar do Supremo. O pilar do governo Zema foi: eu não pago nada e recebo uma fortuna da Vale. Então não houve gestão, não houve corte de gastos. Não houve nada; foi uma farra que culminou na privatização da Copasa.

COMO AVALIA A PRIVATIZAÇÃO DA COPASA?

Está presa esta privatização da Copasa e não vai sair tão cedo. Porque tem muita coisa para explicar. O governo está acabando, para que essa pressa? Ainda bem que o Tribunal de Contas deu esse alerta. Não tem que ter pressa.

CASO ELEITO GOVERNADOR, DAR CONTI-NUIDADE ÀS PRIVATIZAÇÕES ESTÁ NO SEU RADAR?

Não tenho dúvida de que a estrada priva-tizada é muito melhor do que a pública. Mas é preciso que a concessão seja fiscalizada. Vamos privatizar? Vamos, mas precisamos ter agência fiscalizadora. Pedágio está caro, está barato? Aí é discutir na ANTT. O caminho é privatizar e ter uma agência séria para tomar conta. Senão acontece o que estamos vendo em São Paulo: privatizaram a energia mas não cuidaram da agência de fiscalização. O hospital do Barrei-ro, por exemplo, é uma PPP, fui eu que fiz. De escola, saúde, em todos estes segmentos, fiz. E acho que o modelo de PPP tem espaço para se desdobrar em Minas.

O SR. ESTEVE CONVERSANDO COM PSOL E

REDE EM BRASÍLIA. ESTÃO COSTURANDO, JÁ, OS APOIOS?

Quem é bom, não briga comigo. Os que estão brigados comigo, cada um sabe o que fez. Eu fui convidado, pelo presidente da Rede, enquanto estava em Brasília, para uma conversa. Parti-ciparam os deputados Duda Salabert, André Janones e Célia Xakriabá. Eles me acompanha-ram na época da prefeitura de Belo Horizonte e viram como a banda toca. Posso ser malcriado e mal-educado e pode não parecer, mas tenho bom coração. Não acho que tem que colocar escavadeira em cima de mendigo.

QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS PROBLEMAS DE MINAS GERAIS, HOJE ?

Vamos tratar estes assuntos com muita se-riedade. Temos problemas muito graves: uma dívida, para a qual tem que ser feito um comitê de crise no dia 1º de janeiro, para trabalhar exclusivamente junto à secretaria da Fazen-da. Um governador sério vai ter que sentar em Brasília e dizer que com a atual proposta do Propag não dá para Minas Gerais viver. O atual governo teve R\$ 5 bilhões, cash, para fazer o Rodoanel. Em quatro anos não foi colocada uma estaca para iniciar a obra. Nem a terraplanagem começou. É preciso um programa de manuten-ção de estradas urgente. Não adianta, também, sentar no buraco e fazer live. Nós temos que tapar o buraco. E eu sei fazer. Sei onde buscar dinheiro, como fazer para sobrar dinheiro.

E QUAIS PROPOSTAS O SR. TERIA PARA ELES ?

É preciso aparelhar quem sabe fazer. Ninguém faz infraestrutura no estado sem um corpo técnico. O maior problema do es-tado, hoje, é a saúde, que está abandonada. O governador pediu 10 dias para apresentar

cronograma para um hospital que tem vazamento. Imagina se um governador deste vai fazer um programa de infraestrutura! Não tem prioridade, não tem programa, não tem projeto para um estado quebrado. Pegou o estado e quebrou ainda mais. Vão ter que explicar um monte de coisa, subsídios. Ou vão ficar falando em coisas abstratas como ser antissistema, democracia. Eu quero falar em coisas que melhorem a vida do povo.

COMO O SR. PRETENDE TRATAR A QUESTÃO DA POPULAÇÃO EM SITUAÇÃO DE RUA?

Eu já tratei deste assunto e pus a mão na massa quando fui prefeito. Alugamos hotéis reformados na Santos Dumont e tentamos colocar os moradores de rua lá. Mas esta é uma questão também municipal e federal. Um problema grave mundial: Tóquio, Nova York, têm moradores de rua. Para ser sincero, este não é um problema do governador. É um problema federal, para ser resolvido por meio do Minha Casa, Minha Vida, e também questão municipal. Agora, o que não pode é virar o rosto, ou tirar gente com escavadeira como se fosse entulho.

DE ACORDO COM PESQUISAS DATAFOLHA, O ÚNICO TEMA QUE PREOCUPA O BRASILEIRO MAIS DO QUE A SEGURANÇA PÚBLICA É A SAÚDE.

E quando a coisa aperta na saúde, quem dá conta do recado é o estado. Olha o sistema de saúde da Inglaterra. Para vacinar, por exemplo, todos nós entramos na mesma fila. Os Estados Unidos tentaram copiar o SUS do Brasil. Aí eu pergunto: Estado zero, como? Estado é saúde, educação e segurança. Está na Constituição.

COMO É PARA VOCÊ MANTER UM CANAL DE

DIÁLOGO COM O GOVERNO FEDERAL?

Primeiramente, nós vamos retornar a litorânea do cargo. Eu vou comunicar ao Brasil que tem um cara que é o governador de Minas Gerais sentado numa cadeira. Minas, que é o segundo estado do país. O governador de Minas tem que ser recebido pelo presidente da República em, no máximo, dois dias, seja o governador quem for. E tem que ser tratado como governador de Minas Gerais.

QUANDO O SR. FOI PREFEITO, JÁ HAVIA TRÂNSITO COM BRASÍLIA, UMA VEZ QUE DURANTE SEU PRIMEIRO MANDATO ESTÁVAMOS NA PANDEMIA?

Como prefeito de Belo Horizonte eu falava com o presidente da República a hora que eu queria. E foi assim que nós abrimos hospitais, em sete meses, 544 leitos. Não conhecia o presidente Michel Temer. Nunca tinha visto, nem sequer falado ao telefone. Se for o Lula, tenho uma facilidade imensa: nunca ofendi o presidente, nunca falei mal dele. Tenho uma relação cordial. O Flávio Bolsonaro, que não conheço, eu vou bater na porta e me apresentar como governador de Minas Gerais. Se for o Caiado, a mesma coisa.

O SR. VEM DO MEIO EMPRESARIAL E DO FUTEBOL. COMO ESTES UNIVERSOS INFLUENCIAM SUA VISÃO DE GESTOR PÚBLICO?

Não tenho esta visão do estado que dá vantagem, vale isso e vale aquilo. Tem um limite. Sou a favor de uma Bolsa Família com prazo determinado e outros programas, mas não a favor de ir fazendo despesas. Mas um governo que arrecada R\$ 250 bilhões não consegue cortar R\$ 5 bilhões em um ano? Isso é gestão? É Minas no trilho? Isto é uma vergonha! ®



Minas tá crescendo demais da conta!



Mais de R\$ 124 bilhões investidos no campo e na agricultura familiar.



Mobilidade, saneamento e infraestrutura com as obras do Complexo Maracanã em Contagem.



Melhorias na BR-381 de BH para Governador Valadares.



Construção de 9 institutos federais para ampliar o acesso à educação.



Ampliação e modernização dos hospitais universitários no Triângulo Mineiro, em Juiz de Fora e Lavras.



Mais de R\$ 730 milhões investidos na cultura.



57 projetos do Iphan para preservação cultural por meio do Novo PAC.



Obras do Novo PAC por todo o estado.

Saiba tudo o que estamos fazendo em Minas:

gov.br/comunicabr



PAULO PAIVA

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

ESG E ETARISMO

O Brasil atravessa um fenômeno singular: estamos envelhecendo antes de enriquecer. Com a redução da População em Idade Ativa (PIA), a base de sustentação do nosso sistema de repartição fiscal encolhe, enquanto a demanda por benefícios cresce. Neste cenário, o pilar social das empresas precisa evoluir para uma estratégia real de sustentabilidade do capital humano.

A empresa pode, e deve, ser um amortecedor fiscal. Afinal, a sobrevivência do sistema previdenciário e a saúde das contas públicas dependem diretamente da produtividade do trabalhador e da extensão da sua vida laboral. Aqui, o ESG encontra a macroeconomia.

Empresas que ignoram talentos acima dos 54 anos estão, na prática, acelerando o desequilíbrio do Regime Geral de Previdência Social (RGPS). De outro lado, ao criar políticas de retenção e inclusão geracional, o setor privado atua como um agente de estabilidade, mantendo a arrecadação ativa e retardando a pressão por benefícios imediatos.

Em um mundo de inovação digital acelerada e inteligência artificial, a tecnologia não deve ser vista apenas como substituta do trabalho, mas como ferramenta para aumentar a produtividade de uma base de trabalhadores menor e mais madura. O investimento em educação corporativa e requalificação é o que garantirá que a massa salarial tributável cresça, mesmo com menos

O CAPITAL GLOBAL NÃO BUSCA APENAS ENERGIA LIMPA; ELE BUSCA SEGURANÇA JURÍDICA E ÉTICA DIGITAL

indivíduos no mercado.

Ademais, a redefinição das cadeias globais de suprimentos — o chamado *near-shoring* — oferece ao Brasil uma janela de oportunidade. Mas o capital global não busca apenas energia limpa; ele busca segurança jurídica e ética digital. Uma governança robusta é o que permitirá ao país posicionar-se como um porto seguro em meio à fragmentação geopolítica.

O lucro sustentável de amanhã depende da capacidade das lideranças atuais de entenderem que a empresa não é um organismo isolado, mas peça fundamental na engrenagem que sustenta o contrato social brasileiro.

O sucesso de iniciativas como o *Imagine Brasil*, da Fundação Dom Cabral, passa por essa compreensão sistêmica. O ESG é o manual de navegação para um país que precisa, urgentemente, conciliar o avanço tecnológico com a inclusão de sua população, que envelhece, e a responsabilidade com o equilíbrio fiscal, que nos permite olhar para o futuro. ©

Presente na sua empresa. Presente na sua vida.

O Sistema Fecomércio MG,
por meio do Sesc, Senac
e Sindicatos Empresariais,
acredita que a união
faz a força do comércio
de bens serviços e turismo.
E juntos, podemos transformar
a vida das pessoas
com mais educação, saúde,
cultura, lazer e ação social.
**Porque ser parceiro
é estar presente
em todos os momentos.**

Saiba mais:



sistemafecomerciomg.com.br



Fecomércio  MG

Sesc

Senac

Sindicatos
Empresariais

Sistema Comércio

A NOVA VOZ DO GOVERNO



Recém-empossada como secretária de Comunicação em Minas, Cássia Ximenes aposta em uma linguagem menos técnica e mais próxima da população



FOTO/CRISTIANO MACHADO/IMPRESA.MG

Cássia Ximenes: "A comunicação precisa ter agilidade e consistência, com mais proximidade com a realidade da população"

A jornalista e empresária Cássia Ximenes chega ao comando da comunicação do governo mineiro em um momento em que a disputa pela atenção do público se tornou tão relevante quanto a própria execução das políticas. Ex-secretária-adjunta da Secretaria de Estado de Comunicação Social (Secom), ela substituiu Bernardo Assis

Fonseca Santos, com a posse do governador Mateus Simões, em 22 de março. Ao optar pela gestão pública, a profissional se licenciou do cargo de CEO da tradicional imobiliária Ximenes, na Savassi, mas manteve a atuação como vice-presidente da Fecomércio-MG.

Cássia elenca três frentes prioritárias neste

momento de transição administrativa: reorganização de fluxos internos, alinhamento de discurso entre áreas e fortalecimento da presença institucional junto à população. “A comunicação precisa ter agilidade e consistência, com menos linguagem técnica e mais proximidade com a realidade da população. Isso exige definição clara de prioridades, orientação única de mensagem e mais integração entre as equipes”, afirma. Sua avaliação é de que o governo produz volume significativo de dados, mas enfrenta dificuldades em torná-los acessíveis. “Nosso foco é traduzir as ações do governo em informação útil, mostrando como elas impactam o dia a dia na saúde, na educação, na segurança e nos serviços.”

Isso não significa que o trabalho começa do zero. A secretária afirma ter encontrado uma estrutura já organizada, com equipe e canais consolidados. A nova gestão busca ampliar a integração entre assessorias de diferentes áreas do governo, tanto secretarias quanto empresas estatais e veículos públicos. Para isso, Cássia busca se aproximar de estruturas como a Rede Minas, a Rádio Inconfidência, a plataforma de streaming Minas-Play a Agência Minas, com o intuito de unificar a comunicação. “Queremos construir um alinhamento permanente, para que todas as pastas e órgãos comuniquem as informações com coerência”.

Já no plano de conteúdo, a Secom-MG passa a tratar a comunicação como instrumento de visibilidade para políticas públicas em curso. A secretária destaca dados divulgados pelo governo Romeu Zema, como a geração de mais de 1 milhão de empregos desde 2019 e a atração de R\$ 520 milhões em investimentos, com a chegada e expansão de empresas como Stellantis, Anglo American e Heineken. “Hoje, o governo está entregando muito, realizando ações em diversas áreas, e a comunicação tem o dever de garantir

que os mineiros saibam o que está sendo feito, o que já foi entregue e o que ainda pode ser realizado”, defende ela.

Formada pela PUC-Minas, Cássia Ximenes já foi colunista da Rádio 98 News e sabe como a relação com a imprensa é parte central da estratégia. “São os veículos de comunicação da capital e do interior que nos ajudam a chegar aos 853 municípios do estado. Por meio da Agência Minas, mantemos um canal direto e permanente com canais de rádio e TV, jornais e portais, justamente para esclarecer dúvidas, fornecer informações com agilidade e evitar ruídos ou interpretações equivocadas”, destaca.

O eixo ainda passa pelo enfrentamento à desinformação, especialmente no ambiente digital. A secretária afirma atuar tanto na correção de conteúdos quanto na prevenção, por meio da divulgação proativa de informações oficiais e do monitoramento de conteúdos falsos, com rapidez na correção. “Mas o nosso foco não é apenas reagir às fake news, e sim prevenir. E isso se dá com presença, clareza e consistência: informar bem, no tempo certo e nos canais certos.”

Cássia também ressalta o uso de dados e ferramentas digitais. “A inteligência artificial chega para aprimorar o trabalho da comunicação, dar mais agilidade aos processos, qualificar análises de comportamento do público, identificar demandas, acompanhar percepções e ajustar a comunicação em tempo real”, observa.

Quando questionada sobre a marca que pretende deixar em sua gestão à frente da Secom-MG, Cássia Ximenes rejeita a ideia de personalização da comunicação em torno de sua própria imagem. “Eu não penso em criar uma identidade pessoal. Meu objetivo é construir uma comunicação de fato mais acessível à população. Quero garantir que a informação chegue, seja entendida e se conecte com o cotidiano dos mineiros.” ©



WAGNER GOMES

Administrador de empresas

A CONTA CHEGOU — E O GOVERNO FINGE QUE É TROCO

Dois órgãos do próprio Estado brasileiro — Ipea e IFI — resolveram dizer em voz alta o que o governo tenta empurrar para debaixo do tapete: a política de gastos de Lula 3 não fecha a conta. E não é opinião “neoliberal”, é diagnóstico oficial. Enquanto a renda cresce e o bem-estar melhora desde 2023, a máquina pública se estrangula. Há menos dinheiro para o básico: estrada, passaporte, manutenção do Estado. Receita sobe com aumento de impostos. Mas a despesa sobe mais rápido.

A comparação histórica é cruel. Dilma elevou a dívida em 14 pontos e colheu o desastre de 2015. Lula caminha para 10 pontos de alta e algo próximo de 82% do PIB. A Fazenda diz que está tudo “sob controle” e que este governo tem muito a comemorar no plano econômico. O problema é que o discurso não paga juros — e eles custarão R\$ 1 trilhão este ano com Selic a 14,75%. O Ipea aponta dois motores da pressão: reajuste do salário mínimo acima da inflação, que puxa 70% dos benefícios previdenciários e já empurrou aposentadorias e pensões para além de R\$ 1 trilhão; e a volta da indexação de saúde e educação à receita, não mais à inflação.

Quando a arrecadação cresce, a despesa explode junto. Em dezembro, veio um superávit forte, que reduziu bastante o rombo. Fechamento do ano: entre R\$ 11 bi e R\$ 43 bi, dependendo do critério usado. Tradução crua da ópera fiscal: dezembro

RESULTADO: O
PAÍS PATINA E
GASTA MAIS
“COMBUSTÍVEL”

costuma ser o mês em que entra arrecadação atrasada, seguram despesas, e o balanço melhora. O efeito colateral é perverso: gasto público aquece a economia, pressiona inflação e obriga o Banco Central a manter juros altos. Resultado: o país patina e gasta mais “combustível”. Com despesas obrigatórias engolindo tudo, sobra cada vez menos dinheiro livre. Em 2014, 13,8% do gasto era discricionário. Agora, pouco mais de 8%.

A IFI do Senado é ainda mais dura: o arcabouço fiscal nasceu no papel em 2023 e, em 2024, já foi “ajeitado”: meta rebaixada, exceções empurradas, R\$ 170 bilhões fora do radar da regra. E ainda validaram trabalhar sempre no limite inferior da meta, não no centro. Regra existe, mas a gambiarra veio junto. Em resumo: dívida segue subindo, investimento público não cresce, e o governo comemora metas que ele mesmo flexibilizou. Pode chamar isso de criatividade fiscal, de visão social, de narrativa política. O nome técnico é outro: irresponsabilidade com prazo de validade. Porque, na economia, tudo vai bem — até a hora de cair no chão. ©



**Mater Dei Nova Lima:
referência em alta
complexidade,
robótica e oncologia.**



meu

+MaterDei

Baixe agora
o app Meu Mater Dei
ou acesse:
meu.materdei.com.br

+MaterDei
Nova Lima

AVANÇO DOS BIOCOMBUSTÍVEIS



Reeleitos, líderes da Siamig apostam em protagonismo de Minas na bioenergia



FOTOS / DIVULGAÇÃO

Mário Campos e Robert Lyra: criar ambiente para aumentar produção de biocombustíveis

A reeleição, por unanimidade, de Mário Campos à presidência da Associação da Indústria da Bioenergia e do Açúcar de Minas Gerais (Siamig Bioenergia) e de Robert Lyra ao comando do Conselho Deliberativo, para o triênio 2026-2029, vai além de um gesto de continuidade. Em um setor atravessado por transformações profundas, a escolha

indica a aposta em uma agenda já estruturada, agora com foco em expansão e protagonismo.

À frente da entidade desde 2014, Campos inicia o novo mandato sustentado por um trabalho que ajudou a impulsionar o setor no estado. “A gente tem um trabalho já longo, que possibilitou o setor a ter um excelente

momento aqui em Minas, a crescer no estado”, afirma. A partir dessa base, a nova gestão mira o fortalecimento do ambiente de negócios e a ampliação da produção.

Um dos principais eixos é o avanço dos biocombustíveis em Minas Gerais. “Nós temos o objetivo de criar aqui no estado um ambiente em que a gente consiga aumentar a produção dos biocombustíveis”, explica. Esse movimento envolve tanto o crescimento do etanol quanto a diversificação da matriz produtiva, com a entrada de novas soluções energéticas. “É um produto com grande potencial, que pode ser produzido a partir de resíduos que nós temos dentro da nossa produção”, diz, ao destacar o biometano como uma das apostas do setor.


Mais do que crescer, a estratégia busca reposicionar o estado no cenário nacional. “Nosso grande objetivo nesse próximo período é fazer com que realmente Minas Gerais tenha protagonismo nesta área do etanol”, afirma Campos. Para isso, será necessário articular o avanço produtivo com políticas públicas e criar condições de competitividade. “A gente tem o desafio de aliar esse crescimento com as políticas públicas e criar um ambiente de competitividade do produto aqui dentro de Minas”, completa.

Nesse contexto, iniciativas recentes tendem a ganhar ainda mais tração. A chamada lei do “combustível do futuro” abre espaço para o aumento da mistura de etanol na gasolina e incentiva frentes como o biometano e a captura de carbono. Outro pilar é o RenovaBio. “O fortalecimento desse programa

gera excelentes oportunidades para que a gente consiga melhorar cada vez mais a nossa pegada de carbono”, destaca. Soma-se a isso uma mudança de perspectiva regulatória, que passa a considerar todo o ciclo de vida das emissões. “É um ciclo de vida ampliado que a gente chama de berço ao túmulo”, explica.

Se a agenda é ambiciosa, a estratégia passa pela atuação conjunta do setor. É nesse ponto que a permanência de Robert Lyra no Conselho Deliberativo ganha relevância. “Ele é uma grande liderança, um grande empresário com história muito forte no setor e ajuda muito a fazer essa interação entre todos”, afirma Campos. Em um segmento marcado pela produção de commodities, essa integração facilita o diálogo e a construção de soluções compartilhadas. “A gente consegue sentar à mesa e pensar de forma coletiva os problemas setoriais”, diz.

A continuidade dessa governança, baseada na articulação e na busca por interesses comuns, é vista como um diferencial para o avanço das pautas estratégicas. “Esse é um dos grandes segredos que faz com que a gente consiga avançar nas diversas pautas estratégicas que nós temos no setor”, resume.

Diante de um cenário em que a transição energética ganha centralidade, a Siamig aposta na combinação entre experiência acumulada, alinhamento institucional e inovação para projetar Minas Gerais como protagonista em um setor que se reinventa sem perder suas raízes. 



EDUARDO FERNANDEZ SILVA

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

VOCÊ ME ABRE OS SEUS BRAÇOS, E A GENTE FAZ UM PAÍS!

Eleições chegando. Como sempre, sem propostas claras. Como melhorar as condições de vida da população se não há compromissos sobre o que farão os eleitos?

Caros eventuais leitores, escolham as alternativas corretas: os candidatos a) querem trabalhar para melhorar a vida dos eleitores; b) querem defender os interesses de quem financia suas campanhas; c) veem na política uma maneira rápida de ficarem muito ricos; d) seguem marqueteiros, sem qualquer compromisso com o que dizem e prometem; e) bajulam os donos nacionais e locais de seus partidos, maneira essencial de terem acesso ao dinheiro retirado do povo e chamado de “fundo eleitoral”. Vale escolher mais de uma alternativa...

O título desse artigo, retirado da letra de Marina Lima e seu irmão Antônio Cícero, dá

COMO MELHORAR AS
CONDIÇÕES DE VIDA DA
POPULAÇÃO SE NÃO HÁ
COMPROMISSOS DOS
ELEITOS?

uma dica sobre como se pode construir um país: braços abertos (e mentes também) para ouvir, propor, aceitar, divergir sem ofender e convergir cooperativamente; ousar, pensar, ajudar, analisar e não papagaiar em redes sociais, inventando “eventos instagramáveis” em busca de likes e monetização de seguidores. Por aí...

Nada disso, porém, acontece nas eleições brasileiras, dominadas pelos caciques partidários, que aprovam ou rejeitam possíveis candidatos não em razão de propostas claras, mas sim com vistas apenas ao potencial de votos. O objetivo não é fazer uma bancada grande para melhor dirigir o estado ou o país; a meta é aumentar os recursos do fundo partidário, que pode ser gasto sem qualquer controle, em benefício de quem? Novamente, leitor, escolha a alternativa que lhe parece correta: a) Em benefício da população; b) em benefício dos caciques partidários e seus asseclas.

Triste democracia que se transformou em demôniocracia!!!

Leitores: cuidado, muito cuidado ao decidir seu voto! Embora pouquíssimos, mas há pessoas que podem fazer um bom trabalho em prol da população! 🇧🇷

ÁLMA



PRONTO PARA MORAR

2 Suítes - 79 ou 87m²
1 Suíte Duplex - 59 ou 82m²
Área Privativa - 72 a 149m²

2 Vagas Livres
Lazer Completo
Fachada Aerada
R. Grão Mogol, 535



31. 3287 5566
31. 99730 5156
concreto.com.br

VISITE OS DECORADOS

CONCRETO

MOEDA DE TROCA



Maior plataforma de permuta multilateral da América Latina desembarca em São Paulo com a promessa de transformar produtos e serviços em poder de compra



FOTO/ DIVULGAÇÃO

—
Marcos Koenigan, Leonarto Bortoletto e Alexandre Guerra, sócios da franquia do Clube de Permuta em São Paulo

Permuta = dinheiro, grana, bufunfa. Este é o princípio do Clube de Permuta, empresa nascida em Belo Horizonte que se instala este mês na cidade de São Paulo, por meio de uma franquia liderada por três empresários, o mineiro Leonardo Bortoletto e os

brasilienses Alexandre Guerra e Marcos Koenigkan. O modelo de negócio consiste em uma elaborada rede de permuta multilateral, capaz de transformar produtos e serviços em créditos aceitos por toda a rede associada.

Na prática, o modelo transforma a capacidade produtiva das empresas em poder de compra dentro de uma rede estruturada. Uma agência de marketing, por exemplo, pode atender um hotel e, ao invés de receber em dinheiro, gerar créditos — os Pz\$ Permutz — com valor equivalente ao de mercado. Esses créditos passam a funcionar como uma verdadeira conta-corrente corporativa, permitindo que a agência utilize esse saldo para contratar, dentro da própria rede, serviços como uma consultoria jurídica, preservando caixa e mantendo a operação eficiente.

Desde sua criação, em 2012, o Clube de Permuta já movimentou cerca de R\$ 600 milhões em transações entre empresas associadas. Somente em 2025, esse volume supera R\$ 70 milhões — um salto relevante quando comparado a 2016, ano em que a plataforma registrava R\$ 18 milhões, pouco mais de 20% do patamar atual. Na época, a rede contava com cerca de 340 empresas; hoje, reúne mais de 2 mil participantes, que vão desde negócios locais até marcas de alcance nacional, como Bio Mundo, Fast Escova, Depyl Action, consolidando a força e a escalabilidade do modelo de permuta multilateral no Brasil.

Ao longo da década, o número de franquias foi de cinco para 22, distribuídas em cidades mineiras como Governador Valadares e Juiz de Fora e capitais como Brasília, Porto Alegre, Recife, Natal e Vitória, além de uma unidade internacional, em Lisboa.

“São Paulo sempre esteve no nosso radar, mas acreditamos muito em timing estratégico. Para funcionar bem, o negócio precisava construir uma base sólida de governança e atingir maior maturidade operacional,

atributos que só se consegue com o tempo”, diz Leonardo Bortoletto, cofundador do Clube de Permuta. Segundo ele, a decisão reflete a consolidação da operação em outras cidades paulistas, como Campinas, Ribeirão Preto, Franca e Jundiaí, e a leitura de que o ambiente econômico atual abre espaço para alternativas ao crédito tradicional. “As empresas estão mais pressionadas por eficiência e preservação de caixa”, observa.

Bortoletto reconhece, contudo, algumas resistências, dado que o mercado paulistano é mais orientado a transações financeiras tradicionais — embora também concentre empresas mais abertas à inovação. “O principal desafio não é a concorrência, é a mudança de mentalidade”, afirma. “O empresário precisa entender que adotar a permuta multilateral pode transformar capacidade ociosa e margem de custo em poder de compra, sem depender exclusivamente do caixa. Mas isso demanda adaptação cultural e entendimento do funcionamento da rede.”

Nos primeiros ciclos, a prioridade do Clube de Permuta nas rodas paulistanas é estruturar uma base sólida de empresas capazes de gerar liquidez. Na prática, isso significa trazer players que negociem e consumam dentro da própria plataforma, especialmente em setores como comunicação, construção civil, eventos, hotelaria, saúde, estética, educação e serviços corporativos. Como bom mineiro, Leonardo Bortoletto faz mistério a respeito de metas. “Trabalhamos com projeções agressivas de crescimento, pois São Paulo é um terreno fértil para escalar, com tíquete médio relevante e grande potencial B2B. Mas a consistência do modelo tem mais importância que a velocidade

de crescimento”, avalia.

Marcos Koenigkan tem uma visão mais arrojada. “Buscamos formar um ecossistema relevante e equilibrado entre setores. Naturalmente, isso se traduz na transação de algumas dezenas de milhões de reais já nos primeiros ciclos na cidade e uma base crescente de empresas paulistanas com perfil ativo e recorrente”, afirma. A projeção otimista vem de sua trajetória à frente do Grupo Mercado & Opinião, plataforma de relacionamento empresarial que reúne mais de 900 líderes, CEOs e fundadores de grandes corporações. “Essa curadoria influencia diretamente no sucesso do negócio em São Paulo, já que o Clube de Permuta depende da confiança e da reputação dos participantes. Estar conectado a empresários que lideram seus mercados acelera a adoção, reduz a fricção e equilibra oferta e demanda.”

Ex-CEO da rede de lanchonete Giraffas e franqueador de multimarcas, como a própria Giraffas e a Bio Mundo, Alexandre Guerra adiciona experiência em escala e expansão. Ele já detém a franquia do Clube de Permuta em Brasília. “A permuta multilateral é um modelo muito estruturado: ela insere novos clientes, de outros segmentos, para o negócio dos associados e multiplica o potencial de venda”, diz. Ele explica que o Clube de Permuta ajuda a escoar estoques ou serviços parados, transformando o que seria prejuízo em crédito para novas operações. “Tanto a franqueadora quanto os franqueados podem ser membros e se beneficiar das trocas, seja para expandir unidades, sem queimar o capital em caixa, ou para movimentar as relações de compra no varejo em períodos mais ociosos. Mas friso que é um sistema que pode ajudar todas as empresas,



EU TROCO, TU TROCAS, ELES TROCAM

Diferentes tipos de permuta empresarial

Permuta bilateral

- Apenas dois envolvidos
- Interesse mútuo
- Troca acontece em um só momento
- Mesmo valor em produtos

Permuta multilateral

- Mais empresas ou pessoas envolvidas
- Aceita interesses diferenciados
- Troca pode acontecer em vários momentos
- Produtos de valores diferentes, gerando o crédito da diferença

não só as franquias”, pondera.

O trio de executivos defende que a permuta multilateral tende a ganhar espaço como instrumento de gestão financeira. “Acredito que esse tipo de operação financeira deixe de ser alternativo e passe a ser ferramenta de gestão básica”, projeta Koenigkan. Ele também aposta na tecnologia para consolidar o negócio dentro da economia “real”, possibilitando mais previsibilidade às operações. “O Clube de Permuta oferece uma solução inovadora para um dos maiores desafios das empresas: crescer, investir e se estruturar sem pressionar o fluxo de caixa.”

Bortoletto compartilha essa visão. Para ele, a assimilação digital se dará por mecanismos como inteligência de dados para recomendação de negócios, automação de processos e análise de comportamento da rede de associados. “Há também uma conexão muito forte com o mercado financeiro, não no sentido de substituir bancos, mas de complementá-los. No fundo, estamos falando de uma nova matriz econômica, mais colaborativa e eficiente”, conclui. ¹⁰

O tempo cuida de tudo.

E, há 120 anos, tem Araujo pra tudo.



Dizem que o tempo cuida de tudo. A cada nova fase, ele libera novas habilidades, traz maturidade e ensina como um bom professor. Para cada tombo, o tempo tem um remédio. E, quando entendemos isso, aprendemos a cuidar melhor de nós, dos outros e do que importa. Porque o tempo de cuidar e o tempo de ser cuidado é todo dia.



**COMPRE NA LOJA, PELO
APP, SITE OU DROGATEL**



(31) 3270 5000
Belo Horizonte e RMBH

0300 313 1010
Demais regiões

ELO ENTRE O CAPITAL E A SEGURANÇA



Solutions Seguros completa 25 anos e reafirma papel estratégico no desenvolvimento do país



FOTO / FÁBIO ORTOLAN

—
**Sérgio Frade, sócio-fundador da Solutions
Gestão de Seguros**

No dinâmico cenário da gestão de riscos, a solidez de uma companhia não é medida apenas pelo número de apólices que emite, mas pela continuidade de negócios e projetos que sustentam a economia. Ao completar 25 anos de atuação ininterrupta no dia 16 de abril, a Solutions Gestão de Seguros consolida sua trajetória como um dos players altamente especializados no setor, atuando como elo estratégico entre o capital e a segurança necessária para o crescimento nacional.

Fundada em 2001 pelo executivo Sérgio Frade, profissional com quatro décadas de expertise na área, a Solutions nasceu para preencher uma lacuna: a necessidade de consultoria técnica independente que tratasse a proteção patrimonial não como despesa, mas como ferramenta de governança e desenvolvimento. Em um contexto global marcado por incertezas e crises recorrentes, a corretora destaca-se por sua maturidade e experiência em gerenciar riscos cada vez mais intensos e volumosos. “Nosso foco é oferecer proteção contra imprevistos para que empreendimentos possam avançar e devolver valor à sociedade”, afirma Frade.

O portfólio de cases é uma cronologia de suporte ao desenvolvimento do país: desde a reestruturação do programa de riscos da Acesita (atual Aperam), que incluiu um inédito

road-show no Lloyd's de Londres, à assessoria na internacionalização da Magnesita, ao primeiro programa de seguros de transporte da ArcelorMittal, à estruturação do seguro da nova sede da Localiza, aos novos campi da Fundação Dom Cabral (FDC) até à expansão da Forno de Minas e da Vallourec.


Mais recentemente, a Solutions viabilizou o seguro de plantas da multinacional francesa NetZero, um desafio de sustentabilidade que exigiu articulações diretas com o mercado suíço para garantir um investimento de vanguarda no Brasil. Para a corretora, o indicador mais relevante da atividade é o que ela devolve ao mundo quando o imprevisto acontece. O sócio-fundador da empresa destaca que a indústria de seguros encerrou 2025 registrando R\$ 548,4 bilhões em indenizações e benefícios (alta de 8,8%, segundo a CNseg). Na Solutions, esse compromisso traduziu-se, nos últimos três anos, no gerenciamento de mais de R\$ 40 milhões que retornaram diretamente aos seus segurados sob forma de indenizações. "O seguro é um indutor de desenvolvimento social. Ele viabiliza pontes, estradas, novas fábricas, concessões e garante financiamentos que, sem a transferência do risco, jamais sairiam do papel", exemplifica.

Os 25 anos da companhia coincidem com um momento histórico: a implementação da Lei nº 15.040/2024, Novo Marco Legal dos Seguros. Para Frade, que também ocupa cargos de liderança na Associação Comercial e Empresarial de Minas (ACMinas) e no Instituto Brasileiro de Executivos de Finanças (Ibef-MG), a nova legislação traz a transparência e a segurança

O SEGURO É UM INDUTOR DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL. ELE GARANTE FINANCIAMENTOS QUE, SEM A TRANSFERÊNCIA DO RISCO, JAMAIS SAIRIAM DO PAPEL

jurídica que ele sempre defendeu em sua atuação "extra-muros".

Além do cenário regulatório, a corretora está na vanguarda do enfrentamento aos riscos climáticos e cibernéticos, investindo em gerenciamento preventivo para mitigar os impactos de eventos extremos na vida das pessoas e na saúde financeira das empresas.

Com sede em Belo Horizonte e atuação consolidada nacionalmente, a Solutions inicia seu próximo ciclo mantendo a independência societária e o foco no rigor técnico. Embora tenha registrado um crescimento acima de dois dígitos nos últimos três anos, a empresa enxerga os números apenas como consequência de sua eficiência em proteger. "O futuro exigirá corretores com ainda mais responsabilidade consultiva e conhecimento profundo para lidar com o enfrentamento gerenciado de riscos. Estamos preparados", conclui. 

**MÁRIO CAMPOS**

Presidente SIAMIG Bioenergia e
Bioenergia Brasil

ETANOL: UMA ESCOLHA ESTRATÉGICA QUE O BRASIL NÃO PODE RELATIVIZAR

O etanol voltou ao centro do debate em meio à guerra, à tensão geopolítica e à volatilidade do petróleo. Mas tratá-lo apenas como alternativa conjuntural é um erro. No Brasil, ele é um ativo. Mais do que substituir a gasolina em momentos de crise, o combustível ajuda a reduzir de forma estrutural a dependência externa do país e reforça a segurança energética nacional. Sem ele, o Brasil poderia precisar importar entre 50% e 60% da gasolina consumida.

Essa vantagem não surgiu por acaso. Ela é resultado de uma trajetória de políticas públicas iniciada com o Proálcool, nos anos 1970, e fortalecida por instrumentos mais recentes, como Renova-Bio, Mover e Combustível do Futuro. A expansão da mistura obrigatória de etanol na gasolina e o avanço da frota flex consolidaram um modelo raro no mundo: milhões de consumidores podem escolher, na prática, entre combustível fóssil e renovável a cada abastecimento.

Ainda assim, o potencial do etanol segue subutilizado. Embora mais de 85% da frota leve seja flex, apenas cerca de 30% dos veículos usam etanol hidratado no dia a dia. Isso mostra que o país construiu uma solução robusta, mas ainda não a explora plenamente.

Seu papel, porém, vai além da segurança energética. O etanol também é peça central da

O BRASIL JÁ DISPÕE DE UMA SOLUÇÃO PRONTA, NACIONAL E ESCALÁVEL

descarbonização. Em comparação com a gasolina, pode reduzir em até 90% as emissões de gases de efeito estufa. Além disso, a cadeia produtiva dos biocombustíveis abre espaço para novas frentes, como combustível marítimo, SAF (combustível de aviação), biometano e hidrogênio de baixa emissão, ampliando o protagonismo brasileiro na transição energética.

Enquanto muitos países ainda buscam caminhos para descarbonizar o transporte, e agora se preocupam com o fornecimento de combustível tradicional, o Brasil já dispõe de uma solução pronta, nacional e escalável. Todo o setor produtor de etanol e açúcar gera cerca de 2,5 milhões de empregos diretos e indiretos no Brasil, interioriza renda e reduz vulnerabilidades econômicas, geopolíticas e ambientais. O desafio agora não é inventar uma nova alternativa, mas assumir de vez o que o país já construiu: o etanol como eixo central de sua estratégia energética. [®]



ALFAIATARIA
SOB MEDIDA

KLUS

www.klus.com.br

@klus_alfaiataria

FRANQUEAR



LUCIEN NEWTON

FRANCHISING 4.0: EVOLUIR DEIXOU DE SER TENDÊNCIA, TORNOU-SE SOBREVIVÊNCIA

Em 2020, o conceito de Franchising 4.0 ainda soava como provocação. Falávamos sobre inteligência artificial, dados integrados e governança orientada por métricas como um futuro distante. Hoje, essa realidade deixou de ser tendência e passou a ser condição de sobrevivência.

Após a convenção da International Franchise Association 2026, o cenário é claro: o franchising evoluiu de modelo de expansão para uma plataforma de inteligência. Redes deixaram de operar no improvisado e passaram a tomar decisões com base em dados, previsões e análise de desempenho em tempo real.

A inteligência artificial já não é diferencial, é infraestrutura. Precificação dinâmica, previsão de demanda e otimização de custos redefinem o *unit economics*. O franqueado deixa de reagir e passa a antecipar. Margem deixa de ser variável e se torna estratégia.

Ao mesmo tempo, cresce a importância da simplificação. Reduzir complexidade, eliminar excessos e focar em eficiência tornaram-se movimentos-chave. O

crescimento deixou de ser medido apenas por expansão e passou a ser avaliado pela qualidade do resultado: EBITDA, geração de caixa e previsibilidade.

A liderança também mudou. O franqueador precisa ser analítico, orientado por dados, sem perder a capacidade humana de desenvolver pessoas e cultura. A tecnologia não substitui relações, as aperfeiçoa.

No Brasil, o potencial é enorme, mas, o avanço depende de disciplina e maturidade na gestão. Franchising 4.0 não é sobre ferramentas, é sobre transformar dados em decisões inteligentes e sustentáveis.

O futuro já começou. E, no franchising, evoluir não é mais escolha. É direção obrigatória. ®

A IA JÁ NÃO É
DIFERENCIAL, É
INFRAESTRUTURA. O
FRANQUEADO DEIXA
DE REAGIR E PASSA A
ANTECIPAR

Design e Segurança

Uma tradição
desde **1936**.



Coleções exclusivas com a assinatura de grandes arquitetos e marcas globais como **BMW Designworks**, feitas para quem valoriza o melhor dos dois mundos.

TEMPO DE INOVAÇÃO



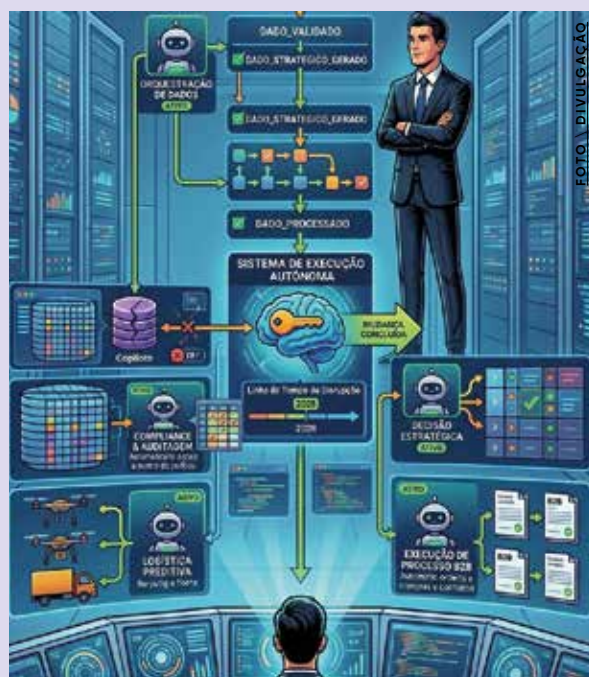
TÉO SCALIONI

MUDANÇA DE FOCO

Até 2028, a maioria das empresas abandonará a IA assistiva (copilotos) em favor de sistemas com autonomia delegada. Segundo o Gartner, o foco mudará de ferramentas que auxiliam tarefas para plataformas que garantem resultados. Humanos atuarão como “agentes administradores”, supervisionando fluxos inteligentes. Softwares que não redesenhem seus sistemas para essa execução agêntica podem enfrentar quedas de até 80% em suas margens, tornando-se irrelevantes na nova economia digital.

O MERCADO DAS STARTUPS MUDOU

O ecossistema de startups na América Latina vive um novo ciclo marcado por maturidade e disciplina. Após a correção de mercado, o financiamento reagiu, somando US\$ 9,3 bilhões entre 2025 e 2026. O foco mudou: investidores agora priorizam eficiência operacional e lucro real em vez de crescimento desenfreado. Com mais de 40 unicórnios, a região vê o domínio das fintechs (61% dos aportes) e o avanço da IA e SaaS. O Brasil e o México lideram, atraindo 78,5% do capital em um mercado mais seletivo.



E-COMMERCE B2B

O e-commerce B2B está revolucionando a indústria brasileira, democratizando o acesso a insumos estratégicos, como ímãs de neodímio. Antes restritos a grandes contratos, esses componentes agora chegam a pequenas empresas via plataformas digitais. A digitalização garante mais agilidade e transparência, cruciais para a automação. Segundo especialistas, o sucesso desse modelo exige, contudo, rigor técnico e logístico para evitar paradas na produção.



BENEFICIÁRIO DO INSS, ABRA SUA CONTA NO BANCO DOS 50+



MEUMERCANTIL.COM.BR

Vem pro banco de quem sabe viver os 50+, com produtos e serviços sob medida para aposentados e pensionistas do INSS. Quase 10 milhões de clientes já aproveitam todos os benefícios de ter um banco com o melhor crédito do Brasil e mais de 80 anos de solidez. Agora, só falta você: abra sua conta pelo WhatsApp, pelo App ou em uma de nossas mais de 300 agências.

BANCO
MERCANTIL

SUA EXPERIÊNCIA NOS INSPIRA



BODAS DE OURO



Grupo Sada completa 50 anos com ampliação da atuação para outros segmentos



FOTO: MILENE MARQUES

—
Vittorio Medioli: meta de vender 30 milhões de litros de biodiesel em 2027



FOTO \ DIVULGAÇÃO

Setor de transporte e logística é carro-chefe do grupo

Um dos maiores conglomerados empresariais do Brasil, o Grupo Sada completa 50 anos em 2026 com forte presença no setor de transporte e logística, responsável por movimentar 2,7 milhões de veículos só em 2025. O feito, através de 3,5 mil cegonheiras de sua frota e de terceiros, posiciona a marca como líder de mercado no segmento para a América Latina. Com mais de 30 empresas e nove mil funcionários, o grupo vislumbra explorar novos mercados além dos que já atua, que são: fundição, componentes automotivos, reflorestamento, comunicação, esporte, terceiro setor e concessionárias de automóveis de passeio e de carga.

Em breve, estenderá sua atuação para novos segmentos, como os de postos de combustíveis da marca Sada e a entrada na gestão de aeroportos inteligentes, devendo ser o de Betim o primeiro deles, focado, principalmente, no transporte de cargas nacionais e internacionais. E não para por aí, pois, planeja expandir a atual produção

de etanol de cana, além de introduzir o etanol através do milho e produzir biodiesel a partir de 2027. “Nós entramos no mercado de energias limpas em 2002. A partir daí, elaboramos um plano para sequestrar o carbono que jogamos na atmosfera com a queima de diesel da nossa frota de caminhões”, justifica o presidente do Grupo Sada, Vittorio Medioli.

Os projetos para tornar as operações sustentáveis tiveram início com o reflorestamento. Hoje, são 29.297 hectares nos municípios mineiros de Carbonita, Itamarandiba, Montes Claros, Bocaiúva e Taiobeiras; 9.128 hectares em Jussara, interior de Goiás, com mais 14.587 hectares de florestas plantadas. Até o ano passado, a Sada Reflorestamento sequestrou um total de três milhões de toneladas de CO². “Estamos, também, produzindo muita energia elétrica, um pouco de fotovoltaica, mas o grosso é com biomassa que sobra do trabalho com a cana. Nós temos, hoje, cerca



— No alto, carros sendo preparados para entrega. Acima, silvicultura (esq.) e plantio para produção de etanol (dir.)

de 100 mil megawatts produzidos por ano, com a meta de chegar a 600 mil até 2028”, comemora Vittorio Medioli.

Neste ano de seu cinquentenário, o Grupo Sada inaugurou, há dois meses, uma usina de reciclagem, a Igar (Igarapé Reciclagem), na Região Metropolitana de Belo Horizonte. Ela é, segundo Medioli, a maior recicladora integrada de veículos do Brasil, com capacidade de processamento de cerca de 300 mil veículos/ano, 500 carros/dia e geração de volume de 100 a 120 toneladas/hora de sucata geral, com estrutura

de descontaminação, desmonte e trituração. Também está capacitada para operar no processamento de sucata metálica para o segmento siderúrgico. “A ArcelorMittal é uma das nossas clientes”, exemplifica o presidente da Sada.

Além da reciclagem, a produção e distribuição de biocombustíveis também ganham força no grupo. Na última safra, foram produzidos 131 milhões de litros de etanol. “Não é que o etanol será queimado em nossos motores porque são a diesel, mas é uma compensação”, prevê o presidente do



FOTOS - DIVULGAÇÃO

Igar: maior recicladora integrada de veículos do Brasil

Grupo Sada.

Para expandir a produção de biocombustíveis, as empresas do grupo, Eber Bioenergia e Sada Bioenergia, vão transformar as duas plantas para a produção de etanol para frotas leves em usinas flex. Uma no Norte de Minas, em Jaíba, outra em Montes Claros de Goiás. “Vamos produzir tanto o etanol de cana como o etanol de milho. O grupo vislumbra algumas aquisições para aumentar a nossa representatividade no setor”, destaca a vice-presidente de Áreas Corporativas do Grupo Sada, Daniela Medioli.

O projeto de expansão da Eber, em Montes Claros de Goiás (GO), teve o início de suas obras no primeiro semestre de 2025. Além do combustível, a operação prevê a geração de coprodutos da produção de etanol de milho que são estratégicos para o setor de nutrição animal, os DDGS (Grãos Secos de Destilaria). A previsão de início das

operações é o segundo semestre de 2026. Em Jaíba, o projeto similar da Sada em bioenergia se encontra em fase de licenciamento.

“Em 2027, começaremos a produção própria de biodiesel porque vão entrar em funcionamento as nossas usinas de milho e o subproduto do milho é óleo, que servirá para a produção de biodiesel. Nós temos como meta vender 30 milhões de litros de biodiesel em 2027”, anuncia Medioli. “A nossa distribuidora de combustíveis ainda não usa marca, mas, daqui a pouco vai aparecer posto de combustível com a marca Sada. Nós, hoje, estamos presentes em 15 estados, distribuindo etanol ao varejo. Vendemos cerca de 30 milhões de litros por mês, cerca de um milhão de litros por dia”, contabiliza Vittorio Medioli.

Quanto à gestão de aeroportos, uma atividade que deve começar com a conclusão do aeroporto de Betim, Medioli antecipa o



FOTO: MILENE MARGUES

— Daniela Mediolli: “Gosto de empreender, de liderar pessoas”

foco: “Vamos atender a indústria aeronáutica e de movimentação de cargas. É um mercado que também está crescendo muito com as vendas pela internet. É para operar com agilidade e baixo custo”, justifica. O Grupo Sada também adquiriu empresas que fazem preparo de ambulância, Samu e outras adaptações. “Prestamos serviços a locadoras também da gestão de estoques imensos que elas têm”, pontua o presidente do grupo.

O setor de transportes e logística é o carro-chefe da Sada, sendo responsável por cerca de 50% das receitas do grupo. “Temos operações no Brasil inteiro, na Argentina, Uruguai e Chile também. Nós temos um capital humano muito bom e tecnologias capazes de sustentar o nosso crescimento. Boa parte dos sistemas operacionais nossos, são nativos. Não é produto de prateleira, nós tivemos que desenvolver”, orgulha-se Daniela Mediolli.

Além das bodas de ouro do Grupo Sada, a família Mediolli comemora, neste ano, os 30 anos do jornal O Tempo, que tem como presidente Marina Mediolli, outra das filhas de Vittorio Mediolli. O portal O Tempo é, segundo Daniela, líder de audiência em quatro anos consecutivos entre os principais sites de Minas Gerais. E está entre os 15 sites de notícias mais acessados no Brasil.

Começou com os impressos em 1989, lançados pela Editora Sempre, braço editorial do grupo, trazendo a marca O Tempo Betim. No final de 1996, lançou o jornal impresso O Tempo, com projeto de abrangência nacional e mergulhou em um modelo digital. “Nós não abandonamos o impresso porque entendemos como uma estratégia reputacional. Mas fortalecemos muito todos os nossos canais digitais.



— Marina Mediolli comanda O Tempo



FOTOS \ DIVULGAÇÃO

—
Sada Combustíveis: planos de postos com marca própria

Fizemos o estúdio, agora transferimos os principais programas para a webtv. Temos essa versatilidade, que é muito estimulante”, aponta Daniela Medioli.

Para além das atividades descritas, está no radar do Grupo Sada o agro. “A gente segue fazendo investimentos constantes em verticais que a gente acredita para o futuro, atreladas em pilares de sustentabilidade e responsabilidade pelo crescimento da indústria”, sinaliza Daniela Medioli. “Temos muito orgulho da trajetória que nos levou aos 50 anos. Um grupo familiar, que começou com um imigrante que veio desbravar essas terras mineiras. Uma empresa que nasceu pequena e que se tornou um dos maiores grupos econômicos do Brasil. Para o futuro, a gente espera não perder esse espírito de coragem, de perseverança, de

senso de responsabilidade”, conclui a filha do fundador e vice-presidente do grupo empresarial.

Aos 36 anos, Daniela é formada em ciências sociais e pós-graduada em gestão e finanças, pela Fundação Dom Cabral e está no grupo há 15 anos. “Muita gente diz que fui preparada, mas não. Um dos valores mais caros para o meu pai é a liberdade de escolha. Ele sempre nos deu muita liberdade para tomar decisões nas nossas vidas. Mas, é óbvio que o exemplo dele é muito forte”, relata. “Entrei por uma circunstância de saúde do meu pai, que precisou de um transplante de fígado, de senso de responsabilidade naquele momento, mas eu me encontrei, me realizei dentro do grupo. Gosto de empreender e liderar pessoas, gosto de destravar novos investimentos. Acabei me identificando muito”, confessa.



Pátio da Sada: 50% do setor de logística automotiva é concentrado no grupo, segundo Medioli

DA ITÁLIA A MINAS

Vittorio Medioli nasceu em Parma, na Itália, há 75 anos. Ele veio de uma família de empreendedores e veio para o Brasil em 1976 com uma missão. “Cheguei justamente para montar uma empresa de transporte e logística como a que existia na Itália, na qual eu estagiei e me preparei por uns sete anos. Me comprometi para um período de dois anos. Mas gostei muito daqui e acabei ficando”, narra.

“Vim em um momento em que a indústria mais complexa, de alta tecnologia, começou a chegar aqui em Minas, com a Fiat, e peguei essa onda, aportando minha experiência”, destaca. “Quando chegamos, o setor automotivo produzia cerca de 500 mil carros por ano. Agora, está produzindo mais de três milhões. Para atender às demandas das montadoras, o grupo cresceu comprando várias outras empresas e formamos um conglomerado. Hoje, cerca de 50% do setor de logística automotiva é concentrado no Grupo Sada”, segundo seu

fundador. “Atendemos 19 marcas, mas nós expandimos muito na parte industrial automotiva. Hoje, temos empresas em Sete Lagoas, Várzea da Palma, que produzem aço fundido e alumínio, fazem trabalhos mecânicos e usinagem em grande volume para o setor”, descreve.

Fora do meio empresarial, Medioli foi deputado federal pelo PSDB por quatro mandatos, entre 1991 e 2006. Em 2016, foi eleito prefeito de Betim e reeleito em 2020. Em março, filiou-se ao PL. “Eu me filiei para ser candidato a deputado estadual porque acho que posso contribuir muito com os municípios a ter mais um estímulo para que o Estado seja mais competitivo, mais justo. Nosso Estado está muito fraco. Se eu estiver na Assembleia, vou ajudar a ter uma Casa mais crítica, mais atuante, menos partidária e sem interesses pessoais. O Estado precisa de mais desenvolvimento, mais emprego, renda circulando, mais arrecadação e serviços públicos de melhor qualidade”, planeja.

★★★★★
**Teste &
Comprove**
Volks_Vale+

Novo Volkswagen Taos

A partir de R\$ **199.990**

+ Taxa Zero em 24x + Entrada



BRASIL

*Consulte condições comerciais

VOLKSWAGEN. PATROCINADORA OFICIAL DE
TODAS AS SELEÇÕES BRASILEIRAS DE FUTEBOL.

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.



**WILSON BRUMER**

Presidente do Instituto
Cultural Filarmônica

PARA VENCER A GUERRA DA ÉTICA

A minha geração perdeu esta batalha. Agora, cabe a nós ajudar a próxima geração a vencer a guerra.

Durante anos, acreditei que estávamos caminhando para um mundo em que ética deixaria de ser diferencial e passaria a ser pré-requisito.

Quando implementei códigos de ética e conduta nas empresas por onde passei, dizia com convicção: “Em breve, empresas não éticas não sobreviverão e políticos não éticos não serão eleitos.”

Parecia inevitável...mas não foi o que aconteceu.

Minha geração travou uma batalha relevante: criamos normas, fortalecemos a governança, demos visibilidade aos desvios. Houve avanços, mas não vencemos.

A ética ainda é relativizada.

Ainda se negocia o que deveria ser inegociável.

E talvez tenhamos errado aqui:

- Acreditamos que regras bastariam, sem transformação cultural real

- Toleramos o intolerável em prol de “resultados”

- Subestimamos a força dos velhos hábitos

Mas perder uma batalha não é perder a guerra.

Agora, o papel da minha geração precisa evoluir.

Mais do que protagonistas, precisamos ser formadores.

MINHA GERAÇÃO
TRAVOU UMA
BATALHA RELEVANTE.
HOUE AVANÇOS,
MAS NÃO VENCEMOS.
A ÉTICA AINDA É
RELATIVIZADA

A nova geração questiona mais, aceita menos incoerência e tem potencial para ir além, mesmo em um mundo mais complexo.

Cabe a nós:

- Dar exemplo, não apenas discurso

- Recompensar a integridade

- Ajudar a construir ambientes onde ética não seja opcional

A guerra da ética não será vencida apenas por regras.

Será vencida por comportamento e cultura.

Talvez nossa maior contribuição não seja a vitória que não alcançamos, mas aquela que ajudaremos as próximas gerações a conquistarem.

Que exemplo estamos deixando para quem vem depois?. ©

Marcelo
Melo
Tenista brasileiro



Grandes parcerias constroem grandes resultados

*Experiência, confiança e estratégia.
É assim nas quadras e nos investimentos.*



Investimentos de curto,
médio e longo prazo



Ideal para quem busca
rentabilizar o patrimônio



Liquidez diária
ou no vencimento

Ao seu lado em cada decisão,

com solidez e segurança.

Banco Bmg, a dupla certa para investir.



Acesse o app
e conquiste seus objetivos

Central de atendimento
0800 979 7201
Segunda à sexta, das 10h às 17h

Esta comunicação possui caráter estritamente jornalístico e não deve ser considerada como consultoria de investimentos financeiros e/ou jurídicos, oferta, recomendação, solicitação de oferta ou aconselhamento para compra ou venda de quaisquer produtos financeiros.

A CIDADE EM MOVIMENTO



Entre ruas, encontros e conexões: como o Out of Home acompanha a evolução de Belo Horizonte



Equipe da Eletromídia: Larissa Gomes, Karen Souza, Giovana Alcantara, Bernardo Krauss, Simone Scalabrini e Tatiana Gontijo

Belo Horizonte ocupa hoje um lugar central no mapa da comunicação no país. Com uma dinâmica urbana pulsante e um mercado anunciante cada vez mais sofisticado, a cidade se afirma como um território estratégico, onde marcas e pessoas se encontram de forma contínua ao longo do cotidiano. Nesse ambiente, o espaço urbano deixa de ser apenas cenário e passa a desempenhar um papel ativo na construção de presença e relevância.

É nesse contexto que o out of home (OOH)

ganha protagonismo. Ao reunir uma rede diversa de ativos – que vai do mobiliário urbano, como abrigos de ônibus e bancas, a painéis, telas em edifícios e circuitos digitais distribuídos pela cidade – o meio se consolida como uma plataforma de comunicação integrada ao ritmo urbano. Presente nos fluxos, nos deslocamentos e nos diferentes momentos do dia, o OOH traduz comportamento em contexto e transforma visibilidade em conexão. É nesse movimento que a Eletromídia se destaca como uma das protagonistas

na evolução do meio em Belo Horizonte.

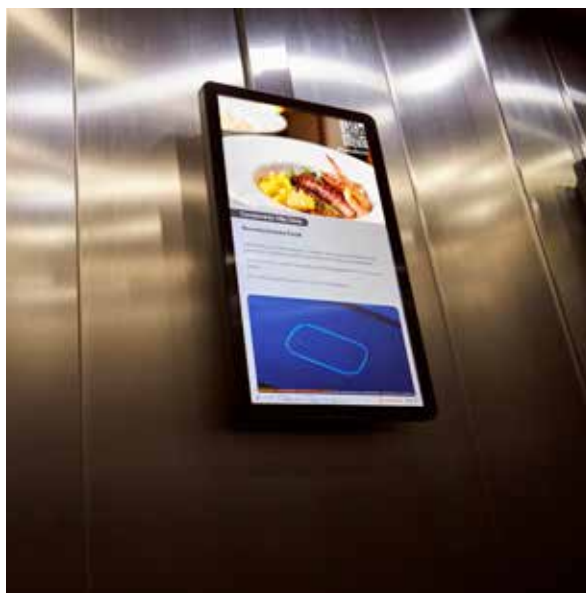
À frente desse movimento está Fernanda Federico, diretora comercial regional da companhia. A executiva, que chegou à companhia com a missão de aprofundar o olhar estratégico sobre o mercado local. “A cidade sempre foi um espaço de interação. O que estamos fazendo agora é transformar essa presença em inteligência – conectar marcas e pessoas de forma mais contextual e relevante”, afirma.

Ao lado de Fernanda está Giovana Alcantara, head de negócios regional, que acompanha de perto a dinâmica da praça e a evolução das demandas dos anunciantes. “Belo Horizonte tem uma característica muito própria, e isso se reflete diretamente na forma como as marcas se comunicam. Existe uma busca por presença qualificada, por consistência – e o OOH tem um papel importante nessa construção”, afirma.

Essa transformação não acontece no vazio. Belo Horizonte representa hoje um mercado publicitário relevante, sendo o terceiro estado do Brasil que mais recebe investimento em publicidade, atrás apenas do Rio de Janeiro e São Paulo, de acordo com dados do Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) de 2025. Vale ainda destacar que o OOH vem crescendo cada vez mais no cenário da publicidade no país, com 12% de share do investimento publicitário. O segmento cresceu aproximadamente 13% em relação a 2024, enquanto o mercado total cresceu 10%. “O OOH vem ganhando espaço de forma consistente. Ele deixou de ser complementar e passou a ocupar um papel estratégico dentro do mix de mídia”, diz Fernanda.

UM NOVO PAPEL PARA O OOH

A verdade é que essa mudança tem passado por uma revisão de premissas. O OOH que durante décadas foi associado ao outdoor tradicional ganha novos contornos. Mais do que suportes



— **Tecnologia e criatividade: mídia acompanha rotina das pessoas**



Bancas estão entre os espaços que reforçam a comunicação nas ruas

físicos, trata-se de uma rede integrada de ativos que acompanha o ritmo da cidade. “O out of home deixou de ser um formato e passou a ser uma solução. Não estamos falando apenas de telas, mas de presença, de contexto e de impacto real no cotidiano das pessoas”, afirma.

Os números ajudam a explicar essa mudança de patamar. Em Belo Horizonte, o OOH figura entre os principais investimentos em mídia, atrás apenas da televisão e à frente de canais como digital e rádio. É um indicativo claro de que o meio deixou de ocupar uma posição secundária e passou a ser estruturante nas estratégias das marcas.

Nesse cenário, a Eletromídia consolidou uma posição de liderança. Considerando a integração com a Urbana, a companhia detém cerca de 58% das faces publicitárias da cidade, o que corresponde a mais de 2.800 ativos distribuídos em Belo Horizonte. Mais do que escala, essa presença se traduz em inteligência de cobertura.

“Quando falamos de estratégia para o OOH, a capilaridade garante a nossa presença na jornada do público, mas a flexibilidade do portfólio também é importante para trazer resultados. Ao integrar diferentes produtos - como Blast, Hora Exclusiva, entre

outros - conseguimos desenhar soluções sob medida para as mais diversas estratégias de comunicação e desafios de negócio”, explica Fernanda. Hoje, essa rede reúne mais de 2.800 ativos distribuídos pela cidade, com forte presença nas ruas - incluindo abrigos de ônibus, bancas, edifícios comerciais e residenciais, ampliando o alcance da comunicação para diferentes momentos da jornada urbana.

Essa distribuição permite que o OOH opere como uma mídia de presença contínua. Ao longo de um mês, a Eletromídia é capaz de gerar mais de 170 milhões de impactos, alcançando aproximadamente 60% da população da região imediata de Belo Horizonte - ou seja, recorte territorial definido com base na rede urbana e nos fluxos cotidianos da população entre municípios próximos. “É uma mídia que acompanha a rotina das pessoas. Não depende de um momento específico - ela está presente no deslocamento, no cotidiano, na vida real”, diz.

TECNOLOGIA COMO LINGUAGEM URBANA

A tecnologia desempenha um papel decisivo nessa evolução. A digitalização do inventário amplia as possibilidades criativas, permite maior flexibilidade e abre espaço para estratégias mais dinâmicas. Esse movimento já está em curso na cidade e tende a se intensificar, com a expansão prevista de novos ativos digitais nos próximos ciclos. “A digitalização não é um fim em si. Ela é um meio para tornar a comunicação mais inteligente, mais adaptável e mais conectada com o contexto”, afirma Fernanda.

Ainda assim, a sofisticação do OOH não passa por uma lógica de substituição. O equilíbrio entre formatos digitais e estáticos permanece importante - uma percepção, aliás, compartilhada pelo próprio mercado, que reconhece que diferentes formatos cumprem papéis distintos e complementares dentro das estratégias de comunicação, a depender dos objetivos de cada campanha. “A evolução do

OOH está na integração de pilares: tecnologia para potencializar o meio, dados para orientar decisões mais inteligentes e criatividade para gerar conexão real com as pessoas. É essa combinação que transforma presença em relevância”, afirma.

Se a tecnologia amplia o repertório, é a criatividade que dá sentido à mensagem. OOH, por natureza, exige uma linguagem própria – direta, contextual e cada vez mais experiencial. Nos últimos anos, formatos especiais, ativações urbanas e projetos customizados vêm ganhando protagonismo. “A criatividade é o que transforma presença em engajamento. É ela que faz com que a mensagem não apenas seja vista, mas seja lembrada”, diz Fernanda.

Esse avanço também se reflete na forma como as soluções são construídas. A lógica de produtos padronizados dá lugar a estratégias mais personalizadas, desenhadas a partir dos objetivos de cada cliente. Hoje, o OOH é capaz de atender desde campanhas de construção de marca até ações voltadas à geração de fluxo e impacto localizado.

A FORÇA DO OLHAR LOCAL

Em Belo Horizonte, essa proximidade ganha uma camada adicional: o fator local. A operação da Eletromidia na cidade é conduzida por uma equipe que conhece o território, entende suas particularidades e constrói relações com o mercado. Esse diferencial é percebido pelos próprios anunciantes – a empresa registra índices elevados de avaliação em atendimento e reconhecimento como marca inovadora.

“Estar próximo do cliente faz toda a diferença. Não é só sobre oferecer inventário, mas sobre entender o contexto de cada negócio e construir soluções que façam sentido para aquela realidade”, diz Giovana. “Em Belo Horizonte, contamos com um time local, que conhece profundamente a cidade, suas dinâmicas



— **Abrigos de ônibus: comunicação integrada ao ritmo urbano**

e as necessidades dos clientes – e isso se traduz em estratégias assertivas e relevantes”, complementa.

Olhando adiante, a tendência é que o OOH se consolide cada vez mais como parte da infraestrutura urbana. Integrado à mobilidade, à tecnologia e aos serviços, o meio amplia seu papel na experiência da cidade. “A gente acredita que o futuro do OOH está nessa integração – ser parte da cidade, contribuir para o cotidiano das pessoas e, ao mesmo tempo, criar valor para as marcas”, afirma Giovana.

Em uma cidade como Belo Horizonte, onde a dinâmica urbana se traduz em movimento constante e conexões cotidianas, essa transformação encontra terreno fértil. A comunicação deixa de ocupar um lugar à parte e passa a se integrar à jornada – acompanhando fluxos, contextos e momentos de forma cada vez mais natural.

Nesse cenário, o OOH se consolida como uma linguagem própria da cidade contemporânea: presente, adaptável e alinhada ao ritmo das pessoas. Mais do que ampliar a visibilidade, trata-se de construir relevância ao longo do tempo, em um diálogo contínuo entre marcas e território. É nesse espaço – onde estratégia, presença e contexto se encontram – que se desenha o futuro da comunicação urbana. ⑥

A ESPERANÇA SEMPRE SE RENOVA



Mário Penna celebra 55 anos e promove 4º Jantar Beneficente com a banda Biquíni, na Arena Expominas


Com 55 anos de história, celebrados neste 2026, o Instituto Mário Penna promove, no dia 25 de junho, às 20h, na Arena Expominas, o 4º Jantar Beneficente, um dos principais eventos da instituição. A edição deste ano chega com o mote “A esperança sempre se renova”, em um convite para que a sociedade participe de uma noite marcada pela solidariedade, música e compromisso com a saúde pública.

A proposta também se conecta à programação da noite, que contará com apresentação da banda Biquíni, ícone do rock nacional que celebra 40 anos de carreira, além da cantora Gabi Martins, que leva ao palco a energia e a identidade mineira. A combinação de diferentes estilos reforça a proposta de uma experiência que une cultura, entretenimento e propósito. Mais do que um encontro social, o jantar representa um movimento coletivo em prol da vida.

—
Banda Biquíni será a atração do jantar beneficente

Hoje, a instituição vive um dos momentos mais importantes da sua história: a expansão da sua capacidade assistencial e o fortalecimento do atendimento ao SUS em Minas Gerais.

Ao longo da trajetória, o instituto tem se consolidado como referência no cuidado oncológico, com base na humanização, na excelência técnica e na renovação constante da esperança de milhares de pacientes atendidos pelo Sistema Único de Saúde (SUS). Em Belo Horizonte, o Hospital Luxemburgo está consolidado como unidade 100% SUS, ampliando o acesso e qualificando a assistência à população. No interior do estado, o instituto avança na implantação do Hospital Regional de Teófilo Otoni, ampliando o acesso à saúde para o Vale do Jequitinhonha e Mucuri. O atendimento oncológico também avança em Betim, fortalecendo a presença da Rede Mário Penna. Ao mesmo tempo, o Hospital Raja amplia a capacidade de alta complexidade e fortalece a sustentabilidade da instituição, permitindo que mais pacientes do SUS tenham acesso a tratamentos de excelência.

Empresas e parceiros interessados em participar podem entrar em contato com a equipe organizadora para conhecer as modalidades de patrocínio e aquisição de mesas, além das contrapartidas e benefícios de visibilidade institucional. Para mais informações, basta enviar um e-mail para eventos@mariopenna.org.br ou entrar em contato pelo telefone 3299-9310. 



Dia das mães



Aqui as
memórias se
transformam
em presentes

Personalizar um produto
é contar histórias.
É só você trazer a ideia,
que a Uai Graf dá vida.



Chame no
UaitsApp:



Veja mais:
@uaigraf

quadros . canecas . squeezes . azulejos . camisas . quebra-cabeças . toalhas . bags

ESTÉTICA ORIENTAL



Nova coleção da Manoel Bernardes se inspira no encontro poético do Japão e Jaipur, na Índia



FOTOS: DIVULGAÇÃO

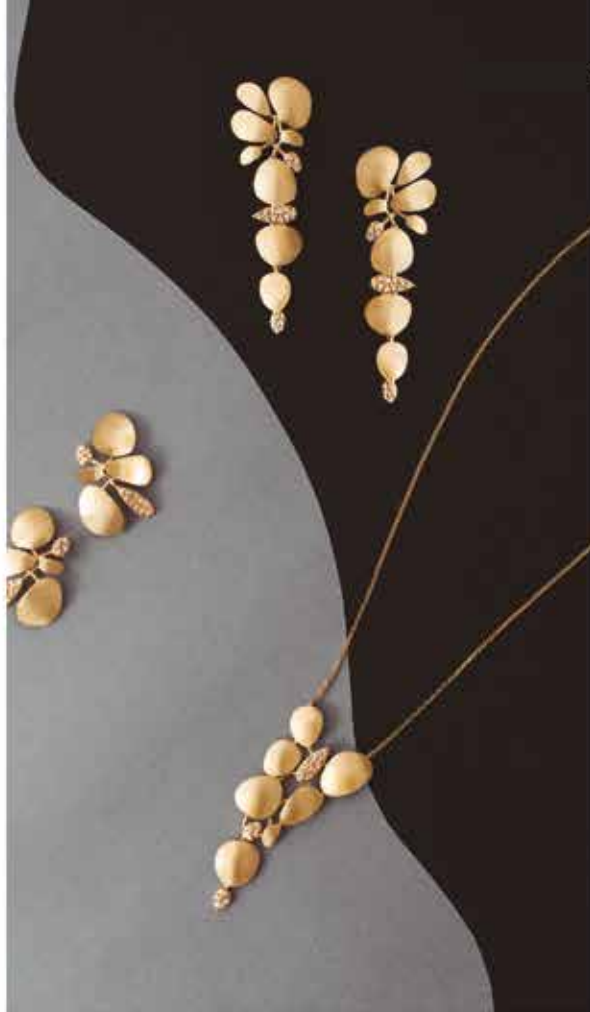
—
Coleção Além do Olhar: joias que vestem o corpo com cultura e significado

Distantes 6 mil quilômetros em uma linha reta, o Japão e Jaipur, na Índia, se encontraram na coleção Além do Olhar - Japão e Jaipur, lançada em março, pela joalheria Manoel Bernardes. “Cada joia é um fragmento poético de dois mundos que, quando se encontram, revelam algo de novo além do visível. Joias que contam histórias antigas com design contemporâneo, joias que vestem o corpo com cultura e significado”, pondera o diretor criativo da joalheria, Manoel Bernardes.

A indiana Jaipur e o Japão - com as ricas heranças artísticas nos palácios indianos e os templos japoneses - inspiraram a coleção Além do Olhar - Japão e Jaipur, que traduz a sensibilidade destes mundos em ouro, diamantes e gemas raras. O ouro expressa o esplendor do sol de Jaipur; igualmente brilha a delicadeza da luz da lua japonesa. Nesta coleção, as joias são pontes entre culturas, tempos e sentimentos e podem ser consideradas um gesto estético ao revelarem o espírito do tempo.

Termo que ficou popularmente conhecido pelo original alemão, o *zeitgeist* reflete as ideias, crenças, comportamentos, valores culturais e clima intelectual que predominam em uma época. O espírito do tempo molda a moda, política, arte e a mentalidade de uma geração.

País com iconografia marcante, a primeira fonte de inspiração para a coleção Além do Olhar - Japão e Jaipur, foi a sakura, a flor de



cerejeira típica do Japão, símbolo de efemeridade e renascimento. Manoel Bernardes cita, ainda, a linha Sumie e a caligrafia de desenho de bambus que inspirou peças em ouro, diamantes e pedras de bambu malino. A última linha de inspiração é a técnica japonesa Kintsugi, que repara peças quebradas por meio de filamentos de ouro, transformando-as em joias discretas em que a beleza está na imperfeição.

O silêncio, representado pelos jardins zen, e os templos do Japão; as pedras - objetos de simplicidade marcante - e a xilogravura A Grande Onda de Kanagawa, do século 19, completam o universo simbólico em torno da coleção. Ondas grandes, maremoto, o monte Fuji, o sol nascente: elementos que remetem à arte oriental que influenciou os europeus do impressionismo.

Na entrada do Rajastão - deserto e ao mesmo tempo a cidade dos marajás -, está a Cidade

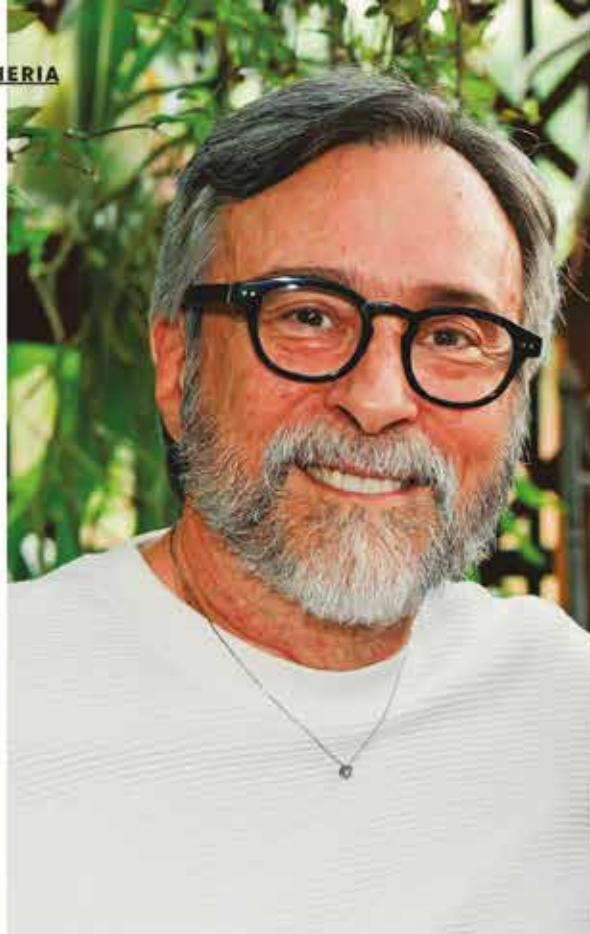
Rosa, Jaipur, polo da joalheria desde o século 18, com centros de importância mundial na lapidação e comércio de pedras preciosas. Cidade que abriga a Marharani, a mulher do marajá, inspiração da coleção Além do Olhar - Japão e Jaipur, celebrando o luxo das rainhas indianas, com pedras lapidadas em formatos pouco convencionais; joias imponentes e cheias de glamour.

Onde estão os Jardins de Jaipur, paisagismo que mistura a influência inglesa à exuberância da flora indiana. "Desenvolvemos a lapidação de uma flor única, facetada, lapidada à mão, exclusiva para essa coleção, bem marcada pela exuberância indiana, sobretudo das flores. A inspiração nesses jardins proporcionou peças com uma combinação de gemas brasileiras incríveis", avalia Manoel Bernardes.

A joalheria da Manoel Bernardes tem por



FOTOS: DIVULGAÇÃO



Manoel Bernardes: "Uma joia sempre tem que ter um sentido de existir"

essência representar a mineridade por meio das gemas coloridas. Bernardes é um apaixonado pelas pedras nacionais e afirma que é preciso "aprender a amar essas gemas únicas que só o Brasil produz." Por meio de brincos, pulseiras, anéis e outras peças Manoel Bernardes educa o público a cada nova coleção, ajudando o consumidor a entender o valor e a riqueza das gemas brasileiras.

A Manoel Bernardes foi uma das precursoras na valorização destas pedras, criando um design com identidade nacional, desvinculado dos cânones da joalheria europeia. O design sempre foi um diferencial e a solaridade um conceito essencial para a criação: combinação de cores das gemas brasileiras para criar um efeito inédito e único. Movimento, "porque as mulheres brasileiras gostam de peças que sejam móveis, que traduzem a sensualidade da

mulher brasileira", conta Manoel Bernardes. E exclusividade produzida por técnicas originais para trazer efeitos especiais na percepção dos produtos.

"Desenvolvemos uma identidade própria na joalheria para o Brasil. Nos inspiramos nos Modernistas brasileiros, tanto na escrita, na literatura, quanto no mobiliário e na arquitetura, para buscar um caminho para a joia brasileira. E isso a gente conseguiu através de uma combinação original de cores, lapidações originais e uma leveza no olhar", reflete Manoel Bernardes. Mais do que peças de adorno, as joias são símbolos; traduzem interesse afetivo ou ação emocional muitas vezes relevante na vida das pessoas. Uma joia não deve ser banal, não existe para ser banal. "Uma joia sempre tem que ter um sentido de existir", considera Manoel Bernardes. ©



Centro de
Referência do
Queijo Artesanal



**Queijo
e Cultura**
EVENTOS



Faça seu **evento corporativo** com a **Queijo e Cultura Eventos!**



(31) 98023-0363



eventos@queijoecultura.com.br



@queijoeculturaeventos



Rua Adriano Chaves e Matos, 100,
Olhos d'Água - Belo Horizonte-MG

VIVER GOURMET



MAFÊ LAGES
@mafe_lages

PACATO EM SEIS TEMPOS



FOTOS / MAFÊ LAGES

Esses dias fui almoçar no Pacato, do *chef* Caio Soter. Optei por experimentar o menu degustação que reúne seis tempos e custa R\$ 138, mais o valor do prato principal escolhido. O menu se chama Mundo Gerais e, de acordo com o restaurante, “a alma da cozinha mineira encontra a técnica e os ingredientes do mundo em uma leitura pessoal onde a tradição e o cosmopolita se abraçam para oferecer um novo horizonte aos sabores que o tempo guardou”. O primeiro tempo é simples, mas delicioso: pão de milho com pasta de alho negro. Em seguida, um trio de entradinhas, gostei muito da de porco curado e da de pele de galinha com rillete e jabuticaba. Um passo inusitado do menu é o vertical de jiló, que vem servido de diversas maneiras, é pra quem gosta mesmo! Na sequência, uma “ostra” de frango criativa e gostosa e um bolinho de galinhada sensacional. O prato principal

you choose from the menu à la carte, my option was one of the chef's specialties, the Socarrat de Pato (R\$ 162). It is served with a bottom-of-the-pan rice, it's crunchy and impressive. Another good option is the Arroz de costela (R\$ 118). The dessert is based on banana so I didn't have high expectations, but she surprised! To finish, a sign of care from Pacato: you take it home, a cheese from Miguel (canastra) to mature and, in three days, it's ready to be tasted! For drinks, there is a wine pairing for R\$ 180, but I didn't get to try. And Pacato has new items on the menu à la carte, like Surubim on the grill and Codorna roasted. It's in Rio de Janeiro, 2735, in the Lourdes neighborhood.

—
Siga as redes sociais!
@vivergourmet
@mafe_lages

DICAS EM BH



BALCÃO SAVASSI

O Balcão Savassi é a nova aposta de Diego Manfredini (que também está à frente da rede Porks e do Bebedouro), a casa busca unir referências da Itália e dos Estados Unidos à excelência dos ingredientes mineiros. Localizado na esquina da rua Fernandes Tourinho e avenida Cristóvão Colombo, o bar tem como foco sanduíches e aperitivos. Uma boa pedida é o sanduíche Sofia, de rosbife artesanal, creme trufado, queijo canastra e rúcula. O pastrami, servido no peso, também é ótimo.



EMPÓRIO PARAÍSO

O Empório Paraíso foi um lugar que fui pela primeira vez este ano (e desde então já voltei para repetir). Lá tem várias tábuas deliciosas de queijos e frios. As Bruschettas variadas são boas, mas uma entrada que se destaca é a Maçã de Peito! Além disso, a decoração da casa é linda e super charmosa. O Empório Paraíso fica na rua Mininisto Orozimbo Nonato, 215, Vila da Serra.



CAIS

Localizado na esquina mais emblemática da cidade, o Cais vem agradando quem para na portinha da rua Divinópolis. Música boa tocando e comida gostosa sendo servida. Indico as Arepas de puba (R\$ 55,00), feitas com mandioca fermentada e servidas com requeijão da casa, pernil braseado e salada fresca de abacaxi com hortelã. Para beber, nada melhor que uma cervejinha ou um chope. !

¡SOY LOCO POR TI, AMERICA!



Sotaques e sabores hispânicos reafirmam a essência latino-americana brasileira



FOTO: TAMAS BODILOY

Cómo te lhama? arrasta foliões no Carnaval ao som de estilos como reggaeton, salsa e cumbia

Nas Américas, o Brasil se isola dos hermanos vizinhos ao ser a única nação cujo idioma oficial é o português. Porém, de norte a sul, expressões regionais brazucas vêm ganhando a companhia cada vez mais intensa de sotaques hispânicos. Esse movimento não é mero acaso ou efeito direto do fenômeno do cantor porto-riquenho Bad Bunny, mas reflexo de um país que começa a se enxergar, finalmente, como parte indissociável da América Latina. Intelectuais como Gilberto Freyre e Darcy Ribeiro, ao longo do século 20, já

apontavam para essa conexão profunda. Enquanto Freyre destacava nossa herança colonial ibérica, Ribeiro nos definia como um “povo novo”, uma versão mestiça e potente dessa latinidade.

Belo Horizonte não foge a essa tendência e, a exemplo de outras grandes cidades, vive o vibrante fenômeno da “latinização” na cultura, na gastronomia, no mercado de trabalho e no intercâmbio entre universidades. Essa identidade, longe de ser algo homogêneo, é uma construção viva que mistura influências indígenas e europeias

A melhor
Casa de Carnes de BH
está no Buritis


Carnes Especiais Mezenga
é a boutique empório
mais completa de BH



Grande variedade de carnes nobres
das melhores marcas, kits churrasco,
defumados, queijos, peixes,
frutos do mar e bebidas.

Aberta todos os dias,
a partir das 7h

Av. Aggeu Pio Sobrinho, 322
Buritis - Belo Horizonte

 mezengacarnes

Pedidos e delivery:
(31) 97170-4113

**MEZENGA**
CARNES ESPECIAIS



FOTO / MAGÉ MONTEIRO / DIVULGAÇÃO

— **Augusto Franco e Gabriel Motta, da Casa Gabo: repertório gastronômico latino-americano**

— e, sobretudo e especificamente no caso brasileiro, africanas. “Estamos no centro geográfico da América do Sul, mas ainda tateamos no autorreconhecimento como latinos, principalmente pela barreira da língua”, reflete o jornalista e mestre-cervejeiro Augusto Franco, nome à frente da Casa Gabo, na Savassi, um dos muitos bares e restaurantes com acento hispânico da capital mineira.

Inaugurado em julho de 2025, o espaço homenageia o escritor colombiano Gabriel García Márquez, mas sem renunciar a essência latina brasileira. “Ingredientes como milho e mandioca, tão comuns em Minas, são elos fundamentais entre a tradição hispânica da América Latina”, exemplifica Franco, que morou por alguns anos no México e no Equador. Receitas conhecidos como purê de batatas e sobrecoxa de frango dialogam com itens essencialmente hispânicos, a exemplo das tortillas e do mole negro, molho à base de pimentas, sementes, especiarias e frutas.

A Casa Gabo também apresenta o clássico repertório gastronômico latino-americano. Dentre eles, os patacones caribenhos, também conhecidos como tostones, muito populares em países como Panamá, Equador, Cuba e República Dominicana: a iguaria consiste em discos de banana-da-terra verde fritos, prensados e recheados com condimentos mexicanos, como guacamole, pico

de gallo e salsa macha. Do Peru, vem o ceviche, com leite de tigre e ají amarillo, uma pimenta alaranjada; enquanto a Bolívia é representada pelas saltenhas, a versão frita e recheada de frango das empanadas argentinas. “Adaptamos a picância ao paladar mineiro, mas mantendo a essência em drinques autorais como o Picante de la Casa, à base de tequila e coentro.

Outro destaque desse intercâmbio cultural é a contratação de funcionários imigrantes. Um garçom venezuelano, por exemplo, apresentou aos mineiros o pan de jamón, pão natalino típico da Venezuela, recheado com presunto, uva-passa e abacaxi. “Para a Copa do Mundo, também estamos pensando em um cardápio focado na gastronomia dos países participantes da América Latina, incluindo o Brasil”, adianta Franco.

Na cena musical, a Orquestra Atípica de Lhamas personifica a chamada “cumbia brasileira”. O nome é um trocadilho com as orquestras típicas do mundo hispânico, como os gêneros argentinos tango e milonga, mas com uma linguagem própria que funde a cumbia colombiana a ritmos afro-brasileiros, como carimbó e maracatu. Carlos Jáuregui, o “Carlos Bolívia”, fundador da banda e nascido em La Paz, explica que os músicos têm origem brasileira e hispânica, de países como Chile, Argentina e Peru. “Essa diversidade de origem é essencial para criar a sonoridade híbrida que buscamos”, afirma Jáuregui, ressaltando o uso de instrumentos como a alfaia do maracatu e a guitarra baiana.

A trajetória da Orquestra inclui shows em festivais, teatros e o bloco de carnaval *Cómo Te Llamo?*, que arrasta milhares de pessoas no Horto Florestal ao som de estilos como reggaeton, salsa, carimbó, afoxé, maracatu e, claro, cumbia. Além do impacto das músicas autorais, clássicos como “Caríñito” condensam o amor pelo gênero. “As referências passam


O melhor da gastronomia de Macacos

Bar e Restaurante do Gerson

Quem conhece, sempre volta!

Comida mineira de
terça a domingo
das 11h às 16h

Alameda dos Jatobás, 650
Parque Jardim Amanda,
Macacos - MG

 [restaurantedogerson](https://www.instagram.com/restaurantedogerson)

Pedidos ou reservas:

(31) 3547-7266

(31) 99678-5915





Habana Vieja: música tradicional cubana encontrou terreno fértil para se integrar em BH

pelas grandes orquestras internacionais, mas encontram um norte fundamental na música amazônica brasileira, que já havia ‘deglutido’ a cumbia anteriormente. O sucesso em bares da cidade confirma que o público belo-horizontino não apenas aceita, mas se identifica profundamente com essa pulsação latina miscigenada”, afirma Carlos Bolívia.

Outro pilar dessa sonoridade é o grupo Habana Vieja, fundado em 2017 para resgatar a música tradicional cubana. Idealizado pelo músico chileno Camilo Bernales, o projeto foca nos ritmos son cubano, rumba, bolero, guajira e changüí, utilizando instrumentos acústicos como o tres cubano, um tipo de guitarra, e o baixo acústico para criar uma atmosfera rústica e autêntica. Bernales, pesquisador da cultura popular, realiza um trabalho de formação com os músicos, majoritariamente brasileiros e chilenos, para interpretar clássicos de grupos como o Buena Vista Social Club. “Minas Gerais apresenta paralelos culturais importantes com esse universo, especialmente na valorização das tradições, da música de raiz e das expressões populares. Por isso, a proposta foi muito bem recebida em Belo Horizonte, onde a música tradicional cubana encontrou um terreno fértil para dialogar e se integrar, justamente pelas semelhanças culturais entre os dois contextos”, destaca.

O Habana Vieja tem ocupado espaços de

referência como as casas noturnas Paco Pigalle, no Prado, e A Autêntica, no Santa Efigênia; e os bares La Bocaderia Central, no centro, e Juramento 202, no Pompéia. Além disso, integra movimentos como Sapucaí Latina e Salsa da Estação. “Um marco na nossa história foi a apresentação na Virada Cultural de 2019. Ainda estávamos dando os primeiros passos, e aquele show representou uma conquista muito significativa, de reconhecimento ao nosso trabalho e incentivo para continuar a fortalecer espaços para a cultura latina dentro da cidade”, recorda Bernales.

O Instituto Cervantes, na Savassi, também promove a difusão das culturas hispânicas por meio de eventos educativos e artísticos. Entre eles, está a programação do Cineclubes Comum, com sessões dedicadas a cineastas hispânicos, em espaços como o Cine Humberto Mauro, no Palácio das Artes, e o Cine Santa Tereza. Paralelamente, o projeto Sábados Culturais oferece encontros gratuitos e semanais na sede da instituição. Em 2026, o ciclo tem como tema “La Cuba que va conmigo”, sob a condução de professor cubano Boris Tejeda Suñol, especialista em cultura hispano-americana, e com a participação convidados como Alicia Alonso, referência mundial do balé e criadora da Escola Cubana de Ballet; e Humberto Solás, cineasta responsável por obras centrais da cinematografia cubana. ©

PREMIUM
WINES

PEQUENOS PRODUTORES,
GRANDES VINHOS



LOBO DE VASCONCELLOS, vinhos com o sentido do lugar

Em seu projeto, o enólogo Manuel Lobo de Vasconcellos produz vinhos que refletem a tradição e o terroir



*Manuel Lobo
de Vasconcellos
produz vinhos no
Alentejo e no Douro*

Beba com responsabilidade

SAÚDE E LONGEVIDADE



Kur inaugura espaço em complexo médico inovador em Florianópolis, estimulando a medicina preventiva estruturada



FOTOS / DIVULGAÇÃO

Linha completa de cosméticos e suplementos Kur My Home Spa está disponível no espaço, em Florianópolis

Depois chegar a São Paulo, com a inauguração da unidade parcial Kur Wellness, o Kurotel – Centro Médico de Longevidade & Spa abre espaço voltado à inovação na área da saúde, em Florianópolis (SC), junto ao MED-401, um dos mais inovadores complexos de saúde do Sul do Brasil. Inaugurado no dia 25 de março, o Kur chega a Santa Catarina com a proposta de estar mais próximo de seus clientes do estado, estimulando a medicina preventiva estruturada, que há décadas antecipa tendências hoje consolidadas no mercado global de saúde. O local

também contará com serviços e startups dedicadas a pensar em prevenção, bem-estar e longevidade.

Localizado em um dos principais eixos de crescimento da capital catarinense, o MED-401 também nasce com o propósito de integrar especialidades médicas, inovação tecnológica e uma abordagem colaborativa do cuidado, valores que dialogam diretamente com a filosofia do Kurotel. Para o empresário Moacir Marafon, um dos idealizadores do MED-401, a chegada do Kur reforça a proposta do complexo. “Que alegria



Mariela Silveira: inovação na área de saúde



Luís Carlos Silveira: longevidade com qualidade de vida

receber este grupo de profissionais apaixonados pelo cuidado com a saúde e a longevidade com qualidade de vida no MED-401, que nasce com o propósito de ser um espaço inovador, colaborativo e humano”.

No espaço Kur Florianópolis será possível agendar consultas médicas com os profissionais da equipe multidisciplinar do Kurotel. A linha completa de produtos cosméticos e suplementos Kur My Home Spa está disponível na loja do local. “Estamos muito felizes em ter um espaço dentro de um hub concebido para pensar inovação na área da saúde, algo que está no nosso DNA desde que o meu pai criou o Método Kur”, destaca Mariela Silveira, médica e diretora técnica do Kurotel. “Ficamos sabendo desse hospital moderníssimo e acoplado a um hub de saúde, pensamos ‘é lá que nós temos que estar’. Estamos trazendo nossos profissionais para oferecer palestras e a nossa experiência, especialmente no campo da longevidade. Quando eu me refiro a longevidade, me refiro com qualidade de vida”, afirmou Luís Carlos Silveira, o fundador do Kurotel, na inauguração do espaço.

O que hoje é considerado tendência global na economia do bem-estar, setor avaliado em US\$ 6,8 trilhões segundo o Global Wellness Institute,

é prática consolidada no Kurotel há mais de 40 anos. Muito antes de existir os termos “medicina de estilo de vida” ou “longevidade ativa” popularizados, o médico Luís Carlos Silveira, reconhecido como o pai da medicina preventiva no Brasil, já estruturava um modelo integrado de cuidado. Assim nasceu o Método Kur, baseado em cinco pilares fundamentais: água, movimento, alimento, relaxamento e equilíbrio.

O Kurotel – Centro Contemporâneo de Saúde e Bem-Estar – se firmou como referência nacional e internacional, e ganhou vários prêmios que dão aval ao seu trabalho desenvolvido desde 1982, em Gramado, no Rio Grande do Sul. Fundado pelo casal Luís Carlos e Neusa Silveira, o local se transformou em um dos mais renomados endereços do mundo para quem busca saúde, qualidade de vida, longevidade e bem-estar. Hoje atua com a primeira e segunda geração lado a lado, sempre trazendo novidades em tratamentos. Atende aos diferentes objetivos dos clientes - emagrecimento, relax, detox, melhora da imunidade, fortalecimento pós-Covid, etc. O novo empreendimento está localizado na Rodovia José Carlos Daux, 3780, bairro Saco Grande, em Florianópolis (SC), e funcionará das 10h às 18h, de segunda a sexta-feira. ©

PERSPECTIVA

PSI



CIBELE RUAS

Psicanalista
cibele.ruas@gmail.com

DEPRESSÃO INVOLUTIVA

Atualmente, a idade avançada tomou novos ares – vive-se mais e melhor que outrora. Os idosos, com o tempo, aprenderam que manter a cabeça aberta às novidades, continuar ativos fisicamente e adotar cuidados especiais com a saúde podem resultar em uma vida revigorada, participativa e, sobretudo, boa de se viver. Há problemas a se evitar, entre eles a solidão, madrasta de muitos males, como o rancor e a amargura.

Nem todo mundo consegue participar dessa trajetória mais saudável e prazerosa. As histórias de vida são muito diferentes e nem todos têm recursos, tempo, ânimo e acesso às informações para cuidar bem de si.

A depressão é, talvez, a mais traiçoeira inimiga, espreitando sorridente ao longo da reta final da vida. Ela não faz parte do processo normal de envelhecimento mas, quando ataca sua vítima, costuma manifestar-se de modo peculiar. Fadiga, falta de memória, dores físicas e irritabilidade, seus sintomas mais comuns nessa etapa, podem facilmente ser confundidos com problemas físicos ou com processos demenciais. Sinais de alerta são tristeza persistente, insônia, desinteresse por tudo e por todos e retraimento social.

Por apresentar-se de forma diferente da depressão comum, a chamada depressão involutiva pode não ser devidamente notada e, por

O DIAGNÓSTICO E TRATAMENTO PRECOSES SÃO CRUCIAIS PARA EVITAR MAIOR DECLÍNIO

isso, não ser tratada como deveria. As queixas físicas costumam referir-se a dores sem causa médica aparente, exaustão, cefaleias mais frequentes do que o usual, problemas digestivos antes incomuns. As mudanças cognitivas se apresentam como dificuldade de concentração, esquecimentos e algum grau de confusão mental. No âmbito do humor e comportamento: tristeza persistente, ansiedade ou alheamento. São comuns a irritabilidade exacerbada, a inquietação e a agitação. Mudanças no apetite podem levar à perda de peso ou, ao contrário, ao ganho de peso.

Quando as pessoas próximas acordam para o problema, este pode estar já bem arraigado. A depressão é porta de entrada para muitos males que se seguem. Doenças cardiovasculares tendem a piorar em corpos inertes. O isolamento social aprofunda a melancolia. O diagnóstico e tratamento precoces são cruciais para evitar maior declínio na qualidade de vida – que também afeta a sobrevivência. Pessoas idosas merecem atenção, respeito e cuidados redobrados. ©



Uma mulher é assassinada **a cada 2 dias** em Minas Gerais.
 Fonte: Sejustp-MG

Não é amor. **Não** é sinal de força.
Não é atitude de homem.

Violência contra a mulher é crime!

Se você for vítima ou testemunha de alguma agressão, denuncie! Ligue 190 ou procure a delegacia mais próxima.

As deputadas e os deputados estaduais estão na luta pela vida das mulheres.

Ligue
190



Confira o trabalho dos **deputados estaduais.**
 almg.gov.br/
 semprevivas



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DE MINAS GERAIS

Poder e voz do cidadão



O FUTURO DO REJUVENESCIMENTO JÁ COMEÇOU



A medicina regenerativa muda o foco da estética e técnicas como o Seffiller chamam a atenção pela elegância nos resultados



FOTO \ JOSEHOUSE

Durante décadas, o envelhecimento foi tratado quase como um inimigo a ser disfarçado. Hoje, a medicina regenerativa propõe uma mudança de perspectiva: em vez de apenas suavizar marcas visíveis, o foco passa a ser o estímulo dos próprios mecanismos biológicos de reparo. A pele deixa de ser cenário e passa a ser protagonista de um processo ativo de renovação.

Dentro desse novo olhar, algumas técnicas têm se destacado por respeitar a individualidade e preservar a expressão, sem excessos. Entre elas, o Seffiller vem ganhando espaço justamente por entregar resultados sutis, mas consistentes. Resultados que não chamam atenção pela intervenção, mas pela harmonia.

O procedimento parte de um conceito simples e sofisticado ao mesmo tempo: utilizar a gordura do próprio paciente como aliada no rejuvenescimento. Após uma coleta cuidadosa, geralmente de regiões como abdômen ou culote, esse material é preparado e reaplicado em pontos estratégicos.

Em Belo Horizonte, a Clínica Tathya Taranto figura entre as pioneiras na incorporação dessa técnica. À frente do espaço, a dermatologista Tathya Taranto explica que o diferencial está justamente na abordagem biológica do tratamento. "Utilizamos a própria gordura do paciente para promover biorregeneração da pele, estimular colágeno e reposicionar volumes de forma

muito sutil. O objetivo não é transformar, mas restaurar com naturalidade e elegância", destaca.

O Seffiller é realizado em consultório, com anestesia local, e não exige afastamento das atividades do dia a dia. Aprovado pela Anvisa, é considerado seguro e confortável, o que contribui para sua crescente procura entre pacientes que buscam tratamentos eficazes, mas sem impacto na rotina.

Entre as suas principais indicações, estão o preenchimento sutil de olheiras, sulco nasogeniano (o chamado bigode chinês), linhas de marionete e contorno da mandíbula, além do efeito conhecido como "top model look". A técnica também pode ser aplicada na regeneração da pele do rosto, pescoço, colo e dorso das mãos, áreas que costumam evidenciar os sinais do tempo.

Ao incorporar o Seffiller ao seu portfólio, a Clínica Tathya Taranto reafirma uma busca contínua por tecnologias que dialogam com o que há de mais avançado na dermatologia mundial. Mais do que acompanhar tendências, trata-se de oferecer caminhos que respeitam a história de cada rosto e que valorizam resultados seguros e extremamente naturais.

Para quem deseja conhecer mais sobre essa abordagem, vale entrar em contato com a clínica e entender como a medicina regenerativa pode transformar a forma de cuidar da pele.

K-BEAUTY MAIS ACESSÍVEL EM MINAS



Drogaria Araujo incorpora às prateleiras seis marcas coreanas para cuidados com a pele e cabelo

Sensação nos segmentos de skincare e hair-care, os produtos coreanos chegam ao varejo mineiro com maior escala, deixando de ser restritos a importações e lojas especializadas. A Drogaria Araújo incorporou seis marcas às prateleiras, sendo quatro voltadas para cuidados capilares e duas para a pele.

Os produtos estão disponíveis em 50 lojas em Minas Gerais, além dos canais digitais da rede. A iniciativa acompanha a expansão global da K-beauty e o crescimento da demanda no Brasil por cosméticos desenvolvidos com tecnologia avançada. Em 2024, a Coreia do Sul exportou US\$ 10,2 bilhões em cosméticos, ocupando a terceira posição entre os maiores exportadores do mundo, atrás apenas de França e Estados Unidos. No Brasil, o interesse também avançou, com aumento expressivo nas buscas por itens como xampu e máscaras faciais de origem coreana.

O modelo de cuidados coreano prioriza etapas contínuas de tratamento, com foco na

hidratação, proteção solar e manutenção da barreira da pele. A proposta também se diferencia pela abordagem preventiva, voltada ao equilíbrio e à resistência da pele e do cabelo. Em vez de atuar apenas na correção de danos, os produtos apostam em formulações que buscam preservar a saúde dos fios e da pele ao longo do tempo.

Segundo a rede, a curadoria inclui ativos de alta performance e formulações desenvolvidas em um dos mercados mais exigentes da indústria cosmética. A seleção considera resultados, texturas e especificidades de cada tipo de cabelo e pele.

Além da oferta de produtos, as lojas contam com orientação especializada para auxiliar os consumidores na escolha mais adequada. A proposta é alinhar os itens às características individuais e à rotina de cuidados de cada cliente.

Os produtos já estão disponíveis em cidades como Belo Horizonte, Contagem, Juiz de Fora, Divinópolis, Varginha e Sete Lagoas, entre outros municípios atendidos pela rede no estado. [®]

—
Produtos estão disponíveis em 50 lojas



Diamantina

restaurante

*Um segredo mineiro, guardado pela família do fundador de Brasília.
A sobremesa favorita de JK, feita por sua mãe, Dona Julia. Hoje, no
restaurante Diamantina, o Pudim JK segue encantando gerações.
Um sabor que carrega história, afeto e um toque de mistério.
Quem prova, entende. E dificilmente esquece.*



CHEF ANTÔNIO TEIXEIRA

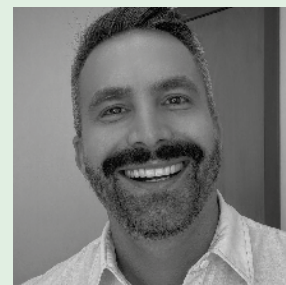


KUBITSCHEK
PLAZA
HOTEL

@kubitschekplaza 
+55(61) 3329 3333 

 plazabrasilia.com.br/kubitschek
 reservaskubitschek@plazabrasilia.com.br

VIVER FELICIDADE



SAMUEL GUIMARÃES

SONHO

Bonita como suas flores, Ju Domingos, fundadora da Molla (molla.flores) conta que decidiu abrir a floricultura ao perceber uma lacuna em Belo Horizonte. “Faltavam lojas que reunissem bom gosto e preço justo. Tudo o que se via era caro ou não era do meu gosto”, conta. A proposta nasceu justamente para atender a um público que deseja presentear e marcar momentos especiais com originalidade. “Mas tem um ponto crucial sobre flores e plantas: a qualidade do produto. Mais do que vender, buscamos criar vínculo e nos tornar referência afetiva para aniversários, almoços, celebrações e homenagens”.



FOTO \ DIVULGAÇÃO

QUER APRENDER SOBRE FLORES?

Não seja por isso. Em um espaço amplo, de 1.600 m², a Molla abriga uma sala de cursos, onde a proprietária e professores de várias partes do Brasil ensinam os caminhos da arte floral, tanto para iniciantes quanto para quem deseja aperfeiçoar técnicas. A empresária destaca um desafio crescente do mercado: a falta de floristas qualificados. Segundo ela, há poucos profissionais disponíveis, e muitos preferem atuar como freelancers em eventos. Para atrair talentos, o caminho é a valorização de quem escolhe o trabalho fixo, reconhecendo-os esses como verdadeiros artistas. “É a arte deles somada ao nosso padrão de qualidade”, resume

ONDE ESTÁ A FELICIDADE?

Felicidade são muitos momentos em nossas vidas. Mas um deles, especial, é saber que, por trás da beleza que encanta as pessoas, existe uma operação minuciosa e altamente cuidadosa no negócio. As flores são recebidas duas vezes por semana, de várias partes do país, com alta curadoria. Esse cuidado diário com flores e plantas me ensina muito sobre desafios e conquistas. Sabe a história de que “quem ama, cuida”? É isso que garante maior durabilidade e tanta beleza que vemos aqui”. Ju do céu, me contrata???

Jornalismo validado pelo povo mais desconfiado do Brasil.

O TEMPO
O QUE O MINEIRO CONFIA.

Acesse já:
otempo.com.br



**GILDA VAZ**

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

POR QUE A VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER?

A pergunta insiste: por que essa violência?

Volto ao século 19, pouco antes de Freud, quando Stuart Mill, filósofo britânico, publica *A sujeição das mulheres*. Àquela altura, algumas vozes femininas já se erguiam em direção à emancipação.

Mill considerava a subjugação de um sexo ao outro um entrave ao progresso humano - uma permanência da escravidão primitiva. Não apenas na esfera doméstica, mas também no cerceamento da educação feminina.

Antes da psicanálise, Mill reconhecia nas mulheres uma “sagacidade intuitiva” que, aliada ao saber, poderia lhes abrir um lugar decisivo na sociedade. Ele escreve que as mulheres não se prendem às regras quando estas falham, ao contrário dos homens, que nelas insistem mesmo quando conduzem ao fracasso.

Em 1837, muitas jovens sequer podiam pensar livremente: a ignorância lhes era imposta. Além disso, o domínio masculino nem sempre era imposto pela força: muitas mulheres o aceitavam voluntariamente.

Hoje, mais de um século depois, as

AINDA ASSIM, NO ENTANTO, RESTOS DESSA SUBMISSÃO PERSISTEM NO INCONSCIENTE CULTURAL

mulheres já não se submetem da mesma forma e muitos homens ainda não se deram conta de que eles não são seus donos. Ainda assim, no entanto, restos dessa submissão persistem no inconsciente cultural, manifestando-se, por exemplo, em papéis como o da esposa que abdica de si. Embora essa questão seja antiga, mudanças na organização dos lugares sociais são lentas. A própria vida, contudo, acaba por nos deslocar das posições em que nos acomodamos.

A psicanálise oferece outra perspectiva: não a dos costumes, mas a que aposta na abertura de um espaço nas relações entre homens e mulheres - um intervalo - onde algo novo possa emergir no campo das velhas repetições. ©



AS CONVERSAS QUE MOVEM O MERCADO NÃO PRECISAM FICAR RESTRITAS A UMA MESA.



No canal do Conexão Empresarial no YouTube, você acompanha ao vivo as palestras com os maiores líderes do país, e pode assistir quantas vezes quiser.

[Youtube.com/ConexaoEmpresarialViverBrasil](https://www.youtube.com/ConexaoEmpresarialViverBrasil)

O CARNAVAL QUE VIROU LEGADO



Destaque da Salgueiro por 17 anos, Maria Helena Cadar transforma acervo de fantasias em museu em BH



FOTO/MILENE MARQUES

Maria Helena Cadar: “Estava escrito que esse era meu caminho”

Desde a infância, o Carnaval faz parte da vida da empresária Maria Helena Salum Cadar. Fantasias feitas pela mãe para ela e a irmã, os bailes em clubes de BH com os pais e, depois, com o marido, o empresário Emir Cadar, só aumentaram o amor pela folia, sua segunda paixão. “A primeira coisa, que é mais importante na minha vida, é meu marido, meu filho e netos, sempre fomos muito unidos. A base da

estrutura da nossa família é a união”, afirma.

Em 1991, ela começou a desfilhar na avenida, mas foi apenas em 2004 que realizou um sonho. Durante um almoço, recebeu o convite de Maninho, então presidente do Salgueiro e também criador de cavalos Campolina, assim como Emir Cadar, para se tornar um dos destaques da escola de samba carioca. “Minha família sempre foi carnavalesca e eu ainda nasci em fevereiro, então

tava no sangue mesmo. Estava escrito que esse era meu caminho”, conta.

Foram 17 anos de brilho, luxo, alegria e várias premiações conquistadas com suas fantasias. Maria Helena só parou em 2021, quando sentiu medo devido à altura do carro alegórico. Foi aí que decidiu que era hora de deixar a avenida. Na despedida, recebeu homenagem e festa da diretoria e dos componentes do Salgueiro.

Parte dessa trajetória de luxo, cores e glamour foi trazida para Belo Horizonte quando ela e o marido decidiram montar um acervo com as 17 fantasias usadas ao longo dos anos. Elas foram instaladas em um grande galpão, transformado em museu, localizado no bairro de Lourdes. As visitas ao local são guiadas e exigem agendamento prévio.

“No primeiro ano que eu saí pela escola, depois que acabou o desfile das campeãs no sábado, meu estilista, o Belisário Cunha, disse que ia desmanchar a fantasia e entregar o material todo limpo e arrumado. O Emir falou: ‘O quê? Desmanchar, nunca. Vou levar tudo para Belo Horizonte’”.

A fantasia foi desmontada, cada peça numerada — especialmente o esplendor —, embalada e transportada de caminhão até a capital mineira, onde foi remontada pelo estilista e sua equipe. O mesmo processo foi feito com todas as demais, algumas com mais de quatro metros, que precisaram ser adaptadas para caber no espaço do museu.

Maria Helena exhibe suas fantasias com alegria e orgulho de sua trajetória carnavalesca, marcada por histórias, amizades e o prazer de desfilar. As peças exclusivas, confeccionadas sob medida, foram feitas com penas naturais de pavão e faisão, rabos de galo (permitidos à época), além de plumas, pérolas, miçangas, búzios, arames, ferro,

pompons e plástico. Há ainda detalhes banhados a ouro — como os afrescos das igrejas de Ouro Preto — e ricos bordados. Cada fantasia é acompanhada por adornos e acessórios como anéis, brincos, colares e sapatos.

A confecção, ao longo dos anos, ficou a cargo da equipe de Belisário Cunha, formada por bordadeiras, serralheiros, carpinteiros, ferreiros e aderecistas. O toque final, porém, era sempre dele, premiado por diversas criações usadas por Maria Helena. Belisário também realiza a manutenção do acervo uma vez por ano, quando vem a BH verificar o que precisa ser limpo ou restaurado.

O investimento nas fantasias é todo do destaque, mas não pode sair do desenho e do enredo propostos pela escola — regra que permanece até hoje. Os temas dos destaques eram os últimos a serem definidos, e a produção começava em outubro. Maria Helena sempre participou do planejamento de todas as suas roupas junto ao estilista.

“A roupa é tão mais bonita quando bem vestida, a fantasia tem de te representar. Eu visto uma fantasia porque, antes de tudo, eu tenho minha vida com minha família. Faço isso pelo meu prazer, pela minha alegria íntima, pessoal e me preservo muito de qualquer coisa”, afirma.

Na época, o tempo médio de confecção de cada fantasia era de quatro a cinco meses, e elas podiam pesar entre 20 e 30 quilos, exigindo preparo físico e emocional. “Sempre fiz musculação, sou uma pessoa ágil, o que me ajudou. No dia do desfile, eu não bebia nada, somente água. O carro é muito alto, balança, e é preciso estar consciente, atenta e equilibrada”, contou. Mesmo longe dos carros alegóricos, a emoção continua presente. “É como se ainda estivesse na avenida, e a gente torce para que tudo dê certo”, conclui Maria Helena Salum Cadar. ©

AS FANTASIAS



2004
Fantasia: Monstróleo



2005
Fantasia: Senhora da Fé



2006
Fantasia: Alga Marinha



2007
Fantasia: Nefertiti



2008
Fantasia: Colombina



2009
Fantasia: Evocação



2010
Fantasia: Conto de Fadas



2011
Fantasia: South American Way



2012
Fantasia: Visage da Noite



2013
Fantasia: Sagacidade



2014
Fantasia: Prosperidade



2015
Fantasia: Senhora Dona da Casa



2016
Fantasia: Néctar da Inspiração



2017
Fantasia: Colombina Sideral



2018
Fantasia: Matriáfrica



2019
Fantasia: Odoyá



2020
Fantasia: Hanna a Viúva

Além de termos
os melhores
cortes de BH,
da nossa cozinha
saem pratos
de dar água na boca




Pobre Juan

RAINHA DO FADO EM VERSÃO SINFÔNICA



Amália Rodrigues ganha homenagem em espetáculo que une a voz original da cantora, orquestra e trio de guitarras portuguesas



FOTO/ @BAPSAFOTOGRAPHY. 6

—
Espectáculo traz grandes sucessos da cantora portuguesa, símbolo do fado

Símbolo absoluto do fado e da alma portuguesa, Amália Rodrigues ganha homenagem no espetáculo *Amália Rodrigues Sinfônico*, que chega ao Brasil para três apresentações especiais, uma delas no Palácio das Artes, no dia 26 de maio. O

espetáculo une a voz original de Amália, selecionada a partir de gravações históricas, a uma orquestra sinfônica de formação clássica, sob direção do maestro Laurent Rossi, além de um trio tradicional de guitarras portuguesas e da interpretação da cantora

Anabela. A produção incorpora ainda projeções audiovisuais que combinam imagens de arquivo da artista com recursos visuais contemporâneos, criando uma experiência imersiva que amplia a conexão do fado com a linguagem sinfônica.

Em parceria com a Fundação Amália Rodrigues, o projeto tem direção artística do maestro francês Laurent Rossi, músico, produtor e diretor musical com sólida carreira internacional. Atual trompa co-solista da Orquestra Sinfônica Portuguesa / Ópera do Teatro Nacional de São Carlos, em Lisboa, Rossi é também fundador da Rossio Music Publishing e responsável pela concepção musical e pelos arranjos que transportam o repertório de Amália para a dimensão sinfônica, preservando sua identidade e ampliando sua potência sonora.

No palco, a voz original de Amália Rodrigues dialoga com a interpretação da cantora portuguesa Anabela, uma das mais respeitadas artistas de sua geração. Com quatro décadas de carreira, vencedora da Grande Noite do Fado e do Festival da Canção de Portugal, Anabela construiu trajetória sólida que transita entre a música popular, o fado e o teatro musical, sendo reconhecida pela sensibilidade interpretativa e pelo rigor técnico. No espetáculo, sua participação estabelece uma ponte entre tradição e contemporaneidade.

A formação musical conta ainda com um trio tradicional de fado, composto por guitarra portuguesa, viola de fado e viola de baixo, elementos fundamentais para

preservar a essência sonora do gênero, agora integrada à orquestra sinfônica. A concepção artística incorpora também projeções audiovisuais com imagens históricas da artista combinadas a recursos visuais contemporâneos, ampliando a dimensão narrativa da apresentação.

Maior referência do fado e uma das vozes mais marcantes do século 20, Amália Rodrigues (1920–1999) foi a artista responsável por projetar internacionalmente a música portuguesa a partir da década de 1940. Sua interpretação intensa, aliada à incorporação de textos de grandes poetas portugueses, redefiniu o gênero e consolidou o fado como expressão universal. Seu repertório, que inclui clássicos como *Barco Negro*, *Gaiivota*, *Foi Deus*, *Cheira a Lisboa* e *Uma Casa Portuguesa*, permanece como patrimônio cultural e referência incontornável da música mundial.

A turnê brasileira de *Amália Rodrigues Sinfônico* tem início em São Paulo, no dia 23 de maio, no Teatro Bradesco. Depois de BH, segue para o Rio, onde será apresentado no Theatro Municipal, em 28 de maio. ^{VB}



SERVIÇO

Amália Rodrigues Sinfônico, as Melhores Canções da Rainha do Fado

26 de maio, terça, às 20h30
Grande Teatro Cemig Palácio das Artes - Av. Afonso Pena, 1537, Belo Horizonte - Minas Gerais
Ingressos entre R\$ 140 e R\$ 420, via sympla.com.br

IDOS TEMPOS



UM FILME À TOA NO PATHE

Havia um tempo em que o cinema começava antes da sessão. Começava na rua. Não era sobre streaming, catálogo infinito ou algoritmo. Era sobre escolha, espera e, sobretudo, deslocamento.

Sair de casa carregando uma expectativa que não cabia no bolso. Caminhar pela Savassi, ou até o centro, olhar para cima e ver uma fachada iluminada como se fosse um convite inesperado para outro mundo.

Os cinemas de rua de Belo Horizonte não eram apenas salas. Eram portais. O Cine Brasil, na Praça Sete, não exibia só filmes. Ele organizava encontros. O Cine Pathé, com sua presença quase solene, ensinava que assistir era um ritual, não um hábito descartável.

Havia fila. E isso não era um problema. Era parte da experiência. Um ensaio coletivo. Gente comentando o filme anterior, inventando expectativas sobre o próximo, trocando impressões como quem troca figurinhas. O cinema começava ali, na calçada, antes mesmo das primeiras propagandas.

Hoje tudo chega rápido demais. Naquele tempo, era preciso querer. E querer exigia algum esforço. A programação vinha no jornal. Pequenos blocos de texto, horários apertados, nomes que nem sempre diziam muito. Você escolhia com base em quase nada.

Às vezes, um ator. Às vezes, o título. Muitas vezes, o acaso. E esse acaso tinha um valor que se perdeu.



EDUARDO PINTO COELHO
Publicitário e outras coisas

Entrar na sala era atravessar uma fronteira. O barulho da rua ficava para trás. A luz diminuía devagar. Havia uma quietude que não era imposta. Era natural. Porque ali dentro existia uma espécie de pacto comum.

As salas tinham cheiro de carpete gasto, pipoca doce e madeira antiga. Nada era esterilizado. Nada era neutro. Cada poltrona carregava uma memória acumulada de sentimentos e histórias assistidas, comentadas e esquecidas ao longo de décadas.

E havia também o erro. A projeção que falhava. O som que oscilava. A cadeira desconfortável. Mas esses defeitos não diminuíam a experiência. Eles a tornavam humana. Imperfeita. Real. O que se perdeu não foi apenas um modelo de exibição. Foi um modo de relação com o tempo.

Ir ao cinema exigia presença. Você não pausava. Não voltava depois. Não respondia mensagens no meio. Você ficava ali, inteiro, durante duas horas. Algo quase impensável no mundo atual.

Os multiplex trouxeram tecnologia, eficiência, conforto, padronização. Resolveram problemas logísticos. Mas, no processo, retiraram, além do charme, algo difícil de nomear. Talvez seja a sensação de pertencimento. A ideia de que cada sessão era especial, irrepetível.

Os cinemas de rua eram parte da cidade. Respiravam com ela. A sessão das seis não era igual à das nove. O público mudava. O humor mudava. A própria rua mudava.

Hoje, a cidade ainda existe. Os filmes também. Mas a experiência foi domesticada. E, no fundo, o que fica é uma pergunta simples. Não sobre nostalgia. Sobre valor.

Quando tudo está disponível o tempo inteiro, o que ainda merece ser esperado?

A MAGIA DO BLUES EM CAPITÓLIO



Em sua terceira edição, Capitólio Blues une boa música, arte, gastronomia e diversão em dois dias de programação

Nos dias 22 e 23 de maio, a cidade de Capitólio (MG) será novamente embalada pelos acordes envolventes do blues com a realização da terceira edição do *Capitólio Blues*, no Engenho da Serra Hotel & Eco Resort. O evento promete repetir o sucesso dos anos anteriores, trazendo uma programação diversificada com shows de artistas nacionais, exposições culturais e outras atrações.

Entre os destaques da programação estão os shows de artistas nacionais como Lvisé, Little

Butter, Blazz Quartet, Filippe Dias Trio e Led III.

As apresentações acontecem ao ar livre, em um espaço com vista para a paisagem natural da região.

Além dos shows, o festival vai contar ainda com roda de blues, exposição de carros antigos, voo cativo de balão e intervenções culturais. A área de alimentação terá food trucks e barracas com pratos variados, que incluem desde opções tradicionais até versões gourmet, além de cervejas e vinhos selecionados.


De acordo com Vitor Vasconcelos, um dos organizadores do festival, a proposta é oferecer um evento voltado à música, cultura e entretenimento, com atividades para diferentes perfis de público. “O Capitólio Blues retorna em 2026 consolidado como um dos maiores e mais respeitados festivais de blues do Brasil e um dos eventos mais charmosos e exclusivos de Minas Gerais. Uma combinação perfeita entre tradição, arte e um cenário natural de tirar o fôlego. Capitólio vai respirar música, estilo e sabor”, garante. 



FOTO: DIVULGAÇÃO



SERVIÇO

Capitólio Blues

Local: Hotel Engenho da Serra - Capitólio, MG

Data: 22 e 23 de maio de 2026

Horários: Sexta-feira, a partir das 19h

Sábado, a partir das 16h

Ingressos: sympla.com.br/capitoliblues2026

@capitoliblues

—
Evento reúne atrações musicais, atividades culturais e opções gastronômicas

ZOOM

Prosas sobre mineiros que circulam entre negócios, arte e cultura



FERNANDO M. TORRES

NOVO LIVRO

Autora mais lida do país, **Carla Madeira** coloca neste mês o ponto-final em *Quando*, seu quarto romance, com lançamento previsto para agosto. A trama acompanha o adolescente Tito, denunciado à polícia pela mãe. “Quando iniciei a escrita, há quatro anos, o personagem se chamava Dom. Resolvi mudar porque boa parte do enredo se passa na década de 1980, quando o nome original não era comum”, conta. Carla também se debateu por meses até encontrar a palavra “eneagrama”. “Ela está ligada à forma como o cérebro memoriza experiências e é base conceitual do enredo.”



FOTO / MARCIA CHARNIZON



FOTO / ARTUR LAHOZ

CRIATIVIDADE APLICADA

O consultor organizacional **Claudio Carneiro** encontrou no *videocast Janela Lateral*, focado na cena criativa de Minas Gerais, uma vitrine eficaz para os negócios. “Comecei tentando entender a lógica com que os criadores pensam e trabalham, mas percebi que esses diálogos poderiam ser aplicados à inovação no ambiente corporativo”, recorda. Ao longo de seis temporadas, o programa coleciona mais de 80 entrevistados, entre eles Helvécio Ratton, Rodrigo Pederneiras, Jô Vasconcellos e Gustavo Greco. Não por acaso, o conteúdo abriu novas frentes de trabalho, da produção de *podcasts* para empresas multinacionais à mediação de painéis da Semana Criativa de Tiradentes. “O mundo precisa de conversas de qualidade, que construam e inspirem.”



TEATRO DE BASTIDORES

Tatyana Rubim se move pelas coxias do Festival Teatro em Movimento com a intimidade de quem conhece os atos de cor. Ao longo de 25 anos, a produtora cultural levou mais de 300 espetáculos a 15 cidades, estrelados por nomes como Paulo Autran e Bibi Ferreira, reunindo cerca de 450 mil espectadores. “Fiz todas as peças do Antônio Fagundes das últimas duas décadas. Fomos além da relação profissional e estabelecemos um pacto com o teatro brasileiro”, pontua. Até o fim de 2026, o projeto soma 12 montagens em Belo Horizonte, a exemplo de *O Céu da Língua*, com Gregorio Duvivier, que abre a temporada, em abril; e *Olhos nos Olhos*, com Ana Lúcia Torre, em setembro. “Também teremos *O Motociclista no Globo da Morte*, com Du Moscovis, primeiro ator a ter uma peça com ingressos esgotados.”

REENCONTRO EM BH

O jovem cineasta **Guilherme Araponga** dá início às filmagens de *Encontro e Despedida* em Belo Horizonte. Escrito e dirigido por ele, o longa parte de uma história real: o reencontro entre pai (José de Abreu) e filho (o belo-horizontino Bernardo Filaretto) em um leito hospitalar, após anos de distanciamento. “O roteiro observa o momento em que dois homens, marcados pelo abandono afetivo, são obrigados a permanecer juntos até o fim, sem redenção”, descreve. Com locação no Hospital São Rafael, a produção converte o cenário em uma espécie de confinamento emocional, onde o tempo se dilata. “Voltar a Minas para dirigir este filme, com uma equipe majoritariamente local, tem peso simbólico enorme. É quase como fechar um ciclo.”



120 ANOS DA ARAUJO

CRQA – ESPAÇO 365

Com uma história que se confunde com a história de Belo Horizonte, a Drogeria Araujo, que completou 120 anos, movimentou o Conexão Empresarial do mês de abril, evento promovido pela VB Comunicação, revista Viver Brasil, blogdopco e jornal O Tempo. No evento realizado no Centro de Referência do Queijo Artesanal (CRQA), o presidente da rede farmacêutica Modesto Araujo e sua filha Silvia Araujo, diretora administrativa, contaram um pouco da história da empresa e sua relação com os clientes, que como bem traduz a campanha promocional deste ano "Há 120 anos, tem Araujo para tudo". Presente em 65 cidades mineiras e com mais de 360 lojas, a projeção de faturamento da Drogeria Araujo para este ano é de R\$ 5,96 bilhões, um crescimento de 15% em relação ao ano anterior.

FOTOS: TIÃO MOURÃO



PCO, Maria Inez Narciso de Oliveira, Cristina e Modesto Araujo



Silvia Araujo, Modesto Araujo, Cristina Álvares de Araujo, Cristiana Araujo e Maria Inez Narciso de Oliveira



Silvia Araujo, Cristiana Araujo, Raquel Rolfs e Eduardo Rocha



Salvador Ohana, PCO e Nadim Donato



Alfredo Noronha, Modesto Araujo, Cristina Araujo e Júlio Ferreira



Daniela Maia, Eric Braz Tambasco, Bianca Braz e Johnson Marques



Emerson Queiroz, Silésia Vilarino, Garibalde Morteza e Salvador Ohana



Gabriela Mesquita, Sumaya Mayrink e Karen Maiely



Cristina Araújo e Maria Inez Narciso de Oliveira



Daniel Matoso, Luiza Costa, Simone Scalabrini e Larissa Gomes



PCO, Maria Inez Narciso de Oliveira e Ângelo Oswaldo



Leticia Rodrigues e Karina Vieira



Eliane Sarmaneto e Célia Vieira



Fred Izak e Silvio Inácio Gonçalves



Renata Araújo, Nadim Donato, Rosália Dayrell e Raquel Lobo



Silvia Araujo e Modesto Araujo



Sueli Cotta, Maria Eugênia Lages, Lauro Diniz e Sumaya Mayrink



Silésia Vilarino, Garibalde Mortoza e Maisa Valadares



Juvercy Junior, Helenice Laguardia e Marcelo Mota



Fred Izak, Jairo Lopes e Eric Braz Tambasco

EVENTOS



Frederico Peret, Garibalde Mortoza, Flávio Roscoe e PCO



Eric Braz, Modesto Araujo, Daniela Maia, Johson Marques, Bianca Braz e Rosália Dayrell



Flávio Bernardes, Paulo Assunção e Eric Braz Tambasco



Valentino Rizzoli, Ronaldo Lucena e Ângelo Oswaldo



Evandro Negrão de Lima Filho e Sílvia Araujo



Evandro Negrão de Lima Filho e Flávio Roscoe



Maria Inez Narciso de Oliveira, Sílvana e Valentino Rizzoli



Elis Horta, Renan Horta e Karen Maiely



Léo Dias e Marcelo Mota



Maria Eduarda Ribeiro e Mauro Ladeira



André Giffoni e Amanda Viotti

PRIMEIRO ANIVERSÁRIO

CRQA – ESPAÇO 356

O Instituto AngloGold Ashanti, criado para fortalecer a estratégia de responsabilidade social da produtora de ouro nas comunidades onde atua, celebrou seu primeiro ano de atuação em Minas Gerais. Durante o evento, realizado no Centro de Referência do Queijo Artesanal - CRQA, Espaço 356, foram anunciados investimentos de R\$ 30 milhões para iniciativas sociais em 2026, volume maior que o dobro do investido em 2025. Neste ano, a estratégia apoia diretamente 70 projetos viabilizados por meio de recursos próprios e leis federais de incentivo e fundos especiais e será direcionada a iniciativas de desenvolvimento social, cultura, saúde, educação, meio ambiente, esporte e geração de renda nas regiões onde atua no estado.

FOTOS: CAIO LEME



Diego Pereira, Juliana Sampaio, Fernando Cláudio, Henrique Moura, Luís Lima, Daniele Veloso, Othon Maia, Priscila de Deus e Magno da Silva



Isis Kroeff e Paula Moreira



Adriana Lopes, Lucas Henrique de Oliveira e Aline Viana



Carlos Renato de Melo Couto, Luciene Araújo e Roberto Otto



Luís Lima, Alexandre Seixas e Othon Maia



Alcemir Moreira, Fabiana Trindade, Dionir Rodrigues e Gleison Chaves



Carol Muccida, Ana Muzzi, Diego Pereira, Paula Hermont e Aline Viana



Silvânia Valentim, Tom Nascimento, Fabiana Trindade e Marlene Carmo



Priscila de Deus, Diego Pereira, Othon Maia, Charles Valadares, Rafael Gonçalves, Juliana Sampaio, Magno da Silva, Carolina Braga e Júnio Shock



Othon Maia e equipes da AngloGold Ashanti e Instituto AngloGold



Mariana Giorgini, Beatriz Magalhães, Janaina Lírio e Fernanda Guabiroba



Mila Corrêa da Costa, Othon Maia, Sérgio Rodrigo Reis e Xavier Vieira

EXPERIÊNCIA

SION

Manoel Bernardes recebeu seus clientes na Labbing Eventos, no Sion. Mais do que apresentar os lançamentos, a joalheria ofereceu uma experiência que traduziu em formas, texturas e luz os elementos que inspiraram a nova coleção *Além do Olhar – Jaipur & Japão*, que nasceu do encontro entre a exuberância e a riqueza ornamental da Índia com a delicadeza, a precisão e a estética minimalista do Japão.

FOTOS:BERNARDO NASCIMENTO



Andrea Bernardes, Aymara Ferraz, Simone Jardim, Fabio Franco, Luciana Bittencourt, Cristiane Bernardes, Cida Feitosa, Rosangela Santos Jardim



Bruna Freitas, Heloisa Freitas, Solange Fonseca e Andrea Bernardes



Cida Feitosa, Lina Oliveira e Katia Rodrigues



Claudia Regina Marra, Nathalia Stephanie Oliveira Marra e Alison Pedrosa de Sena



Dalila, Simone Furtado, Ana Lucia Cardoso, M^a das Graças Campolina, M^a Esther Castro, Dea Malard, Helena e Isabel Gamboa



Dea Malard e Luciana Correa



Guilherme e Paulo Bernardes



Helena e Isabel Gamboa



Heloisa Freitas, Andrea Bernardes e Bruna Freitas



Henrique França, Cristiane Bernardes e Laressa França



Luciana Bittencourt, Carolina e Leonardo Ferreira Barros



Luciana Bittencourt, Edmar e Rosilda Campos



Manoel, Andrea, Cristiane e Paulo Bernardes



Manoel, Vera, Andrea, Luciane, Cristiane e Paulo Bernardes



Maria das Graças Campolina, Maria Esther Castro e Ana Lucia Cardoso



Simone Jardim, Leonardo Lanza, Cida Feitosa e Katia Rodrigues



Simone Jardim, Jacqueline Borges e Kenya Diniz



Simone Jardim, Alessandra Gouveia e Andrea Bernardes



Stael Toledo e Simone Jardim



Stephanie Fonseca, Andrea Bernardes e Solange Fonseca



Vania e Cristiane Bernardes



Vania e Guilherme Bernardes, Flavia Machado



Vera e Manoel Bernardes



Martha Batista, Martha Mallard, Dea Malard e Liliane Carneiro Costa

SANEAMENTO EM FOCO

AUDITÓRIO DA CDL-BH

Dentro da série de seminários planejada para este ano, O Tempo realizou um evento, no dia 9 de abril, no auditório da CDL-BH, para debater com aprofundamento e qualidade sobre saneamento básico, infraestrutura e desenvolvimento no Brasil. "Saneamento em Foco" reuniu autoridades públicas, especialistas, executivos, investidores e representantes de concessionárias para discutir os principais desafios e perspectivas do setor, com foco no Marco Legal do Saneamento Básico, implementado em 2020, que estabelece metas de atendimento de 99% da população com água potável e de 90% da população com coleta e tratamento de esgotos até 31 de dezembro de 2033.

FOTOS: FRED MAGNO/O TEMPO E FLÁVIO TAVARES/O TEMPO



Renata Nunes, Marina Medioli, Marília Carvalho de Melo e Juvercy Junior



Marina Medioli, Marília Carvalho de Melo e Christianne Dias Ferreira



Gabriela Otero



Karla Bertocco



Vitor Queiroz



Laura Serrano



Roberto Barbuti



Luana Siewert Pretto



Público do seminário



Equipe de jornalistas, marketing e comercial de O Tempo



Dayse Aguiar, Helenice Laguardia e Cynthia Castro



Público do seminário



GRÁFICA

Pampulha

**50 ANOS TRANSFORMANDO SUA
INSPIRAÇÃO EM IMPRESSÃO!**



(31)99884-0066



@graficapampulha

JANTAR

CIDADE JARDIM/BH

A Luma Corretora de Seguros, empresa de Brasília, referência nacional no mercado de seguros empresariais e liderada por Daniela Egídio de Souza, promoveu um jantar em parceria com a Wine's Life para marcar sua expansão no mercado de Minas Gerais. O evento, no Marble Design, com jantar assinado pelo chef Massimo Bataglin e harmonização de vinhos, reuniu um grupo restrito de empresários e executivos de grandes empresas mineiras. A Telemont, cliente e grande parceira das empresas anfitriãs, por meio de seu CEO, Gilnei Machado, e da diretora de Gente e Gestões, Maria de Lourdes Aguiar, organizou o evento na capital mineira.

FOTOS: TIÃO MOURÃO



Flávio Souza, Gilnei Machado e Daniela Egídio Souza



Patrícia Braga, Cristiane De Ávila, Maria de Lourdes Aguiar e Valéria Plata



Henrique Horta, Alexandra Oliveira e Gilnei Machado



Gilberto Castro, Raquel Guerreiro e Marcos Boffa



Helenice Laguardia e Gilnei Machado



Franciele Pedrosa, Eliane Vasconcelos, Maria de Lourdes Aguiar e Daniela Egídio Souza



Francielle Pedrosa, Eliane Vasconcelos, Maria de Lourdes Aguiar, Daniela Egídio Souza, Renata Horta e Cristiane de Ávila



Flávio Souza, Daniela Egídio Souza, Maria de Lourdes Aguiar e Gilnei Machado



Gilnei Machado, Alexandra Oliveira, Tânia Martins, Fábio Merlo e Adelson Duarte



Flávio Souza e Daniela Egídio Souza



Cristiane De Ávila, Patrícia Braga e Eliane Vasconcelos



Flávio Souza, Gilnei Machado e Daniela Egídio Souza

A VIDA PEDE OPINIÃO.

Ei, você que segue o Blog do PCO no instagram e no Facebook, que acompanha as postagens de fotos e vídeos, vem com a gente para o novo perfil do jornalista Paulo César de Oliveira no instagram: o **@vivercompco**. Ele irá substituir, nas redes sociais, @blogdopco.

Estamos de marca nova, conteúdo dinâmico e muita notícia sobre Minas Gerais e o Brasil. Segue a gente aqui, no **@vivercompco**, e você também vai acessar, na bio, o conteúdo da revista Viver Brasil. Vem pra cá!



MESA COMPLETA

POBRE JUAN

Além da tradição na parrilla, o Pobre Juan se destaca pelo controle rigoroso de toda a cadeia, como a origem dos insumos, o preparo final e o ambiente que combina sofisticação e acolhimento. A operação vai além do salão, com forte vocação para eventos e encontros corporativos, enquanto o cardápio se expande para pescados, massas e clássicos da casa, acompanhado por uma curadoria de vinhos e drinks que reforça a proposta de um momento completo à mesa.

FOTOS: TIÃO MOURÃO



Larissa e Lorena Costa Mourão



Camila Vieira e João Batista



Andréia Antunes e Carolina Antunes



Luziana Ávila, Adriano Sá, Henrique Campos, Thiago Faria e Lincoln Oliveira



Geraldo Mascarenhas Diniz, Jaciara Cotaba e Vitor Cotaba



Adriano Resende e Júlia Maia



Antônio Hiedo, Frederico Viana, Ivanildo Lopes e Felipe Luz



Mariana Resende, Marcia Resende, Shirley Carvalho e Poliana Resende



Linda Martins e Diego Tardelli



Pietra, Diego Filho, Linda Martins e Diego Tardelli



Leticia Brant, Ana Gouveia, Bruno Gouveia e Leonardo Brant



Henriqueta Teixeira, Paula Calvo, Jacqueline Werneuil e Isabel Santos



Marcela Ferreira e Izabel Grubel



Thiago e Camila Henriques



Fernando Quintão e Vânia Quintão



**Carolina Missiaggia
e Alexandre Brugnara**



**Ana Paula, Hebert Hortmann, Davi e
Lucas Hortmann**



**Eduardo Araújo, Giuliana Messasalma,
Giulia Mezzasalma e Eduardo**



Alberto e Fernanda Bouchardet



Verônica Soares e Natan Soares



**Natan Soares, Verônica Soares, Edmar
Campos, Rosilda Medeiros, Júlia
Rabelo e Marillyn Silva**



**Rafael Cupertino, Rafael Pongeluppe,
Vitor Sabbagh e Carolina Leite**



Orlaine Borges e José Junior



Paula Oliveira e Pedro Hugo



MAURO LADEIRA
Empresário

O LADO CERTO

Imagine que fosse possível reunir todos os seus ascendentes, ao longo das gerações. Diante deles, você poderia perguntar como se posicionaram nos grandes debates da história. Teriam combatido ou defendido a escravidão? Combatido ou abraçado a Revolta da Vacina? Apoiado ou rejeitado o direito das mulheres de frequentar universidades ou o direito de votar? Teriam combatido ou abraçado os pogroms antisemitas? Lutado contra ou a favor do trabalho infantil e jornadas exaustivas de 12 horas ou mais? Acredito que sua resposta tenha sido sim, para todas elas.

Alguns dirão que tais posicionamentos foram “produto de seu tempo”, e que não podemos julgar o passado com os olhos do presente.

Mentira.

As justificativas usadas ontem são assustadoramente semelhantes às que ouvimos hoje: “vai falir as empresas”, “vai quebrar o país”, “vai destruir a família”, “estão trocando Deus pela ciência”. O hoje famoso “woke” não é nenhuma novidade — é apenas mais do mesmo com um verniz de modernidade.

O lado certo da história, no entanto, sempre existiu e sempre foi identificável. Milhões de pessoas, em diferentes épocas, souberam distinguir o certo do errado. Nem sempre foram maioria, mas, ao final, sempre prevaleceram. E agora, como nos posicionamos nos debates do nosso tempo?

MILHÕES DE PESSOAS, EM DIFERENTES ÉPOCAS, SOBERAM DISTINGUIR O CERTO DO ERRADO

Devemos apoiar a inclusão de pessoas gays e transexuais? Acolher e proteger imigrantes? Reconhecer o direito dos palestinos a um Estado próprio?

A resposta, para quem se orienta por princípios humanistas, é inequívoca: sim.

Porque o lado certo da história é aquele que inclui, que acolhe, que protege. É o lado que rejeita a covardia, enfrenta a injustiça e resiste à intolerância. É o lado que amplia direitos — nunca o que os restringe.

Quem hoje se deixa guiar pelo preconceito pode até encontrar eco no presente, mas dificilmente encontrará respeito no futuro. Afinal, quem se orgulha de um antepassado que negociava escravos, que colaborou com regimes genocidas ou que se opôs a direitos fundamentais? Sim, há exceções — mas cada vez mais raras.

A maioria de nós prefere se reconhecer naqueles que fizeram o que era certo, mesmo quando não era fácil. Nos que tiveram coragem de contrariar seu tempo. Nos que, apesar de tudo, escolheram estar do lado certo da história. 🌐

Seu almoço
fica ainda melhor
com o nosso
Menu Parrillero
e uma taça de vinho



Pobre Juan

BH Shopping • DiamondMall



Vila Galé

HOTÉIS

VILA GALÉ

OS MELHORES RESORTS DO BRASIL

CAMAÇARI · CAUCAIA · ALAGOAS · TOUROS
CABO DE SANTO AGOSTINHO · ANGRA DOS REIS

RESERVE JÁ



VILA GALÉ MARÉS | CAMAÇARI, BAHIA, BRASIL