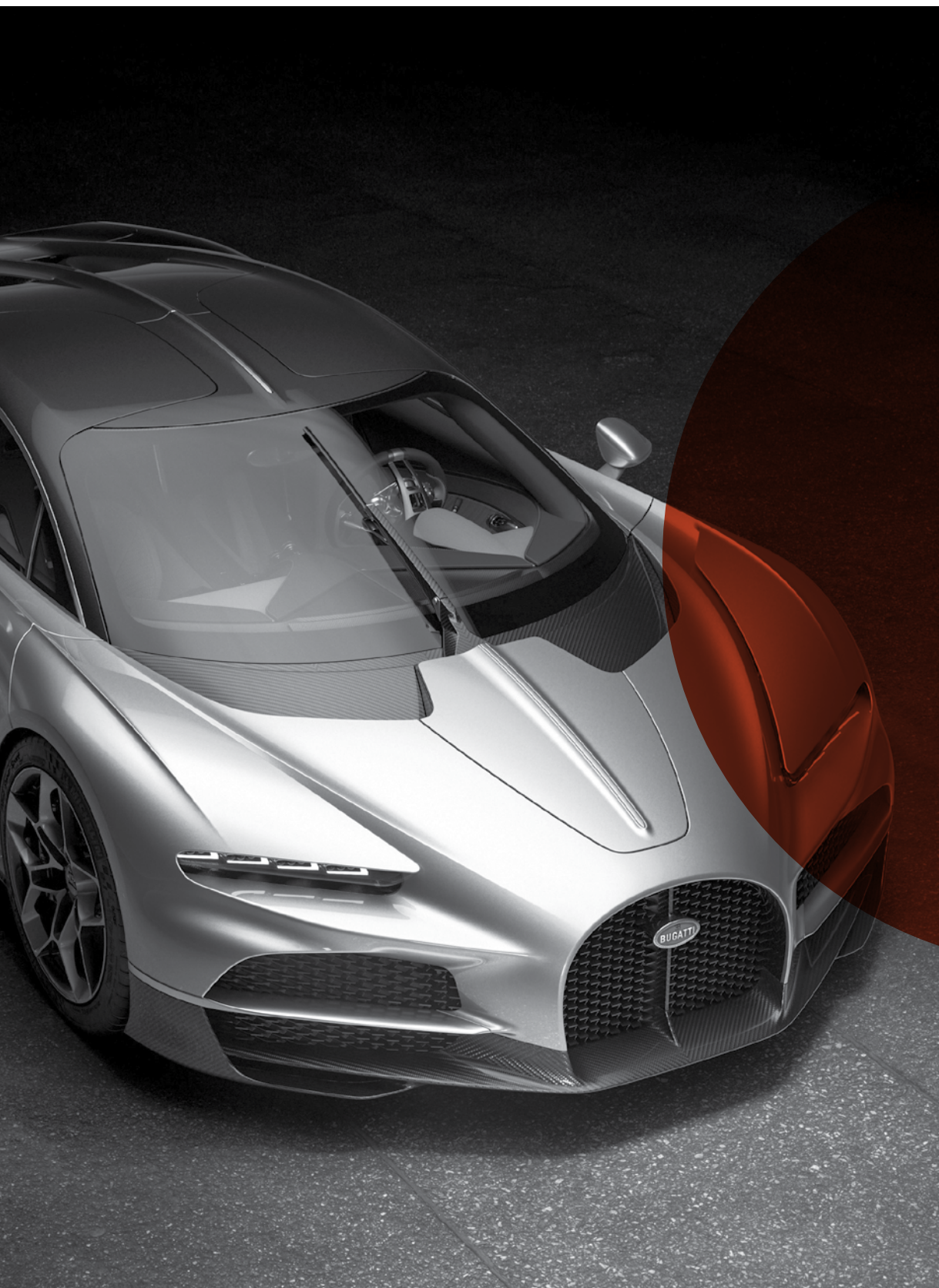


AVANTGARDE 16

UNIVERSE



LIFESTYLE
CARROS
TECNOLOGIA
ESTILO
VIAGEM
CULTURA
E MAIS

ANO 5 • 2024
NÚMERO 16

ESPAÇO PARA ACCELERAR EMOÇÕES



20 ANOS **AVANTGARDE** INFINITAS JORNADAS

AV. RAJA GABAGLIA, 4343 - SANTA LÚCIA
CEP 30350.577 - BELO HORIZONTE - MG

2

AG



AVANTGARDE

DIRETOR
Fernando Duran Lima

CONTATO
universe@avantgarde.com.br
avantgarde.com.br



CAPA

Bugatti Tourbillon
FOTO Divulgação



BRAND RELIGION BRANDED CONTENT

PROJETO GRÁFICO E CRIAÇÃO
Carla Marin

EDITORA DE JORNALISMO
Fernanda Ribeiro

JORNALISTAS E COLABORADORES

Aline Gonçalves
Ana Helena Miranda
Elvira Santos
Felipe Boutros
Gustavo Greco
Juliana Duran Lima
Juliana Franqueira
Mariana Peixoto
Natália Dornellas
Rodrigo James

FOTÓGRAFOS
Alexandre Guzanshe
Christie Luke
Erika Hobart
Giuliano Cretoi
Gustavo Marx
Hattem Boukhit
Kleinjan Groenewald
Leonardo Finotti
Luana Alves
Rafaela Araújo
Raissa César
Richard Heathcote
Safaa Almohandis
Tanveer Badal
Victor Schwaner
Vinícius Senne
Wesley Gomes

CONSULTORIA
Mile Marketing

TRATAMENTO DE IMAGEM

Rafael Barbosa

REVISÃO
Elvira Santos

IMPRESSÃO
Bigráfica

*Informações e opiniões expressas na
revista são de responsabilidade
de seus autores.*

CONTATO
content@brandreligion.com.br
[31] 98347-8210

AVANTGARDE UNIVERSE

**Mantenha seu cadastro
atualizado e não perca
nenhuma edição da
Avantgarde Universe!**

Mudou de endereço?
Não está recebendo a
revista corretamente?
Entre em contato
com a Avantgarde:
31 3264 9797
31 99601 8904 WhatsApp

AVANTGARDE **13**
UNIVERSE



2024 é ano de Olimpíadas. E todas as vezes que esse evento esportivo acontece o mundo tenta, através de grandes exemplos na competição, tornar-se mais tolerante, cordial e respeitoso com as diferenças – pelo menos durante um mês. Enquanto os Jogos Olímpicos Paris 1900 foram os primeiros a permitir a participação de mulheres, os Jogos de Paris 2024 foram os que chegaram mais perto do equilíbrio de gênero, com uma diferença de menos de 2% entre o número de homens e mulheres participantes.

Mas não é preciso ser atleta para fazer a diferença. Nesta edição da Avantgarde Universe trazemos uma entrevista com o gastrônomo Eduardo Maya, que colocou em destaque a “baixa gastronomia” ao criar o Comida di Buteco e hoje é idealizador de outros projetos que movimentam vários setores da sociedade.

Nesta edição apresentamos também a história de Flávio Viterbo, que começou vendendo redes em sinal de trânsito e hoje é dono da Viterbo máquinas. E a trajetória de João Pedro Fernandes Oliveira, *streamer* que vem provando que trabalhar com *games* é um grande negócio. A AG Universe 16 traz ainda as histórias da Montblanc e do Edifício Acaiaca – você sabia que há por lá um *bunker*? – e uma viagem incrível pela Arábia Saudita. Sim, o país está se abrindo mais ao turismo!

Temos ainda uma matéria bem interessante sobre organização e outra sobre o poder do *design*. Na gastronomia, a volta do Guia Michelin ao Brasil. Por aqui você ainda vai encontrar arquitetura, tecnologia, moda, dicas de cultura e, é claro, os carros que amamos! Nesta edição o Bentley continental V8s híbrido 2024 e o Tourbillon, que inicia uma nova era para a Bugatti. Aproveitem!

Equipe Avantgarde Universe

*fair
play*

COMPORTAMENTO
ORGANIZAR É VIVER BEM

GENTE
FLÁVIO VITERBO:
CRIADOR DE OPORTUNIDADES

CARROS
BENTLEY CONTINENTAL:
LUXO BRUTAL

ENTREVISTA
EDUARDO MAYA:
GASTRONOMIA EM OUTRO PATAMAR

CARROS
BUGATTI TOURBILLON:
PRECISÃO ATEMPORAL

HISTÓRIA
MONTBLANC: AS CANETAS
MAIS FAMOSAS DO MUNDO



PERFIL MERCADO
JOÃO PEDRO FERNANDES OLIVEIRA
E O GRANDE NEGÓCIO DOS GAMES

MODA
WHITE CUBE

DESIGN
O PODER DO DESIGN

DECORAÇÃO & ARQUITETURA
ETÉREO E SUBLIME

68 SAÚDE

MEDITAÇÃO E O PODER
DA PSICOLOGIA POSITIVA

80 ESPORTE

JOGOS OLÍMPICOS DE PARIS

90 VIAGEM

ARÁBIA SAUDITA:
INESPERADA

72 CULTURA

REDESCOBRINDO O ACAIACA

96 TECNOLOGIA

HABEMUS IA

98 OBJETO DE DESEJO

TAPEÇARIA 2.0



76 CULTURA

DICAS DA CULTURA POP

86 GASTRONOMIA

A VOLTA DO GUIA MICHELIN AO BRASIL

organi é viver bem



POR Juliana Duran Lima
FOTOS Rafaela Araújo, Luana Alves,
Raissa César, Arquivo

zar

ORGANIZAR UM AMBIENTE EVOCA CONCEITOS PRESENTES DESDE A ANTIGUIDADE, EMBORA O TRABALHO DE ORGANIZAÇÃO PROFISSIONAL TENHA GANHADO IMPULSO NO BRASIL NESTE SÉCULO, EM QUE A FALTA DE TEMPO QUASE O TORNA OBJETO DE DESEJO. OS ESTOICISTAS, FILÓSOFOS DA GRÉCIA ANTIGA, ESTARIAM ALINHADOS A UM DOS PRINCÍPIOS DESSE TRABALHO, EM QUE ORGANIZAR O ESPAÇO TORNA A VIDA MAIS SAUDÁVEL.



Um exemplo de como a organização é essencial para atuar bem são os bastidores de uma ópera. “Todos precisam saber o que fazer e onde exatamente tudo se encontra para evitar gasto de energia desnecessário e estresse”, diz o cantor lírico Stephen Bronk, habituado a grandes montagens, com centenas de profissionais que precisam manter o espírito elevado durante a obra em cena. Ele e a cantora lírica Sylvia Klein gostam da organização da casa, em que coexistem beleza e funcionalidade. À pergunta se conseguem saber onde está uma partitura a ser estudada, após algum tempo arquivada, responde Stephen: “Sim, de olhos fechados”. “A organização é meu centro”, afirma Sylvia, que coleciona obras de arte e móveis de *design vintage*. De fato, o amplo apartamento na capital alemã estava tão afinado quanto o piano do casal. “É possível vivenciar a casa como um território sagrado, tendo em sua vida o que é essencial sem deixar de lado o que faz bem”, escreve Thais Godinho no *best-seller* “Vida Organizada”.

Fê Vianna: “A organização não sobrecarrega ninguém, pois para tudo haverá estratégia e lógica, conforme a dinâmica do espaço, e todos sabem onde tudo se encontra.”



Ambientes organizados geram tempo de qualidade e economizam dinheiro, garantem especialistas.

Na organização personalizada buscam-se soluções para o espaço de acordo com o cotidiano. “Além de tornar o ambiente agradável, a organização gera tempo para o que importa e facilita a vida”, garante a *personal organizer* Fê Vianna. “A organização externa reflete a interna e vice-versa. Muitas vezes, para arrumar o seu interno, o externo precisa estar organizado,” completa.

Escolher

Quando as pessoas se propõem a uma reforma íntima, uma das primeiras reflexões a serem feitas é: quem sou eu, o que quero fazer, o que preciso ter? Ela coincide com uma fase da organização: descartar. Tirar o que não faz mais parte do modo de viver pretendido. Segundo a filósofa Lúcia Helena Galvão, perguntar-se “quem sou eu” ajuda a entender como se quer viver, o que é preciso fazer para alcançar e se o que está ao seu redor segue na mesma direção. Inclusive as pessoas, é bom lembrar. Se a presença delas atrapalha, afastar-se em silêncio é uma opção. “Para o ambiente requer-se planejamento e avaliação”, afirma a *personal organizer* Carla Belizário. Delineados os objetivos pretendidos para cada pessoa, conforme questões e dificuldades identificadas, inicia-se o trabalho. “Acumulamos muitas coisas desnecessárias ao longo da vida. Na maioria das vezes, as peças selecionadas pelo cliente, com a ajuda da profissional, não voltam do cantinho do pensamento, criado para revisar o desapego. Essa etapa é feita com muito cuidado e técnica,” conta Carla.

Crianças costumam manifestar resistência a organizar o quarto ou a separar brinquedos para desapegar. Fê Vianna sugere iniciar por outros cômodos e envolvê-las. “Uma forma é começar pela cozinha, perguntar o que a criança prefere no lanche e fazer um cestinho especial para ela. Logo elas começam a gostar do processo.” Fê acredita, a partir do retorno de clientes, que essa vivência, desde cedo, incentiva a criar autonomia, beneficiando toda a família. Fazer escolhas, definir o melhor acesso aos objetos, saber o que há nas gavetas evita os fatídicos “onde está meu tênis?” quase sempre reportados à dona ou à funcionária da casa.

**Presentear uma amiga
que gosta de uma peça
ou fazer dinheiro
em um bazar gera
satisfação ao deixar ir:
estabeleça prazos para
isso e cumpra-os.**

A organizadora Carla Belizário





Funcionar

O funcionalismo é um movimento estético que despontou na Alemanha dos anos 1920. Um de seus expoentes, Ludwig Mies van der Rohe, projetou espaços, objetos e modos de produção em que o princípio, resumidamente, era atender à usabilidade humana conforme a disposição dos itens e a melhor condição para sua fabricação.

O brasileiro Oscar Niemeyer teve influência do funcionalismo, sobretudo da arquitetura do franco-suíço Le Corbusier, porém privilegiando a estética em detrimento da funcionalidade, costuma avaliar quem transita em suas edificações, ainda que notável sua genialidade no uso da matéria e criação das formas para a beleza das obras.

A organização profissional de ambientes prioriza a funcionalidade. A estética é uma graciosa consequência. “Se a funcionária da casa é quem utiliza a cozinha diariamente, é com ela que a *personal organizer* irá atuar. Tudo fica mais fácil de achar, pegar, usar e guardar, conforme a utilidade”, segundo Fê Vianna. “A estatura de quem mais utiliza o ambiente também deve adequar os objetos, tanto em uma cozinha quanto em um escritório”, exemplifica. A organização profissional pode ser feita também para a chegada de um bebê, no luto ou separação de casais e até para fotos e arquivos digitais. Pode ser feita em parceria com *designers* de mobiliário e outros especialistas, como *personal stylist* e nutricionista. Para tudo o que se pode organizar, envolvendo ou não sentimentos de novidade ou perda, há um *personal organizer* especializado para ajudar a harmonizar, dando sentido ao que será parte do ambiente.

Fluir

Christian Barbosa, empresário e palestrante de produtividade, fala de organização do espaço em seus cursos. O ambiente organizado inspira a distribuição de tarefas ao longo de uma semana, sem tumultuá-la. Christian deixa um dia na semana vago para ajustes. Esse dia é para fazer aquilo que ultrapassou a agenda, evitando acumular-se, no final, atividades planejadas no início da semana. O modo de pensar está interligado ao espaço.

Organização, confirmam as especialistas, gera tempo de qualidade. Armários abarrotados comprometem a visualização das peças e demandam mais esforço para posicionar o que vem da lavanderia. Perde-se tempo na escolha de uma roupa para um compromisso de última hora. E pontualidade é um gesto de elegância, de quem sabe gerenciar seu tempo. “Entendi que organizar é uma combinação entre as coisas que você tem, no espaço disponível, conforme sua maneira de usá-las. Potencialmente, acredito que também racionalize o consumo. Quanto se compra sem perceber o que se tem”, avalia a *designer* Carla Marin. A proposta feita pela *personal organizer* Ronilda Lima, durante a mudança da *designer*, aprimorou a disposição das coisas, proporcionando praticidade ao novo apartamento. “Aprendi a fazer dobras, técnicas e truques para manter tudo impecável”, afirma Marin. Ganhar espaço, visualizar, atribuir sentido, economizar, facilitar, deixar ir. É bom, de tempos em tempos, uma revisão para atualizar os momentos da vida, trazer as estações do ano para os espaços. Afinal, concordam as profissionais, a casa é viva!

É bom, de tempos em tempos, uma revisão para atualizar os momentos da vida. Concordam as profissionais: a casa é viva!



“Minimalismo é sobre diminuir os excessos para viver a sua essência, focando no que importa.”

COM MIL ALUNOS FORMADOS E COAUTORA DE DOIS LIVROS SOBRE ORGANIZAÇÃO, LILI CASTRO CONTA QUE A PROFISSÃO É GRATIFICANTE NÃO SOMENTE PARA OS CLIENTES.



Como você se tornou *personal organizer*?

Sou *personal organizer* minimalista. Eu criei esse método em 2017 ao descobrir algo que fez sentido para minha vida. Eu era consumista, bagunceira e acumuladora. Não fazia triagens e colocava abaixo o armário na hora de sair, queixando-me de que não tinha roupas. Em uma madrugada, pensei em dar um tempo dos estudos para concurso na área do direito e fazer outra coisa. Descobri a organização e o minimalismo, uni os dois conceitos e apliquei na minha vida. Com o dinheiro do bazar feito com as roupas em excesso, paguei um curso de *personal organizer* em Chicago. Resolvi minha vida e ainda mudei de carreira.

Foi uma boa escolha?

Sou apaixonada pela profissão, pois me traz propósito. O minimalismo não é ter menos a todo custo. É sobre diminuir os excessos para viver a sua essência, focando no que importa. Escolher coisas boas e sustentáveis faz parte da consciência do minimalismo. Nesse aspecto, considero chique repetir roupas, pois reflete boas escolhas. Os clientes costumam

dizer também que organizar é um momento terapêutico. Nas conversas a gente analisa peça por peça, do *closet* à decoração, avaliando o porquê de estar ali. É um autoconhecer-se. Desapegar-se sozinho não é simples, envolve questões de uma vida.

Pode trazer um exemplo?

Pessoas costumam guardar coisas que provocam tristeza, sem perceber. Descobri, com o relato de uma cliente, que uma peça destoante em seu armário era uma memória sobre a perda de sua filha. Ela se sentia culpada, embora não tivesse envolvida com o acidente. A cor daquela blusa estava relacionada a um episódio dos últimos dias da filha e sua presença ali representava a culpa. Faz-se isso com fotos, com roupas que não servem mais, gerando frustração ao não poder usá-las. Guardar os trabalhos escolares das crianças e muitos brinquedos pode revelar a tentativa de lidar com sentimentos, como ausência de tempo dedicado àquela fase da vida delas. É emocionante quando o trabalho ajuda a pessoa a mudar de fase, mas faço questão de respeitar o tempo do cliente para realizar isso.

Como seu trabalho faz as pessoas descobrirem essa profissão?

Muitas pessoas têm um talento para organizar e não sabem por onde começar, mas o percebem ao ajudarem uma amiga, um familiar. Depois começam a pesquisar e se identificam profissionalmente. Uma aluna adquiriu meu curso para aplicar em casa e começou a fazer para outras pessoas, de forma voluntária. Aos 65 anos ela diz que preencheu a vida dela transmitir o bem que lhe trouxe a organização.

Para ler [com Lili Castro]

- 7 “Profissão Personal Organizer: Mineiras em Ação 1, o Caminho das Pedras e Suas Possibilidades”, Raquel Campos (Org.) Editora Conquista, 2024
- 7 “Caminhos da Organização: Vida Organizada e sem Estresse!”, Úrsula Freire (Org.) Editora Conquista, 2023

Para assistir

- 7 Minimalismo Já – Netflix, 2021

Onde desapegar

- 7 Venda de peças de grife:
Brecchic, em São Paulo
Contato: Cláudia
[11] 94546-6171
- 7 Doação: Bazar Beneficente da Santa Casa de Misericórdia de Belo Horizonte
Contato: Lícia
[31] 98365-4607



NOVA GERAÇÃO DO LUXUOSÍSSIMO BENTLEY CONTINENTAL FICA MAIS REFINADA, MAS A GRANDE NOVIDADE É O MOTOR HÍBRIDO DE MAIS DE 780 CV DE POTÊNCIA.

POR Felipe Boutros
FOTOS Divulgação

A quarta geração do Continental GT é o Bentley mais poderoso já produzido pela tradicional fabricante inglesa. Não tinha como começar esta matéria de outra maneira. Recém-lançado, o modelo celebra 21 anos de história abandonando o motor W12 e adotando um conjunto híbrido de 782 cv e 1.000 Nm (102 kgf/m). Assim ele é capaz de acelerar de 0 a 100 km/h em 3,2 segundos e atingir a velocidade máxima de 335 km/h. Não menos importante é autonomia no modo 100% elétrico de 81 km.

Quanto ao visual, as linhas básicas do Bentley Continental seguem praticamente inalteradas, mas o aspecto frontal completo do carro é novo, desde o kit de carroceria integrado na cor da carroceria até a maior mudança nas últimas duas décadas para o modelo – faróis dianteiros simples, que não eram usados pela marca desde 1959.



Luxo *brutal* Bentley Continental



A traseira do carro também foi redesenhada, incluindo o para-choque, lanternas traseiras, tampa do porta-malas e saídas de escapamento. As novas rodas, de 22 polegadas, têm um *design* fortemente direcional, novamente inspirado no tigre – com as “garras” da roda cravadas na estrada. O novo estilo de roda é oferecido com tinta escura com detalhes polidos, preto brilhante ou pintado de prata.



POR DENTRO

O interior do Bentley Continental segue a tradição dos carros feitos artesanalmente em Crewe, na Inglaterra. Os assentos ajustáveis em 20 direções há muito definem os padrões da indústria em conforto e requinte. Os novos recursos internos incluem o assento Wellness opcional com ajuste postural e climatização automática nos assentos dianteiros, minimizando a fadiga e proporcionando um nível de relaxamento verdadeiramente único.

A nova especificação Dark Chrome fornece uma estética mais contemporânea e dá um caráter mais discreto à cabine. Isso se aplica a maçanetas, interruptores, grades de alto-falantes e muitas outras áreas ao redor da cabine. A divisão sob medida da Bentley – Mulliner – oferecerá também uma coleção de recursos exclusivos que permitem maior personalização do modelo mais recente.

Uma escolha de três sistemas de áudio é oferecida no Continental GT. O sistema padrão possui 10 alto-falantes e 650 Watts, enquanto um sistema Bang & Olufsen de 1.500 W e 16 alto-falantes com grades iluminadas é oferecida para clientes voltados para o estilo de vida. Um sistema Naim de 2.200 W e 18 alto-falantes com transdutores de graves ativos integrados aos bancos dianteiros e oito modos de som é oferecido para o verdadeiro audiôfilo. O vidro acústico laminado é mantido para o para-brisa e janelas laterais, resultando em uma redução de nove decibéis no ruído externo em comparação com vidros não acústicos.



TECNOLOGIA

A quarta geração do Continental se beneficia da anterior com arquitetura elétrica, permitindo um avanço significativo na tecnologia de infoentretenimento e assistência ao motorista. Destaque também para o sistema de climatização, que foi revisado para aumentar o bem-estar na cabine, incluindo ionizadores de ar, um novo filtro de partículas e telas que mostram a qualidade do ar dentro e fora do veículo.



CONVERSÍVEL

Além de ser o Bentley mais potente de todos os tempos, o novo Continental, pela primeira vez, terá o lançamento da versão conversível simultaneamente, batizada de GTC. Ele tem um sistema de teto de tecido de sete arcos da marca inglesa, disponível em sete cores externas (incluindo *tweed*) e que pode ser aberto em 19 segundos em velocidade de até 48 km/h.

A Bentley garante que é capaz de criar um Continental único para cada cliente, mas as entregas só começarão no fim deste ano, com preços ainda a serem definidos. 



Bugatti Tourbillon *precisão* atemporal

INSPIRADO NO MELHOR DA RELOJOARIA, BUGATTI
TOURBILLON É HIPERCARRO QUE MARCA O INÍCIO DE
UM NOVO PERÍODO PARA A FABRICANTE FRANCESA

POR Felipe Boutros
FOTOS Divulgação

Tourbillon é um mecanismo desenvolvido no começo do século XIX para neutralizar os efeitos da gravidade em um relógio para garantir uma cronometragem mais consistente. E mais de 200 anos depois, ainda é reverenciado como o auge da relojoaria. Atemporal, assim como o novo hiperesportivo da Bugatti, que utilizou esse nome como o encapsulamento perfeito do caráter desse carro. Uma palavra francesa e uma referência sutil à herança da marca.

O Bugatti Tourbillon, portanto, utiliza uma série de técnicas de *design* e engenharia que nunca envelhecerão, incluindo um painel de instrumentos completamente analógico criado por relojoeiros suíços e finalizado com o mesmo cuidado e atenção que você encontra nos maiores relógios do mundo. Assim como estes se tornam heranças ao longo de gerações, o Tourbillon é projetado como um carro para a eternidade.



UM NOVO PARADIGMA

Além disso, o hipercarro ostenta novidades na própria linha da montadora, desde que ela ressurgiu, há 20 anos, com o Veyron: é o primeiro Bugatti não equipado com o icônico motor W16. Em seu lugar, o Tourbillon recebeu um conjunto híbrido – o primeiro na história da marca. Ele é composto por um V16 de 8,3 litros de aspiração natural totalmente novo – projetado com a ajuda da Cosworth – emparelhado com um e-Axle dianteiro com dois propulsores elétricos e um motor elétrico montado no eixo traseiro. No total, o Tourbillon produz 1.800 cv, sendo 1.000 do próprio motor de combustão e 800 cv dos motores elétricos.

DESEMPENHO BRUTAL

Além da potência, o desempenho do novo Bugatti impressiona: ele acelera de 0 a 100 km/h em 2 segundos e atinge 200 km/h em 5 s. Se continuar acelerando, o velocímetro atinge 300 km/h em 10 segundos e a marca de 400 km/h é alcançada antes de 25 segundos saindo da imobilidade. A partir daí, é só alcançar a velocidade máxima de 445 km/h!

E a marca garante que o Tourbillon, como um carro híbrido, tem baixo nível de emissões, além de autonomia de até 60 km no modo totalmente elétrico.

Como todo Bugatti da era moderna, o Tourbillon é “moldado pela velocidade”. A capacidade de viajar a mais de 400 km/h exige que cada superfície, entrada e cume sejam finamente afiados para garantir que não sejam apenas aerodinâmicos, mas também benéficos para a termodinâmica do carro. Esse é o princípio orientador do Tourbillon, que é então desenvolvido em torno de quatro elementos de *design* Bugatti inspirados na história: a grade em ferradura, a Bugatti *line*, a porção central da carroceria e a divisão em duas cores.





INTERIOR ANALÓGICO

Desde que os fabricantes de automóveis começaram a adotar telas digitais e *touchscreens*, a evolução tem sido tão rápida que em menos de uma década a tecnologia parece ultrapassada. Imaginando o Tourbillon como um carro atemporal, a Bugatti foi pioneira em uma experiência analógica autêntica na cabine. O painel de instrumentos foi projetado e construído com a experiência dos relojoeiros suíços. Composto por mais de 600 peças e construído com titânio, bem como pedras preciosas como safira e rubi, ele pesa apenas 700 g. Para ser um ponto focal da experiência de direção, ele é fixado no lugar enquanto o aro do volante gira em torno dele – uma configuração conhecida como volante de cubo fixo.

Outra peculiaridade do Bugatti Tourbillon é o sistema de som sem alto-falantes e *woofers* tradicionais, optando por um sistema avançado que apresenta dispositivos “excitadores” nos painéis das portas e em todo o carro para usar os painéis internos existentes como alto-falantes. É um sistema mais leve e eficiente do que as configurações de áudio tradicionais.

O Bugatti Tourbillon agora entra em sua fase de testes, com entregas aos clientes em 2026. Um total de 250 exemplares serão construídos, com um preço inicial de 3,8 milhões de euros. A montagem, manual, ocorrerá no Bugatti Atelier, em Molsheim, na França. 7



ESTE ANO AS REDES SOCIAIS FORAM INVADIDAS POR UM FILME DIRIGIDO PELO PREMIADO CINEASTA NORTE-AMERICANO WES ANDERSON, AUTOR DE PRODUÇÕES COMO “MOONRISE KINGDOM”, “O FANTÁSTICO SR. RAPOSO”, “OS EXCÊNTRICOS TENENBAUMS” E “O GRANDE HOTEL BUDAPESTE”. MAS DESTA VEZ O ENREDO NÃO É SOBRE UMA FAMÍLIA DIFERENTE OU O PERFEITO FUNCIONAMENTO DE UM ESTABELECIMENTO NUM PAÍS FICTÍCIO NO CENTRO DA EUROPA NOS ANOS 30. NÃO. A PROTAGONISTA É UMA CANETA CENTENÁRIA: A MEISTERSTÜCK, DA MONTBLANC.



Montblanc *no topo*

POR Fernanda Ribeiro
FOTOS Divulgação

O filme, intitulado “100 anos de Meisterstück”, tem duração de 3 minutos e mostra o próprio Anderson como protagonista, ao lado de Jason Schwartzman e Rupert Friend, dois de seus atores preferidos. De um jeito único, exuberante e com diálogos sutilmente cômicos, marcas registradas do diretor, a história começa no gelado cume da montanha Mont Blanc, na Europa Ocidental, onde está sediado o fictício Observatório Mount Blanc. Lá é desenvolvido um diálogo entre os três personagens sobre a escrita ao mesmo tempo em que brincam com diversos clichês de *marketing*. Além de dirigir o comercial, Anderson desenhou, por conta própria, uma versão pessoal da caneta Meisterstück, com lançamento previsto para 2025. A Montblanc, no entanto, irá comercializar apenas 1.969 unidades da nova caneta, em celebração ao ano de nascimento do cineasta. Cada uma delas será vendida pelo preço de US\$ 2,5 mil.

Aliás, edições especiais são frequentes na grife. Do ex-presidente norte-americano John Kennedy, passando pela princesa Grace Kelly, a atriz Greta Garbo, o escritor Saint-Exupéry e até mesmo a Ferrari, a Montblanc sempre conduziu com muita maestria o imaginário dos seus clientes, tornando-se desde a sua fundação um verdadeiro objeto de desejo.



**Embora a marca
esteja sempre
lançando novas
linhas de canetas, o
carro-chefe sempre
foi a tradicional
Meisterstück.**



Precisão em destaque no anúncio da década de 50 e capricho histórico na manufatura

DNA alemão

A história da Montblanc começou em Berlim, em 1906, quando dois amigos, o engenheiro August Eberstein e o banqueiro Alfred Nehemias, voltaram de uma viagem aos Estados Unidos fascinados por uma nova invenção que surgia no mercado: a caneta-tinteiro. Foi assim que, ao lado do comerciante Claus-Johnnes Voss, outro entusiasta da nova invenção, eles fundaram uma oficina com a proposta de desenvolver uma versão alemã das canetas-tinteiro e que fosse a melhor do mundo, sob o nome de Simplo Filler Pen Company.

Mas como boas histórias nunca seguem um traço linear, pouco depois de se reunirem eles enfrentaram o primeiro grande obstáculo: Nehemias faleceu e Eberstein desfez a sociedade para buscar novos sócios (Christian Lausen e Wilhelm Dziambor). Assim, a primeira mudança estratégica levou a sede da empresa para Hamburgo. Isso porque a cidade portuária dava mais acesso a importações e exportações, o que indicava o desejo de expansão da nova empresa. Mas foi somente em 1909, com o lançamento da primeira caneta-tinteiro, batizada de Rouge et Noir – já que a caneta era preta com um detalhe vermelho na extremidade da tampa – que o nome Montblanc surgiu. Aliás, dizem que a escolha do nome ocorreu durante um jogo de cartas em que um parente de um dos sócios elaborou uma inspirada analogia com a caneta, que havia se tornado o ápice dos instrumentos de escrita, e o Mont Blanc, o mais majestoso e mais alto pico dos Alpes. A escolha do nome, portanto, fazia referência à montanha mais elevada da Europa Ocidental.





Obra de mestre

Em 1913, a imagem deixada pela neve no alto do pico da montanha que batizou a empresa deu origem ao símbolo da marca: a estrela com seis pontas arredondadas Montblanc.

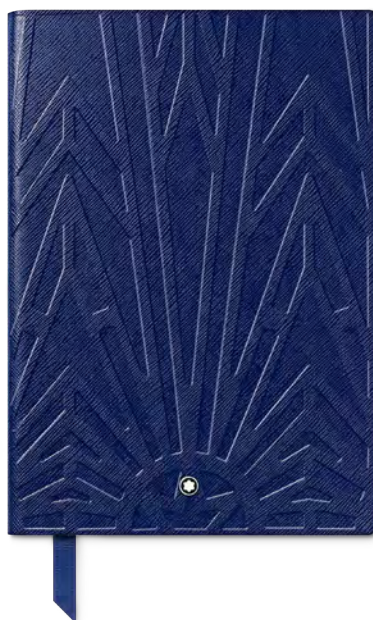
O ícone buscava traduzir sua qualidade, seu *design* e seu estilo. Somente em 1919 foi inaugurada a primeira loja da marca, na própria cidade de Hamburgo, com venda exclusiva de canetas e outros produtos, como papéis, lápis e tinta, em formato precursor das lojas-conceito de marcas de luxo.

Mas foi em 1924 que a Montblanc alcançou o topo. Há exatos 100 anos a empresa lançava a sua obra de mestre: a Meisterstück, que trazia um *design* tão atemporal e com matérias-primas tão inovadoras que, para sempre, se transformaria no carro-chefe da empresa e num verdadeiro mito entre os amantes da boa escrita. Sua importância é tão grande que o próprio Museu de Arte Moderna de Nova York lhe presta homenagem mantendo uma Meisterstück 149 em exposição permanente. Foi também em 1924 que a empresa percebeu a importância de oferecer produtos que fossem um investimento. A partir daí, lançou a garantia permanente, impulsionando as vendas e garantindo a eternidade das peças, que poderiam ser passadas de pai para filho.

Em 1934 a empresa adotou oficialmente o nome que já havia se tornado uma marca em todo o mundo: Montblanc Meisterstück GmbH. Em 1935 a marca passou a produzir também artigos de couro, como cadernos e estojos. Mas quando tudo estava bem e nos trilhos, veio a Segunda Guerra Mundial. Mais uma vez a empresa teve que se adequar, suspendendo as atividades quando as suas instalações foram destruídas pelos severos bombardeios e as prioridades da população eram outras. Mas assim que o conflito foi finalizado, as suas fábricas foram reconstruídas rapidamente com apoio do Ministério da Fazenda alemão.

À ESQUERDA,
a magistral Meisterstück 149

ACIMA E NA PÁGINA AO LADO,
diversificação de produtos



A melhor do mundo

Em 1977 a empresa alemã foi adquirida pela britânica Dunhill e passou a diversificar os produtos. Os anos 1990 começaram com a inauguração da primeira loja, em 1992, em Hong Kong. Depois do sucesso da fabricação de canetas de luxo, a marca resolveu investir em outros acessórios e passou a produzir agendas, pastas executivas, carteiras, blocos de anotações e cintos. Em 1997, a empresa fundou a Montblanc Montre S/A, na cidade de Le Locle, o coração da indústria de relógios suíça, ingressando no restrito segmento de relógios de luxo. Mantendo a filosofia da marca de ter técnica artesanal magistral e satisfazer as expectativas de alta qualidade depositadas sobre os relógios, a primeira coleção Meisterstück contava com 13 modelos, parte com movimento manual, à corda, para destacar a preciosidade do tempo e a importância de vivê-lo calmamente. Depois dos relógios surgiram óculos, peças de joalheria, perfumes e produtos da linha corpo e banho, como desodorantes e loções pós-barba. Após ser comprada, em 1997, pelo grupo suíço Richemont, conglomerado de luxo proprietário de marcas renomadas como Cartier e Piaget, a Montblanc passou de referência em canetas a símbolo de estilo de vida.

Nos últimos anos a marca alemã entrou forte no mercado chinês, onde possui mais de 90 lojas. Prova disso foi a inauguração, em 2011, de uma imensa loja (557 m²), localizada no *shopping* Tai Koo Hui, em Guangzhou, um centro de compras de luxo; ou em 2012, com a abertura da maior boutique da marca no mundo (1.800 m²), em Pequim, cujo inovador conceito interativo se espalha por quatro andares, permitindo que os visitantes experimentem uma total imersão no universo da Montblanc. Atualmente a marca possui mais de 400 lojas próprias e mais de 9 mil pontos de venda, em mais de 90 países.

Curiosidades

Um dos *slogans* utilizados pela Montblanc é “The art of writing”, remetendo à valorização incentivada pela empresa à cultura e à arte. Em 1992, a grife criou o prêmio Montblanc de la Culture Arts Patronage, com o intuito de homenagear patronos das artes com edições limitadas. Por meio desse prêmio, a empresa busca sempre lançar apoio a diversos artistas.

Em 1994 a Montblanc Solitaire entrou para o Guinness Book como a caneta mais cara do mundo, contando com 4.810 brilhantes em sua composição.

Você já ouviu falar do sistema Quo Vadis? Ele foi desenvolvido pela empresa para atestar a qualidade dos seus produtos. Consiste na gravação a *laser* de um número único no clipe de cada caneta produzida pela Montblanc. Esse número corresponde a um código de barras registrado com o número do cliente no ato da compra do item.

No total, há 60 etapas envolvidas no processo de produção de uma caneta, que leva em torno de um mês. Para se ter uma noção do nível do trabalho realizado pela marca: as penas das canetas são cuidadosamente cortadas por lâminas de diamante. No corpo da peça, um granulado de resina nobre é utilizado para obter o seu aspecto lustroso.



No que diz respeito à fabricação dos relógios Montblanc, cada peça é submetida ao “teste das 500 horas”, levando aproximadamente esse tempo até ser de fato concluída. Essa etapa é fundamental para atestar a qualidade e resistência de cada um dos relógios.



A marca chegou ao Brasil em 1995, e a metrópole paulista foi a primeira das Américas a receber uma loja própria. A boutique fica localizada em um dos mais valorizados pontos da capital, entre as Ruas Oscar Freire e Haddock Lobo, na região dos Jardins.



Catálogo Montblanc dos anos 30



João Pedro Fernandes Oliveira

No jogo da vida

POR Rodrigo James
FOTO Divulgação/
Goat Challenge

Expoentes da cultura pop e da tecnologia, os *videogames* fazem parte do dia a dia de crianças, adolescentes e adultos há décadas e acompanham não somente as evoluções digitais, como também as revoluções comportamentais dos nossos tempos. Uma delas foi batizada de *streamer* de *game*, pessoa que transmite ao vivo suas atividades relacionadas a *videogames* pela internet. Mas se engana quem pensa que a atividade é só uma brincadeira. Ser *streamer* nos dias de hoje é um grande negócio e o mineiro João Pedro Fernandes Oliveira, de 21 anos, é a prova disso.

Estima-se que esse mercado tenha faturado aproximadamente 10 bilhões de dólares em 2023, com mais de 8 bilhões de horas de transmissões em plataformas como Twitch, YouTube e Facebook. O maior *streamer* do mundo – Tyler Blevins, conhecido como Ninja – teve um faturamento estimado entre 17 e 20 milhões de dólares no ano passado, com receita obtida através de assinaturas na plataforma Twitch, patrocínios (Adidas, Red Bull), vendas de mercadorias, doações e acordos de exclusividade de plataformas.

O Brasil não fica para trás nesse mercado. Nomes como Alexandre Borba, o “Gaulês”, e Bruno Goes, o “Nobru”, são conhecidos entre a comunidade *gamer* e faturam de 1 a 3 milhões de dólares por ano. Um negócio milionário que tem atraído jovens de todas as partes do país, interessados em criar comunidades, crescer com elas e faturar. E João Pedro, mais conhecido no universo *gamer* como “SPK”, é um desses jovens. Recém-formado em Publicidade, ele pode parecer novo, mas trata-se de um veterano. Sua história começou aos 10 anos de idade, quando ganhou seu primeiro computador pessoal para, então, entrar no circuito jogando Minecraft e se aventurando em *lives* no YouTube, mostrando sua destreza. Do Minecraft para o Counter Strike, do YouTube para a Twitch, do amadorismo para o profissionalismo.

Em pouco mais de 4 anos, João Pedro mudou de *game*, de plataforma e começou a fazer parte de equipes profissionais de *gamers*, sendo remunerado por isso.

Entretanto, a grande virada de chave em sua vida se deu a partir do momento em que adotou outro *game*, o GTA (Grand Theft Auto) V, no modo Roleplay. O GTA Roleplay, ou GTA RP, é uma modificação popular do jogo que permite aos jogadores criar e assumir personagens fictícios e viver suas vidas dentro do seu mundo virtual. João Pedro entrou de cabeça nessa história, e em pouco tempo já fazia parte de equipes vitoriosas em servidores de GTA RP, até que seu espírito empreendedor falou mais alto e ele resolveu abrir o próprio servidor. E isso com um diferencial: ser o único servidor de GTA competitivo aberto para todo mundo. “O início foi difícil. No dia da estreia do servidor, com uma audiência de 20 mil pessoas esperando para ver, problemas técnicos impediram que ele funcionasse”, lembra João Pedro. Mas ele não desanimou e, dois meses depois, refez o servidor, que estreou oficialmente no início de dezembro de 2023. Hoje, com mais de 120 mil membros ativos e diversos tipos de assinaturas oferecidas, o servidor é um grande negócio, com mais de 30 pessoas trabalhando para que ele se mantenha em pé e atualizado constantemente.

João Pedro não se define mais como um *streamer*, mas como um empresário do setor, e por mais que seja bem-sucedido, ele sabe que não pode deixar a peteca cair em um segmento mais do que concorrido. “A chance de você ser bem-sucedido no mundo dos *streamings* é de cerca de 5%, porque é um negócio muito competitivo. Você tem que se reinventar todos os dias, tem que estar presente, tem que ter um público ali. É uma profissão que exige uma combinação de habilidades técnicas, criativas, sociais e empresariais e que, de quebra, rende milhões para quem se dedica”, finaliza. 7

do **design**

COMO INICIATIVAS DE DESIGN CONTRIBUÍRAM PARA AS COMUNIDADES AFETADAS PELA TRAGÉDIA NO RIO GRANDE DO SUL

O Rio Grande do Sul foi assolado por uma catástrofe climática, afetando 95% das cidades gaúchas com tempestades e cheias dos rios. Iniciativas de *design* nacionais ratificam uma vocação histórica do *design* como agente de superação de crises, tanto sociais quanto econômicas. As ações emergem não apenas como soluções estéticas, mas como movimentos de apoio e resiliência comunitária.

Das muitas iniciativas no país, três se destacaram: a união de empresas de *design* para gerar conteúdo em troca de doações, o prêmio para a construção de mobiliários e a transformação de *banners* em malas para as pessoas em abrigos.

POR Gustavo Greco
FOTOS Divulgação



SOS Design

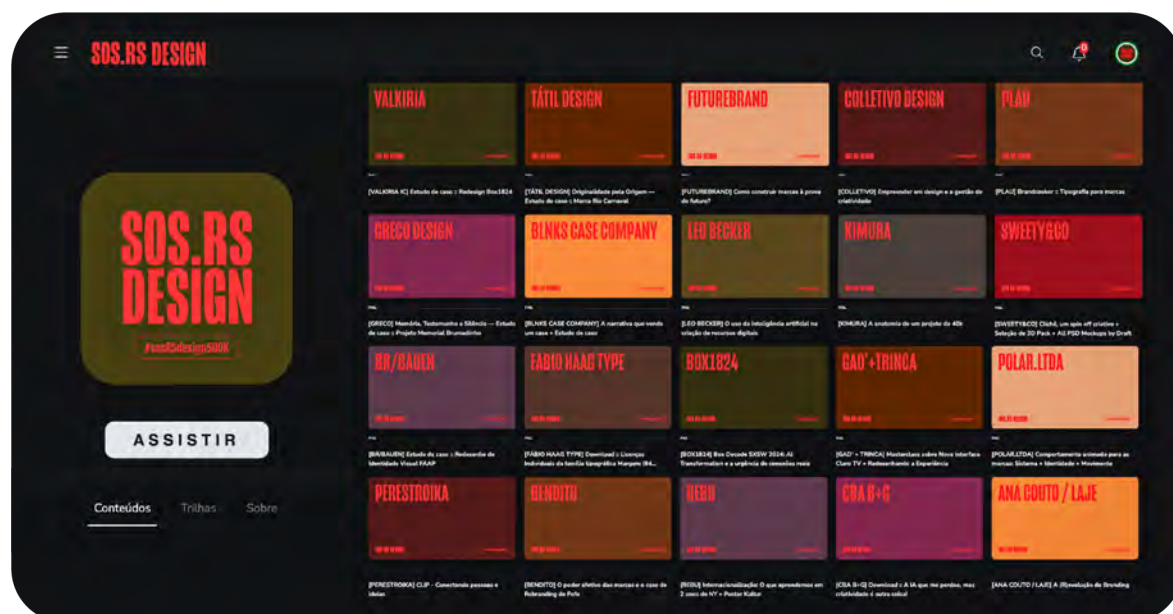
O mercado de *design* brasileiro se uniu em prol de um nobre propósito: arrecadar meio milhão de reais para auxiliar o Rio Grande do Sul. Para isso, 20 empresas referências do *design* doaram conteúdos para o SOS RS Design, além de usar a força de suas redes para a divulgação. A meta foi alcançada em um mês de projeto.

As pessoas que apoiaram a iniciativa com uma doação de R\$ 300,00 receberam acesso a mais de 20 conteúdos de peso. Toda a renda arrecadada foi destinada a doações para apoiar as pessoas mais impactadas pelos eventos recentes no estado, transformando cada contribuição em uma ação concreta de ajuda.

O projeto é uma iniciativa de Valkiria IC, estúdio de *design* do RS, com a participação da Tátil Design,

FutureBrand, Colletivo Design, Greco, Sweety & Co, Blnks Case Company, Fábio Haag Type, Leo Becker, Estúdio Kimura, Plau Design, BR/Bauen, Box 1824, Gad', Trinca, Polar, Ltda., Bendito Design, Rebu, CBA B+G, Perestroika e Ana Couto. Além dessas, o projeto contou com apoiadores oficiais: Noo Works, Brandster e Faber-Castell.

“Sempre acreditamos que *design* é sobre descobrir oportunidades que estão esperando para serem reveladas, e desta vez não foi diferente. Criamos um formato para angariar recursos que deu certo. Desenhamos estratégia, marca, copy, desdobramentos e mobilizamos os parceiros que nos ajudariam a colocar o projeto de pé e potencializar a nossa ação. Precisávamos do Brasil todo olhando para nós e, de novo, deu certo. Esse desenho fica para a sociedade, para outras áreas, para unir mais as comunidades pares e gerar valor em cadeia”, conta Matheus Pinto, um dos idealizadores do projeto.



SOS Design: imagens da campanha e conteúdos compartilhados pelas empresas participantes

ReMakeRS

Para ajudar a reconstruir a vida de muitas famílias que perderam suas casas e todos os seus bens, incluindo móveis essenciais, diversas instituições, entre elas a Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), se uniram e organizaram um desafio de *design* emergencial: o ReMakeRS. O objetivo do desafio foi projetar mobiliários de baixo custo, de fácil fabricação e montagem, criando um repositório digital de projetos abertos (*open-source*). Os projetos recebidos foram disponibilizados gratuitamente para qualquer pessoa ou empresa interessada em produzir, financiar a produção e ajudar as vítimas das enchentes no Brasil.

André Marques, à frente do projeto, lembra que “a ideia do ReMakeRS surgiu da preocupação com o retorno das pessoas para suas casas, sendo que um dos itens mais destruídos pela água foi o mobiliário. Diante da urgência da situação, um grupo de FabLabs e universidades se uniu para organizar um desafio de *design* emergencial. O *design* tem um papel crucial em enfrentar crises decorrentes de tragédias como as enchentes no Rio Grande do Sul. Posso citar ainda algumas maneiras pelas quais o *design* atua contra crises: soluções emergenciais rápidas, *design* sustentável e de baixo custo, *open-source* e colaboração, engajamento da comunidade e conexão com empresas e entidades. Além disso, o *design* pode ajudar na reconstrução a longo prazo, ao reimaginar espaços mais resistentes a futuras crises”.

Veja mais: remakers2024.com

ABAIXO,
a cama Kerecha (“sonho”, do
guarani) materializa o acolhimento,
o conforto e o recomeço

NA PÁGINA AO LADO,
banners se tornam sacolas
resistentes no Projeto Bem Guardar



Projeto Bem Guardar

A alternativa de sobrevivência para muitas famílias foi refugiar-se em abrigos improvisados em escolas, espaços públicos e privados. Foram mais de 80 mil pessoas que passaram a viver sobre colchões. Sair de perto de seu colchão é abandonar o que se conseguiu reunir e resgatar.

“Nosso voluntariado nos abrigos nos ajudou a enxergar e dar maior importância ao guardar, a proteger e organizar aquilo que restou e aquilo que estava se tornando um novo bem. Por isso, sendo uma empresa que enxerga valor no ato de acondicionar, embalar, proteger, captamos resíduos de lonas e *banners* de comunicação, que foram transformados em sacolas fortes, firmes e duráveis. E mesmo sendo um projeto pequeno, a gente quis também ser inspiração nesta crise de resíduos que estamos enfrentando no estado”, explica Titha Kraemer, CEO da Bendito Design, empresa idealizadora do projeto.

As sacolas e o ato de guardar ajudam a proteger e organizar os pertences nos abrigos e a trazer um senso de controle e estabilidade emocional, permitindo que cada pessoa tenha um espaço para suas coisas, além de facilitar o deslocamento de cada um no retorno para suas casas ou na transferência para outros abrigos. A Bendito Design abraçou essa causa, captando recursos, insumos, organizando a logística e apoiando a economia local ao produzir com empresas de Porto Alegre: a Ciclo Reverso Brasil, que teve parte de seu time de costureiras afetada pela enchente; a Cos, que estava totalmente debaixo d’água; e a Poa Brindes, localizada em Gravataí, também no Rio Grande do Sul.



As iniciativas que surgiram no Rio Grande do Sul demonstram a capacidade transformadora do *design* em tempos de crise e como a profissão pode contribuir para a solução de problemas do nosso tempo, com foco no ser humano. Sempre.

Flávio Viterbo

Criador de

oportunid

POR Mariana Peixoto
FOTOS Alexandre Guzanshe

SE A OPORTUNIDADE NÃO CHEGA, VOCÊ DEVE CRIÁ-LA. FLÁVIO VITERBO, DE 40 ANOS, COMPREENDEU ISSO MUITO CEDO. NASCIDO EM BETIM, NA GRANDE BELO HORIZONTE, O TERCEIRO DOS QUATRO FILHOS DE UM MOTORISTA DE ÔNIBUS E UMA DONA DE CASA FOI PARA A RUA NA ADOLESCÊNCIA. RUA, NO CASO DELE, SIGNIFICAVA TRABALHO. TINHA 13 ANOS QUANDO COMEÇOU A VENDER REDES EM SINAIS DE TRÂNSITO E HOJE É DONO DA VITERBO MÁQUINAS, ESPECIALIZADA NA IMPORTAÇÃO DE MÁQUINAS PARA O SETOR METALÚRGICO E COM O MELHOR POSICIONAMENTO NO *RANKING* NACIONAL.

“Sempre me identifiquei como vendedor”, diz Flávio, que teve como escola (terminou somente o ensino fundamental) a própria experiência. “Não nasci com o dom (de vender), mas com a necessidade. Vi que não poderia depender de ninguém, só de mim, para dar certo.” Rapidamente entendeu também que tinha que fazer diferente dos outros. Aos 18, passou a comercializar colchões de porta em porta. “Se eu saísse de casa às 6h da manhã, chegaria antes dos outros em determinados lugares. Então comecei a fazer o que ninguém fazia.” Foi um primo que lhe apresentou a área industrial. Tinha 22 quando começou a trabalhar com manutenção de máquinas. Eram equipamentos para corte e conformação de aço.

Esse foi o início de sua trajetória no mercado. Há 15 anos ele fundou a Viterbo Máquinas, especializada na importação de máquinas para o setor metalúrgico. Tal universo abrange de peças aeronáuticas até implementos rodoviários. “Envolve a transformação de aço plano, tudo o que se vê de aço cortado e dobrado”, explica. Hoje, a Viterbo tem o melhor posicionamento no *ranking* nacional. Enquanto vende 250 máquinas por ano, sua principal concorrente chega à metade desse número. “Quando fui trabalhar com máquina, não havia nada parecido em Minas Gerais, que é o terceiro polo industrial do Brasil”, diz Flávio. Ou seja, qualquer empresário mineiro tinha que se deslocar para São Paulo ou para estados do Sul do país para comprar um equipamento.

ades



Até chegar a esse patamar muita coisa aconteceu, como Flávio lembra. “Em 2009 fui demitido da empresa em que trabalhava. Como tinha feito muito contato, vi que precisava criar um CNPJ para me tornar de vendedor a empresário.” Em 2010, a convite de um amigo, foi à China. “Foi lá que identifiquei que importar era mais vantajoso do que representar. Vendi meus dois carros e comecei a Viterbo Máquinas.”

Àquela altura, Flávio recorda, a imagem que se tinha da China era de produtos baratos, voltados para pequenas empresas. “Só que a China se transformou e hoje tem produtos de qualidade.” No caso do segmento da Viterbo, máquinas industriais competitivas com equipamentos europeus e norte-americanos, só que com melhor custo x benefício. “Acabamos mudando a história do mercado”, acrescenta.



SUPERAÇÃO

Mas o caminho de Flávio não foi nada fácil. Os primeiros anos foram duros. “Em 2014, por uma questão política, o mercado da indústria ficou sucateado por dois anos. Estivemos próximos da falência. O que salvou a empresa foi termos estoque.” Até 2016 a Viterbo tinha um galpão de 250 metros quadrados. Em 2017, dobrou o espaço. “Tínhamos equipamento de qualidade para pronta entrega.” O prazo tradicional para a entrega de uma máquina era de 90 a 150 dias – ruim tanto para o comprador quanto para o vendedor, que só receberia sua comissão quando o equipamento chegasse a seu destino. Com a Viterbo, não. A entrega é imediata. E essa proposição, que está no DNA da empresa, foi o que fez a diferença. Quando a Viterbo passou a ter um porte maior, Flávio passou também a investir em publicidade e redes sociais. Em maio de 2019 ele fez um movimento arriscado. Participou da Feira Internacional de Máquinas-Ferramenta e Automação Industrial (Expomafe), em São Paulo, “mostrando um tamanho que a Viterbo não tinha”.



ESTRATÉGIA QUE DEU CERTO

A estratégia deu certo. “O mercado enxergou a gente, vendemos todo o estoque.” Os bons ventos, entretanto, deram lugar a uma tempestade menos de um ano mais tarde. “Em 2020, quando veio a pandemia, o mercado parou, pois ninguém sabia o que iria acontecer”, lembra Flávio. Pois a reação, também de risco, não demorou a acontecer. “A China, naquela época, estava com excesso de equipamento. Só que o frete, que era de US\$ 1 mil, passou para US\$ 14 mil.” Flávio resolveu bancar e comprou tudo. Para comportar todos os equipamentos, em setembro de 2020 ele aumentou seu espaço para uma área de 2 mil metros quadrados. “Na época, a única empresa do Brasil que tinha máquina era a nossa.” O crescimento não parou. Já em janeiro de 2021 a Viterbo passou a ter uma área de 3 mil metros quadrados.

Em 2022 a Viterbo chegou ao tamanho atual, um espaço de 8 mil metros na Rodovia Fernão Dias, também em Betim, e 75 funcionários. “Nosso objeto é alcançar empresas que ainda não alcançamos. A cada novo semestre os grandes *players* têm nos enxergado. Empresas que antes só compravam máquinas da Europa passaram a comprar com a gente”, continua Flávio.

Mesmo diante de tantas conquistas, ele continua trabalhando como o menino que começou a vender redes no trânsito. Vivendo em Nova Lima com a mulher, Mayara, e os três filhos, madruga diariamente. Chega à empresa às 7h da manhã. O expediente começa e termina cedo. No fim da tarde já está em casa. É a hora da família, algo de que Flávio não abre mão. ▮

“Quando fui trabalhar com máquina, não havia nada parecido em Minas Gerais, que é o terceiro polo industrial do Brasil.”

Eduardo Maya

Um mineiro de *paladar*

EDUARDO MAYA NÃO NASCEU EM MINAS GERAIS, MAS PODERIA. É CIDADÃO HONORÁRIO DE BELO HORIZONTE E POR AQUI FEZ HISTÓRIA NA GASTRONOMIA. NESTA ENTREVISTA ELE CONTA DOS PROJETOS ATUAIS E RELEMBRA OS PRIMÓRDIOS COMO AGITADOR GASTRONÔMICO, CHEF E COMENTARISTA DE RÁDIO.

O Comida di Buteco é um grande marco na sua carreira. Como surgiu a ideia?

A última vez que eu virei a chave da minha vida, eu tinha 37 anos. Hoje, tenho 66. Nessa época, fiz um curso na Le Cordon Bleu, de *catering*, em Ottawa, Canadá, e montei uma escola de cozinha. Eu montei o Centro Culinário e fui falar na rádio Gerais, no programa diário Momento Gourmet, e encarei durante cinco anos. Foi onde eu aprendi muito sobre gastronomia. Um dia, eu chamei o João Guimarães e a Maria Eulália (ela era executiva da rádio) e apresentei a ideia do Comida di Buteco. Era o ano 2000. O Comida di Buteco foi o primeiro evento que eu fiz, mas eu já estava focado 100% na gastronomia.

Antes da gastronomia, com o que você trabalhou?

Eu fiz um curso em uma escola técnica de matemática e estatística na politécnica do Norte de Londres. Voltando ao Brasil, passei para uma empresa de exportações. Fui trabalhar na mesa de moedas, com *commodities*: café, cacau e açúcar. Meu inglês estava perfeito depois de seis anos na Inglaterra. Mas após quatro anos eu disse “Não dá”. Eu sou que nem pardal: se me prender, eu morro. Aí que eu vim para BH, porque eu tinha uma namorada mineira na época, e montei uma academia de ginástica. Me separei e montei uma fábrica de roupas. Em 1996, fechei a fábrica e me dediquei *full time* à gastronomia, que não saiu mais da minha vida. Quando fui chamado para rádio foi através do Jorge Rattner (famoso *restauranteur* uruguaio, pioneiro em BH, falecido em 2011), o cara que mais entendia de gastronomia com quem eu convivi. Ele foi convidado para falar na rádio, mas tinha um sotaque carregadíssimo. Aí me indicou, porque naquela época eu já tinha viajado, morado fora. E eu sempre procurei comer bem e ler muito. Ele me indicou, e uma coisa foi puxando a outra.



Por que você saiu do Comida di Buteco?

Eu fiquei até 2013 e aí houve algumas mudanças, os sócios queriam levar o Comida di Buteco por um lado que eu não estava muito feliz. Pensei: está na hora de sair. É o que eu disse: gosto de dar uma “voadá”, e 13 anos à frente do projeto, já deu, vamos fazer outras coisas.

A outra coisa foi o Aproxima...

Foi o Aproxima. Eu cheguei a oferecer o Aproxima para toda a sociedade. Tinha ido muitas vezes ao Peru, no Mistura (maior feira gastronômica da América Latina), e pensei em fazer uma coisa parecida. Fui ver feiras gastronômicas na França, na Inglaterra e nos Estados Unidos. Nós fomos os primeiros a ter um projeto com esse perfil em Minas, a colocar as cervejas artesanais junto. Até hoje eu faço a curadoria no Centro Culinário, recebo produtores, a gente prova as coisas, conversa, pergunto como faz, como eles preparam. E o Aproxima já está fazendo 10 anos.



**“Eu sou que
nem pardal:
se me prender,
eu morro.”**

Além do Aproxima e do Centro Culinário, você tem pizzaria (Pitza 1780), olival e um projeto com padarias de São Paulo...

Há quatro anos, meu sócio, Miguel Icassati, e eu montamos o Padocaria SP, que é um “Comida di Buteco” de padarias de São Paulo. As padocas estão para os paulistanos como os botecos para os mineiros, só que o paulistano é até mais apaixonado, porque ele convive diariamente e o dia inteiro. A padaria serve café da manhã, aquele cafezinho no meio do dia, vira um restaurante na hora do almoço, tem lanche da tarde, às 18h vira *happy hour*, às 20h é pizza e às 22h é sopa. É um *business* pesado. No Padocaria, além de o público eleger as melhores padarias por região (Norte, Sul, Leste, Oeste e Centro), elegemos a melhor de São Paulo, o melhor pão francês, o melhor café, o melhor sanduba, o melhor doce, o melhor frango assado (às vezes a gente tira uma categoria e coloca outra). No segundo ano, tivemos mais votos em duas semanas do que a Vejinha em São Paulo. Então, tá bruto, tá forte.



E vocês têm ideia de expandir ou é uma peculiaridade de São Paulo com a padaria?

Nós queremos trazer para Belo Horizonte. Eu quero levar para o interior de São Paulo também, mas Belo Horizonte seria um desafio e eu adoro desafios. Quando começou o Comida di Buteco, bar tinha banheiro sujo, era um ambiente masculino. Boteco não era o que é hoje. Nós mudamos a forma. As coisas mais legais do Comida di Buteco foram valorizar aqueles trabalhadores que estão lá há 20 anos queimando a barriga no fogão e o banho de loja que foi dado. Trazer o Padocaria é um desafio (e nós só não trouxemos este ano por falta de patrocínio), porque é mudar a forma de o belo-horizontino frequentar a padaria. Hoje, nós vamos a uma padaria para comprar pão.

Como estão os seus demais projetos, como a produção de azeites e o Pitza 1780?

O azeite não se adaptou muito à minha região, ali na Serra dos Alves, Itabira, Ipoema. Nós temos que mudar o produto porque nosso espaçamento é muito curto, está abafando um pouco. Enquanto isso, eu descobri que as oliveiras vendem muito bem. Então, hoje vendo árvores. Mas a gente não vai vender tudo, não. Plantei também um café no meio das oliveiras e contratei um agrônomo. Com outro agrônomo, o mesmo do Luiz Porto, nós estamos com videiras. Daqui a uns dois anos, no Aproxima, vamos ter o vinho da Serra do Abraço, e eu vou me divertindo com um pouquinho de azeite, um pouquinho de café, um pouquinho de vinho. Agora, na Pitza 1780, fiz uma parceria e vamos dar uma mudada, vou colocar garçom, por exemplo. As pessoas até hoje (já são sete anos) não entendiam que não tinha garçom e estavam pagando mais barato por isso.





Você é carioca, mas se considera também mineiro?

Eu não falo que eu sou carioca... eu nasci no Rio de Janeiro, em Copacabana. Mas eu me adaptei tão bem aqui, fui tão bem recebido (Maya vive em Minas desde 1984)... Você não escolhe onde você vai nascer, quem vão ser seus pais, mas onde você quer morar você pode escolher. Eu sou cidadão honorário de Belo Horizonte, ganhei as medalhas todas lá do 21 de Abril. Estou supersatisfeito.

Para finalizar, qual a avaliação que você faz da gastronomia mineira?

Existe um marco na gastronomia mineira que é o Madrid Fusión, que nasceu de uma ideia minha de levar o Eduardo Avelar, que era meu sócio nas Conspirações Gastronômicas,

com o Ralph Justino. Eu fui passar férias em Barcelona e sabia que o Avelar estava na França e o chamei pra irmos ao Madrid Fusión. Nós piramos com o que vimos e pensamos: “Vamos ver se a gente bota uma barraquinha de Minas Gerais aqui”. E nós voltamos no ano seguinte, conversamos com chefs, o governo ficou interessado, abraçou, e o Rodrigo Ferraz ajudou muito nessa parte. Então nós fomos com todo mundo né, lembro que o Léo Paixão falou que saiu do Brasil como um chef francês e voltou como um chef mineiro. No retorno pra cá, tudo mudou, a gente começou a valorizar mais os nossos produtos, perdemos aquele complexo de vira-lata. Olha, estamos voando agora com os nossos queijos, vinhos, café, cervejas artesanais. Tudo isso aconteceu em dez anos. Acho que agora a gente tem que manter esta toada e melhorar principalmente na parte de serviço. É o tripé governo, iniciativa privada e população que tem que andar junto mesmo para caminhar nesta direção. ▮



SUA CASA CONECTADA



A HIFICLUB, COM 25 ANOS DE EXPERTISE NO MERCADO E COM EQUIPAMENTOS DE ÚLTIMA GERAÇÃO, DESENVOLVE E IMPLANTA **PROJETOS DE AUTOMAÇÃO, REDE ESTRUTURADA, SEGURANÇA, SONORIZAÇÃO, PAINEL DE LED E HOME CINEMA**, PROPORCIONANDO CONFORTO E QUALIDADE PARA AMBIENTES RESIDENCIAIS E COMERCIAIS.

EMPRESA
DO GRUPO
FOCO BH



@ vendas@hificlub.com.br
hificlubbrasil
www.hificlub.com.br
R. Padre José de Menezes 11 · Luxemburgo · BH · MG

BH · 31 2555 1223
BH · 31 99590 4324
SC · 31 99382 2021

25
ANOS

HIFI
CLUB



white cube

PONTOS DE COR, FORMAS AJUSTADAS E ALFAIARIA, EM
UM COMBO *CHIC-EASY* QUE VAI DE VENEZA A BASEL.

POR Natália Dornellas
FOTOGRAFIA Gustavo Marx
STYLING Maria Cândida
ASSISTENTE STYLING João Vitor Salsano
BELEZA Washington Rodrigues • @washingtonrodrigues.ig
TRATAMENTO DE FOTOS Carlos Henrique Moreira
MODELO Carol Isla • JM Model Manager
LOCAÇÃO Galeria Orlando Lemos
AGRADECIMENTO ESPECIAL Orlando Lemos

Echarpe acervo stylist, trench coat e
calça Zezé Duarte, sapatos Zara





Clara A

Blusa e calça Zezé Duarte,
sapatos Zara

Vestido vermelho Barbara Bela,
calça Zara, anel Tati Queiroz,
sapatos Zara





Jan. 19-9. 100R

MOSES CENTER

SEEKS

SOLITARY
CHEMIST
in the
EMBALTA
GARDEN

SLEEP



Atipucos Gordon
Atipucos Rife



Blazer *off white* e colete couro NK Store,
vestido Barbara Bela, brincos Abi Project,
sapato Zara







Blusa Coven, saia Zezé Duarte,
cinto Zara, anel Tati Queiroz,
brinco Abi





Blusa Coven, saia Zezé Duarte,
cinto Zara, anel Tati Queiroz,
brinco Abi



POR Ana Helena Miranda
FOTOS Leonardo Finotti

É RARO NÃO SE ENCANTAR PELA VISTA PROPORCIONADA PELAS MONTANHAS QUE RODEIAM O CONDOMÍNIO VALE DOS CRISTAIS, EM NOVA LIMA. MAIS SURPREENDENTE AINDA É FAZER COM QUE A ARQUITETURA E O INTERIOR DE UMA CASA ROUBEM A CENA DESSAS MONTANHAS.



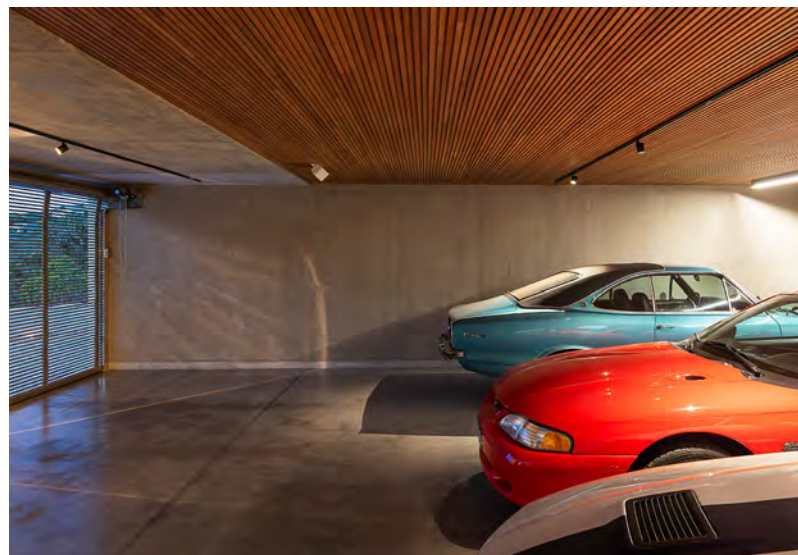
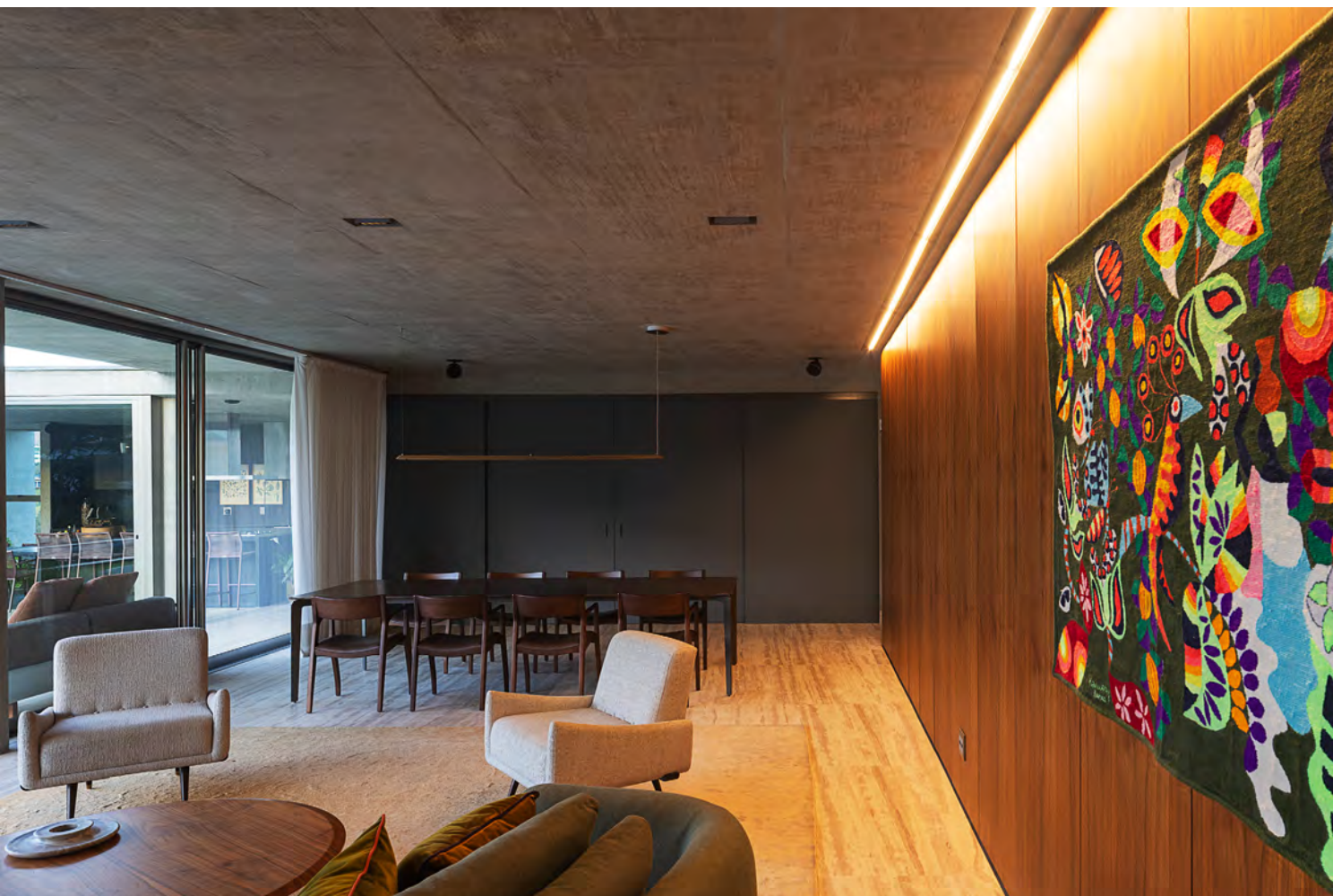
etéreo
e
sublime



Com formas e estrutura arrojadadas, que usa de métodos construtivos avançados e o concreto e o vidro como matérias-primas expressivas, essa casa projetada por Fernando Maculan e Mariza Machado Coelho precisava de um projeto de interiores capaz de estabelecer um diálogo harmônico entre esses elementos. Algo que transitasse entre o elegante e o sublime. Para assumir esse desafio, o casal de moradores convidou Joana Hardy, arquiteta à frente do Joana Hardy Estúdio, conhecida por trazer uma leveza natural e uma elegância cheia de sensibilidade em seus projetos.



O primeiro passo foi trazer madeira em painéis de marcenaria, que posicionados em algumas paredes e até no teto da garagem atuaram como elemento ténue entre o concreto e o vidro. Outro caminho encontrado foi o uso do mobiliário *vintage*, estética apreciada pelos moradores que ganhou abordagem contemporânea graças à curadoria de Joana. Duas poltronas Anette, de Jorge Zalszupin, foram posicionadas em frente à estante de marcenaria que recebe a lareira. No estar, Zalszupin se fez presente mais uma vez, desta vez com as poltronas 801.



O projeto luminotécnico de Mariana Novaes trouxe uma iluminação pontual, em locais estratégicos da casa, como os nichos da estante em marcenaria e o painel de madeira que unifica jantar e estar. Já o paisagismo foi assinado por Felipe Fontes, que trouxe o verde como elemento coadjuvante do concreto e do vidro.





Entre todos esses elementos, faz-se presente o etéreo, aquele *je ne sais quoi*, que não sabemos de onde vem, mas que foi magistralmente orquestrado. Algo intrínseco à arquitetura de interiores do Joana Hardy Estúdio.





Meditação com dra. Sofia Bauer

podder

da **psicologia positiva**

NO CONTO “A EUFORIA DOS TROIANOS”, DO ESCRITOR CATALÃO QUIM MONZÓ, O PERSONAGEM CENTRAL, MESMO DEPOIS DE SOFRER REVÉS ATRÁS DE REVÉS, AINDA ACREDITA QUE “QUANDO SE OPÕE CORAJOSAMENTE AO INFORTÚNIO, O VENTO SEMPRE SOPRA A FAVOR”. A FRASE DARIA UM ÓTIMO LEMA PARA A PSICOLOGIA POSITIVA, A CORRENTE MAIS DIFUNDIDA NAS ÚLTIMAS DÉCADAS E QUE OFERECE TRATAMENTOS FOCADOS NAS SOLUÇÕES AO INVÉS DOS PROBLEMAS.



Empresas, profissionais de *marketing* e, é claro, da saúde aplicam essa abordagem, mais voltada à manutenção e ao reforço do bem-estar pessoal. A premissa: valorizar tudo que possa fazer bem ao indivíduo. O modelo a ser seguido: a visão de mundo das pessoas otimistas. “Não se trata de negar as doenças psicológicas, mas de aprender com os otimistas como a vida pode ser melhor”, explica Sofia Bauer, médica psiquiatra especializada nesse campo de estudo. Autora de nove livros sobre psicologia positiva, hipnose, neurociência e meditação, ela afirma que o bem-estar depende da existência de um propósito de vida: “Ter um significado que nos faz caminhar mesmo frente às adversidades e nos faz sentir plenos mesmo que não tenhamos alcançado ainda o resultado que queremos”, ensina. Saborear, valorizar e ser grato por cada passo em direção a esse propósito é o que nos dá entusiasmo e força.

Mas como ser positivos se vivemos num mundo acelerado, abarrotados de informações (que não necessariamente se transformam em conhecimento), especialmente no Brasil, que segundo a Organização Mundial de Saúde lidera o *ranking* de ansiedade, com mais do que o dobro da média mundial? Pisando no freio. Vivendo o momento presente. Pensando menos e sentindo mais. Segundo cálculos de estudiosos da neurociência, uma pessoa tem entre 60 mil e 80 mil pensamentos por dia, sendo que a aproximadamente metade deles são os mesmos do dia anterior. Mas ruídos e o absurdo volume de pensamentos que nos ocorrem podem ser consideravelmente reduzidos com a prática da meditação. Meditar é uma espécie de treinamento de organização da mente. À medida que ela se aquieta, diminui a atividade do lado direito do cérebro, responsável pelas emoções e sentimentos, que aciona nossos mecanismos de defesa, e aumenta a do lado esquerdo, que comanda a razão. O resultado desse processo é mais foco, criatividade, calma e assertividade para tomar as decisões necessárias no dia a dia. Também já se comprovou, com base em evidências de radioimagem, comparando amostras de sangue e exames médicos de rotina realizados em pacientes antes e depois de praticarem meditação durante dois meses, um amplo rol de benefícios físicos.

“Não se trata de negar as doenças psicológicas, mas de aprender com os otimistas como a vida pode ser melhor.”

Efeitos comprovados da meditação no corpo

Melhora o sono;
diminui tensão arterial;
diminui ansiedade e depressão;
melhora a imunidade;
ativa os genes de desinflamação (diminuindo doenças inflamatórias como diabetes, cólon irritável, alergias, enxaquecas e até mesmo compulsões alimentares e vícios em geral);
ativa a memória e a criatividade;
diminui a hiperatividade nas crianças;
diminui fobias e pânico.

Meditar é uma espécie de treinamento de organização da mente.

Existem vários modelos, ou técnicas, de meditação: guiada, de repetição, com utilização de mantra ou orações, com música ou outro som, de olhos fechados ou com o olhar fixado em um ponto... cada pessoa escolhe como se sente melhor. Uma das formas mais populares é a ioga, que tem diferentes modalidades e cujo número de participantes mais que dobrou no país nos últimos três anos. É possível praticar até caminhando. A base de todos os modelos é a respiração. Meditar é respirar devagar e deixar-se sentir, cada vez mais sentir, sem se prender ao pensamento, que deve, sim, fluir – vir e ir embora. Uma das crenças mais equivocadas sobre meditação é de que para praticá-la é preciso “não pensar em nada”. “Não é ‘parar de pensar’, mas sim diminuir a velocidade dos pensamentos, pois colocamos o foco nas sensações físicas”, explica Sofia. Tampouco é necessária uma postura especial, basta a pessoa estar confortável e concentrada em alguma coisa que ela sinta e agrade. A concentração plena no momento presente, sem preocupações sobre o passado ou o futuro, é o que se chama *mindfulness*. Sofia Bauer diz que o ideal é praticar diariamente, de 15 a 20 minutos. Para iniciantes, ela recomenda o modelo guiado, começando com 10 minutos por dia e aumentando gradativamente o tempo. A especialista lembra que hoje existem vários vídeos, sites e aplicativos que ensinam a meditar. Ela mesma ministra cursos (*online* e presenciais) e palestras e disponibiliza conteúdo sobre o tema na página de sua clínica na internet. ▮

**▮ SOFIA BAUER**

www.sofiabauer.com.br

Consultas:

[31] 99179-6009

clnicasofiabauer@gmail.com

Cursos:

[31] 99954-6005

sofia@sofiabauer.com.br

▮ STUDIO DE YOGA SATYA

Curso de 10 aulas de meditação
mindfulness

[31] 99660-6009

satyaluzsecretaria@gmail.com

PNEUPAM



PNEUS ORIGINAIS ALINHADOS À ESTRUTURA DIFERENCIADA



BRIDGESTONE HANKOOK PIRELLI Continental GOODYEAR YOKOHAMA

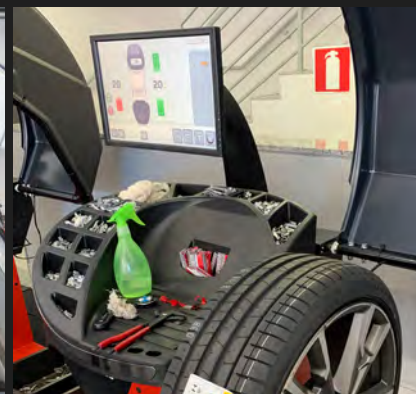


PNEUS ORIGINAIS DE
ULTRA PERFORMANCE

DESMONTADORAS
AUTOMÁTICAS ITALIANAS

ALINHAMENTO
TÉCNICO

BALANCEADORA TOUCH
SCREEN A LASER



PNEUPAM CASTELO
Av. Tancredo Neves, 3.049, Castelo. BH/MG

PNEUPAM MINEIRÃO
Av. Abraão Caram, 690, São José (Pampulha). BH/MG

31 3491-5000

@pneupam pneupam.com.br

redescobrimdo ○ Acaiaca



POR Mariana Peixoto
FOTOS Alexandre Guzanshe

O GAROTO DO INTERIOR TINHA QUE DOBRAR O PESCOÇO PARA CONSEGUIR VER O TAMANHO DAQUELE GIGANTE. NUNCA TINHA VISTO NADA IGUAL. NEM ELE NEM NINGUÉM EM BELO HORIZONTE, QUE, EM 1947, GANHOU SEU PRIMEIRO ARRANHA-CÉU. TRINTA ANDARES DIVIDIDOS EM 120 METROS DE ALTURA, COM 460 SALAS E SEIS ELEVADORES QUE, BEM, PARECIAM FOGUETES. ERA O EDIFÍCIO ACAIACA, UM COLOSSO NA CINQUENTENÁRIA BH DAQUELA ÉPOCA, E ATUALMENTE UMA FORTALEZA NO HIPERCENTRO DA CAPITAL MINEIRA, QUE ESTÁ REDESCOBRINDO SEU CAMINHO.



Antônio Rocha Miranda,
no alto do Acaiaca

Não só seu passado – seu presente e futuro também passam por aquele menino, que se tornou pai de três filhas e avô de sete netos.

Aos 86 anos, o contabilista aposentado Antônio Rocha Miranda faz muitos planos. Entre eles, o de ser o primeiro a saltar da tirolesa que vai sair do 30º andar do Acaiaca e chegar até o Parque Municipal. A atividade integra um grande projeto de revitalização do prédio, hoje com 77 anos.

O processo começou a vir a público em 2017, com a abertura do então chamado Acaiaca Rooftop, no 25º andar. Tudo começou com Miranda. Ao longo da vida ele nunca deixou de mirar os céus desde o prédio. Tinha 17 anos quando se mudou para um hotel na Região Central. Era vizinho do diretor da Columbia Pictures em BH, que precisava de alguém para contabilizar a entrada do público no Cine Acaiaca – que funcionou entre 1948 e 1998.

Então estudante, ganhou alguns trocados trabalhando no cinema. O vínculo inicial, tanto tempo depois, não foi desfeito. Mais velho, Miranda, quando começou a construir um patrimônio, passou a comprar, aos poucos, salas no Acaiaca. Foram muitas que ele acabou adquirindo com o 23º e o 25º andares.

Em 2017, depois de se aposentar, tornou-se síndico do edifício. Um plano-diretor foi aprovado no Conselho Deliberativo do Patrimônio Cultural de Belo Horizonte para a realização de diversas iniciativas – em 1994 a fachada e o hall dos elevadores, vale lembrar, foram tombados. Na mesma época, Miranda lançou o livro “Edifício Acaiaca – O Colosso Humano e Concreto”, que em 2023 ganhou uma segunda edição.

BH VISTA DE CIMA

Originalmente, o 25º andar tinha 20 salas. As paredes foram derrubadas, um projeto arquitetônico foi criado e ele se tornou o *rooftop* – em 2020 passou a se chamar Terraço Acaiaca. É um espaço para eventos fechados – desde reuniões corporativas a casamentos – que uma vez por mês abre para o público, com cobrança de ingresso, para um *brunch*, música e algumas histórias sobre o histórico edifício.

A vista é espetacular. De um lado, a Avenida Afonso Pena, o Parque Municipal, outros prédios históricos da região e a Serra do Curral como moldura. Do outro, a região da Praça da Estação e Viaduto da Floresta. Belo Horizonte continua a mesma, mas vista de cima ganha outra perspectiva. Mesmo do alto de 25 andares, Miranda continuou a olhar para cima.

Em maio deste ano foi inaugurado no 26º andar o Mirante Acaiaca, que pertence ao condomínio. Assim que as obras tiveram início foi descoberta, debaixo do telhado de amianto, uma parte de peroba rosa, utilizada no novo projeto arquitetônico. São duas grandes áreas ao ar livre, que recebem visitantes tanto de dia quanto à noite.



“É a vista mais bonita de Minas Gerais, acho que até do Brasil.”



BH VISTA DE BAIXO

O próximo passo é bem longe dali. Ainda em 2024 será inaugurado o *bunker*, que fica no subsolo do Acaiaca. Para contar a história dele é preciso relembrar a época em que o edifício foi construído. Durante 38 anos a Igreja Metodista funcionou na área que deu local ao Acaiaca (número 867 da Avenida Afonso Pena). No início da década de 1940, Belo Horizonte, então sob a administração Juscelino Kubitschek, fervia. A Pampulha foi inaugurada em 1943, mesmo ano em que teve início a construção do Acaiaca. O responsável foi um conterrâneo de JK, o empreendedor Redelvim Andrade, nascido em Mendanha, distrito de Diamantina. Em 1941 ele havia entregado à cidade o edifício residencial Randrade, na Praça Raul Soares, um dos prédios mais altos da região. O projeto era de seu genro, o arquiteto Luiz Pinto Coelho. Pois a dupla queria mais. Andrade bancou uma fortuna (2,5 mil contos de réis, de acordo com o livro de Miranda) e deu início ao arranha-céu belo-horizontino. Foram quatro anos de construção. Luiz Pinto Coelho projetou o prédio em *art déco*. Na fachada, duas efígies indígenas (uma virada para a Rua Espírito Santo e outra para a dos Tamoios).

O nome Acaiaca, dizem, veio de uma lenda indígena. Na região do Arraial do Tejuco, que deu origem a Diamantina, havia um povo que venerava um frondoso cedro, chamado acaiaca. No começo do mundo, o Rio Jequitinhonha transbordou e acabou com tudo. Só um homem e uma mulher sobreviveram, pois subiram na árvore para se proteger. Depois que as águas baixaram, o casal repovoou a Terra.

Na época da construção, o Brasil havia entrado na Segunda Guerra Mundial. O então presidente, Getúlio Vargas, decretou que um prédio, a partir de uma determinada altura, deveria ter um abrigo antiaéreo. Como o Acaiaca foi inaugurado no pós-guerra, o espaço no subsolo reservado a esse *bunker* teve, ao longo do tempo, outras destinações.



Como o próprio Acaiaca, que em quase 80 anos passou por diferentes fases. Nas décadas iniciais, o edifício contou com o cinema, a boate Acaiaca e um comércio de prestígio. Primeira emissora de televisão de Belo Horizonte, a Itacolomi foi inaugurada em fevereiro de 1955 no 23º andar. A imagem que marcou o início da transmissão da TV que tinha um garoto indígena como símbolo foi o relógio da Igreja São José, logo em frente. Funcionou ali até 1970.

A UFMG também fez história, quando instalou, em 1953, as Faculdades de Letras (Fale) e Filosofia (Fafich) no 11º Andar. Também ali funcionou, por alguns anos, o Teatro Universitário (TU). A partir da década de 1990, com o esvaziamento do Centro, o prédio entrou em um período de decadência. Agora, com a revitalização da região, o Acaiaca acompanha o movimento.

Miranda conta que metade da área do subsolo foi recuperada para se tornar o cenário do *bunker* do novo Acaiaca. A ideia é fazer do espaço uma experiência. Vai ter bar para o público, mas também um cofre e até um chuveiro de descontaminação química, simulando um *bunker* em tempos de guerra.

Depois da inauguração do *bunker*, a atual administração do Acaiaca vai se voltar, mais uma vez, para o alto do edifício. Mais especificamente para o topo, de onde vai sair a já citada tirolesa. Um elevador panorâmico vai levar o público do 25º para o 30º. Para ter uma vista de 360º de Belo Horizonte. A inspiração veio do Empire State, em Nova York. “É a vista mais bonita de Minas Gerais, acho que até do Brasil. Faço isso pensando mais em retribuir tudo o que recebi da cidade”, afirma Miranda. 7



dicas da cultura pop

para os amantes
de filmes, séries,
música, livros
e afins

Tudo é Rio

Mais uma conquista para a escritora mineira Carla Madeira. O seu “Tudo É Rio”, lançado em 2014 e desde então um *best-seller*, levou recentemente o prêmio de Melhor Ficção Lusófona, concedido pela Bertrand, a mais antiga e maior rede de livrarias de Portugal. O sucesso alcançado além-mar se repete no Brasil. Por aqui, o livro, publicado pela Record, não sai da lista de mais vendidos. Um bom exemplo disso é que foi a obra da Record mais vendida na Book Friday da Amazon, superando o fenômeno mundial “É Assim que Acaba”, de Colleen Hoover. Com uma narrativa madura, precisa e ao mesmo tempo delicada e poética, o romance narra a história do casal Dalva e Venâncio, que tem a vida transformada após uma perda trágica, resultado do ciúme doentio do marido, e de Lucy, a prostituta mais depravada e cobiçada da cidade, que entra no caminho deles, formando um triângulo amoroso.



Romário – O Cara

Quem curte e acompanha futebol sabe que um dos nomes mais polêmicos e geniais do universo da bola é o ex-jogador Romário. O Baixinho fez fama dentro e fora de campo e seus feitos são contados agora na série documental “Romário – O Cara”, em cartaz na plataforma Max. A produção se desenrola ao longo de seis episódios que capturam tanto os triunfos quanto os obstáculos do camisa 11 e começa a ser contada a partir de 1992, ano em que o jogador já brilhava no PSV, da Holanda, e enfrentava desafios na Seleção Brasileira, sendo eventualmente deixado de lado pelo técnico Carlos Alberto Parreira. A série é um olhar íntimo sobre os bastidores de sua carreira, incluindo as tensões e triunfos que precederam o tetracampeonato mundial do Brasil, em 1994, cujos 30 anos estão sendo celebrados em 2024. Inclusive, o lançamento da série faz parte das comemorações. Além de focar nos eventos esportivos, “Romário – O Cara” apresenta aspectos pessoais e controversos da vida do jogador, como o sequestro de seu pai antes do Mundial.





Hitler e os Nazistas: O Mal em Julgamento

A Netflix lançou recentemente uma série documental sobre Adolf Hitler e o nazismo. Intitulada “Hitler e os Nazistas: O Mal em Julgamento”, a produção partiu de um questionamento do diretor Joe Berlinger, que disse ficar chocado com o pouco conhecimento das pessoas em relação a essa história. Para ele, este é o momento certo para recontá-la para uma geração mais jovem como um conto preventivo – e em escala global. Pois bem: ao longo de seis episódios, “Hitler e os Nazistas: O Mal em Julgamento” mostra a ascensão e queda do líder nazista, apoiado em propaganda, censura e antissemitismo, e o julgamento de Nuremberg. Além de utilizar imagens de arquivo e trazer áudios de testemunhos nunca ouvidos, a série faz recriações cinematográficas e traz na trilha sonora composições de judeus vítimas do Holocausto.

“Hitler e os Nazistas: O Mal em Julgamento” foi inspirada no livro “Ascensão e Queda do Terceiro Reich”, publicado em 1960 pelo jornalista norte-americano William L. Shirer que foi um dos últimos correspondentes do Ocidente a deixar a Alemanha, no final de 1940. Além disso, cobriu os julgamentos de Nuremberg, que processou membros da liderança nazista em 1945. Seu testemunho atribui uma perspectiva única à série da Netflix. O diretor decidiu tornar Shirer o narrador do documentário, algo possível graças à inteligência artificial, já que o escritor morreu em 1993.



Rio-Paris: A Tragédia do Voo 447

No dia 1º de junho de 2009, o mundo assistia incrédulo ao acidente do voo 447 da Air France, que saiu do Rio de Janeiro rumo a Paris e caiu no Oceano Atlântico durante a rota, matando todas as 228 pessoas a bordo. Quinze anos após o acidente que mudou os parâmetros de segurança da aviação, sua história é recontada na série documental “Rio-Paris: A Tragédia do Voo 447”, que estreou no Globoplay. Familiares das vítimas, investigadores e especialistas foram ouvidos ao longo de quatro episódios que trazem detalhes da investigação que foi feita para saber as causas da queda e como o processo judicial contra a fabricante de aviões europeia Airbus e a companhia aérea Air France se arrastou por mais de uma década na Justiça francesa. A queda do AF447 é vista como um dos poucos acidentes que mudaram a aviação, incluindo melhorias em todo o setor no manuseio da perda de controle.



TIAGO QUEIROZ/ESTADÃO CONTEÚDO/AE

Um Beijo do Gordo

Quer uma dica bacana de documentário? Então anota aí: “Um Beijo do Gordo” acaba de estreiar na Globoplay e fala sobre a vida e a carreira de Jô Soares. O primeiro capítulo mostra o multiartista em seu lado humorista, com bordões e personagens como Capitão Gay e Vovô Nanã. O segundo mostra bastidores do Jô Soares Onze e Meia, seu programa de entrevistas no SBT. O terceiro episódio traz artistas mais jovens do mundo do humor relatando a influência de Jô Soares, e, por fim, o quarto episódio traz uma rara entrevista com sua ex-mulher, Flávia Pedras. Além do Globoplay, “Um Beijo do Gordo” será exibido também no canal pago GNT, aos domingos, com episódios lançados às 22h. Jô Soares morreu em 5 de agosto de 2022 e ficou marcado por seu trabalho na TV como humorista e como apresentador de *talk-show*. Também escreveu uma série de livros e peças de teatro ao longo da vida.



Divisão Palermo

Recentemente um amigo me indicou uma série de comédia policial argentina que me surpreendeu – pelas gargalhadas que me arrancou e pela reflexão. “Divisão Palermo”, lançada mundialmente pela Netflix, segue um grupo de civis que foi recrutado para formar uma guarda urbana para atender ao bairro descolado de Palermo, em Buenos Aires. Até aí tudo bem. Só que para melhorar a imagem das forças de segurança, que não estava lá muito bem, eles contratam pessoas de diversas esferas sociais. Parece ser a jogada de *marketing* perfeita, apresentando um grupo inclusivo e diversificado para promover a confiança nas autoridades do país. Um anão, uma PCD, um colombiano, um cego e por aí vai. Porém, ao mesmo tempo em que cada membro tenta entender seu papel na equipe e lidar com as opiniões da comunidade, a encenação logo se transforma em um risco real quando eles descobrem algo que não deviam e acabam envolvidos na investigação de uma gangue incomum de criminosos. A série é divertida, envolvente, inclusiva e com pitadas de crítica e ironia, tem boas atuações dos protagonistas, ótimo elenco, ótima direção de arte, boa fotografia, boa trilha sonora (tem até música brasileira), bom ritmo e um roteiro interessante. Vale muito a pena assistir, maratonar e se divertir. São 8 capítulos curtos.



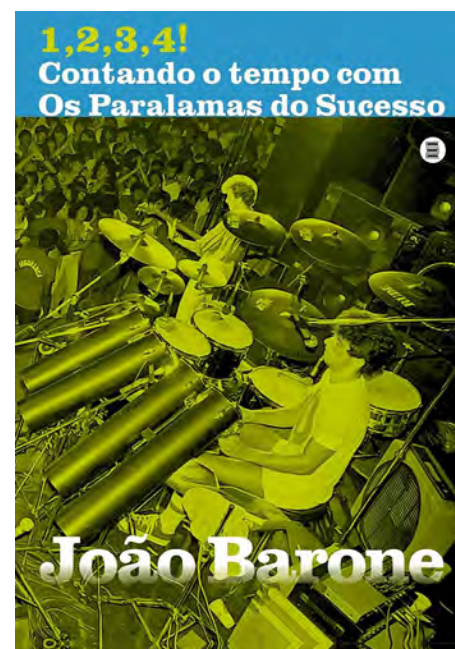
The Dark Side of the Moon

David Gilmour está prestes a lançar um novo álbum solo, “Luck and Strange”, e em entrevista recente afirmou que “The Dark Side of the Moon” é o melhor álbum que ele fez em todos esses anos desde 1973, quando foi lançado. O ex-Pink Floyd revelou ainda que começará a trabalhar na sequência do disco em breve, contando com a ajuda de antigos colaboradores: “Nosso plano é lançar esse álbum e ir direto para outro. Trabalharei com todas essas pessoas de novo”. “Luck and Strange” será lançado em setembro. O disco foi gravado em Brighton e Londres. Polly Sampson, esposa de Gilmour e compositora, documentou o processo de gravação no estúdio.



Mafalda ganha o streaming

E um dos personagens de quadrinhos mais famosos do mundo, a menina Mafalda, criada pelo argentino Quino, será transformada em uma animação pela Netflix. A produção, anunciada pelo serviço de *streaming* em parceria com o estúdio Mundoloco CGI, será dirigida, roteirizada e produzida pelo premiado diretor Juan José Campanella, vencedor do Oscar de Melhor Filme Estrangeiro em 2010 por “O Segredo de Seus Olhos”. Mafalda foi criada por Joaquín Salvador Lavado, o Quino, em 1964 como uma crítica disfarçada de criança às ditaduras militares na América do Sul. Os comentários ácidos da menina desaforada foram publicados em mais de 35 idiomas e se tornaram as tiras em quadrinhos mais populares de língua espanhola. Mas apesar de celebradas até hoje, sua existência foi de apenas nove anos, entre 1964 e 1973. Quino deixou de fazer Mafalda quando ela virou desenho animado, em 1973. A data de estreia da série ainda não foi divulgada.



Paralamas em livro

Acaba de chegar ao mercado o livro “1, 2, 3, 4! Contando o Tempo com Os Paralamas do Sucesso” (Máquina de Livros), de autoria do baterista João Barone e que recupera a primeira metade da trajetória do trio. Caso único na história do rock nacional, os Paralamas seguem juntos quase 43 anos depois de seu primeiro show. Segundo Barone o livro é um compilado de histórias, e não uma biografia oficial. A narrativa vai até 2001, quando ocorreu o acidente do avião pilotado por Herbert, tragédia que o deixou paraplégico e matou sua mulher, Lucy, por isso um segundo volume não está descartado. “1, 2, 3, 4! Contando o Tempo com Os Paralamas do Sucesso” já pode ser encontrado nas livrarias.

POR Juliana Franqueira
FOTOS Divulgação e
Richard Heathcote



● Paris 2024

Jogos olímpicos

da nova era

OUI! C'EST PARIS! FAMOSA POR SUA ARQUITETURA ICÔNICA, ADORADA POR SUA GASTRONOMIA E REFERÊNCIA QUANDO O ASSUNTO É MODA, ARTE, CULTURA E HISTÓRIA, A CIDADE-LUZ, AO REACENDER A TOCHA OLÍMPICA NA 33ª EDIÇÃO DOS JOGOS OLÍMPICOS, FEZ BRILHAR UMA NOVA ERA DO OLIMPISMO.





Ao lado de Londres, Paris é a única cidade a receber três edições dos Jogos de Verão. A experiência conta e a capital não poupou esforços para se tornar uma vitrine de inovação, responsabilidade e inclusão, refletindo valores olímpicos e paraolímpicos que incluem amizade, coragem, igualdade e respeito. Paris 2024 chegou com muitas novidades: além de investimentos no transporte público, renovação de instalações esportivas e segurança, trouxe projetos sustentáveis, focados na redução da pegada de carbono, de gerenciamento de resíduos e energia renovável.

MISTURA PERFEITA

Paris 2024 uniu tradição e modernidade. A mistura perfeita para uma nova era olímpica. Quem acompanhou a cerimônia de abertura, no dia 26 de julho, viu um espetáculo visual, acessível a todos, que ressaltou o compromisso da cidade em oferecer um evento emocionante com diversidade cultural e social, como sonhava seu criador, o barão de Coubertin. A chegada de novos esportes e competições com formatos mais contemporâneos, com disputas mais dinâmicas e urbanas, com o intuito de atrair o público jovem, foi um diferencial. A mistura do novo com o antigo, experienciada em vários pontos turísticos da cidade que se transformaram em palco para a prática esportiva, trouxe a certeza de que estamos vivendo novos tempos. A Torre Eiffel, símbolo da cidade, recebendo jogos de vôlei de praia, o Campo de Marte sediando lutas, os jardins do Palácio de Versalhes com disputas de hipismo e pentatlo moderno provaram o quanto as mudanças se fazem cada vez mais necessárias.

A praça mais icônica da cidade, a Concorde, é um exemplo a parte. Outrora palco de execuções públicas na Revolução Francesa, hoje simboliza a reconciliação de seu povo, unindo o tradicional à cultura do subúrbio. O Parque Urbano Concorde agrupou recursos para quatro esportes modernos. Entre eles, o *breaking*, uma modalidade de dança de rua cheia de energia que apresenta *b-boys* e *b-girls* duelando em batalhas solo; o basquete 3 x 3, jogado na metade de uma quadra, onde competem duas equipes de três jogadores que atacam e defendem o mesmo aro, dependendo da posse de bola; o *skate*, que traz duas modalidades bem populares, *park* e *street*, com uma pista projetada para maximizar a criatividade, a velocidade e a amplitude técnica dos *skatistas*; e o BMX, que trouxe duas modalidades, *BMX freestyle park* e *BMX racing*, que chegaram para modernizar o ciclismo, uma das provas mais tradicionais no programa olímpico.



Os fãs de esportes aquáticos acompanharam a estreia do caiaque cross, uma combinação de todas as disciplinas da canoagem de águas turbulentas, disputada por quatro competidores simultaneamente. Viram também o *windsurf*, que mistura surfe e vela, e o *kitesurf*, que utiliza uma pipa (conhecida como *kite*) e uma prancha – ambos dependem da força do vento para as manobras – para as manobras – e o surfe, que ainda é um esporte novo nos Jogos. A escalada esportiva, que estreou em Tóquio 2020, entrando de vez no programa olímpico, trouxe competições expandidas de *boulder*, *lead* e velocidade.

INOVAÇÕES

Nesta edição dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos, falar de inovação é falar de inclusão, e vice-versa. Esta é a primeira vez que a cidade será anfitriã de uma edição dos Jogos Paraolímpicos de Verão, que acontecem entre os dias 28 de agosto e 8 de setembro, e estima-se a participação de um número recorde de comitês paraolímpicos nacionais (NPC). Pela primeira vez, a mascote paraolímpica chega com uma representação de deficiência. As Phyrges paraolímpicas têm uma prótese em uma perna. Elas são inspiradas nas famosas boinas, que representam a liberdade para a França. Paris 2024 conta com 10.500 atletas de aproximadamente 200 países, com um detalhe importante e inédito na história dos Jogos: este ano, as Olimpíadas e Paraolimpíadas computam número quase igual de atletas homens e mulheres. É um grande passo, e vale lembrar que foi na França, em meados do século XIX, que surgiu o feminismo, a partir de movimentos liderados por mulheres que desafiaram papéis tradicionais de gênero ao entrarem para a política. A Revolução Francesa e a Comuna de Paris foram importantes para, em 1944, as mulheres conquistarem o direito ao voto.



Como legado dos Jogos Olímpicos de Paris 2024, o comitê organizador e a Fier-Play estão empenhados em unir esforços para impulsionar mudanças sociais e culturais no cenário esportivo global. Exemplo disso é o envolvimento do Comitê Olímpico Internacional (COI) na Pride House, parceria histórica que abre novas perspectivas para a promoção da inclusão LGBTI+ no desporto mundial. Em comunicado, Thomas Bach, presidente do COI, afirmou: “Nos Jogos Olímpicos somos todos iguais. Não há discriminação”.

A transformação digital é outro grande projeto de inovação liderado pelo COI. A parceria com o Grupo Alibaba trouxe infraestrutura e serviços de nuvem de ponta para apoiar a digitalização das operações olímpicas e paraolímpicas, com uma plataforma de comércio eletrônico e uma melhora significativa na transmissão dos Jogos— além do acesso gratuito para acompanhar os Jogos Olímpicos e Paraolímpicos e maratona as séries originais, filmes e toda a ação esportiva por meio do app oficial (disponível em olympics.com).

FUTURO MAIS VERDE

Se Paris 2024 é sinônimo de inovação, acredite, Los Angeles 2028 irá focar em tecnologia avançada e entretenimento, sustentabilidade e inovação. Brisbane, na Austrália, que sediará os Jogos de 2032, também afirma seu compromisso com práticas sustentáveis. Fica claro o compromisso do COI de adaptar os Jogos aos desafios sociais e ambientais do século.

A INFLUÊNCIA FRANCESA NAS OLIMPIADAS

A França tem papel fundamental no desenrolar dos Jogos Olímpicos da era moderna. Afinal, foi um francês, Charles Freddye Pierre, o barão de Coubertin, o seu criador. Motivado pelo ideal da educação por meio do esporte, ele sonhava em propagar as Olimpíadas como ferramenta de aproximação entre os povos em prol da paz. A ideia do barão, fundador também do órgão precursor do COI, em 1894, era realizar a primeira edição dos Jogos em Paris, mas empolgado com a possibilidade de recomeçar a competição no mesmo país onde ela havia sido encerrada, 16 séculos antes, o príncipe Constantino I da Grécia conseguiu organizá-la antes. Assim, em 1896, estreavam em Atenas os primeiros Jogos Olímpicos da era moderna, ainda sem a participação feminina. Enfim, em 1900, como sonhara Coubertin, Paris se tornou palco das Olimpíadas pela primeira vez. Segundo a crítica, por terem sido incorporados à Exposição Universal de Paris, uma feira mundial de comércio, os Jogos perderam sua relevância, mas ainda assim contaram com a participação de 3.089 atletas, inclusive de algumas mulheres. Mais tarde, em 1924, a cidade voltou a sediar as Olimpíadas.

Belo Horizonte e sua força olímpica

A capital mineira tem força e potencial para formar grandes atletas, muitos deles olímpicos. Quando Jaqueline Mourão, mineira de Belo Horizonte, começou a competir no *mountain bike*, dedicada e focada como é, talvez em um lampejo tenha se imaginado numa edição das Olimpíadas, mas com certeza nunca pensou que se tornaria uma das atletas com maior número de participações olímpicas pelo Brasil. Ela se divide entre o ciclismo *mountain bike*, o esqui *cross country* e o biatlo e graças a sua versatilidade já disputou sete edições dos Jogos Olímpicos, sendo duas de verão e quatro de inverno.

Jaque, como é carinhosamente chamada, diz que BH teve total influência na sua trajetória como atleta olímpica. “Surfamos nas montanhas e aprendemos desde cedo a nos conectarmos com a natureza”, poetiza a atleta, que inclusive escreveu um livro infantil que traz essa narrativa. “A menina que sonhava seguir o pôr do sol” finalmente consegue através de sua trajetória esportiva. Para Jaque, a experiência é como um portal para novas perspectivas e ensinamentos. “Ressignifiquei várias vezes o conceito de vitórias e derrotas e vivi intensamente os valores do olimpismo. Toda essa vivência, não somente na pista, mas também nos bastidores, ampliou minha visão, fortalecendo minha alma e minha paixão pelo esporte”, explica a atleta. Recentemente, Jaque apresentou na formação do Curso Avançado de Gestão Esportiva (Cage), do Instituto Olímpico Brasileiro, braço educacional do Comitê Olímpico do Brasil, o projeto Ciclos de Energia, já aplicado em pequena escala. “Utilizando essa força motriz do esporte, acredito que podemos impactar toda a população através do exemplo e de ações voltadas para a saúde e inclusão social inspiradas nos atletas olímpicos”, comemora. 7

Jaqueline Mourão nos Jogos Olímpicos de Inverno de 2014



micelin

O guia está de volta ao Brasil

RELANÇADO APÓS QUATRO ANOS, O FAMOSO “LIVRO VERMELHO” TRAZ SEIS RESTAURANTES BRASILEIROS COM DUAS ESTRELAS

Não se tem notícias de outro guia de restaurantes tão antigo. O ano era 1900 e um pequeno guia vermelho foi lançado com a ideia de encorajar motoristas a pegar a estrada – sim, ele era patrocinado pelos irmãos fundadores da marca de pneus homônima. O livrinho trazia mapas, postos de combustíveis e lugares para comer ou pernoitar. Mas, muito além dos estabelecimentos de beira de estrada, o Michelin foi mudando rapidamente e, já em 1926, começou a levar clientes ocultos para avaliarem os restaurantes e, depois, dar estrelas a eles – entre uma e três. O resto é história.

Em maio de 2024, após hiato de quatro anos, o Guia Michelin voltou ao Brasil (precisamente Rio de Janeiro e São Paulo), para alegria dos comensais que sabem o quão referenciado ele é. Ao todo, seis restaurantes foram premiados com duas estrelas (sendo que D.O.M., Oro e Oteque já haviam conquistado o número ainda em 2020) e outros 15 com uma estrela – o país não tem restaurantes com a distinção máxima. Nas próximas páginas, veja o que esperar de um jantar em alguns dos melhores restaurantes do Brasil.



D.O.M. São Paulo

Esse é, sem dúvida, o restaurante brasileiro de cozinha autoral mais famoso da lista, graças ao seu fundador e chef, Alex Atala, já referenciado internacionalmente desde o início dos anos 2000 – em uma época em que o chique ainda era servir pratos da França e Itália. A casa oferece apenas menu degustação (incluindo opção vegetariana). Há décadas Atala se preocupa com sustentabilidade e traz ingredientes de pequenos produtores e, sobretudo, da rica região da Amazônia, incluindo palmito pupunha, formigas (tradição alimentar de alguns indígenas), pirarucu, jambu, tucupi e méis de abelhas nativas sem ferrão. Já foi chamado de exótico e, hoje, é visto como o revolucionário de uma cozinha brasileira contemporânea.

Tuju

São Paulo

O novo Tuju, reaberto em 2023 após três anos devido à pandemia, conquistou o feito de manter suas duas estrelas. Nessa casa, o chef Ivan Ralston, que despontou há dez anos na gastronomia nacional, combina produtos brasileiros sazonais (sobretudo paulistas) com técnicas modernas, principalmente da Europa, por onde passou. Sempre há um menu degustação de dez tempos, e a refeição começa com aperitivos. A cozinha é totalmente aberta, com apenas nove mesas ao redor. Os menus são pautados nas imersões dos chefs pelos biomas do país. Foram batizados de Umididade (primavera), Chuva (verão), Ventania (outono) e Seca (inverno).



Oro

Rio de Janeiro

O chef Felipe Bronze, que fundou o Oro ainda em 2010, é um dos mais conhecidos do Brasil, graças à sua participação em programas de TV, como o The Taste Brasil e o Que Seja Doce. Suas raízes são brasileiras com a gastronomia de vanguarda especialmente baseada na comida preparada na brasa. As entradas são todas pequenas, para comer com a mão. Os menus Afetividade e Criatividade (com dois ou quatro pratos principais) buscam homenagear as diferentes regiões do país. Há ainda inspiração nipônica frequente, com releituras de *temakis*, por exemplo, e oriental como um todo.





Oteque

Rio de Janeiro

Seis grandes mesas redondas e outra para no máximo cinco pessoas, localizada em frente à cozinha aberta: essa é a capacidade do restaurante comandado pelo chef Alberto Landgraf. A casa foi aberta em 2018, após um hiato de dois anos que serviu para o chef trocar a capital paulista pelo bairro de Botafogo. Serve-se apenas um menu degustação que varia a cada estação, com alguns pratos sendo substituídos diariamente a partir dos melhores produtos frescos disponíveis, garantindo a alta qualidade dos insumos. Todos os fornecedores, aliás, são locais. Vieiras, ostras, polvo, além de cogumelos, frutas e legumes, fazem parte do cardápio.



Lasai

Rio de Janeiro

O restaurante do chef Rafa Costa e Silva tem apenas 10 lugares e apresenta menu degustação, com o uso de técnicas modernas e insumos brasileiros cultivados em duas hortas do Lasai (uma no Itahnangá e outra no Vale das Videiras), que são a base de inspiração e mudanças no cardápio. Obviamente, o destaque são os pratos focados em legumes e verduras, mas também há itens frescos do mar e carnes. Todos os clientes são servidos como num festim, simultaneamente. Lasai significa “tranquilo” em euskera, o idioma do País Basco, onde o chef passou grande parte de sua formação antes de voltar ao Brasil, especialmente no premiado restaurante Mugaritz (Erreterria, Espanha).

Evvai

São Paulo

O chef Luiz Filipe Souza traz uma mistura de ingredientes e técnicas brasileiras integradas a tradições italianas, suas raízes, apresentada em um menu degustação baseado em sazonalidade, procedência e qualidade de ingredientes. Seu menu é chamado Oriundi, que em tradução é algo como “natural de, originário”. É o termo usado na Itália para definir os imigrantes e descendentes italianos espalhados pelo mundo. A bomba de vieira na gordura de pato permanece no cardápio desde a abertura. Outra opção atual que exemplifica bem o conceito é o *tortellini* com pato na lenha e tucupi.



CASACOR

/ MINAS GERAIS

DE PRESENTE,
O AGORA

26 . 07 — 15 . 09

ESPAÇO 356
Rua Adriano Chaves e
Matos, 100 - Olhos D'água



Adquira seu
ingresso

PATROCÍNIO MASTER

DECA

TINTA OFICIAL

Coral

BANCO OFICIAL

banco
BRB

AÇO OFICIAL

ArcelorMittal

PATROCINADOR LOCAL

OOH Brasil
ESPAÇO 356

APOIO INSTITUCIONAL

SEBRAE

PARCEIRO DE
SUSTENTABILIDADE

OptPower

APOIO LOCAL

portinari



guararapes



Mall&Mídia

FORNECEDOR OFICIAL

DIVINAL
VIDROS
Desde 1953

BETAFONIC

UNIVERSIDADE
PARCEIRA

ibmec

AEROPORTO PARCEIRO

BH AIRPORT

SEGURADORA
OFICIAL

Pottencial
SEGURADORA

MEDIA PARTNER

veja

É PRECISO REVER SEUS CONCEITOS SOBRE A ARÁBIA SAUDITA. CONSIDERADA UM DOS PAÍSES MAIS FECHADOS E CONSERVADORES DO MUNDO, ELA VEM, DESDE 2019, INVESTINDO CADA VEZ MAIS NO TURISMO. ESSA ESTRATÉGIA, PROMOVIDA PELO PRÍNCIPE HERDEIRO MOHAMMED BIN SALMAN, TEM COMO OBJETIVO DIVERSIFICAR A ECONOMIA E REDUZIR A DEPENDÊNCIA ECONÔMICA DO PAÍS DA PRODUÇÃO DE PETRÓLEO.

Arábia Saudita

Rumo ao


inespe

POR Ana Helena Miranda
FOTOS Hatem Boukhit, Safaa
Almohandis, Erika Hobart, Kleinjan
Groenewald, Tanveer Badal,
Christie Luke, Divulgação

Maior exportadora de petróleo do mundo, a Arábia Saudita quer atrair investidores estrangeiros ocidentais e o turismo é a maior aposta do governo para atingir esse objetivo. A expectativa é atrair mais de 100 milhões de turistas até 2030. Muitos costumes do país, que geralmente afastavam os turistas, foram abolidos, como separação entre homens e mulheres em lugares públicos, uso de vestimentas como os *hijabs* e *abayas* pelas mulheres e *kandura* e *ghutra* (túnica e lenços de cabeça) pelos homens. Tudo com o objetivo de deixar o país mais receptivo aos estrangeiros. No entanto, recomenda-se o uso de roupas discretas e o consumo de álcool continua sendo proibido. Mas o que visitar na Arábia Saudita? Saiba que o país é extremamente rico culturalmente, com cidades que são verdadeiros museus a céu aberto. Além disso, o mercado de luxo é pulsante, com restaurantes e hotéis de tirar o fôlego.

rado

Riade, a capital

A cidade tem cerca de 8 milhões de habitantes e atrai pela mistura do histórico com o moderno. O forte Masmak, construído em 1865, é um dos pontos mais visitados. Localizado no Centro Histórico de Riade, junto aos tradicionais *souks* (mercados de antiguidades), ele hoje funciona como museu e atrai pela sua arquitetura árabe, com tijolos de barro, torres de vigia e uma série de salas que formam um verdadeiro labirinto. Outro ponto que vale a visita é o Museu Nacional da Arábia Saudita, que contém relíquias como o esqueleto de um elefante pré-histórico e um meteoro encontrado no deserto do país.

Se você também é fã de uma arquitetura moderna, a dica é seguir rumo ao Riade Season Boulevard. O local, dedicado ao entretenimento, possui lojas, restaurantes e teatros globalizados, e é uma ótima opção para quem sente falta de uma “influência” ocidental. O distrito financeiro King Abdullah Financial District (KAJD) também faz parte dessa tendência e nele você encontra o arranha-céu mais alto de Riade, com 80 andares.

Para experimentar a capital da Arábia Saudita com conforto, a dica é se hospedar no Four Seasons e admirar sua arquitetura contemporânea. O restaurante Suhail Saudi também encanta pela arquitetura de interiores moderna, servindo os tradicionais pratos sauditas com uma pitada de alta gastronomia.



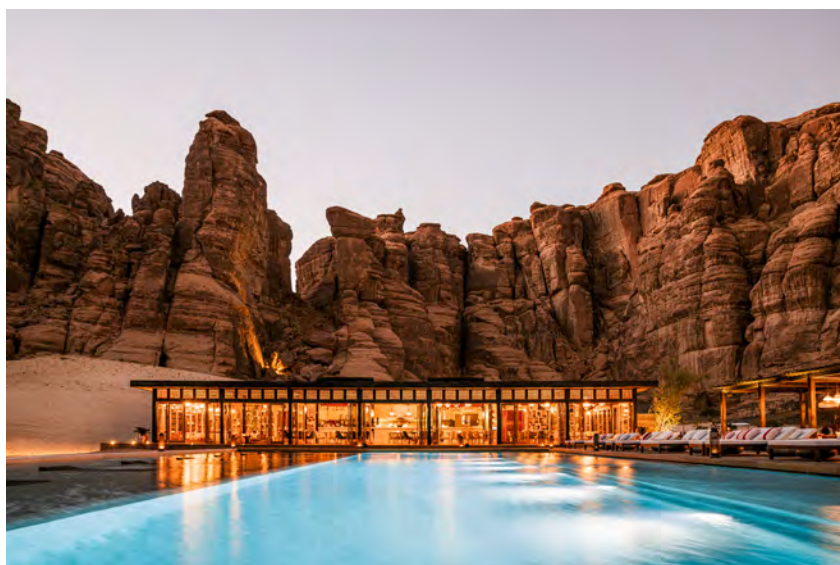
Habitas: experiência única

Depois de se adaptar à cultura saudita, é hora de seguir rumo ao Habitas Alula, um resort de luxo localizado no meio do deserto, na Região Noroeste do país.

Composto por vilas espalhadas por todo o local, ele é a tradução perfeita do que a cultura e o luxo árabe podem proporcionar. Todas as atividades oferecidas aos hóspedes são baseadas em seis pilares: arte e cultura, bem-estar, aventura, aprendizagem, gastronomia e música.



Você pode fazer um passeio pelo deserto e se deparar com construções de mais de 2.000 anos, andar nas costas de um camelo, olhar o céu estrelado com um guia especializado em astronomia ou mesmo dirigir uma Land Rover pelos cânions do deserto. Tudo muito bem acompanhado de uma estrutura que garante momentos de pausa para degustar a alta gastronomia proporcionada pelo restaurante Tama. Gosta de programas culturais? Que tal presenciar um concerto de música árabe no deserto? Ou se deparar com uma obra de arte no meio do nada? A experiência do Habitas é pensada para surpreender você nos mínimos detalhes.





Uma visita a Hegra

O Habitas também leva você a Hegra, primeira cidade da Arábia Saudita a ser considerada Patrimônio Cultural da Humanidade pela Unesco. Aberta ao público após 2.000 anos, a cidade foi fundada pelos nabateus, mesmos fundadores de Petra, e fez parte da rota comercial de incenso e especiarias no século 4 a.C. e 1 d.C. A cidade, praticamente cravada nas pedras, forma um dos complexos arqueológicos mais interessantes do mundo.



Como viajar

Documentação

Além do passaporte com até seis meses de validade, é necessário solicitar um visto com uma assessoria privada, como a Global Visa. Caso tenha visto válido para os Estados Unidos no seu passaporte, você tem a entrada liberada para o país.

Voos

Não há voos diretos para a Arábia Saudita. O mais comum é sair de São Paulo ou Rio de Janeiro rumo a Dubai e de lá pegar um voo para a Arábia Saudita. A viagem varia de 17 a 24 horas.

Moeda local

A moeda nacional é o rial saudita, a SAR. Cada R\$ 1,50 vale aproximadamente 1 SAR. O ideal é levar dólar em espécie e fazer a conversão em casas de câmbio direto no país.

Quem leva

7 GW TRAVEL • HEAD OFFICE

Rua Michel Jeha, 50 • São Bento
Belo Horizonte • MG
[31] 3296-1399 • [31] 99486-2019

7 GW TRAVEL • SP

Av. Brigadeiro Faria Lima, 3015, cj. 141
São Paulo • SP
[11] 4116-1399 • [11] 94288-9428

gwtravel.com.br

habemus IA

Recentemente os amantes da sétima arte e da tecnologia colocaram em debate um assunto que tem tudo para ganhar contornos mais robustos. Trata-se da exibição de cinco curtas-metragens produzidos por inteligência artificial, com tecnologia da empresa OpenAI durante o Festival de Tribeca, que aconteceu em Nova York em junho. Os filmes foram produzidos a partir de um programa chamado Sora, que gera vídeos curtos a partir de textos. Jane Rosenthal, CEO da Tribeca Enterprises, afirmou que o festival está conectado à contação de histórias e que elas também podem alcançar o público por “um curta-metragem gerado por IA”. Esse é apenas um pequeno vislumbre do que vem por aí. De acordo com as apostas dos especialistas em tecnologia e das grandes empresas do setor, as três principais tendências a serem observadas quando o assunto é inteligência artificial já estão a pleno vapor e é hora de ficarmos atentos!

Chatbots personalizados

Em 2024, a IA generativa poderá, de fato, tornar-se útil para as pessoas comuns e veremos mais pessoas mexendo em um milhão de pequenos modelos de IA de última geração, como o GPT-4 e o Gemini, que são multimodais, o que significa que podem processar não apenas texto, mas também imagens e até vídeos. Esse novo recurso pode abrir uma série de novos aplicativos.

Vídeo: a segunda onda da IA generativa

A Runway, uma *startup* que produz modelos de vídeo generativos (e a empresa que cocriou a Stable Diffusion), está lançando novas versões de suas ferramentas a cada poucos meses e criou um festival anual de filmes feitos com uma série de ferramentas de inteligência artificial. Não é de surpreender que os principais estúdios estejam de olho. Gigantes do cinema, incluindo a Paramount e a Disney, já exploram o uso de IA generativa em todo o seu *pipeline* de produção. A tecnologia está sendo usada para sincronizar as performances dos atores com várias dublagens em idiomas estrangeiros. E está reinventando o que é possível fazer com os efeitos especiais. Em 2023, “Indiana Jones and the Dial of Destiny” foi estrelado por um Harrison Ford *deepfake*. Isso é apenas o começo.

Robôs multitarefa

Inspirados por algumas das principais técnicas por trás do atual *boom* da IA generativa, especialistas estão começando a construir robôs de uso mais versátil que podem realizar uma variedade maior de tarefas. O problema é a falta de dados. A IA generativa se baseia em um conjunto de dados de textos e imagens do tamanho da internet. Nos últimos dois anos, grandes empresas começaram a liberar grandes conjuntos de dados para o treinamento de robôs, como o Ego4D, da Meta. Essa abordagem já está se mostrando promissora em carros sem motorista e os robôs de todo o mundo estão prestes a receber um impulso semelhante. ▮



PODE DAR
ASAS
À IMAGINAÇÃO
QUE A GENTE
PÕE NO
PAPEL.

39 ANOS
bigráfica
Editora

O QUE VOCÊ IMAGINA, A BIGRÁFICA IMPRIME.

 editorabigrafica

POR Natália Dornellas
FOTOS Wesley Gomes

tapeçaria 2.0



Se restavam dúvidas sobre a contemporaneidade da tapeçaria, Alex Rocca está aí para provar que, além de atual, a arte têxtil é absolutamente desejável. Em meio a uma rica poética com abundantes significados, o curitibano cria artesanalmente peças únicas feitas com matérias-primas naturais, como a lã e o sisal. O resultado são trabalhos escultóricos – que contam das suas pesquisas que trafegam pelas autenticidades descobertas nas religiões de matriz africana – e que podem ser encontrados nas melhores galerias, feiras e projetos de decoração. ▮

SERVIÇO

contato@alexroccadesign.com
[41] 99191-8901



Luxo é fazer do seu jeito

Nossos experts cuidam de todos os detalhes da sua viagem para que a experiência, além de exclusiva e inesquecível, supere todas as expectativas. Somos parte do Serandipians, um dos principais selos de turismo de luxo do mundo, o que nos ajuda a proporcionar experiências singulares, como

- Upgrades em hotéis
- Early Check In
- Late Check Out
- Vouchers de Spa
- Mimos e amenities exclusivos
- Tarifas especiais e muito mais...



SERANDIPIANS
Member Travel Designers

ARQUITETURA AERODINÂMICA

AG



20 ANOS **AVANTGARDE** INFINITAS JORNADAS

AV. RAJA GABAGLIA, 4343 - SANTA LÚCIA
CEP 30350.577 - BELO HORIZONTE - MG

