

Arte funcional
Artistas como Claudia Issa põem suas assinaturas em objetos cotidianos
EU& Fim de Semana



Vinhos
A trajetória das importadoras que se mantêm fiéis a nichos
EU& Fim de Semana



Livros
Elliot Page relembra sua trajetória entre sucesso e negação em Hollywood
EU& Fim de Semana

Sexta-feira, 7 de julho de 2023
Ano 24 | Número 5787 | R\$ 6,00
www.valor.com.br

INÊS249

Valor

ECONÔMICO

Mora na filosofia



Arquiteta e designer de produtos Patricia Anastasiadis, responsável pelos interiores de alguns dos hotéis mais refinados do mundo, comenta 'À Mesa com o Valor' como pensa seus projetos. EU& Fim de Semana

Meta de inflação contínua é um grande avanço institucional
Claudia Safatle A2

O mundo corporativo precisa valorizar o tempo e a perspectiva
Daniela Cachich B2

Morre Zé Celso, referência do teatro e fundador do Oficina

Morreu ontem, aos 86 anos, o diretor, ator e dramaturgo José Celso Martinez Corrêa, um dos grandes nomes do teatro brasileiro. O fundador e líder do lendário Teatro Oficina — criado por ele no início da década de 60, em São Paulo — havia sido internado na

terça-feira após sofrer queimaduras devido a um incêndio em seu apartamento. Zé Celso, como era conhecido, deixa uma obra superlativa: montou com sua trupe mais de 40 espetáculos, como "O Rei da Vela", "Roda Viva" e "As Bacantes". Página A12



KARINE SAUVIER/FOLIA PRESS

Câmara dos Deputados aprova texto-base da reforma tributária

Congresso Substitutivo passa em primeiro turno com 382 votos a favor e 118 contra, após Lira liberar votação remota

Raphael Di Cunto e Marcelo Ribeiro
De Brasília

O texto-base da reforma tributária foi aprovado ontem em primeiro turno na Câmara dos Deputados por 382 votos a favor e 118 contrários. A votação, histórica, ocorreu após ajustes e muita negociação de última hora entre o relator, deputado Aguinaldo Ribeiro (PP-PB), e o presidente da Câmara, Arthur Lira (PP-AL), com governadores, prefeitos e setores econômicos. Lira liberou a votação remota para facilitar a aprovação.

Segundo o relator, integrantes do governo e especialistas, a reforma tributária deve simplificar a cobrança de tributos no país, promover o fim da

guerra fiscal, atrair investimentos e promover o crescimento econômico. Ela precisará ainda ser apreciada pelo Senado antes de ser promulgada.

O texto unifica ISS, ICMS, PIS, Cofins e IPI em três novos impostos: a Contribuição sobre Bens e Serviços (CBS), de gestão federal; o Imposto sobre Bens e Serviços (IBS), gerido pelo Conselho Federativo, composto por representantes dos Estados e municípios; e um Imposto Seletivo, federal, que incidirá sobre bens e serviços prejudiciais à saúde e meio ambiente.

A arrecadação passará, gradualmente, do local de origem do produto/serviço para o de consumo. A transição federativa acabará em 2078, e, para suavizar os efeitos do fim da guerra fiscal, a União se

comprometeu a repassar R\$ 40 bilhões por ano a partir de 2032 para os Estados investirem ou subsidiarem a atração de empresas. Para o contribuinte, a transição duraria até 2032.

O ministro da Fazenda, Fernando Haddad, participou das articulações, reunindo-se com Lira, em encontro não previsto, e com o presidente Luiz Inácio Lula da Silva, para informar sobre as negociações. À noite, Ribeiro leu na tribuna da Câmara a nova versão da PEC com redução de 50% para 40% na alíquota do IVA que incidirá sobre atividades e produtos que terão tratamento diferenciado. **Página A6**

• **Maria Cristina Fernandes:** Bolsonaro parte em desvantagem contra Tarcísio. **Página A8**

O pior 1º semestre do setor de fundos

Liane Thedim
Do Rio

A indústria de fundos de investimentos no Brasil teve captação líquida negativa de R\$ 205 bilhões no primeiro semestre, o pior resultado para o período na série histórica da Anbima, iniciada em 2002. Segundo Pedro Rudge, vice-

presidente da entidade, o movimento de aversão a risco levou o investidor a produtos bancários isentos de Imposto de Renda, como LCI e LCA, além dos tradicionais CDBs e títulos públicos. Para ele, uma melhora está condicionada ao ciclo de corte da taxa básica de juros.

O maior crescimento no período foi das LCAs, com 23,2% do volume financei-

ro, seguidas das LCIs (22,9%) e títulos federais (15,3%). Mesmo com resgates neste ano, a indústria ainda acumula captação líquida positiva de R\$ 477,7 bilhões nos últimos cinco anos. No primeiro semestre, o patrimônio líquido total dos fundos cresceu de R\$ 7,2 trilhões no mesmo período de 2022 para R\$ 7,7 trilhões, um aumento de 7,8%. **Página C1**

Governo anuncia R\$ 106 bi para inovação na indústria

Renan Truffi, Estevão Tairar e Fabio Murakawa
De Brasília

O vice-presidente da República e ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, Geraldo Alckmin, anunciou ontem que o governo injetará R\$ 106,16 bilhões na renovação da indústria brasileira. A maior parte dos re-

ursos (R\$ 65 bilhões) virá do BNDES, que utilizará a TR, de 1,9% ao ano, como base dos financiamentos. O Banco já usou no passado e os resultados são criticados por especialistas. Há a preocupação de que taxas de juros reais negativas viabilizem investimentos que não passariam em outro cenário. Além do BNDES, os recursos virão de Finep, Embrapii e fundos de apoio à inovação. **Página A4**

Minas Gerais se transforma em polo para geração solar

Cibelle Bouças
De Janaúba (MG)

No norte de Minas Gerais, a paisagem do Cerrado tem sido substituída por fileiras de painéis fotovoltaicos. Em Janaúba, a 550 km de Belo Horizonte, as fazendas solares se multiplicam. O cenário se repete em municípios do norte e noroeste do Estado. Os altos índices de irradiação

solar e o preço das terras contribuem para atrair os empreendimentos. Minas é líder nesses projetos, com potência instalada de 6,06 Gigawatt (GW), fruto de aportes de R\$ 25,1 bilhões, segundo a associação de energia fotovoltaica. No 1º semestre, a potência instalada no Estado cresceu 39,2% em relação a 2022. Os investimentos aumentaram 86,6% na mesma base de comparação. **Página B1**

Threads desafia Twitter e já atrai anunciantes

Daniela Braun
De São Paulo

O Threads, novo aplicativo da Meta, ultrapassou 30 milhões de inscritos apenas 14 horas após seu lançamento, segundo Mark Zuckerberg, CEO da empresa. Rival do Twitter, a rede social já atrai anunciantes como Airbnb, NBA, Pepsi e Unilever, mesmo sem modelo de publicidade definido.

As adesões ao Threads equivalem a 2,3% do 1,3 bilhão de usuários que o Instagram contava até 2022, segundo a Statista. Ter conta na rede de fotos e vídeos da Meta é requisito para entrar no aplicativo. Para este ano, a Statista projeta alta de 5,5% no volume global de usuários do Instagram e queda de 4% no Twitter. O Threads não chegou à União Europeia. A Meta ainda trabalha para atender às regulamentações do bloco. **Página B4**

Indicadores

Ibovespa	6/jul/23	-1,78%	R\$ 21,8 bi
Selic (meta)	6/jul/23	13,75% ao ano	
Selic (taxa efetiva)	6/jul/23	13,65% ao ano	
Dólar comercial (BC)	6/jul/23	4,8971/4,8977	
Dólar comercial (mercado)	6/jul/23	4,9292/4,9298	
Dólar turismo (mercado)	6/jul/23	4,9232/5,1032	
Euro comercial (BC)	6/jul/23	5,3236/5,3262	
Euro comercial (mercado)	6/jul/23	5,3667/5,3674	
Euro turismo (mercado)	6/jul/23	5,3935/5,5735	

Destaques

Franquias

Parques, aeroportos, hospitais, estações de trem e metrô começam a chamar a atenção das franquias, ganhando novos empreendedores em busca de espaços alternativos e de outro público consumidor para seus negócios. **Caderno especial**

Desmatamento diminui em 33%

Os alertas de desmatamento na Amazônia somaram no 1º semestre uma área de 2,649 km², o que representa queda de 33,6% em relação ao mesmo período do ano passado, segundo dados de satélites divulgados pelo Ministério do Meio Ambiente. **A2**



Políticas públicas

Ideia do Supremo é suprir vácuo legal; 4 ministros acham que Congresso tem sido omissivo

STF analisa equiparar licença paternidade à maternidade; custo pode chegar a R\$ 17 bi

Luísa Martins e Marcelo Ribeiro
De Brasília

Em avaliação no Supremo Tribunal Federal (STF), a equiparação da licença-paternidade à licença-maternidade, atualmente fixada em quatro meses, pode ter impacto fiscal de até R\$ 17,5 bilhões para 2025 — dos quais R\$ 5,2 bilhões custeados pelo Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) e R\$ 12,3 bilhões, pelas próprias empresas, que hoje antecipam o pagamento do benefício e abatem o valor dos encargos.

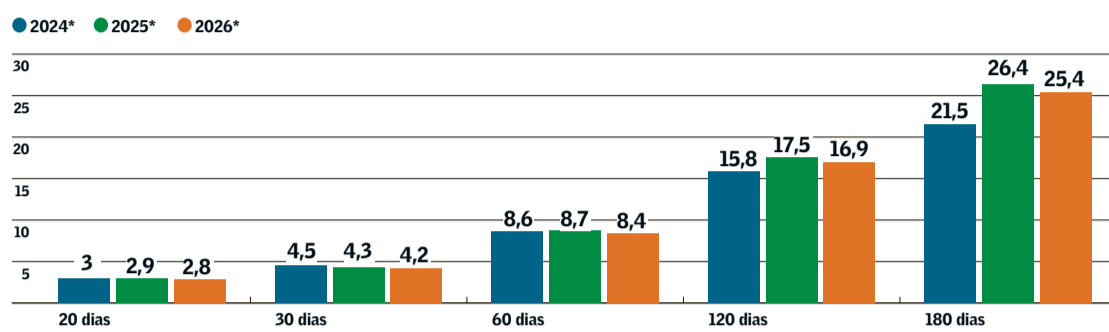
O julgamento do caso foi retomado na semana passada, em sessão virtual que vai até o dia 3 de agosto. Quatro ministros — Edson Fachin, Dias Toffoli, Gilmar Mendes e Luís Roberto Barroso — já votaram para reconhecer que o Congresso Nacional está sendo omissivo na regulamentação do benefício concedido aos homens que se tornam pais.

A licença-paternidade está prevista na Constituição Federal de 1988, mas, desde lá, o Poder Legislativo nunca aprovou norma que estabelecesse um prazo definitivo. Os dispositivos de transição prevêm que, nesse vácuo, a licença para os homens seja de cinco dias.

Em maio do ano passado, o Supremo decidiu, por unanimidade, estender a licença-maternidade de 180 dias (120 da lei, prorrogáveis por mais 60, a depender da adesão das empresas) a qualquer servidor federal que seja pai “solo”. Mas a discussão pendente é mais ampla — e não abrange apenas o setor público, nem somente as famílias monoparentais.

Estimativa de impacto fiscal

Legislativo estuda custos da ampliação da licença-paternidade - em R\$ bilhões



Fonte: Consultoria de Orçamento e Fiscalização Financeira - Câmara dos Deputados. *Projeção.

O caso chegou à Corte em 2012, mas só começou a ser julgado em 2020. Na ocasião, Fachin, Toffoli e Gilmar reconheceram a morosidade do Congresso e sugeriram estabelecer prazo de 18 meses para que os parlamentares resolvessem a questão. Já o relator, ministro Marco Aurélio, apontou em 2021, divergiu.

O julgamento foi interrompido por pedido de vista de Barroso. Ele só devolveu o caso à pauta no último dia 15 de junho, e a sessão virtual foi marcada para começar no dia 30 de junho. O ministro também votou para reconhecer a omissão do Congresso.

Embora o Legislativo, em quase 35 anos, nunca tenha aprovado lei nesse sentido, o assunto está em análise pela Secretaria da Mulher da Câmara dos Deputados — o comitê encomendou em maio um relatório de impacto financeiro para a hipótese de equiparação entre as licenças concedidas a homens e mulheres. O Valor teve acesso ao documento.

Para realizar o estudo, a Consultoria de Orçamento e Fiscalização Financeira da Câmara projetou, para os próximos três anos, o quantitativo mensal de nascimentos ou adoções e o valor médio mensal do salário-paternidade, considerando todos os cenários sugeridos pelo grupo de trabalho (GT): 20, 30, 60, 120 e 180 dias (ver quadro nesta página).

O relatório também alerta para a necessidade de que o projeto de lei aponte a fonte de custeio e outras medidas de compensação — por exemplo, elevação de alíquotas, ampliação de base de cálculo e majoração ou criação de tributos —, já que haverá aumento de despesa pública.

No Supremo, a tese que está com mais força é a da licença de 120 dias tanto para mães, quanto para pais. Fachin, por exemplo, diz que a equiparação deve prevalecer desde agora, e por pelo menos 18 meses, até o Parlamento editar a lei. Já Barroso propôs outra solução: fixar o prazo e, ca-

so a omissão prossiga após esse período, determinar automaticamente a equivalência.

Na prática, se esse entendimento prevalecer, significa que os pais terão o mesmo direito das mães: sair de licença até um mês antes da data prevista para o parto e permanecer afastado do trabalho por 120 dias, prorrogáveis por mais dois meses, caso a empresa integre o Programa Empresa Cidadã.

A licença-paternidade, em discussão no STF, é diferente da licença-parental, que é debatida no Congresso. Essa última, que existe em cerca de 50 países, mas ainda não no Brasil, é comparti-

“Avanço é avanço e vamos no limite do que é possível dado o contexto político”
Tabata Amaral

lhada entre os responsáveis pela criança e pode ser até dividida, de forma que cada um se afaste do trabalho em um determinado período.

Autora da ação no Supremo, a Confederação Nacional dos Trabalhadores da Saúde (CNTS) alega que não deve existir distinção entre pai e mãe quanto ao poder parental — e que a demora do Congresso viola o princípio da dignidade humana, o melhor interesse da criança e o direito à convivência familiar.

Para Fachin, é “evidente” a morosidade do Legislativo. “Passados mais de 30 anos da promulgação da Constituição, não pode ser considerado suficiente o disposto no Ato das Disposições Constitucionais Transitórias. Todos os cidadãos brasileiros, indistintamente, devem gozar do direito fundamental à licença-paternidade”, escreveu, no voto.

Barroso diz que a regra transitória é insuficiente para suprir a omissão. Ele apontou que os cinco dias “não refletem a evolução dos papéis desempenhados por homens e mulheres na família e na sociedade, nem a compreensão atual sobre o conteúdo e a extensão do direito à igualdade, em especial, à igualdade de gênero”.

Toffoli e Gilmar também entendem que há omissão, mas seus votos ficaram restritos ao estabelecimento do prazo de 18 meses, sem determinar a equiparação — nem nesse meio tempo, nem posteriormente.

O único a discordar, até agora, é Marco Aurélio. Segundo o ministro, como os cinco dias estão

em vigor na Constituição, não há lacuna normativa, “pouco importando a passagem do tempo”. Como ele já votou, o ministro André Mendonça, que o substituiu, não tem voz no julgamento.

Enquanto discussão no Supremo está em aberto, a coordenadora do grupo de trabalho na Câmara, deputada Tabata Amaral (PSB-SP), está otimista sobre a eventual aprovação da licença-paternidade em plenário, ainda neste ano, mas não nos moldes considerados ideais sob a ótica da igualdade de gênero.

Ao Valor, a parlamentar admitiu que, dada a composição atual do Congresso, será difícil implementar licenças maiores e de igual duração para homens e mulheres. “Avanço é avanço e vamos no limite do que é possível, dado o contexto político hoje. Estamos tentando entender o que pode unir diversos grupos e quais os destravamentos possíveis em termos de financiamento, para conseguir um texto viável”, disse ela.

Uma das autoras da proposta que prevê a criação do Estatuto da Parentalidade, a deputada Sâmia Bomfim (PsoL-SP) também entende que o Congresso tem sido omissivo para tratar do tema — e defendeu que o Supremo estabeleça prazo para que o Legislativo analise textos dessa natureza.

“Quem sabe com essas discussões no Supremo a gente consiga coletar assinaturas para um requerimento de urgência, para acelerar a tramitação. É uma oportunidade para que façamos nosso papel”, concluiu Sâmia.

9ª Edição

PRÊMIO VALOR

INOVAÇÃO BRASIL

2023

Mostre o compromisso da sua marca com a transformação. Apareça!

O Prêmio Valor Inovação Brasil 2023 já tem data.

Traga sua marca para o prêmio e o anuário mais relevantes em inovação do país.

Realizado por **Strategy&** – consultoria estratégica da **PwC** – e **Valor Econômico**, a premiação reconhece e celebra as organizações que inovam em suas estratégias de negócios. E conta todas estas histórias, que inspiram milhares de leitores, no anuário Valor Inovação. Não fique de fora.

Fale com a nossa equipe e saiba como participar:
(reservas para o anuário até 14 de julho)
andreia.santos@valor.com.br | apoiocomercialsp@edglobo.com.br

1 DE AGOSTO

ÀS 18H30

Assista ao evento a partir do dia 2 de agosto nas redes sociais

Valor  

Realização: **Valor** ECONÔMICO

Apoio: **strategy&**
Part of the PwC network

Paralisar fábricas continua a ser eficaz



Marli Olmos

No início da década de 1980, sob a liderança de Luiz Inácio Lula da Silva, os metalúrgicos do ABC faziam greves por melhores salários. Hoje, as paralisações das fábricas são conduzidas pelas próprias empresas, sob a alegação de queda nas vendas. O enredo se inverteu. Mas parar linhas de produção continua a ser uma forma eficaz de chamar a atenção da sociedade e, principalmente do governo, que tem demonstrado boa vontade na busca de soluções para amparar o setor.

Na semana passada, a Volkswagen anunciou paralisações em todas as suas fábricas do Brasil. Três dias depois o governo anunciou a liberação de mais R\$ 300 milhões para o programa de incentivos fiscais para compra de carros com descontos. Outros R\$ 500 milhões já haviam sido liberados no início de junho. Concedidos ao setor como créditos tributários, os recursos foram obtidos por meio da reoneração do diesel.

Imagens de pátios abarrotados de carros na imprensa inicialmente deixaram muita gente intrigada: os R\$ 500

milhões não teriam dado conta? As empresas explicaram que como as locadoras, que são grandes clientes, haviam ficado de fora na primeira etapa do programa, os estoques continuaram elevados, o que levou à necessidade de suspender a produção por um período.

O governo entendeu a situação. O ministro da Fazenda, Fernando Haddad, deu várias explicações a respeito em entrevistas.

As empresas têm instrumentos para parar fábricas facilmente. Os dissídios coletivos já incluem cláusulas de flexibilidade que permitem desligar as máquinas e mandar os funcionários para casa a qualquer momento. Os métodos mais usados são suspensão temporária dos contratos de trabalho, bancos de horas e férias coletivas.

Desde o dia 3, parte dos empregados da General Motors em São José dos Campos (SP) também foi dispensada do trabalho. A empresa alegou a necessidade de “medidas para ajustar a produção à demanda e garantir a sustentabilidade do negócio”. O “layoff” vai durar cinco meses, podendo ser prorrogado por mais cinco, segundo a empresa.

Mas a aproximação da indústria automobilística com o governo não se limita aos incentivos fiscais para compra de carros com desconto e os problemas de queda nas vendas. Uma vasta agenda tem levado os representantes das montadoras a tomar cafezinho com frequência nos gabinetes em Brasília.

Novos fabricantes chegam ao país com interesses divergentes das empresas que estão aqui há décadas. Isso envolve, por exemplo, a tributação de carros importados. As discussões envolvem, ainda, o tipo de energia que vai mover os carros que vão circular no Brasil.

Para a indústria automobilística, que passou toda a gestão de Jair Bolsonaro (PL) quase sem pisar no Palácio do Planalto ou na Esplanada dos Ministérios por encontrar dificuldades nas agendas dos integrantes do governo, é um deleite voltar a contar com um velho conhecido, não só dos tempos de sindicato, mas dos dois primeiros mandatos de Lula na Presidência. Sem contar sua influência durante o governo de Dilma Rousseff.

Há uma nítida afinidade do atual chefe do Executivo com um setor que o remete ao passado. Por mais que anos,

décadas, tenham se passado, trata-se de um ambiente conhecido por ele e do qual surgiram muitas das lideranças do Partido dos Trabalhadores.

Graças a Lula, o setor voltou a ter interlocutores no Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, extinto no governo anterior. Parecia incomodar os representantes de montadoras ter que disputar com banqueiros, por exemplo, espaço da agenda do ex-ministro da Economia, Paulo Guedes.

Além de demandas acumuladas no governo anterior, a indústria precisa do governo para definições que dependem do poder público. É o caso da futura matriz energética veicular e da política de controle de emissões.

A transformação pela qual essa indústria passa empolga Lula e muitos dos integrantes dos governos federal e estaduais. A eletrificação dos carros é um tema fascinante e chama a atenção do presidente da República e de seu vice, Geraldo Alckmin, também pela perspectiva de acelerar pesquisa e inovação no país.

Há uma grande expectativa, por exemplo, de que a recém-anunciada fábrica de

carros elétricos na Bahia, da chinesa BYD, afogue mágoas deixadas pela Ford, que há dois anos parou de produzir no país, fechando todas as fábricas, incluindo a de Camaçari (BA), e a de São Bernardo, no ABC, reduto de Lula.

Na semana passada, a vice-presidente global da BYD, Stella Li, retribuiu, em Brasília, a visita que Lula fez ao presidente da companhia, na China, em abril. Esta semana ela esteve em Salvador, ao lado do governador Jerônimo Rodrigues (PT), que também em abril passou 15 dias percorrendo fábricas e voltou de lá nitidamente encantado.

A julgar pela lista de demandas, que não para de crescer, e pelo vaivém de lobistas do setor em Brasília, essa indústria ainda vai dar muito trabalho para o governo.

Mas o grande desafio, e questão de honra para Lula, é manter o parque industrial automobilístico, que já não oferece a quantidade de empregos dos tempos em que bastava fazer uma greve para evitar demissões e elevar salários.

Marli Olmos é repórter especial. César Felício volta a escrever no dia 21 de julho
E-mail marli.olmos@valor.com.br



Reunião do PL: Tarcísio (de terno claro) foi interrompido duas vezes por Bolsonaro ao defender a aprovação da proposta de reforma tributária

Partidos Em encontro com clima hostil, ex-presidente diz que governador de São Paulo ‘não tem experiência política’

Bolsonaro e Tarcísio têm embate durante reunião do PL

Fabio Murakawa
De Brasília

O ex-presidente Jair Bolsonaro (PL) enfrentou nessa quinta-feira o governador de São Paulo, Tarcísio de Freitas (Republicanos), e deixou claro que tem posições contrárias às dele em uma tensa reunião do PL para discutir a posição do partido sobre a reforma tributária. Em certo momento, Bolsonaro chegou a afirmar que Tarcísio, que se disse favorável a 95% do texto, “não tem experiência política”. E disse que, se a legenda se unir, “não vota nada”.

O governador de São Paulo encontrou um clima hostil na reunião, em Brasília. Em vídeos do encontro que circulam nas redes sociais, ele defendeu diversas vezes que era importante que a direita não perdesse “a narrativa” de aprovar a reforma tributária. Porém, foi interrompido várias vezes em sua fala, inclusive pelo próprio Bolsonaro.

“O esforço que nós estamos fazendo é para construir a melhor proposta. Agora, uma pergunta que eu estou colocando para todo mundo aqui: nós vamos perder a narrativa da reforma tributária?”, disse Tarcísio, em dado momento da reunião, antes de ser interrompido por Bolsonaro.

“O Tarcísio não tem, com todo o respeito, a experiência política que muitos de vocês têm. Nós não queremos nessa proposta que está aí dizer que vai ser melhorada por emendas. Emenda

não tem garantia nenhuma de aprovação”, replicou o ex-presidente. “O que o Tarcísio está expondo aqui, eu conversei longamente com ele, é essas emendas entrarem agora no corpo da proposta de emenda constitucional (PEC) junto ao relator.”

Bolsonaro defendeu algumas vezes que seja dado mais tempo para que os parlamentares analisem a proposta, posição contrária à do presidente da Câmara, Arthur Lira (PP-AL).

“Pessoal, se o PL estiver unido, não aprova nada”
Jair Bolsonaro

“Não dá para a gente fazer a toque de caixa. Eu vi ontem na televisão o Arthur Lira, me dou muito bem com ele, falando olha, a proposta está concluída por volta das 18 horas, mais de 100 páginas”, disse o ex-presidente. “Com todo o respeito, muitos de nós, eu também, eu não consigo ler essa proposta, entendi-la, sem um bom técnico do meu lado. É a mesma coisa [com] vocês. É isso que ele está expondo para vocês aqui. Eu passei 28 anos dentro do Parlamento. Nunca se chegou a uma conclusão sobre a reforma tributária.”

Bolsonaro disse ainda que “nós temos que ter alguns dias a

mais para chegar num consenso” sobre o texto.

De volta ao microfone, Tarcísio insistiu na questão da “narrativa”.

“Nós não podemos perder a narrativa, eu acho que a direita não pode perder a narrativa de ser favorável a uma reforma tributária. Porque, se não, a reforma tributária acaba sendo aprovada e quem aprovou?”, questionou. “A grande questão é construir um bom texto, pessoal.”

Mas o governador foi novamente interrompido por Bolsonaro.

“Pessoal, se o PL estiver unido, não aprova nada”, disse, sob aplausos da plateia.

Tarcísio, então, voltou a falar. “Deixa eu só deixar uma coisa clara aqui: não estou defendendo a votação no dia de hoje [quinta-feira], não”, disse, sendo mais uma vez interrompido, agora pela plateia. “O que eu estou querendo explicar, e eu estou vindo aqui para explicar com a maior humildade do mundo, é que eu acho arriscado para a direita abrir mão da reforma tributária.”

Após ser apupado, o governador concluiu: “Tudo bem, gente, se vocês acham que a reforma tributária não é importante, não votem, pô!”

Outra hostilidade aberta a Tarcísio flagrada por celulares durante a reunião partiu do deputado Ricardo Salles (PL-SP). Ex-ministro do Meio Ambiente, Salles é da ala ideológica do bolsonarismo, que detém cerca de dois terços da bancada de 99 deputados do PL na Câmara. Ele, além disso,

antagoniza em São Paulo com Tarcísio, que foi ministro da Infraestrutura na gestão Bolsonaro.

“É muito mais fácil fazer estrada do que combater a esquerda”, disse Salles.

Tarcísio, que já se disse contrário à reforma em tramitação no Congresso, mudou de posição após conversas com o ministro da Fazenda, Fernando Haddad, e o relator na Câmara, Aguinaldo Ribeiro (PP-PB). Na quarta-feira, ao lado de Haddad, ele disse que não iria transformar seus pedidos por mudanças no texto em “cavalo de batalha”.

O alinhamento de Tarcísio revoltou a base bolsonarista, que há dias vem chamando a proposta de “a reforma tributária de Lula”, apontando um suposto maior controle federal sobre os impostos e a possibilidade de aumento da carga tributária, muitas vezes com base em dados sem nenhuma comprovação.

O ex-secretário de Comunicação Social e advogado de Bolsonaro, Fabio Wajgarten, deu uma alfinetada em Tarcísio no Twitter, ao defender que Bolsonaro “está mais forte do que nunca” e que o resto “é 95% desprezível”.

“Ao contrário do que parte da mídia disse nas últimas 24 horas o PR [presidente da República] Jair Bolsonaro está mais FORTE do que nunca. Filhos, base, aliados de primeira hora, amigos próximos e distantes FECHADOS com ele. Isso que IMPORTA o resto é 95% desprezível”, escreveu.

Reforma fortalece Lula e Hefesto suspensa, Lira

Análise

Maria Cristina Fernandes
São Paulo

A definição do economista Samuel Pessoa para o impacto da reforma tributária sobre o governo — “É o Plano Real de Lula” — explica como a política e o Judiciário se moveram em campo ao longo das 24 horas que precederam a votação na Câmara dos Deputados.

A força projetada para o governo com esta votação faz com que a direita e os tribunais busquem colocar a bola no chão para ver aonde o presidente Luiz Inácio Lula da Silva, com cacife redobrado, pretende levar o jogo.

Não estão dissociados, portanto, o entreencontro entre o ex-presidente Jair Bolsonaro e o governador de São Paulo, Tarcísio de Freitas, e o respiro proporcionado ao presidente da Câmara, Arthur Lira (PP-AL), pelo ministro do Supremo Tribunal Federal Gilmar Mendes ao suspender a operação Hefesto.

O esforço concentrado que proporcionou a votação da reforma tributária foi movido, em grande parte, pela necessidade de um Lira acuado renovar seus créditos junto ao governo e à Câmara. Agora, com a faca da Operação Hefesto afastada de seu pescoço, Lira ganha tempo e espaço para negociar, com mais força, a pauta de votações de interesse do Executivo.

Sentiu-se tão à vontade que, em dois anos e meio, ocupou, pela primeira vez a tribuna para discursar para dividir, com o governo, os louros da aprovação.

O presidente da Câmara ganha fôlego num momento em que o governo se mostrou capaz de abrir interlocução até com o PL, a maior bancada da oposição na Casa. Esta mobilização tanto acendeu o sinal amarelo de Lira, quanto desnortou o ex-presidente.

Ao provocar hostilidades, no PL, contra a posição do governador paulista a favor da reforma tributária, durante a reunião do seu partido, o ex-presidente só revela a desvantagem que a inelegitimidade lhe colocou frente a Tarcísio de Freitas pela liderança da direita.

Ao abrir interlocução junto a lideranças do PL, o governo federal só agravou este desgaste do ex-presidente, a começar pelas negociações com o deputado federal Altineu Córtes (PL-RJ), na liberação de emendas e na ocupação de espaços regionais.

Ao baixar a guarda em relação à reforma tributária, o governador paulista cedeu ao óbvio. Não havia como sustentar a histórica oposição à reforma tributária do Palácio dos Bandeirantes ante a pressão do PIB nacional, em grande parte, instalado no Estado que governa.

Não se moveu sozinho. Governadores que também se alinharam a Bolsonaro na eleição de

2022, como Ratinho Jr. (PR), Cláudio Castro (RJ) e Romeu Zema (MG) acompanharam o governador paulista. Colaborou para isso, em grande parte, o desenho da governança do conselho federativo, cuja redação final reequilibrou o peso dos Estados mais populosos sobre as deliberações do colegiado. E chegou, inclusive, a causar desconforto entre os governadores do Nordeste, aliados de Lula.

O isolamento de Bolsonaro se agrava porque é sobre este espaço institucional que ele passou a investir. O ex-presidente já havia dado sinais de que buscava se distanciar dos extremistas. Basta ver a rapidez com a qual fritou a pré-candidatura do deputado federal Ricardo Salles (PL-SP) em favor da reeleição do prefeito Ricardo Nunes (MDB), em São Paulo.

Isolado, sem meios de livrar seus apoiadores, nem a si mesmo, do alcance dos inquéritos judiciais, Bolsonaro partiu para buscar blindagem ocupando espaços junto ao seu partido, aos governadores que se mantiveram ao seu lado na eleição, e à pauta do Congresso.

Bolsonaro isolou-se do PIB nacional. Pela simples razão de que nada mais tem a lhes oferecer

O entreencontro com Tarcísio é apenas o capítulo mais recente desta contenda. Na pauta, Bolsonaro continua o mesmo. Opôs-se a uma reforma que se dispõe a combater a sonegação, onerar poluidores e penalizar o lumpem-empresendedorismo. Pelas concessões feitas à agropecuária, o governo também deixou poucas brechas para o bolsonarismo explorar junto aos seus tradicionais apoiadores.

Bolsonaro não tem chance de prevalecer sobre os Palácios — do Planalto e Bandeirantes. Enquanto Freitas, como deixou claro na reunião do PL, busca disputar a “narrativa” da reforma tributária com o governo federal, especialmente com o ministro Fernando Haddad, Bolsonaro isolou-se do PIB nacional. Pela simples razão de que nada mais tem a lhes oferecer.

As tratativas das eleições municipais de 2024 dão pouco favorecem o ex-presidente. Parlamentares que pretendem renovar seus exércitos municipais, nas prefeituras e vereanças, vão em busca de benesses. E é à porta do governo federal que acabarão por bater. É aí que o governo federal, com indicadores econômicos animados pelas perspectivas abertas pela reforma tributária, tem chance de manter a iniciativa legislativa — aquela que Lira busca retomar com a ajuda da decisão do ministro Gilmar Mendes.



José Celso Martinez Corrêa em frente a sua maior criação, o teatro Oficina: o artista de Araraquara, irreverente e transgressor, deixa obra superlativa como ele mesmo

Memória Criador do Teatro Oficina, ator, diretor e dramaturgo marcou época, tornou-se referência na cultura brasileira e se despede um mês após se casar

Irreverente, transgressor, Zé Celso Martinez Corrêa morre aos 86 anos em SP

De São Paulo

Encenado o último ato no palco de José Celso Martinez Corrêa, diretor, ator e dramaturgo, um dos grandes nomes do teatro brasileiro, fundador e líder do lendário Teatro Oficina Uzya Uzona — grupo amador fundado por ele no início da década de 1960, e instalado no bairro do Bexiga (ou Bixiga, como preferia), região central de São Paulo. Paulista de Araraquara, nascido no dia 30 de março de 1937, Zé Celso, como era conhecido, morreu nesta quinta-feira, 6, aos 86 anos, após falência dos órgãos.

Ele havia sido internado na UTI do Hospital das Clínicas na terça-feira, após sofrer queimaduras devido a um incêndio em seu apartamento no Paraíso, Zona Sul de São Paulo.

Irreverente, transgressor, de energia e humor viscerais, deixa uma obra superlativa, como ele próprio. Montou com sua trupe mais de 40 espetáculos, muitos deles de enorme sucesso de público, de crítica. Alguns deles, “O Rei da Vela”, “Roda Viva”, “As Bacantes”, “Mistérios Gozozos”, “Os Sertões”. Além de ator e diretor, também foi adaptador, tradutor e autor de trilhas sonoras. E escreveu peças, como a comentada “Cacilda!” Durante a longa carreira, Zé Celso recebeu dezenas de prêmios — Molière, Prêmio Shell, da APCA e outros. A morte deixa órfãos não somente público e amigos, mas também a cena cultural que encabeçou por décadas, com a mesma disposição com que defendeu o próprio espaço do Oficina.

Com apoio de gente de peso como Fernanda Montenegro, brigou pela preservação do entorno de sua companhia, instalada no 520 da rua Jaceguai. Para o artista, o Oficina queria, precisava também da sua âgora — o espaço público onde os gregos faziam suas assembleias.

Foram décadas de discussões, denúncias à imprensa e um sem número de reuniões com executivos e administração pública, sem sucesso. Enfrentou o empresário Silvio Santos, dono dos terrenos vizinhos ao teatro. A ideia de Silvio era erguer um empreendimento comercial. Zé Celso reivindicava condições (o espaço do entorno) para criar um parque cultural público. O Oficina Uzya Uzona foi o projeto elaborado para a reforma do espaço, no período entre 1980 e 1993, pela arquiteta Lina Bo Bardi (1914-1992), em parceria com Edson Elito.

Formado pela Faculdade de Direito do Largo São Francisco, não exerceu a advocacia. Mas foi nos corredores da faculdade, em 1958, que fundou, ao lado de Renato Borghi, Amir Haddad, Carlos Queiroz Telles e outros, o reduto artístico que iria transformar sua



“Xamã é a função que Zé Celso exerce na comunidade teatral brasileira”
Aimar Labaki

vida. Escreveu a partir dali os seus primeiros textos: os autobiográficos “Vento Forte para Papagaio Subir” (1958) e “A Incubadeira” (1959), encenados sob direção de Amir Haddad. Em 1960, traduziu e adaptou o roteiro de “A Engrenagem”, com o líder do Teatro de Arena, Augusto Boal, para celebrar a presença do filósofo Jean-Paul Sartre no país. A estreia como diretor veio com a montagem realista baseada no método Stanislavski de “A Vida Impressa em Dólar”, de Clifford Odets, em 1961, agora na fase profissional do grupo.

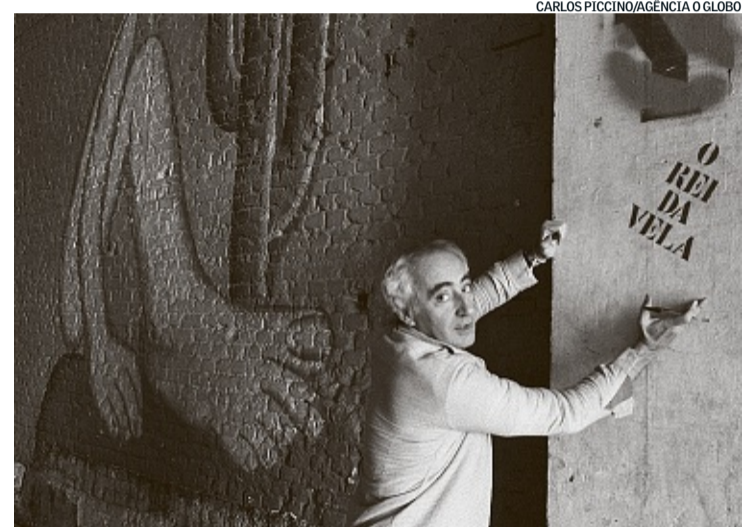
As criações coletivas consideradas antológicas e revolucionárias e a presença de consagrados artistas no elenco, como Célia Helena, Henriette Morineau, Sérgio Britto, acabaram por alçar o prestígio da companhia e de seu fundador. Em 1963, com a encenação de “Pequenos Burgueses”, de Máximo Gorki, Zé Celso provocou grandes discussões ao traçar um paralelo entre a Rússia pré-revolucionária e o Brasil às vésperas do golpe militar — deflagrado cinco meses após a peça entrar em cartaz.

Censurado pela ditadura por sua insubordinação cultural, viu o prédio do Teatro Oficina ruir após incêndio creditado por ele a paramilitares, em 1966. Recebeu, vestindo terno e gravata, repórteres e fotografos diante dos escombros.

O clima entre atores e equipe era de tristeza, mas Zé não se deixou abalar. Ao contrário, trouxe para a cena Flávio Império e Rodrigo Lefèvre, e tratou de reformular o espaço, dessa vez com uma arquitetura nua onde tudo está exposto: palco giratório, sem coxias, sem vestimentas, sem cortina vermelha. No ano seguinte, reinaugurou a casa com o antropofágico “O Rei da Vela”, de Oswald de Andrade, seu mestre. Marco do teatro brasileiro e do tropicalismo, o espetáculo voltou outras vezes, a última em 2017, remontada com o amigo Renato Borghi.



Bodas: há um mês, no casamento com companheiro Marcelo Drummond



No oficina: luta para erguer no entorno do teatro um espaço público



Dia de estreia: Zé Celso com Camila Amado e Walmor Chagas

Logo depois de “O Rei da Vela” (1967), montou a provocativa “Roda Viva” (1968), de Chico Buarque — com Marília Pêra, Zezé Mota e Pedro Paulo Rangel no elenco — e viu o elenco ser espancado pelo Comando de Caça aos Comunistas (CCC). No final de 2007, Chico Buarque deu a ele seu “ok” para remontar o espetáculo, um sonho de Zé Celso.

Não tardou para que Zé Celso caísse nas mãos da repressão. Foi preso em 1974 e torturado sem saber o motivo no extinto Dops. Ficou preso por dois meses. Solto, exilou-se em Portugal por quatro anos, onde explorou o experimentalismo radical, e fez trabalhos transformadores, como o seu “Galileu Galilei” inspirado em Brecht, em 1975, que apresentou também no Brasil naquele ano. Outras encenações de peso viriam: “Mistérios Gozozos”, 1985; “As Bacantes” (1987); “Cacilda!” (1991); “Ham-let” (1993).

Zé Celso foi uma das figuras mais originais de seu tempo. Sem papas na língua, o artista assumia o uso cotidiano de maconha — seu dia só começava depois de um baseado e de tomar guaraná em pó. Dizia que acelerava sua lucidez. Viveu por 36 anos com Marcelo Drummond, seu parceiro de trabalho e de vida. Os dois oficializaram a união há um mês, no dia 6 de junho.

Filho de mãe católica e reacionária e de pai culto e libertário, era neto de índia tupinambá e honrava a memória da ancestral: andava com um colar indígena pendurado no pescoço. “Xamã é a função que Zé Celso exerce na comunidade teatral brasileira. Aglutina forças vitais, evoca os deuses e espíritos da devoção dos cidadãos, provoca a libido, incita à desobediência”, afirmou Aimar Labaki, autor do livro dedicado à trajetória de Zé pelos palcos da vida e que leva o nome do ator e dramaturgo.

O velório, no Teatro Oficina, começou às 23h desta quinta e prossegue até às 9h desta sexta-feira, 7. Das 9h às 11h, só familiares e amigos poderão permanecer no local. O corpo do artista será cremado em local não revelado.

Repercussão

“Deixa um imenso legado para a cultura nacional. Meus sentimentos aos seus familiares, alunos e admiradores. A trajetória de José Celso Martinez Corrêa a história das artes no Brasil e não será esquecida”

Luiz Inácio Lula da Silva

“A cultura deste Brasil está de luto. Há um pânico em todos nós, que somos artistas ligados ao teatro diante dessa dolorosa e trágica partida de Zé Celso. Louvado seja você, Zé. Não há nem haverá na nossa arte teatral alguém com a sua transcendência criativa”

Fernanda Montenegro

“Como ele é visceral, grandioso, gigante mesmo, provocador, libertador e inspirador como é o teatro que ele oferece generosamente ao seu público fiel, que sabe que ali vai encontrar espaço para sair do chão, voar e alcançar lugares inimagináveis.”

Reynaldo Gianecchini

“Zé, você foi, é e continuará sendo um sol radiante em nossas vidas; forte, intenso, farol de paixão e arte. A força do teatro que você plantou continuará crescendo, como a árvore frondosa do Oficina; a sua vida segue na eternidade”.

Leona Cavalli

Finanças
“Segundo semestre pode surpreender positivamente”, diz Eurico Fabri, do Bradesco

C3

Autoesporte
Ranger 2024 é mais um passo da Ford para a redenção de sua marca no Brasil **B6**



Valor B
Sexta-feira, 7 de julho de 2023

Saneamento
Mesmo liberada pelo TCE-RS, venda da Corsan ainda pode ir para a Justiça **B2**

Agronegócio
Pavinato, CEO da SLC Agrícola, eleva aposta na agricultura regenerativa **B8**



Empresas

Renováveis Estado tem 6,06 GW de potência instalada, a maioria de projetos na região de Janaúba

Fazendas de painéis dão a MG a liderança na geração de energia solar

Cibelle Bouças
De Janaúba (MG)

No norte de Minas Gerais, a paisagem do Cerrado, antes entrecortada por áreas de pecuária e produção de bananas, é substituída de forma acelerada pelas fileiras de painéis solares. Em Janaúba, a 550 quilômetros de Belo Horizonte, as chamadas fazendas solares se multiplicam. O cenário se repete em outros municípios do norte e noroeste do Estado, onde se concentra a maioria dos projetos de geração de energia fotovoltaica. Os altos índices de irradiação solar e os preços favoráveis das terras têm contribuído para atrair investimentos a essas regiões.

Minas Gerais lidera em projetos de geração de energia fotovoltaica, totalizando potência instalada de 6,06 Gigawatt (GW), fruto de investimentos de R\$ 25,1 bilhões, de acordo com a Associação Brasileira de Energia Solar Fotovoltaica (Absolar). Desse total, 3,08 GW são unidades de geração centralizada e 2,98 GW são de geração distribuída. No primeiro semestre deste ano, a potência total instalada no Estado cresceu 39,2% em relação ao ano passado. Em investimentos, houve aumento de 86,6% na mesma base de comparação.

Em geração centralizada, que são parques com capacidade de geração acima de 5 MW, há 91 unidades em operação, que somam os 3,08 GW, e outras 64 unidades em construção, somando 2,73 GW. Além desses parques solares, existem outros 788 projetos outorgados pela Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel) no Estado, somando 34,2 GW. "Em breve, Minas vai entregar mais do que o país inteiro gera hoje de energia solar, que são 24 GW", diz Bruno Catta Preta, coordenador estadual da Absolar em Minas Gerais.

Catta Preta ponderou que os 853 municípios do Estado têm instalação fotovoltaica, mas apenas 3,2% das 9,7 milhões de residências consomem energia fotovoltaica. "Existe ainda muita oportunidade de crescimento. O grande desafio é ter a rede de conexão e transmissão com as concessionárias de energia", disse o executivo.

Atualmente, as redes do norte do Estado começam a ficar sobrecarregadas, indicando a necessidade de investimentos em novas linhas de transmissão para suportar o crescimento da oferta de energia fotovoltaica. Na semana passada, a Aneel fez na B3 o leilão de nove lotes para construção e manutenção de 6.184 quilômetros de linhas de transmissão e 400 mega-volt-ampères (MVA) em capacidade de transformação de subestações. Foram contratados R\$ 15,7 bilhões

em investimentos, que serão feitos por empresas como Furnas Centrais Elétricas, Engie Brasil e Companhia de Transmissão de Energia Elétrica Paulista (Cteep). Serão 33 empreendimentos previstos para sete Estados. Dos nove lotes, seis envolvem áreas em Minas Gerais. Boa parte das obras serão concluídas entre 2025 e 2026.

"Uma das potencialidades das linhas leiloadas é justamente melhorar a capacidade de escoamento de energia do Nordeste para o Sudeste brasileiro", afirmou Gentil Nogueira, secretário de Energia Elétrica do Ministério de Minas e Energia. O secretário estima que serão necessários investimentos da ordem de R\$ 200 bilhões para destravar gargalos na transmissão de energia elétrica no país. "As obras de transmissão previstas já aumentam a capacidade de escoamento de energia. A gente tem potencial de agregar nos próximos dois a três anos 18 GW de energia limpa e renovável no Nordeste brasileiro e no norte de Minas", afirmou Nogueira.

"Grande parte da energia da Elera já está vendida para diversos clientes"
Fernando Mano

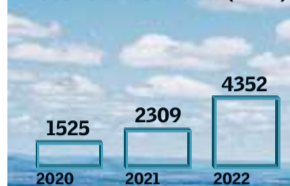
Em Minas Gerais, as cidades com mais projetos de parques solares são Janaúba, Pirapora, Jaíba e Paracatu. A Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Minas Gerais informou que os investimentos do setor em municípios em condições socioeconômicas mais desafiadoras contribuem para desenvolvimento da região ao oferecer infraestrutura energética, essencial na atração de novas indústrias. Além disso, aquecem a economia local com qualificação de mão de obra, geração de empregos e desenvolvimento do comércio local e do empreendedorismo.

Entre os municípios mineiros, Janaúba lidera em projetos — são 35 unidades outorgadas pela Aneel, totalizando 6,5 GW. "É meia Itaipu, praticamente", compara o prefeito de Janaúba, José Aparecido Mendes Santos (PSD). Itaipu Binacional tem capacidade instalada de 14 GW, mas vale destacar que a geração hídrica é muito mais eficiente do que a solar.

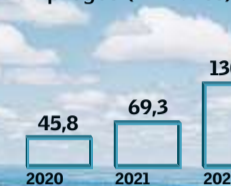
Do total de parques de geração de energia fotovoltaica outorgados no município, 20 estão em operação. O maior projeto é da Elera Renováveis, do grupo canadense Brookfield Asset Management.

Alto potencial

Potência instalada (MW)



Empregos (milhares)



Evolução da geração de energia fotovoltaica em MG

91 é o total de parques de geração de energia fotovoltaica solar em Minas Gerais, que juntos têm capacidade de 3.083,3 MW

788 projetos de parques solares têm outorga para construção, com capacidade de 34.217 MW

R\$ 25,1 bilhões são os investimentos feitos em geração solar centralizada e distribuída em MG



Fontes: Aneel e Absolar

O complexo, inaugurado esta semana, demandou investimento de R\$ 4 bilhões. A empresa instalou 20 fazendas solares integradas, em uma área de pouco mais de 3 mil hectares, onde estão dispostos 2,2 milhões de módulos fotovoltaicos. Juntos, têm capacidade de 1,2 GW, suficiente para abastecer uma cidade de 1 milhão de residências.

Fernando Mano, CEO da Elera Renováveis, disse que o complexo representa quase 40% da capacidade instalada da empresa e boa parte dessa energia já está contratada. "Grande parte da energia já é comercializada no mercado livre, entre diversos clientes. Mas, por força de contrato, não podemos divulgar os nomes dos clientes", afirmou o executivo.

Para a construção do complexo, que durou 30 meses, a Elera gerou 11 mil empregos — número expressivo para uma cidade de 70,7 mil habitantes, segundo dados do Censo de 2022. Do total contratado, 70% são moradores de Janaúba e municípios vizinhos. "A partir do mês que vem, a Atlas [Renewable Energy] vai contratar 2.500 para as obras. Depois vem a Shell. É um volume considerável de obras, com melhoria da nossa economia", informa o prefeito.

A Atlas Renewable Energy tem projeto para instalar em Janaúba um complexo solar de 902 megawatts no pico (MWp). A previsão é que o projeto seja concluído em 2025. A empresa já tem contrato de compra de energia pela Albras Alumínio Brasileiro (joint venture entre a norueguesa Hydro e a japonesa Nippon Amazon Alumínio). Em Paracatu, a Atlas tem plano de construir um complexo de 438 MWp, previsto para entrar em operação neste ano, e que também vai fornecer energia para a Albras. A companhia ainda é dona de dois complexos em Pirapora, um de 358 MWp, que fornece energia para a Anglo American, e outro de 239 MWp, que fornece à Unipar.

A Shell, por sua vez, tem com a Gerdau projeto de um parque com capacidade de 260 MWp. Metade da energia gerada será fornecida para a Gerdau e o restante será negociado no mercado livre pela Shell Energy Brasil. A empresa de energia assinou com o governo de Minas em 2022 um protocolo de intenções para investir US\$ 1,5 bilhão em usinas solares, totalizando 2,1 GW, com previsão de construção entre 2023 e 2025.

Em Janaúba, os moradores viram mudanças com a chegada da Elera. Houve melhorias na estrada que liga a cidade ao distrito rural de Quem-Quem, onde fica o empreendimento. Foram 160 ônibus transitando diariamente na estrada para transportar os trabalhado-

res das obras. De 11 mil empregados na fase de construção, 5 mil vieram de municípios vizinhos.

A arrecadação do município, que era de R\$ 226 milhões em 2020, antes das obras, chegou a

R\$ 314 milhões em 2022. O prefeito destacou um acordo com a Elera de R\$ 1,7 milhão para construção de um ginásio poliesportivo na cidade e um investimento de R\$ 4 milhões na reforma do Hospital

Regional de Janaúba. "O maior ganho virá com a transferência para o município do ICMS gerado pela venda da energia", disse Mendes.

A repórter viajou a convite da Elera

LOCALIZAÇÃO COM POTENCIAL DE EXTREMA VALORIZAÇÃO.

EXPAND

EXTRAORDINARY LIFE

PINHEIROS PRONTO PARA MORAR

48 m²/
1 suíte
1 ou 2 vagas determinadas

73 m²/
2 dorms. (1 suíte)
2 vagas determinadas

48 m²/
1 suíte
1 ou 2 vagas determinadas

73 m²/
2 dorms. (1 suíte)
2 vagas determinadas

/ PISCINA COBERTA COM RAIA DE 25 M
/ QUADRA DE TÊNIS E DE FUTEBOL*
/ FITNESS BY LIFE FITNESS
/ ROOFTOP COM SKYLINE DA CIDADE

VISITE OS DECORADOS
RUA CARDEAL ARCOVERDE, 2.958
(11) 3080-8530

INTERMEDIÇÃO:
Fraiha
Vendas

IDEALIZAÇÃO:
Fraiha
Incorporadora

Incorporadora responsável: Blyblos Empreendimentos Imobiliários Ltda. Central de atendimento da Fraiha Vendas Negócios Imobiliários Ltda.: Av. Moema, 300, 1º andar, conj. 11, Moema - São Paulo/SP. CEP: 04077-020. Tel.: (11) 3080-8530. CNPJ: 33.528.658/0001-75. Site: www.fraiha.com.br. Creci-SP: 36.185-1. *Mão oficial.

A SHEIN, VAREJISTA GLOBAL ONLINE DE MODA, BELEZA E LIFESTYLE, ESCOLHEU A GLP, A MAIOR EMPRESA DE INSTALAÇÕES LOGÍSTICAS, PARA EXPANDIR SUAS OPERAÇÕES NO BRASIL.

SHEIN

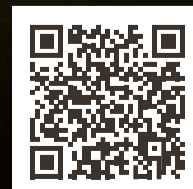


GLP 

Como parte do seu plano de atender com mais eficiência os consumidores brasileiros, a SHEIN escolheu novamente a GLP para expandir suas operações logísticas.

Com alto padrão construtivo e boas práticas de sustentabilidade, os galpões locados pela SHEIN, com a GLP, já somam mais de 216 mil m² no Brasil.

Conheça
nossas
soluções.



CASA e JARDIM

70

A N O S

70 anos e muita história. *Casa e Jardim* é o retrato do morar brasileiro desde 1953. A publicação mais antiga em circulação no país acompanhou a evolução da sociedade e da casa, valorizando o design brasileiro, os movimentos de mercado, as tendências, a pluralidade de estilos e os prazeres simples da vida. É a marca líder em todas as plataformas, com a maior relevância no segmento.

EDIÇÃO ESPECIAL DE ANIVERSÁRIO



NAS BANCAS, NO SITE E NO APP GLOBO+

Acesse revistacasaejardim.globo.com
e conheça toda a história da marca





A Ford só revelou os preços das duas versões mais caras, ambas com motor 3.0 V6: a XLT custa R\$ 289.990 e a Limited, R\$ 319.990; modelo vai enfrentar Hilux, Amarok e S10

Caminhonetes Depois de fechar as fábricas e parar de vender carros populares, a Ford espera retomar um bom volume de vendas com nova geração da picape

Ranger 2024 quer ser último passo para a redenção da marca no Brasil

Cauê Lira
Da Autoesporte

A Ford Ranger 2024, primeira de uma nova geração de caminhonetes que está para chegar ao Brasil, é a síntese de que picapes à moda antiga deixaram de ser descoladas. Boa no asfalto e na roça, o lançamento mira um cliente mais urbano e até se inspira nos SUVs.

Como suas antecessoras, a nova Ranger é feita na Argentina graças a um aporte de R\$ 3,3 bilhões para modernizar a fábrica de Pacheco — e, como veremos à frente, é uma caminhonete global em todos os sentidos.

A Ford só revelou o preço das duas versões mais caras, ambas com motor 3.0 V6. A XLT custa R\$ 289.990 e concorre com Toyota Hilux SRV (R\$ 288.590), VW Amarok Highline (R\$ 302.370) e Chevrolet S10 LTZ (R\$ 321.470). A Limited, a mais cara da Ranger, custa R\$ 319.990 e concorre com a Hilux SRX (R\$ 323.190), S10 High Country (R\$ 331.990) e Amarok Extreme (R\$ 335.500).

A Ford começou a desenvolver a nova Ranger em 2018, quando engenheiros de todo o mundo (inclusive do Brasil) se reuniram na Austrália para acertar os detalhes do projeto global. O evento contou até com a presença de alemães da Volkswagen, pois a Amarok é baseada na picape da Ford em outros mercados. Por aqui, ficamos com a antiga geração.

A primeira "mula" da Ranger (calma, este é apenas o nome do protótipo) chegou à Argentina em 2019 para o início dos testes regionais. A picape passou por toda a América Latina, enfrentando o calor Nordeste, o frio da Patagônia e a umidade da floresta amazônica. Os testes duraram quase três anos. Com o "ok" da engenharia, a Ford aportou uma boa grana na Argentina para começar a fabricação em 2023. Mas nem tudo é produzido pelos hermanos.

Os motores da Ranger são importados do Reino Unido e da Índia. A transmissão automática vem dos Estados Unidos (é a mesma do Mustang). E para finalizar a turnê pelo mundo, toda a parte de



A grade traz um friso central que invade parte dos faróis, onde filetes de LED formam um "C"

powertrain foi revisada pelos engenheiros da Ford em Camaçari (BA) e testada em Tatuí (SP). Muitos carimbos no passaporte.

Muita coisa mudou para a Ford desde que a Ranger começou a ser testada no Brasil, incluindo o fechamento de suas fábricas em 2019 e 2021. Águas passadas. A nova geração chega com a promessa de dias melhores.

O visual é um ponto matador. Até agora, não li uma só crítica ao estilo que a Ford adotou na nova geração. A inspiração na F-150 (leia o teste) é clara, mas acho que a Ranger ficou ainda mais bonita. A Maverick, por outro lado, continua sendo dona do meu coração quando do assunto é design.

Os faróis têm filetes de LED que formam um "C". A grade traz um friso central que invade parte dos faróis como se estivesse encaixada. O capô é levemente estufado e cheio de vincos para enaltecer o motor V6.

A silhueta não é o ponto mais interessante de qualquer picape, mas a Ranger está maior e mais robusta. O santantônio pintado na cor da carroceria é um opcional da versão mais cara, Limited.

capas médias. Seletor rotativo de modos de condução, carregador de celular sem fio e ar-condicionado digital completam a cabine.

O jeitão de SUV continua na boa ergonomia. Todos os equipamentos estão a poucos movimentos do motorista. A posição do banco deixa o quadril um pouco mais baixo, amenizando a sensação de "caminhão".

O banco traseiro está posicionado na mesma altura dos dianteiros, liberando um bom espaço para a cabeça dos passageiros (tenho 1,84 m e não tive problemas). Meus joelhos, entretanto, são projetados contra o banco dianteiro, assim como nas rivais. Saídas de ar condicionado e duas entradas USB para carregar o celular completam o pacote de conveniência.

A Ranger terá duas motorizações no Brasil. As versões básicas e intermediárias (XL e XLS) são equipadas com motor 2.0 Diesel de 170 cv de potência e 40 kgfm de torque, com câmbio automático (tração 4x2 ou 4x4) ou manual (tração 4x4) de seis marchas. As versões XLT e Limited têm um poderoso motor 3.0 V6 de 250 cv e 60 kgfm. Nesse caso, o câmbio automático de dez marchas é o mesmo do Mustang.

Surpreendentemente, a Ranger é bem suave para andar na cidade. A primeira característica de destaque é o silêncio da cabine. Isso se deve à manta acústica que reveste o capô e ao chassi totalmente novo, que filtra as vibrações do motor a diesel.

Os pneus têm baixa resistência à rolagem e os amortecedores foram instalados na parte externa da longitudinal. A direção elétrica facilita manobras (assim como a câmera 360°, exclusiva da Ranger Limited).

A suspensão tem rigidez adequada e não quica como sua antiga geração. Também sinto confiança para ousar em algumas curvas sem que a carroceria fique bamba.

O câmbio automático faz intervenções inteligentes. Assim como o Mustang, a Ranger prioriza as seis primeiras marchas para rodar na cidade. As quatro marchas que sobram só entram em cena acima dos 90 km/h.

As trocas manuais são feitas por botões instalados na alavanca de câmbio, como no antigo Ka. É uma pena, pois paddle shifters deixariam a Ranger ainda mais legal para dirigir.

O seletor de modos de condução é prático. Basta girar a roletinha instalada no console central. Para escolher a tração, a Ford colocou alguns botões de fácil acesso.

A Ranger tem quatro tipos de tração (4x2, 4x4, 4x4 off-road e reduzida). Além disso, há diferencial traseiro blocante e distribuição de tração por demanda. O desempenho no fora de estrada surpreende, mesmo nos pisos mais escorregadios. Vale destacar a capacidade de imersão (800 mm) e a excelente rigidez da carroceria.

A Ford também instalou uma câmera de excelente resolução na dianteira da Ranger, que auxilia o motorista a encarar os terrenos mais complexos pela central multimídia.

O pacote de assistências ao motorista inclui sistema de frenagem de emergência (que pode detectar até pedestres e ciclistas), monitoramento de ponto cego e assistente de tráfego cruzado.

A Ford divulgou que 60% dos donos de Ranger são motoristas casuais — ou seja, pessoas que dirigem para passear no shopping, levar o filho à escola ou ir ao supermercado. Isso explica o interior com pegada de SUV e os vários equipamentos de assistência, ainda que a picape tenha ficado maior.

No momento, a Ford tem o comparativo a seu favor e deve emplacar muitas unidades da Ranger em 2023. O sucesso da picape vai depender dos reajustes de preço e da chegada de rivais do mesmo porte. A Chevrolet já testa a nova geração da S10 no Brasil e a Fiat prepara o lançamento do Títano para o fim do ano.

A Ranger é o único carro de volume da Ford desde que a marca fechou suas fábricas e parou de produzir modelos populares no Brasil. É natural que a nova geração chegue às lojas cercada de expectativas. Por ora, posso dizer que tenho uma nova picape favorita.

Embriguez ao volante mata 10 mil por ano

Segurança

André Schaun
Da Autoesporte

Mais de 10 mil brasileiros morrem por ano em acidentes de trânsito envolvendo álcool e direção, segundo o novo relatório do Centro de Informações sobre Saúde e Álcool (Cisa), baseado em dados do Ministério da Saúde.

O documento revela que 10.887 pessoas perderam a vida em acidentes envolvendo motoristas embriagados em 2021 — uma média de 1,2 óbito por hora. Dirigir sob o efeito de álcool é crime e pode causar até prisão, entretanto, de acordo com o levantamento, cerca de 5,4% dos brasileiros relataram dirigir após beber, índice que tem apresentado estabilidade no país.

O perfil das vítimas de acidentes envolvendo consumo de álcool é majoritariamente masculino, com 85% das hospitalizações e 89% das mortes. Em relação à faixa etária, a população entre 18 e 34 anos de idade é a mais afetada.

O Centro de Informações sobre Saúde e Álcool alerta que não há volume seguro para ingestão de bebidas alcoólicas antes de dirigir. Arthur Guerra, psiquiatra e presidente do Cisa, afirma que muitas pessoas acreditam que a pouca ingestão de álcool não interfere na capacidade de dirigir.

"Em pequenas quantidades, o álcool já é capaz de alterar os reflexos do condutor e, conforme a concentração de álcool no sangue, aumenta também o risco de envolvimento em acidentes de trânsito graves, uma vez que provoca diminuição de atenção, falsa percepção de velocidade, aumento no tempo de reação, sonolência, redução de visão periférica e outras alterações neuromotoras".

O único dado positivo do relatório é que a taxa de mortes por 100 mil habitantes de 2021 foi 32% menor que a de 2010, quando a Lei Seca ainda tinha apenas dois anos de existência. O número de mortos por ano caiu de sete para cinco por 100 mil habitantes no período.

Mas se o número de mortes de 2010 até 2021 caiu, a taxa de hospitalização cresceu 34%, passando de 27 para 36 internações a cada 100 mil habitantes. A pesquisa ressalta, também, que esse crescimento foi puxado por acidentes com ciclistas e motociclistas, uma vez que caíram as hospitalizações de pessoas que estavam em veículos e de pedestres envolvidos em acidentes causados pelo álcool.

Tocantins (11,8), Mato Grosso (11,5) e Piauí (9,3) registram mais de nove óbitos a cada 100 mil habitantes por acidentes causados pelo consumo de álcool, enquanto Rio (1,6), Distrito Federal (2,9), Amazonas (3,2), Acre e São Paulo (3,5) tiveram os menores números.

5,4%

dos motoristas dirigem após beber

Stuttgart, sua referência Porsche.

Há 25 anos atuamos intensamente representando a marca Porsche no Brasil. Sempre guiados pela excelência e pela determinação de evoluir. Hoje, a Stuttgart possui nove unidades em seis estados.

Modernos centros técnicos com equipamentos de última geração e profissionais altamente qualificados, certificados pela Porsche na Alemanha, proporcionam aos apaixonados por Porsche uma experiência completa e única.

Stuttgart
— PORSCHE —

stuttgartporsche.com.br | stuttgartporsche

São Paulo (Matriz) (11) 5644-6700 • São Paulo (Service Body&Paint) (11) 5645-6900 • Campinas (19) 2122-9900 • Ribeirão Preto (16) 3516-8300
Rio de Janeiro (21) 2495-5959 • Curitiba (41) 3333-3113 • Florianópolis (48) 2107-4070 • Porto Alegre (51) 3083-6100 • Recife (81) 3312-0950



Avicultura Eventual disseminação da doença em grande escala, para plantéis comerciais no Brasil, poderia causar perdas a vários setores e redução de empregos

Avanço da gripe aviária poderia gerar prejuízo de R\$ 21,7 bi, estima FGV Agro

Nayara Figueiredo
De São Paulo

Um eventual avanço da gripe aviária para granjas comerciais e em grande escala no Brasil poderia gerar um impacto anual de R\$ 21,7 bilhões para a economia do país, que é o maior exportador global de frango. A estimativa é do Centro de Estudos do Agronegócio da Fundação Getúlio Vargas (FGV Agro).

A instituição fez o levantamento sobre o prejuízo econômico nesse cenário hipotético a pedido do Sindicato Nacional dos Auditores Fiscais Federais Agropecuários (Anffa Sindical). O estudo considera os efeitos diretos e indiretos para a exportação, geração de renda, remunerações, impostos e empregos.

A doutora em Economia Aplicada e pesquisadora da FGV Agro, Talita Priscila Pinto, afirma que o estudo tem como base a possibilidade de um surto não controlado e em produções industriais — algo que ainda não ocorreu no Brasil, visto que os fo-

cos detectados até o momento foram em aves silvestres e em um ave de criação doméstica.

“Quando um determinado setor da economia sofre, há um impacto nos demais ligados a ele também (...) A gente não veria esse impacto imediatamente, mas ele vai reverberar ao longo do tempo”, ela avalia.

Apenas para o agronegócio, o prejuízo de forma direta está estimado em R\$ 11,8 bilhões. O levantamento também projeta uma queda de R\$ 1,3 bilhão na arrecadação de impostos, e redução de R\$ 3,8 bilhões na renda para a economia do país. Segundo a especialista, o impacto na aquisição de insumos e transporte, por exemplo, está contabilizada na categoria renda.

O levantamento também estima uma perda potencial de 46 mil empregos formais em diversos setores, sendo 26 mil postos de trabalho no agronegócio.

Com isso, haveria um impacto da ordem de R\$ 1,25 bilhão em remunerações salariais.

Para o presidente do Anffa Sin-

dical, Janus Pablo Macedo, o diagnóstico da FGV Agro tem um importante papel de trazer indicadores e projeções de como a gripe aviária pode afetar negativamente a economia.

“O Brasil tem capacidade para agir diante de um eventual surto. Estamos trabalhando em conjunto com o Mapa [Ministério da Agricultura] e os auditores agropecuários estaduais para evitar tais efeitos”, disse ele em nota.

A análise da FGV Agro ainda mostra que para cada perda de R\$ 100 no valor das exportações de carnes de aves, o setor de comércio poderia perder R\$ 11, ou seja, o impacto indireto negati-

vo para varejistas e atacadistas chegaria a 11% em prejuízos para a cadeia aviária.

Nessa linha, haveria também a redução de 8% na produção de rações animais, feitas a partir do milho e farelo de soja, de 4% no transporte terrestre de cargas, dentre outros segmentos.

Procurada para comentar o estudo, a Associação Brasileira de Proteínas Animais (ABPA) preferiu não se manifestar.

Desde 22 de maio, o Brasil está em estado de emergência zootécnica devido à chegada da influenza aviária em aves silvestres. Com o estado de emergência decretado pelo Ministério da Agricultura, as medidas para evitar a disseminação da doença no país foram reforçadas.

O Brasil permanece com o status de livre da doença perante a Organização Mundial de Saúde Animal (OMSA), uma vez que não foram detectados focos de gripe aviária em granja comercial. No entanto, a enfermidade já foi detectada em aves silvestres nos três Estados do Sul,

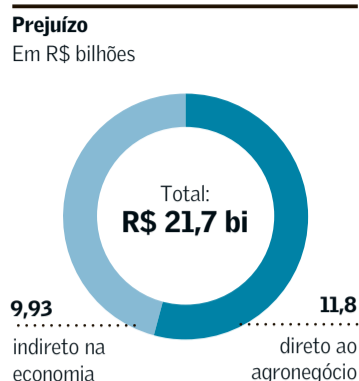
maior região produtora de frango do Brasil, o que acendeu o alerta no mercado brasileiro. Além disso, também houve um foco em pato de criação doméstica em Serra (ES). Até agora, são 61 focos no total no país.

A maior preocupação da cadeia produtiva é que os países compradores adotem embargos contra o frango brasileiro, algo que só é orientado pela OMSA quando a doença é detectada em produção industrial.

Porém, contrariando a autoridade sanitária internacional, o governo do Japão suspendeu temporariamente as compras de aves e seus subprodutos oriundos do Espírito Santo, devido ao foco na criação doméstica em Serra. O temor do governo brasileiro e da indústria é que outros importadores sigam a decisão do Japão, país considerado altamente rigoroso em vigilância sanitária.

De acordo com o Ministério da Agricultura, as autoridades do Brasil prestaram esclarecimentos ao Japão e aguardam uma resposta do país asiático.

Efeito dominó
Projeção de impacto de eventual surto de gripe aviária no país



Fonte: FGV Agro

SLC amplia aposta em biológicos e digitalização

Estratégia

Rafael Walendorff
De Cristalina (GO)

A SLC Agrícola, uma das maiores empresas agrícolas brasileiras de capital aberto, elegeu dois pilares para priorizar seus investimentos e para alinhar aos seus processos produtivos: a agricultura digital e a aplicação de insumos biológicos. A conjugação desses fatores pode reduzir em 15% o uso de defensivos químicos nas 22 fazendas do grupo, com mais eficiência na gestão dos recursos naturais e sustentabilidade na produção de grãos e fibras.

“Os biológicos e a agricultura digital vão nos ajudar a consolidar a chamada agricultura regenerativa, que é um conceito de produzir usando os recursos naturais de forma mais eficiente e mantendo o sistema sustentável no longo prazo”, disse o CEO da companhia, Aurélio Pavinato, ao Valor/Globo Rural.

A empresa já tem 15 biofábricas com capacidade estática para produzir 323 mil litros de bioinsumos. A companhia não é autossuficiente e vê espaço para a convivência da produção “on farm” e a aquisição de empresas do ramo.

“Surgiram muitas empresas e o preço desses insumos fica mais competitivo. Vamos ter um sistema regenerativo com necessidade de vacinas semanais que demandam custo acessível. Por isso, é importante ter os dois componentes trabalhando, com a produção das grandes empresas e a nossa, dentro das fazendas”, disse Pavinato em apresentação a investidores e analistas que participaram do Farm Day promovido pela empresa em Cristalina na quarta-feira.

Na safra 2022/23, os produtos biológicos foram usados em mais de 2,6 milhões de hectares, considerando mais de uma aplicação por área dos 675 mil hectares cultivados pela SLC.

A intensificação do uso de biológicos já deu resultados. Na Fazenda Pamplona, em Cristalina, onde a SLC cultiva mais de 27 mil



“Os insumos biológicos e a agricultura digital vão nos ajudar a consolidar a chamada agricultura regenerativa”, afirma Aurélio Pavinato, CEO da SLC Agrícola

hectares, aumentou a presença de inimigos naturais nas lavouras e diminuiu a de pragas. “Estamos investindo pesado em biológicos e agricultura digital porque é mais eficiente e mais sustentável. São dois pilares estratégicos que são atendidos com os dois escopos de investimentos”, reforçou Pavinato.

Na safra 2022/23, a SLC reduziu em 10% o uso de defensivos químicos e economizou R\$ 82 milhões com o uso de pulverizadores que fazem a aplicação localizada, por faixas pré-determinadas nas lavouras onde há incidência de alguma praga, e seletiva, que é ainda mais específica. A tecnologia usa câmeras que identificam onde há erva daninha e direcionam o produto apenas para aqueles pontos.

“Vamos ter reduções bem ex-

pressivas do uso de químicos nos próximos anos”, disse Pavinato no Farm Day ao explicar a expectativa de chegar aos 15% de diminuição. “Essas tecnologias digitais e os insumos biológicos vão beneficiar mais os produtores brasileiros perante os concorrentes na produção de soja e milho, pois somos nós que usamos mais defensivos atualmente por conta do clima tropical. Isso vai aumentar a nossa produtividade que já é boa”, afirmou.

10%
foi a redução no uso de defensivos químicos pela SLC

O clima, é claro, também é outro fator fundamental para boas produtividades nas fazendas da SLC. Mas a empresa não espera que o El Niño no Hemisfério Sul, cuja ocorrência está confirmada, impacte negativamente sua produção de grãos e fibras na temporada 2023/24.

Ainda sem números fechados dessa previsão, a companhia aposta no bom perfil de solo dos 445 mil hectares que serão cultivados na primeira safra para manter a tendência de crescimento no rendimento das colheitas de soja, milho e algodão e passar longe de resultados “desastrosos” por conta do fenômeno climático. Com a segunda safra, a área produtiva sobe para 675 mil hectares.

A maturidade do solo é fruto, segundo Pavinato, de práticas

conservacionistas pró-ativas adotadas pela companhia nas fazendas espalhadas por sete Estados do país, que ajudam a manter a terra coberta por mais tempo e reter a umidade necessária para as plantas em cenário com menos chuvas. Mais de 95% da área é semeada com o sistema de plantio direto e quase 200 mil hectares têm plantas de cobertura ou braquiária nas entre safra.

“Isso nos dá uma segurança maior. Poderemos ter algum efeito localizado, mas no geral a expectativa é que seja um ano normal”, afirmou o executivo. “Não dá para esperar uma super safra, mas a expectativa é que a gente consiga manter a linha de tendência em termos de produtividade”, acrescentou.

O jornalista viajou a convite da SLC

Utilização de drones cresce

De Cristalina (GO)

Só em 2022, a SLC Agrícola investiu cerca de R\$ 50 milhões na área de agricultura digital. A companhia adquiriu, por exemplo, um pulverizador a mais para cada uma das 22 fazendas espalhadas pelo país para realizar as aplicações localizadas. O uso de drones é cada vez mais comum para complementar a pulverização. Caminhões 100% elétricos já fazem o transporte interno dos moldes de algodão na Pamplona, em Cristalina (GO), com autonomia para rodar 210 quilômetros carregados.

A fazenda em Goiás também serve de campo de testes para “tropicalizar” máquinas modernas, como pulverizadores e colheitadeiras da fabricante John Deere, que ainda não estão em comercialização no Brasil.

Tudo conectado à rede 4G, que tem permitido uma automação cada vez maior, e interligado com os diversos sistemas de monitoramento por satélite e de previsão climática para melhorar a performance operacional dos equipamentos com controle online das atividades em campo.

Na colheita de algodão em curso, por exemplo, o número de paradas caiu 30% em relação à safra passada. Para um futuro próximo, a SLC projeta cruzar dados de telemetria, de radares meteorológicos e do monitoramento por satélite para controlar de forma mais eficiente os trabalhos de campo e aproveitar ao máximo o tempo de operação dos maquinários.

O gerente de mecanização da SLC, Guilherme Argenta, comparou essa ambição da empresa à evolução que ocorreu nas corridas de Fórmula 1. “Quem ganha é quem corre mais rápido e deixa o carro menos tempo parado no pit stop. No campo, temos janelas específicas para tudo. Quanto menos tempo deixarmos a máquina parada, mais vamos produzir”, afirmou. (RW)

Logística

Planta da Bunge tem fila de caminhões

Uma fila de caminhões com grãos prontos para descarregar na unidade da Bunge, em Querência (MT), travou a circulação na estrada Querência-Cascalheira,

próxima à BR-242, que dá acesso ao armazém. A companhia confirmou o ocorrido.

globo rural.globo.com

Piscicultura

Ministério proíbe pesca da piracatinga

O governo federal proibiu nesta semana a pesca, armazenagem e comercialização da piracatinga (*Calophysus macropterus*), segundo o Ministério da Pesca,

para proteger o boto-cor-de-rosa, que está em risco de extinção. A carne é usada como isca.

globo rural.globo.com

Comércio exterior

Cai preço da carne bovina na exportação

As exportações de carne bovina tiveram o segundo melhor primeiro semestre da história em volume, mas os preços continuam recuando, informou o Centro de

Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea), com base em dados do governo federal.

globo rural.globo.com

Imóveis de Valor

LPO CANELA EMPREENDIMENTOS/Divulgação



Em Canela (RS), a marca hoteleira alemã Kempinski faz a sua estreia na América do Sul no formato multipropriedade, com retrofit do hotel Laje de Pedra e apartamento vendido a R\$ 11,5 milhões

vista permanente para o parque e serviços de uma marca internacional”, define Haik.

Em sistema semelhante, a rede hoteleira Laghetto abriu há um ano o Laghetto Chateau, em Gramado. As 56 suítes decoradas e equipadas foram todas vendidas em cotas de R\$ 95 mil por uma semana/ano de uso. Lá, o grande charme é o deque com vista para o Vale do Quilombo.

“Muitos clientes já buscavam produtos à altura do seu bolso e não encontravam. Isso influenciou nossa decisão de fazer um projeto mais requintado”, relata Ênio Almeida, CEO do grupo.

Destinos de inverno famosos no país estão ganhando empreendimentos sofisticados com serviço de hotelaria cinco estrelas e cotas de R\$ 1 milhão

Multipropriedade chega ao alto padrão nas serras

O mercado de multipropriedade em estâncias turísticas de inverno está ganhando um “upgrade” de categoria. Destinos como Gramado e Canela (RS), Campos do Jordão (SP) e Pedra Azul (ES) têm novos e sofisticados projetos imobiliários com arquitetura assinada e ambientes internos repletos de conforto. O objetivo é conquistar o público de alta renda, ainda avesso à modalidade.

Em meio a um bosque urbano de 36 mil metros quadrados, o condomínio Own Time Home Club, em Gramado, terá 24 casas e 40 apartamentos de inspiração contemporânea, apoiados por um clube de lazer completo. O projeto é do arquiteto Jeferson Zatti e do engenheiro Ricardo Peccin, com design de inte-

CINCO ESTRELAS

Outro projeto para o público “upscale” em desenvolvimento é liderado pela LPD Canela Empreendimentos e Participações, que tem a bandeira hoteleira de luxo alemã Kempinski. A marca está reformando o antigo hotel Laje de Pedra, em Canela, que será reaberto em 2026 com 128 apartamentos ambientados por Patrícia Anastassiadis.

Há duas maneiras de adquirir os imóveis: a compra fracionada (mínimo de seis semanas, a R\$ 450 mil) ou integral.

As unidades variam de 52 a 216 metros quadrados — as maiores são do hotel original. A última delas com vista para o Vale do Quilombo foi vendida para um único dono, por R\$ 11,5 milhões.

“Pessoas de alta renda já entenderam que esse modelo de investimento é mais racional e pode ser adequado a seu padrão de vida”, avalia Cezar Haik, diretor Comercial do Laje de Pedra. As residências só serão disponibilizadas para locação em “pool” sob gestão da própria Kempinski. As semanas de uso poderão ser trocadas por estadias em propriedades de uma empresa intercambiadora dos Estados Unidos.

O projeto inclui ainda expansão em duas fases, com apartamentos assinados pelo escritório Perkins & Will. “É um empreendimento irreplicável em um hotel com legado histórico,

OUTROS DESTINOS

Além da Serra Gaúcha, outros destinos de inverno vêm ganhando propriedades de alto padrão para compartilhamento, com serviços “pay-per-use” e concierge. No Espírito Santo, a incorporadora FlexU Houses apresentou um portfólio de propriedades nas montanhas de Pedra Azul e Domingos Martins. As residências serão divididas em quatro cotas, e cada dono terá direito a três meses por ano. As casas terão boxes individuais com pertences de cada proprietário para tornar a experiência mais pessoal.

Em Campos do Jordão (SP), a empresa My Door tem três residências nesse modelo de negócio. O valor para 44 dias de uso varia de R\$ 185 mil a R\$ 1 milhão. “A estadia é prepara-



GABRIEL LACERDA/Divulgação My Door

Em Campos do Jordão (SP), casas de luxo são compartilhadas por até oito donos: concierge para personalização da estadia e serviços de “pay-per-use”

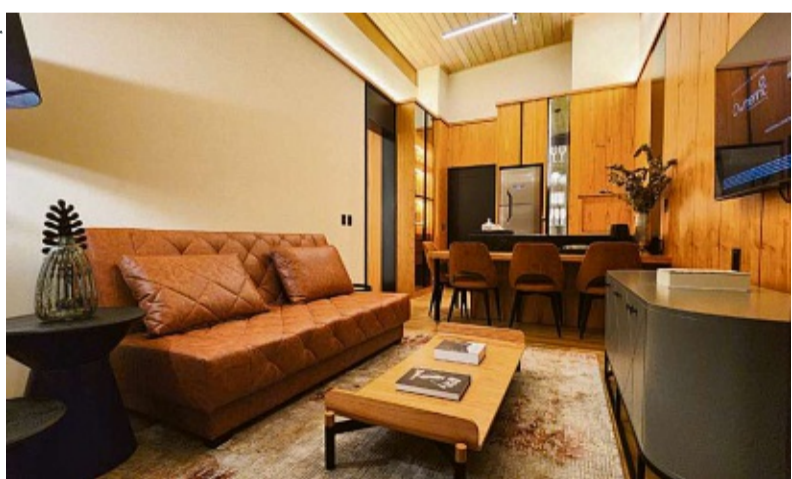
da ao gosto do cliente: da arrumação dos quartos às flores nos vasos. A ideia é dar a sensação de proprietário ao turista”, diz Roberto Pinheiro, CEO da My Door.

A incorporadora Invite também tem dois projetos entregues nessa categoria na cidade paulista: o resort Wanderlust, com 77 quartos; e o boutique Carpe Diem, com 25. As frações giram entre R\$ 41 mil e R\$ 281 mil.

Para Caio Calfat, fundador da consultoria imobiliária que leva seu nome, os destinos de inverno tendem a atrair turistas com poder aquisitivo maior, o que reflete na demanda por sofisticação das multipropriedades.

“Esse comprador gosta de personalizar sua segunda residência com o mesmo conforto da primeira”, analisa, lembrando que o próprio modelo de fração surgiu nas estações de esqui dos Estados Unidos. “Eram casas na montanha, customizadas por marcas hoteleiras de luxo para convencer o cliente rico a aceitar a multipropriedade.”

FOTOS DE OWNERINC./Divulgação



Em meio a um bosque urbano no centro de Gramado (RS), a OwnerInc. lança um condomínio exclusivo, com centro de lazer completo e serviços de hospitalidade do grupo Casa Hotéis: foco no público de alta renda que visita a cidade

riores de Fernanda Ruppenthal e paisagismo de Betina Peccin.

“Como gramadenses natos, sentíamos necessidade de melhorar a qualidade dos produtos imobiliários oferecidos na cidade”, conta Jeferson Braga, CEO da incorporadora OwnerInc., responsável pelo empreendimento.

A decoração buscou traduzir uma experiência de moradia local com os serviços de hotelaria do tradicional grupo Casa Hotéis: café da manhã, camareira, personal chef e concierge.

Cada residência poderá ser compartilhada por até 26 proprietários, que terão direito, cada um, de uso de duas semanas por ano, intercambiáveis. A administração ficará a cargo do grupo ICH, dono dos hotéis Intercity. Os valores das cotas variam: nas casas maiores, de 448 metros quadrados e quatro suítes, partem de R\$ 600 mil.

“Gramado está se sofisticando, e o empreendimento reflete esse momento. Além disso, o modelo é mais flexível e sustentável e oferece muito mais, por um valor menor”, diz Braga. O Own Time tem VGV de R\$ 500 milhões e previsão de entrega para dezembro de 2025.



No Laghetto Chateau, as 56 suítes já foram vendidas para compartilhamento: R\$ 95 mil por uma semana/ano de uso com toda a infraestrutura de um hotel-butique

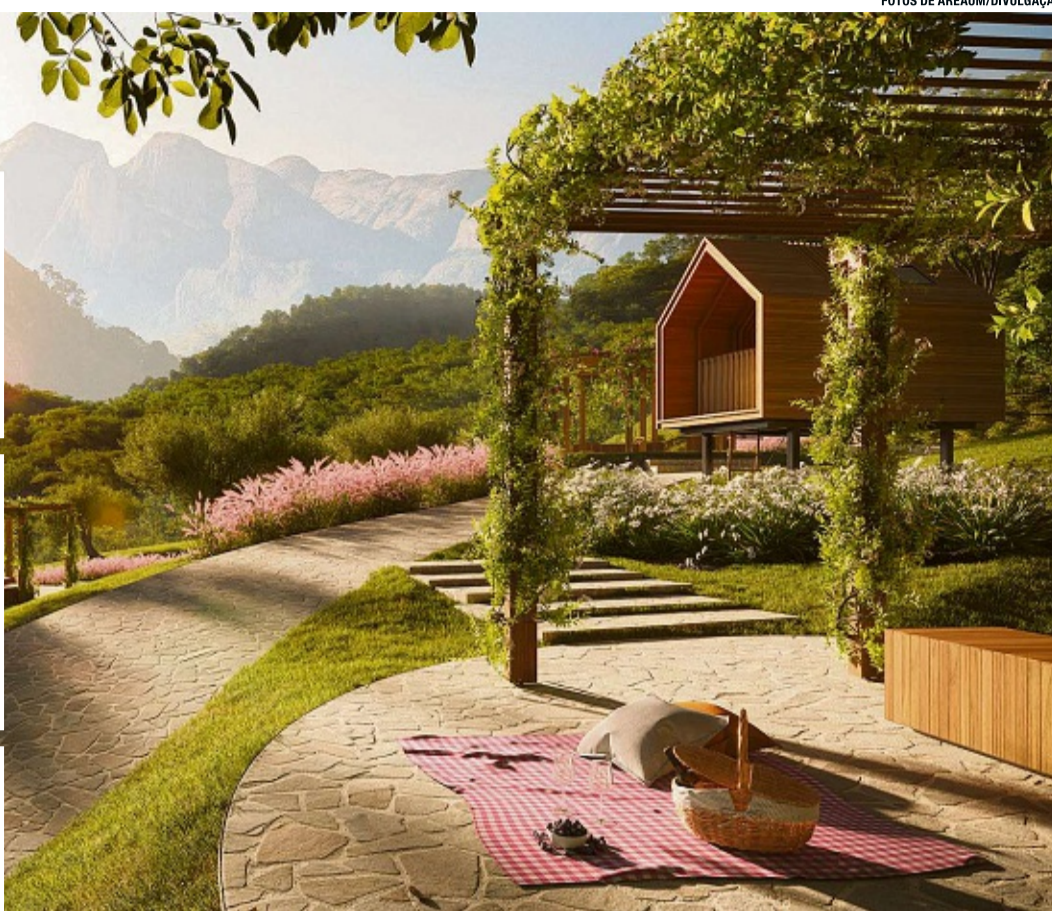
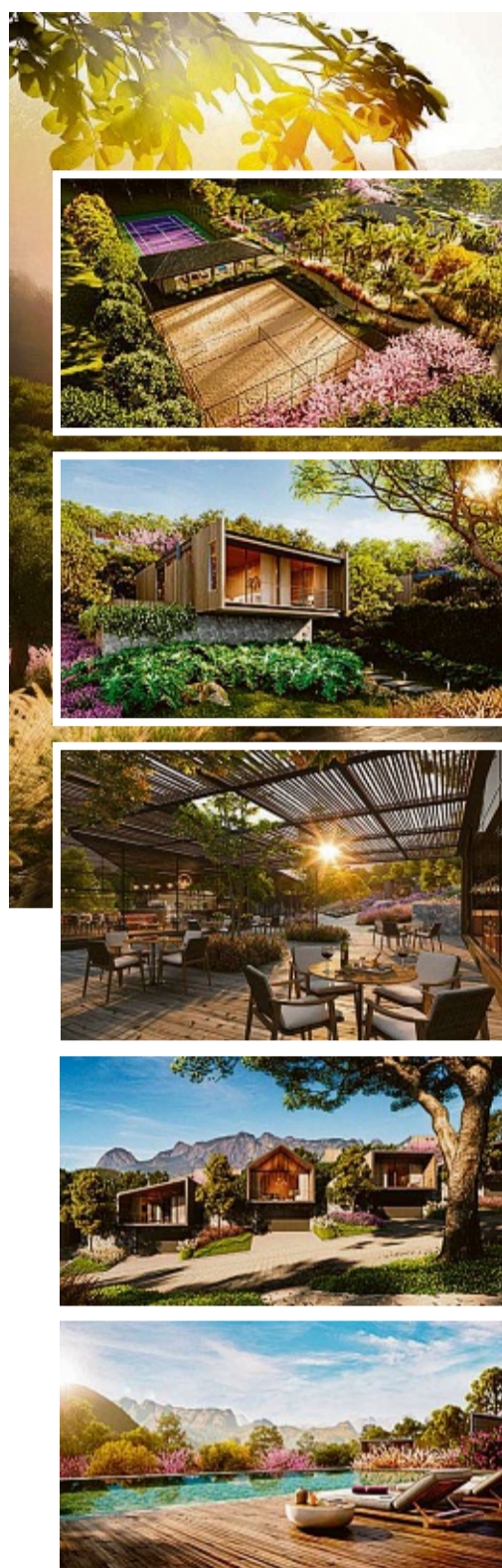


Fachada do Wanderlust, hotel de multipropriedade na Serra da Mantiqueira (SP): 94% vendido

LAGHETTO/Divulgação

INVITE INC./Divulgação

Rio de Janeiro



Quinta das Amoras: Idela é que seja uma nova Hamptons, região de Nova York que reúne vilas de altíssimo luxo

Antes destinadas a fins de semana, residências da região agora recebem moradores fixos. A valorização desses imóveis ultrapassa 100%

Casas de veraneio ganham status de primeira moradia

A belíssima Região Serrana do Rio de Janeiro é vista praticamente como um bairro da capital, para onde se mudou boa parte dos cariocas que tinham ali casas de veraneio. Em Itaipava, bairro de Petrópolis, 50% dos imóveis de alto luxo agora são primeira moradia. Nas demais cidades serranas, o índice é de 30%. Antes da pandemia, apenas 5% das casas da região eram usadas para esse fim, segundo os corretores locais. A valorização no mercado nos últimos anos já ultrapassa 100%.

Para atender à procura por esse tipo de imóvel, sucedem-se na região lançamentos de condomínios com até 12 mil metros quadrados de área construída. O mais novo deles é o Quinta Portuguesa, do Grupo Santinon, que vai apostar na temática da cultura da terra para atrair a comunidade lusitana.

“São terrenos de até dois mil metros quadrados, com clube exclusivo, estrutura completa de lazer e ambientes intimistas, como wine-bar e deque com lago. Há um pomar no local que será aberto ao público”, informa Renato Teixeira,



Acima, ambientes do complexo Fazendas Secretário, formado por cinco propriedades rurais

CEO da CIA Multiplataforma Imobiliária, que comercializa o empreendimento localizado em Areal. “O local terá ainda um restaurante português, que também será aberto ao público, além de adega, sorveteria, doceria e panificadora”, informa.

O Quinta das Amoras, da Areaum Participações, destaca-se entre os empreendimentos na região. Fruto de sociedade com a Sagewood Corporation, incorporadora e construtora norte-americana, fundada pelo brasileiro Douglas

80% das 250 unidades comercializadas. Os lotes têm de 239 a 695 metros quadrados, e os sítios, de dois mil a 2,64 mil. O VGV estimado é de R\$ 95 milhões. “Várias marcas do Rio e de São Paulo já estão interessadas na vila comercial projetada para o local”, diz Victorio Abreu, diretor da Areaum.

Outro empreendimento temático, o Borgo del Vino, inspirado na região da Toscana, na Itália, foi planejado a partir de uma vinícola, também em Areal. São 450 mil metros quadrados com lotes e 30 mil metros quadrados de videiras. Outra parte do terreno abrigará a vila temática com capela, spa e hotel-butique.

“A segunda fase será lançada até dezembro, mas já há uma pizzaria funcionando no local. A ideia é repetir o sucesso da primeira etapa, de 2021, quando foram vendidos 162 lotes em apenas três horas”, aposta Bernardo Eloy, CEO da Azul Incorporações e Construções. Nessa nova etapa, serão 150 lotes a partir de R\$ 329 mil. O VGV é de R\$ 65 milhões.

FAZENDAS

No distrito de Pedro do Rio, também em Petrópolis, a expectativa é pelo lançamento do complexo Fazendas Secretário, anunciado no ano passado pelo grupo Secretário Empreendimentos SPE, que está em processo de licenciamento ambiental. O projeto compreende cinco fazendas integradas e demandará investimentos de R\$ 400 milhões. O VGV deve alcançar R\$ 1 bilhão.

Na área de cerca de nove milhões de metros quadrados serão construídos sítios, chácaras, condomínios residenciais, hotel-fazenda, pousadas, apart-hotel, lofts, cabanas e casas de até quatro quartos, além de itens de lazer sofisticados, como praia artificial, centros hípico, cultural e de pesquisas, restaurantes e área comercial.

Área de lazer da primeira fase já está pronta, e o restaurante tem consultoria da chef Rosani Simas. A ideia, segundo o arquiteto Pedro Quintanilha, um dos diretores do empreendimento, foi surpreender os clientes. “A sede social passou por retrofit e vai abrigar uma pousada de oito suítes. O local poderá hospedar visitantes e pessoas interessadas em acompanhar a construção das casas”, afirma Quintanilha. O espaço foi todo decorado pela designer de interiores Claudia Aguiar.

Por dentro do mercado



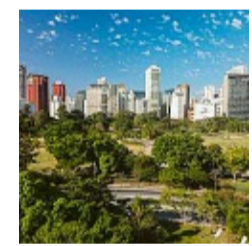
FACHADAS ATIVAS INTEGRAM ESPAÇOS PÚBLICO E PRIVADO

A criação de fachadas ativas, prevista no novo Plano Diretor de São Paulo, está incentivando mais projetos imobiliários a destinar espaços comerciais no térreo dos edifícios, o que estimula a integração entre os espaços privado e público, beneficiando os pedestres e a região. A Vita Urbana vem implantando fachadas ativas nos empreendimentos da linha Nurban nos bairros de Vila Madalena, Vila Mariana e Santa Cecília.



CULTURA JAPONESA EM DESTAQUE NA CASA TARJAB

No mês de julho, a Casa Tarjab promove eventos em comemoração ao Festival Tanabata Matsuri, proporcionando uma imersão na cultura japonesa. Aos sábados, estão programadas exposições de ikebana, Kimono Experience, workshop de Oshibana-e, wagashi e degustações de doces típicos. A casa é um espaço de relacionamento da marca com os clientes.



OS BAIRROS MAIS COBIÇADOS DA CAPITAL PAULISTA

A busca pelo imóvel dos sonhos em São Paulo tem aumentado o interesse por regiões já cobiçadas da capital. Segundo consultores da Bossa Nova Sotheby's, os bairros mais procurados são: Itaim, Brooklin, Moema e Campo Belo. Itaim Bibi destaca-se por sua exclusividade e glamour, com o metro quadrado avaliado em até R\$ 70 mil em determinados empreendimentos.



G.LAB É O ESTÚDIO DE BRANDED CONTENT DA EDITORA GLOBO, ESPECIALIZADO EM SOLUÇÕES DE CONTEÚDO PARA MARCAS

CONTATO COMERCIAL SP: João Meyer — jomeyer@edglobo.com.br
CONTATO COMERCIAL RJ: Marcelo Lima — mlma@oglobo.com.br
DEMAIS REGIÕES: ana.lima@edglobo.com.br

SUGESTÕES DE PAUTA: imoveisdevalor.glab@edglobo.com.br

Abaixo, casarão do Borgo del Vino, projeto temático com 450 mil metros quadrados inspirado na Toscana, Itália, e planejado a partir de uma vinícola



AZUL INCORPORAÇÕES/DIVULGAÇÃO

SECRETÁRIO EMPREENDIMENTOS/DIVULGAÇÃO

SECRETÁRIO EMPREENDIMENTOS/DIVULGAÇÃO

SECRETÁRIO EMPREENDIMENTOS/DIVULGAÇÃO

VITAURBANA/DIVULGAÇÃO

TARJAB/DIVULGAÇÃO

PHALENBOURBA/GETTY IMAGES

Conjuntura

Para Eurico Fabri, do Bradesco, país pode 'entrar em um ciclo de prosperidade' C3



Valor C

Sexta-feira, 7 de julho de 2023

Investimentos

Grupo Leste levanta US\$ 200 mi e quer aproveitar setor imobiliário nos EUA C6

Mercados

Grandes gestores elevam aposta em títulos de dívida e moedas da AL C2

Travelex Bank

IMPORTAÇÃO, EXPORTAÇÃO E OPERAÇÕES EM MOEDA ESTRANGEIRA.

travelexbank.com.br

(11) 3004-0490

Finanças

Inclui Legislação & Tributos

Tensão Economia mais aquecida que o esperado gera expectativa de aperto adicional na política do Fed; no Brasil, Ibovespa cai, enquanto taxas e dólar sobem

Dados americanos surpreendem e elevam pressão sobre juros globais

Gabriel Caldeira
De São Paulo

Os desafios do Federal Reserve (Fed) na condução da política monetária nos Estados Unidos se mostram ainda mais altos. A redução lenta da inflação se somou a dados de emprego e atividade mais fortes que o esperado e deu aval a uma agressiva reprecificação dos rendimentos dos Treasuries, o que contaminou o humor nos mercados globais de juros.

No pregão de quarta, o tom conservador do Fed na ata da reunião de política monetária de junho já havia pressionado os mercados. Mas ontem, após surpresas renovadas com a resiliência da economia americana, o mercado voltou a vislumbrar juros mais altos à frente. Na máxima do dia, a taxa da T-note de dois anos chegou a 5,096%, no maior nível em 16 anos, enquanto o retorno do título do Tesouro dos EUA de dez anos marcava 4,049% no fim da tarde.

Nas bolsas, o índice Dow Jones fechou em baixa de 1,07%, o S&P 500 caiu 0,79% e o Nasdaq recuou 0,82%. Já o índice pan-europeu Stoxx 600, que reúne ações de 17 mercados do continente, encerrou o pregão com perdas de 2,3%.

“Os dados econômicos dos EUA simplesmente sobrecarregaram os mercados, com a leitura chocantemente forte de geração de empregos da ADP encabeçando um dia marcante para os dados americanos e enviando os juros dos Treasuries para as máximas em muito tempo”, afirma o chefe global de economia e estratégia de mercados do banco inglês NatWest, John Briggs. Ele nota, ainda, que a reação dos Treasuries gerou vendas acentuadas de títulos soberanos



Lorie Logan, do Fed Dallas: alta dos juros em junho teria sido 'apropriada'

européus, o que também elevou os juros, especialmente os britânicos.

A presidente da distrital de Dallas do Fed, Lorie Logan, reiterou ontem o tom duro da autoridade monetária, ao dizer que teria sido “completamente apropriada” mais uma alta nos juros no mês passado. Para ela, no ambiente atual, o Fed “precisa tornar a política [monetária] mais restritiva para que possamos devolver a inflação à meta de forma sus-

tenível e em tempo hábil”. O ambiente citado por Logan inclui uma inflação persistente e um mercado de trabalho muito aquecido nos EUA. Nesse sentido, o mercado se atenta, hoje, à divulgação do relatório de empregos (“payroll”) referente a junho nos EUA. A estimativa é de abertura de 240 mil postos de trabalho, o que representaria desaceleração em relação a maio (339 mil). Analistas observam que a rea-

ção do mercado foi condizente com uma surpresa bastante forte na direção dos dados divulgados. Se, anteriormente, os números de serviços e de pedidos de seguro-desemprego indicavam para os investidores um cenário de desaceleração gradual, ontem as surpresas positivas tanto nos dados de emprego da ADP (que mostrou geração de 497 mil postos em junho) quanto nos dados de serviços, que continuam a exibir expansão da atividade, indicam cenário de economia ainda muito aquecida.

“Esse tema tem alguma influência sobre as perspectivas de aumentos adicionais de juros”, destacam os economistas Tim Quinlan e Shannon Seery, do Wells Fargo, em relatório enviado a clientes. “Como exemplo, considere a ata da reunião de junho do Fed, que apontou que ‘alguns participantes notaram que a inflação básica de serviços não residenciais mostrou poucos sinais de desaceleração nos últimos meses’.”

Na medida em que a postura mais agressiva do Fed impulsionou os juros globais de forma expressiva, também no mercado brasileiro houve pressão. A taxa do DI para janeiro de 2027 subiu de 10,23% a 10,265%, mas fechou longe da máxima do dia, de 10,425%. O estresse, porém, se espalhou para a bolsa, com o Ibovespa em queda de 1,78%, aos 117.426 pontos. Já no câmbio, o dólar fechou com alta de 1,64%, a R\$ 4,9298.

Também as taxas em outras economias desenvolvidas passaram a refletir cenários de aperto mais intenso das condições monetárias. No caso do Banco Central Europeu (BCE), as expectativas por juros maiores começaram depois do seu Fórum Anual, realizado em Sintra, Portugal, no fim de junho. Lá, a

presidente, Christine Lagarde, e outros dirigentes da instituição reiteraram o compromisso com a meta de inflação e praticamente deram como certa mais uma alta de 0,25 ponto nos juros neste mês.

Logo após o evento, vários dos principais bancos do mundo aumentaram a projeção para a taxa de juros do BCE no fim do ciclo de aperto monetário de 3,5% para 4%. Morgan Stanley, Goldman Sachs, UniCredit, J.P. Morgan e BNP Paribas estão entre os que esperam mais duas altas de 0,25 ponto percentual nas taxas da zona do euro.

Desde então, os juros de mercado da zona do euro já aumentaram em mais de 0,2 ponto percentual. O rendimento do Bund alemão de dez anos, por exemplo, saiu de 2,394% no fim de junho a 2,628% no fechamento de ontem. Já a taxa do BTP italiano de dez anos avançou de 4,071% a 4,384%.

No Reino Unido, os juros dos Gilt atingiram patamares ainda maiores, com o rendimento do título de dois anos em 5,488% e o do papel de dez anos em 4,659%. São os maiores níveis desde outubro de 2008, superando até os registrados durante a turbulência orçamentária que culminou na renúncia da ex-primeira-ministra Liz Truss, em outubro do ano passado.

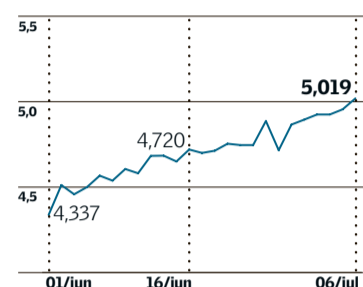
O movimento ocorre à medida que o mercado reforça a aposta de que o Banco da Inglaterra (BoE) elevará a taxa básica de juros para 6,5%, o que seria o maior nível desde 1998. A inflação ao consumidor britânico reacelerou no começo do ano e ainda se encontra bem acima de pares globais, com taxa anual de 8,7%, enquanto o juro básico está em 5%.

Os economistas do J.P. Morgan, que elevaram a previsão para o ju-

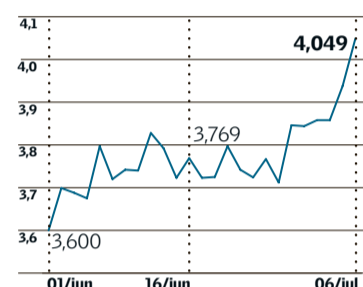
Disparada dos juros globais

Taxas americanas e britânicas (%)

T-note 2 anos



T-note 10 anos



Gilt 2 anos



Gilt 10 anos



Fonte: Tulliet Prebon

Destaque

Indicação na Previ

O Banco do Brasil indicou Claudio Gonçalves como novo diretor de investimentos da Previ, fundo de pensão dos funcionários da instituição, apurou o Valor. O executivo será o substituto de Denísio Liberato, que deixou a fundação na semana passada para assumir a presidência da BB Asset. Procurada, a Previ confirmou a indicação, que foi ratificada pelas instâncias de governança do fundo de pensão. Para que assuma o cargo, ainda é necessária habilitação da Superintendência Nacional de Previdência Complementar (Previc). Gonçalves tem mais de 20 anos de carreira no banco e atualmente tinha um cargo como chefe das operações do BB em Miami, nos EUA. (Juliana Schincariol)

'Follow-on' da MRV

A MRV informou que fará uma oferta subsequente de ações (“follow-on”) primária, quando os recursos vão para o caixa da empresa, conforme antecipou o Valor. Serão vendidos 58.640.000 papéis, com possibilidade de lote adicional de até 19.457.000 ações. Considerando o fechamento do papel na quarta-feira, de R\$ 12,79, se o lote adicional for exercido a operação pode movimentar R\$ 1 bilhão. A operação será coordenada por BITG Pactual, Bradesco BBI, Itaú BBA e Santander. (Álvaro Campos)

Captação de fundos no ano é a pior desde 2002

Liane Thedim
Do Rio

A indústria de fundos de investimento no Brasil teve captação líquida negativa de R\$ 205 bilhões no primeiro semestre deste ano, o pior resultado para o período da série histórica da Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Anbima), iniciada em 2002. Segundo Pedro Rudge, vice-presidente da entidade, o movimento de aversão a risco no período levou o investidor a procurar produtos bancários isentos de Imposto de Renda, como as letras de crédito imobiliário (LCI) e do agronegócio (LCA), além dos tradicionais Certificados de Depósito Bancário (CDBs) e de títulos públicos federais.

O maior crescimento no volume financeiro no período foi das LCAs, com 23,2%, seguidas das LIGs (22,9%) e de títulos federais (15,3%). Já as “novatas” Letras Imobiliárias Garantidas, as LIGs, que começaram a atrair os holofotes sobretudo no ano passado, com a alta dos juros no país, cresceram 13,6% no ano. Usadas pelos bancos para fomentar as linhas de financiamento imobiliário, as LIGs são títulos de renda fixa que não pagam IR, no caso de pessoas físicas.

Os Certificados de Recebíveis do Agronegócio (CRAs), por sua vez, avançaram 13% e os CDBs, 10,3%.

Os gestores esperavam alguma recuperação na captação em junho, diante da melhora do cenário econômico, mas não só ela não veio como os números pioraram. Os fundos de renda fixa tiveram captação líquida negativa de R\$ 41 bilhões, sendo que em maio a perda havia sido de R\$ 22,3 bilhões. Já os de ações, mesmo com a retomada da bolsa, amargaram saldo negativo de R\$ 6,1 bilhões, enquanto em maio o número havia ficado negativo em R\$ 4,3 bilhões. E os multimercados tiveram captação negativa de R\$ 9,5 bilhões, frente aos R\$ 447 milhões positivos que haviam registrado em maio.

Rudge, porém, destaca que, mesmo com resgates no ano, a indústria acumula captação líquida positiva de R\$ 477,7 bilhões nos últimos cinco anos. O patrimônio líquido total dos fundos cresceu de R\$ 7,2 trilhões no primeiro semestre de 2022 para R\$ 7,7 trilhões no mesmo período de 2023, alta de 7,8%. E o número de contas subiu de 31,6 milhões para 35,5 milhões.

“Isso mostra que o investidor está mais realocando ativos do que propriamente saindo dos

Os números negativos da indústria

Captação no ano por classe - em R\$ bilhões

Fundo	Jan-Jun/2022	Jan-Jun/2023
Renda fixa	101,9	-109,9
Ações	-41,2	-38,5
Multimercados	-58,6	-53,7
Cambial	1,5	-0,9
Previdência	1,6	-3,0
ETF	-1,3	0,4
FIDC	33,4	-7,6
FIP	8,3	8,2
total	45,6	-205*

* é o pior primeiro semestre da série histórica da Anbima, iniciada em 2002

Procura maior por títulos de renda fixa

Em R\$ bilhões

Investimento	Diferença do estoque em dez/22 e mai/23	Variação (em %)
Poupança	-40	-4,2
CDB	73,6	10,3
LCA	71,4	23,2
LCI	49,5	22,9
Títulos públicos	20,5	15,3
LIG	11,8	13,6
Debêntures incentivadas	3	3,9
CRA	9,4	13
CRI	4	9,8
Debêntures tradicionais	1,7	11
total	204,9	11,9

Fonte: Anbima

fundos. E esse movimento pode ajudar no caminho da diversificação ao dar ao investidor acesso aos produtos e à educação financeira para consumir os

ajudado no caminho da diversificação ao dar ao investidor acesso aos produtos e à educação financeira para consumir os

mais diferentes produtos e criar seu portfólio de acordo com seu perfil de risco”, disse Rudge.

Para ele, a melhora da indústria está condicionada ao início do ciclo de cortes da taxa Selic. “O comportamento e o apetite dos investidores vão estar ligados à expectativa de queda de juros. A votação do arcabouço fiscal e da reforma tributária no Congresso e a trajetória de arrecadamento da inflação vão cada vez mais solidificar a visão de que o BC vai ter oportunidade de reduzir a taxa, o que vai elevar a confiança e levar a uma assunção de risco maior”, diz.

De acordo com Rudge, dentro dos preparativos para a entrada em vigor em outubro da Resolução 175 — que, segundo ele, será uma “revolução na estrutura da indústria” —, a Anbima está criando, a pedido da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), um banco de dados de ativos investidos no exterior pelos fundos, o que, afirma, servirá para aumentar a transparência das carteiras e permitir que o órgão regulador “dê passos adicionais” na flexibilização de regras que autorizará os fundos, inclusive do varejo, a alocarem até 100% do patrimônio em outros países.

Conjuntura Com perspectiva de queda da taxa de juros e avanço das reformas, vice-presidente do Bradesco vê melhora no ambiente de negócios

‘Segundo semestre pode surpreender positivamente’

Mônica Scaramuzzo e
Fernanda Guimarães
De São Paulo

Em meio às discussões do novo arcabouço fiscal e da reforma tributária avançando no Congresso, a expectativa é de um segundo semestre melhor que o início do ano. “O governo tem deixado claro que existe uma responsabilidade fiscal. Todos os indicadores econômicos levam a crer que o Banco Central poderá reduzir a taxa de juros. Isso é muito importante”, disse Eurico Fabri, vice-presidente responsável pelas áreas de atacado do Bradesco.

Fabri assumiu o novo cargo no início do ano, quando o cenário apontava muitas incertezas, com a troca de governo tumultuada com os atos golpistas do dia 8 de janeiro e a crise da Americanas, que fechou a torneira de crédito para as empresas no país.

“Entendo que a gente está começando girar novamente a roda e podemos entrar num ciclo de prosperidade”, afirmou o executivo, em entrevista concedida ao **Valor** na sede do banco na Cidade de Deus, em Osasco (SP). Fabri, que está no banco desde 2008 e passou os últimos quatro anos à frente do segmento de varejo, brinca

que fez um “swap” com Marcelo Noronha, que assumiu, entre outras áreas, o varejo do banco.

Sob sua gestão, o segmento de atacado — que concentra o atendimento às empresas — também tem desde o início do ano a área de gestão de fortunas (“wealth management”) no seu escopo, quando foi unificada com o private banking. “Decidimos crescer no [segmento de] alta renda, que traz mais estabilidade para a carteira.”

Os sinais mais claros de melhora do mercado ficaram evidentes nas últimas semanas, com os recentes lançamentos de ofertas de ações. Com a abertura da janela nos últimos dias, com o cenário mais otimista, um grupo de empresas aproveitou para colocar suas transações na rua.

A rede de aluguel de carros Localiza, entre outros exemplos, colocou R\$ 4,5 bilhões no caixa por

“A roda começa a girar novamente e podemos entrar num ciclo de prosperidade”
Eurico Fabri

meio de uma oferta subsequente (“follow-on”), já pensando em investimentos, em uma operação com alta procura dos investidores. Nesta semana, a BRF lançou sua oferta, que abriu espaço para investimento do fundo árabe Salic e para aumento de posição da Marfrig, somando R\$ 4,5 bilhões que prometem acomodar, por ora, a situação financeira da dona das marcas Sadia e Perdigão.

O caminho escolhido por grandes empresas deverá abrir espaço para as de pequeno e médio portes mais adiante. “As pequenas empresas têm uma dinâmica mais parecida com as pessoas físicas”, compara.

O cenário positivo poderá aliviar a pressão de uma parte das empresas que estão em reestruturação financeira. “Não existe risco não mapeado. Vamos ficar no mesmo patamar de juros por mais dois anos? Não acredito”, diz Fabri. “O segundo semestre pode surpreender positivamente.”

“As empresas não quebram por alavancagem, mas por falta de liquidez”, afirma o chefe do Bradesco BBI, Felipe Thut, banco de investimento e um dos braços que ficam abaixo da estrutura da área de atacado comandada por Fabri. Thut observa que, após um início de ano travado para opera-



Fabri, vice-presidente de atacado: decisão de crescer em alta renda, que ‘traz mais estabilidade para a carteira’

ções, uma certa normalidade já começa a ser observada, tanto na área de mercado de capitais quanto em emissão de dívida.

Segundo Fabri, há um consenso no mercado de que os juros vão iniciar uma trajetória de queda, algo que deve descomprimir a pressão sobre as empresas, que já começam a ter acesso a captação no mercado de capitais.

O vice-presidente da área de atacado do Bradesco enxerga o Brasil “underrated” (subestimado) e vê espaço para que a nota soberana do país seja reavalia-

da, depois de um primeiro movimento na perspectiva já feito pela agência de classificação de riscos S&P. E isso será positivo para o mundo corporativo, diz.

Na área de private banking, dedicada aos clientes de alta renda, o mar já se mostra mais calmo, depois dos primeiros meses de um 2023 turbulento. “No primeiro semestre foi um ‘rouba-monte’ no mercado. Com as recentes ofertas, temos visto um fluxo de entrada de recursos”, disse Augusto Miranda, responsável global por esse seg-

mento no Bradesco. Apesar do contexto, segundo o executivo, o banco conseguiu ampliar sua participação de mercado de 19% para 22% entre 2019 até o primeiro semestre deste ano.

Segundo Fabri, a união de todas essas estruturas sob o mesmo guarda-chuva busca aliar sinergias dos diferentes negócios. Um deles, como exemplo, é aproximar o empresário cuja empresa é cliente do Bradesco BBI de sua área de gestão de fortunas, também com atenção voltada para um momento de liquidez.


PLANETA

DÊ O PLAY E CONHEÇA MELHOR O PLANETA.

No Um Só Planeta, você tem vários podcasts disponíveis com muitos conteúdos atuais e diferentes abordagens. Tudo isso para você ficar bem informado e fazer a diferença pelo nosso mundo.



ACESSE, OUÇA E ATUE







▶ Ouça no site ou nas principais plataformas de áudio.

[UMSOPLANETA.GLOBO.COM](https://umsoplaneta.globo.com)

PARCEIROS





APOIO




REALIZAÇÃO







Dê o play e faça parte da mudança.



Investimentos Entre as operações está crédito para obra de galpão a ser arrendado pela Boeing

Leste capta US\$ 200 mi nos EUA de institucional

Adriana Cotias
De São Paulo

O grupo Leste levantou US\$ 200 milhões de uma gestora global de fundos de "private equity" para aproveitar o que entende ser uma das melhores safras de crédito imobiliário da década nos Estados Unidos. Há conversas avançadas para atrair capital adicional de fundações, universidades e outros institucionais que prometem cheques gordos, o que pode ampliar o bolo de investimentos em mais US\$ 250 milhões.

Entre as oportunidades já mapeadas para alocar os recursos está, por exemplo, uma operação de financiamento de US\$ 48 milhões para a construção de um galpão no aeroporto de Jacksonville, ao norte da Flórida, que vai ser alugado pela Boeing para fazer a manutenção de aeronaves usadas pela Força Aérea Americana.

Com cerca de US\$ 2 bilhões sob gestão, a injeção de dinheiro

novo ocorre simultaneamente a dois movimentos recentes feitos pelo grupo fundado pelo ex-BTG Pactual Emmanuel Hermann: o anúncio de uma joint venture com o braço imobiliário do Opportunity numa empresa de desenvolvimento e a unificação das verticais de financiamento de dívida e de ações na Leste Real Estate US, reunindo US\$ 3 bilhões em valor de ativos.

A integração dos times busca aproveitar o momento de maior volatilidade e alto custo de capital após o ciclo de aperto monetário feito pelo Federal Reserve (Fed, o banco central americano), diz Stephan de Sabrit, sócio-gestor do grupo Leste nos EUA. É justamente a fase de crédito mais escasso a mais frutífera para soluções híbridas de capital. "Ter um conhecimento maior do seu passivo no lado de dívida é extremamente valioso para a gestão dos ativos", afirma. "Temos visto coisas espetaculares. Estar mais



Stephan de Sabrit, da Leste: verticalização de operações de dívida e de ações começa a contribuir com mais acesso para soluções híbridas de capital

verticalizado aumenta a capacidade de acessar novos negócios."

A modelagem das operações se assemelha à gestão de ativos em "situações especiais", mas envolvendo estruturas imobiliárias, compara Hermann. Assim, possibilita retornos diferenciados em relação aos papéis de dívida tradicionais ou ao crédito direto. "A gente consegue valor porque dá muito trabalho estruturar esse tipo de operação."

O financiamento para as obras

"Situações especiais potencializam retorno"
Emmanuel Hermann

do hangar no aeroporto de Jacksonville, num misto de crédito bancário e dívida privada, foi direcionado à construtora Scannel. Na cadeia há um contrato de locação de longo prazo com a Boeing.

Sabrit diz que se fosse comprar um bônus da fabricante de aeronaves, com vencimento em três anos, teria uma rentabilidade de 5,5% anuais, enquanto no crédito que ainda tem o imóvel como garantia, o retorno é de quase 12%. A saída do investimento, prevista para 18 meses, será quando a Boeing começar a pagar pela locação da área.

Com os recursos do private equity, que tem capital aberto e cerca de US\$ 300 bilhões — mas cujo nome os sócios da Leste não podem abrir —, o plano é investir em operações "triple net (NNN) lease", em que os empreendimentos são feitos sob medida para fins comer-

ciais e o inquilino arca com impostos, seguros e manutenção do imóvel em contratos de longo prazo.

Já o casamento com o Opportunity, de Daniel Dantas, na Lore Development Group, sacramenta uma parceria que já existia há sete anos, a fim de explorar o desenvolvimento de unidades para venda e locação no sul da Flórida. A exploração será com uma combinação de capital próprio e de fundos de investimento geridos pela Leste Real Estate US.

O primeiro projeto conjunto é uma torre de 70 andares e 500 unidades, no distrito de Brickell, em Miami, com um valor geral de vendas estimado em US\$ 500 milhões e um custo na casa dos US\$ 350 milhões. Vai ser ocupado pelo hedge fund Citadel, que emprega 1,5 mil famílias e é um dos responsáveis pela maior base de imposto de renda recolhida por pessoas

físicas no Estado de Illinois, e que vai trocar Chicago por Miami.

O grupo adquiriu dois terrenos em Coconut Grove, o "Leblon de Miami", para construção de imóveis mais sofisticados para venda e tem mapeado alternativas em Miami Beach e Coral Gables, com uma boa cobertura da região metropolitana de Miami, diz Sabrit.

Hermann diz que o Estado da Flórida tem sido uma "ilha de prosperidade" nos EUA. Com uma combinação de dinamismo econômico e cultural, clima, qualidade de vida e incentivos tributários vem atraindo companhias para a região, um êxodo que pode chegar a duas centenas de empresas.

Valor **investe**.com

Leia reportagens sobre investimentos e finanças pessoais no site www.valorinveste.com

Tokio Marine vira 2ª do ranking entre independentes

Sérgio Tauhata
De São Paulo

A história da Tokio Marine nos últimos dez anos mostra um crescimento com fôlego de startup. A seguradora teve expansão de mais de seis vezes entre 2012 e 2022. Com um faturamento de R\$ 10,6 bilhões no ano passado, a companhia se tornou o segundo maior grupo independente do país, ou seja, não ligado a grandes bancos, em receitas, no ranking do setor organizado pelo Sindicato de Empresários e Profissionais Autônomos de Corretagem e Distribuição de Seguros de São Paulo (Sincor-SP), que não considera saúde complementar e previdência privada.

Entre os meses de janeiro e abril deste ano, a Tokio Marine manteve um ritmo expressivo, com avanço de 19,7% em relação ao mesmo período de 2022. As receitas em prêmios emitidos to-

talizaram R\$ 3,9 bilhões. Se a cifra fosse anualizada, significaria um faturamento de R\$ 11,7 bilhões, resultado que consolidaria a arrecadação do grupo na casa dos 11 dígitos. De qualquer modo, em 12 meses até abril deste ano, a companhia apresenta um crescimento de 33,1%, com um faturamento de R\$ 11,5 bilhões.

A expansão do resultado neste ano supera a do próprio mercado de seguros — sem considerar previdência, capitalização e saúde. O setor registrou um crescimento de 14,6% nos quatro primeiros meses de 2023, segundo dados da Superintendência de Seguros Privados (Susep).

Para 2023, o CEO da Tokio Marine Brasil, José Adalberto Ferrara, prevê uma expansão de, pelo menos, 12%. "Estamos completando neste mês 64 anos de Brasil, mas a última década foi um período muito diferenciado para nós", diz.

O chefe da operação brasileira do grupo segurador japonês enxerga também potencial de expansão mais forte que o do PIB. "Acredito que a indústria securitária tem tudo para continuar crescendo dois dígitos no ano."

Os números, segundo o executivo, mostram que, na última década, "foi como se tivéssemos criado mais duas Tokios, além da operação que tínhamos". Para efeito de comparação, se for considerado o faturamento de 2012, de R\$ 1,6 bilhão, corrigido pelo IPCA no período, o resultado de pouco mais de R\$ 3 bilhões colocaria a companhia na 17ª colocação no ranking. "Os números atuais são um marco", ressalta. "Crescemos 40,7% no ano passado e atingimos um resultado que prevíamos para 2024."

O avanço da filial brasileira consolidou a operação como a terceira maior do grupo global

em todo o mundo, entre 46 subsidiárias. "Hoje somos a segunda maior operação entre as filiais, atrás apenas dos Estados Unidos", diz Ferrara. No resultado geral, conta, só estão acima a operação americana e a matriz no Japão, que corresponde sozinho a 49% das receitas do grupo.

Assim como a maior parte dos grupos globais no mercado brasileiro, que não se associaram a bancos, a Tokio Marine comercializa apenas seguros pessoais, empresariais e de ramos elementares. Fica fora de segmentos como saúde suplementar, previdência privada e capitalização, que, apesar de fazer parte do setor de seguros, são áreas com exigências operacionais e de conhecimento de mercado local muito específicas.

Ferrara ressalta que um ponto importante para o suporte do crescimento recente do grupo tem sido o investimento em tec-

nologia. "Vamos investir cerca de R\$ 140 milhões em tecnologia em 2023 e esse é o ritmo que planejamos manter [nos próximos anos]", afirma o executivo.

A seguradora implementa há alguns anos um processo de migração de sistemas para a nuvem ("cloud computing"), um formato no qual a necessidade de poder computacional, espaço e segurança digital são contratados conforme a necessidade. Segundo Ferrara, algumas operações do grupo já estão 100% na nuvem. "Assistências auto e residencial, por exemplo, já estão totalmente no cloud."

Além da nuvem, a seguradora tem investido na transformação digital e automação de processos. Um dos pontos tem sido assegurar o atendimento em plataformas como site, aplicativo móvel, WhatsApp, Facebook Messenger e chat on-line com apoio de inteligência artificial.



"Vamos investir R\$ 140 milhões em tecnologia neste ano e manter esse ritmo nos próximos"
Adalberto Ferrara

As gestoras e o 'lifelong learning' no mercado

Palavra do gestor



Oscar Decotelli

A educação é um exemplo de investimento de longo prazo. Exige anos ou décadas de construção individual e coletiva, mas oferece alto potencial de retorno. Nesse sentido, as gestoras de recursos têm hoje uma oportunidade imperdível: investir na educação do assessor de investimentos, uma das categorias profissionais mais importantes do nosso mercado.

Com a crescente variedade de produtos disponíveis e os diferentes desafios locais e globais de conjuntura econômica, para se produzir uma carteira corretamente diversificada, personalizada e eficaz, o trabalho de seleção de ativos tem se tornado ainda mais complexo e demandado uma especialização maior dos assessores. É necessário um equilíbrio sutil entre conhecimento aprofundado e visão abrangente, algo obtido apenas com um certo grau de formação, experiência e senioridade. Ou seja, o assessor precisa ter um domínio verdadeiro sobre as características e potencialidades

de cada aplicação, assim como sobre os produtos disponíveis no mercado — não só em uma ou outra plataforma.

Por meio de ações de diálogo e engajamento com a academia, junto à oferta de cursos próprios de qualificação ao público interno e externo, ao investirmos em assessores adeptos ao "lifelong learning" (busca contínua por conhecimento e qualificação, além da educação formal), beneficiamos não só o investidor, mas também o desenvolvimento do nosso mercado. A responsabilidade não deveria recair apenas sobre as instituições de ensino, em um momento de incertezas e volatilidades, que urge por uma melhor formação e qualificação dos consultores de investimentos, especialmente no que vai além da renda fixa básica e dos fundos de ações, ou seja, nas classes de ativos consideradas alternativas.

Dentro de ativos privados, por exemplo, o private equity oferece menos riscos que o venture capital, e entre os fundos disponíveis em cada categoria ainda existem outras variações, que, bem compreendidas pelo

consultor de investimentos, podem agregar um valor considerável a uma carteira, sem elevar substancialmente o grau de risco. Ao contrário do senso comum, é no longo prazo que o private equity demonstra mais o seu valor. Em 20 anos, de 2001 a 2021, o Índice de Private Equity nos EUA subiu 900%, enquanto o S&P 500, das bolsas de Nova York, teve alta de 215%, segundo a Cambridge Associates. Em uma carteira composta por 30% de títulos de dívida e 70% de ações, adicionar 20% de private equity (na proporção 30-50-20%, respectivamente) elevaria o retorno anual de 8,7% para 9,7% em 25 anos, segundo a Neuberger Berman.

Hoje, os ativos privados não são considerados acessíveis, mas o cenário está caminhando para a redução dos investimentos iniciais mínimos e para a inclusão de mais clientes. Espera-se que esse mercado global cresça de US\$ 10 trilhões em 2021 para US\$ 17 trilhões em 2026, alavancado principalmente por investidores individuais, segundo dados da Oliver Wyman e do Morgan Stanley, compilados pela DXA Invest.

No entanto, uma pesquisa com nosso hub de assessores de investimentos — agentes autônomos, na maioria — mostrou que 41% dessa rede não tem investidores com ativos privados em seu portfólio, sendo que 86% destes têm baixo ou nenhum conhecimento sobre esses produtos. Entre os 59% de assessores com ativos privados nos portfólios de seus clientes, 29% não foram responsáveis pela decisão de investir nesse tipo de ativo.

Os ativos privados são apenas um exemplo do potencial a ser explorado pelos assessores de investimentos, no modelo majoritário em que se configurou o mercado brasileiro. Ter um entendimento diferenciado para insights de investimento é valioso para um assessor independente, que consiga enxergar toda a variedade que existe para além de um só ecossistema e das opções convencionais.

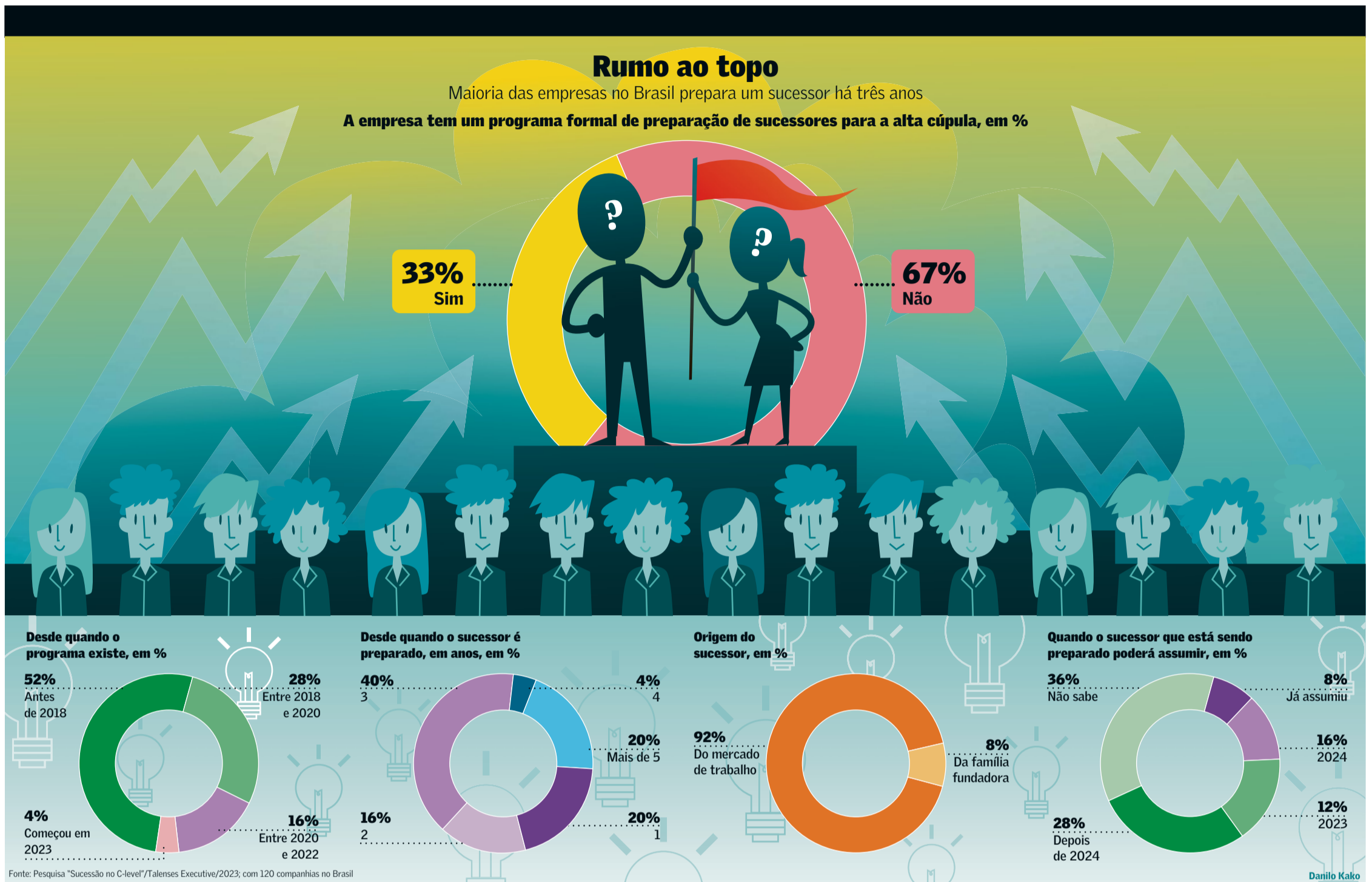
Um consultor de investimentos deve alinhar interesse e transparência, trabalhando mais para o investidor e não simplesmente para bater metas. Mas essa

independência não é algo simples; envolve um universo ampliado de opções e, portanto, uma complexidade maior, que requer estudo constante sobre diversos tipos de ativos e suas particularidades menos óbvias ou de senso comum, como as apresentadas sobre o private equity.

Ao investir no preparo e evolução de um profissional de investimentos desde a base e engajar-se no lifelong learning, as gestoras podem colaborar com a evolução do nosso mercado financeiro, em benefício do nosso setor e, principalmente, dos investidores. A educação sempre foi e sempre será um investimento certo, mas com retornos de longo prazo. Talvez seja essa disposição de longevidade que esteja faltando atualmente.

Oscar Decotelli é CEO da DXA Invest
E-mail hello@dxainvest.com

Este artigo reflete as opiniões do autor, e não do jornal Valor Econômico. O jornal não se responsabiliza e nem pode ser responsabilizado pelas informações acima ou por prejuízos de qualquer natureza em decorrência do uso destas informações.



O desafio da troca de comando

Administração Apenas um terço das grandes empresas brasileiras possui programas formais de preparação de sucessores para a alta cúpula, mostra pesquisa. Por *Jacilio Saraiva*, para o Valor, de São Paulo

A popularidade da série "Succession" chegou às reuniões de conselho. "Muita gente só conseguiu pensar seriamente no assunto depois de ver o drama na TV", diz um conselheiro independente, em condição de anonimato. No drama que ocupou quatro temporadas na HBO Max, os quatro filhos de um empresário competem para substituí-lo quando ele anuncia uma suposta aposentadoria. "Será que todos estamos preparados para uma troca de comando quando chegar a hora?" A preocupação do executivo não é gratuita.

De acordo com pesquisa exclusiva da Talenses Executive, consultoria especializada em cargos de liderança e conselhos, apenas 33% das organizações no Brasil têm um programa formal de preparação de sucessores para a alta cúpula.

"É um número que revela um aspecto preocupante", avalia João Márcio Souza, CEO da Talenses Executive. Ao não olharem com atenção para o caminho de identificação e desenvolvimento da próxima pessoa a assumir a posição mais alta no organograma, as empresas perdem a chance de fazer um planejamento de longo prazo,

destaca. "Por consequência, colocam em risco a continuidade do negócio."

O estudo, realizado no fim de abril, ouviu 120 companhias, sendo que a maior parcela (22%) tem mil a 5 mil funcionários, de áreas como serviços (34%), indústria (29%) e tecnologia (12%). Do total, 72% são de capital fechado e 28% de administração familiar — 48% têm conselhos administrativos e 13% exibem receita líquida anual acima de R\$ 9 bilhões.

A boa notícia do levantamento é que, entre as corporações com programas sucessórios, a maior parte ou 40% preparam um candidato há três anos. "Um plano de sucessão ajuda a tornar o negócio mais resistente às mudanças do mercado, dá transparência ao processo de escolha e maior segurança para investidores e acionistas", diz Souza.

Na avaliação de Flávia Leão, head no Brasil da consultoria de desenvolvimento e busca de altos executivos Russell Reynolds, uma preparação ideal de um substituto deve rodar cinco anos, antes da modificação definitiva. Caso não seja possível, que comece, no mínimo, com

dois ou três anos de antecedência, diz. "Esse período permite que as diretorias mapeiem os profissionais internos ou busquem talentos no mercado."

Essa cartilha está sendo seguida à risca por João Adibe, CEO da Cimed, indústria farmacêutica com 5 mil funcionários, no mercado desde 1977. "Comecei a pensar [em sucessão] desde que meu primeiro filho nasceu, muito antes de eu virar CEO", diz Adibe, 51 anos, no posto há 11. "Somos uma empresa familiar e meu pai me preparava para assumir a companhia desde os 14, quando comecei como vendedor."

Hoje, além de Adibe, a liderança da Cimed — que atingiu R\$ 1,9 bilhão de receita líquida em 2022, um aumento de 22,5% em relação a 2021 — é dividida com a irmã, Karla Marques Felmanas, vice-presidente. "Trabalhamos para que a empresa não seja só minha e da Karla, mas de todos os nossos filhos", diz.

Nessa linha, os três filhos mais velhos de João Adibe (Adibe, Bruna e Esther) e os de Karla (Juliana, Pedro e Eduardo) batem ponto na Cimed. Em caso de sucessão, o cargo que cada um vai ocupar ainda será definido, mas, por serem os primogênitos, Adibe e Juliana já trilharam uma jornada de carreira rumo ao topo.

"O Adibe trabalha na Cimed desde os 18, mas neste ano intensificamos estratégias em conjunto e ele passou a me acompanhar em todas as viagens de negociação com clientes", explica o CEO. "Ele e a Juliana são complementares."

Adibe Marques, 24, que cumpre expediente na farmacêutica há sete, assumiu a direção comercial há menos de um ano. Nos últimos quatro anos, vem passando por baterias de desenvolvimento profissional, com capacitações e mentorias. "Vi falhas que precisam ser corrigidas e compreendi a



A família controladora da Cimed: da esq. para a dir., de pé: Juliana, Bruna, Pedro, Esther e João Adibe (CEO); sentados: Adibe, Eduardo e Karla (VP)

importância da comunicação na liderança”, diz o executivo, que dedica de 14 a 16 horas por dia ao escritório.

Para ele, uma sucessão eficiente precisa “costurar” dois pontos: saber dar autonomia ao futuro gestor e ensiná-lo a mensurar resultados. Para quem está nesse caminho, é importante pensar à frente, ensina. Segundo ele, desde que sentou na cadeira principal da área comercial, o mix de mercadorias nos pontos de vendas do grupo cresceu 40% e o faturamento engordou 30%. “Vamos lançar 50 produtos em 2023 e estreitar uma categoria de itens estéticos, dirigidos para dermatologistas”, adianta.

A prima Juliana Marques Felmanas, 25, gerente-executiva de planejamento estratégico e relação com investidores, diz que a transição deve acontecer de forma natural, respeitando os interesses da futura liderança. “Nunca fomos ‘forçados’ a trabalhar na Cimed”, lembra ela, no cargo há um ano e na empresa há seis. “Há liberdade de escolha, e isso faz toda a diferença. Cada um foi para a área em que tinha maior interesse.”

Não adianta superproteger ou criar privilégios para os sucessores, sugere o CEO João Adibe. As organizações familiares que quiserem ver alguma continuidade nas mãos dos filhos têm de tratá-los profissionalmente, como o mercado lida com qualquer gestor, diz. “Quero que meus filhos e sobrinhos sejam muito melhores aqui do que eu.”

O dirigente da Cimed diz que quem passa o bastão tem a missão de observar o desempenho do substituto nos degraus iniciais e guiá-lo para não cometer erros “conhecidos”. É essencial deparar com novos equívocos e ter agilidade para corrigi-los, garante João Adibe, ainda sem data marcada para a aposentadoria.

Na Breton, marca de mobiliário de luxo há mais de 55 anos no mercado, a renovação da chefia também avança para a terceira geração, com um movimento definido há três anos. “A empresa foi fundada pelo meu sogro no fim dos anos 1960 e o meu marido, Marcel, sempre esteve à frente dos negócios”, diz Anette Rivkind, 64, diretora comercial do grupo, que tem 800 funcionários e 16 lojas no Brasil.

Em 2020, as cadeiras foram reorganizadas: Anette se manteve na direção de vendas; Marcel Rivkind foi para a presidência do conselho administrativo; e os três filhos do casal, que convivem com os negócios desde cedo, ganharam missões precisas. André Rivkind, 40, assumiu como CEO; Fabiana Feferbaum, 41, é diretora de gente, gestão, tecnologia e sustentabilidade; e Giselle Rivkind, 33, comanda a diretoria de marketing.

Flávia Leão, da Russell Reynolds, lembra que os conselhos de administração estão se apropriando mais da tarefa de planejar as corridas sucessórias. Os colegiados vêm implantando processos mais sofisticados para admissões de CEOs e diretores do C-level, explica. Na série da HBO, por exemplo, o “board” ganha um protagonismo especial no fluxo dos mandantes.

“A nossa decisão se baseou em uma visão de longo prazo”, ressalta Anette Rivkind, na diretoria da Breton há duas décadas. “É importante preparar uma nova geração de líderes capazes de levar a empresa a novos patamares.” Segundo a executiva, sem revelar números, o grupo cresceu 10% em negócios em 2022 ante 2021. Neste ano, a expectativa é evoluir 15%, chegando a 19 lojas, com um primeiro ponto fora do Brasil, em Dubai, nos Emirados Árabes Unidos.

De acordo com a gestora, a preparação dos sucessores incluiu qualificação empresarial, identificação de habilidades e a paulatina participação do trio em decisões estratégicas — todos atuaram em outras companhias antes de desembarcar nas salas da diretoria. André formou-se em medicina e trabalhou em hospitais, enquanto as administradoras de empresas Fabiana e Giselle percorreram o mercado financeiro.

“Antes de assumir como CEO, passei por todas as áreas da empresa”, garante André Rivkind, que bate cartão no grupo desde 2012 e teve as competências testadas “na marra” no período da covid-19. “Em 2020, tínhamos planos para os próximos cinco anos, mas a meta durou dois meses”, lembra. “O objetivo passou a ser a sobrevivência [financeira] em meio à pandemia, num momento incerto, mas que acabou nos surpreendendo [positivamente]. Os consumidores começaram a ‘olhar’ para dentro de suas casas.” Agora, a expectativa da família é abrir mais dez lojas de móveis nos próximos cinco anos.

Para Gabriela Baumgart, presidente do conselho de administração do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), considerado um “think tank” da área de governança no país, o deslocamento de poder, sobretudo em firmas regidas por parentes, não é apenas uma troca de guarda ou uma transferência de patrimônio. É um método intergeracional contínuo, com transmissão de legados e de uma cultura organizacional, garante.



A família controladora da Breton: Marcel e Anette Rivkind, de pé, e os filhos Giselle Rivkind, André Rivkind e Fabiana Ferfenbaum, sentados



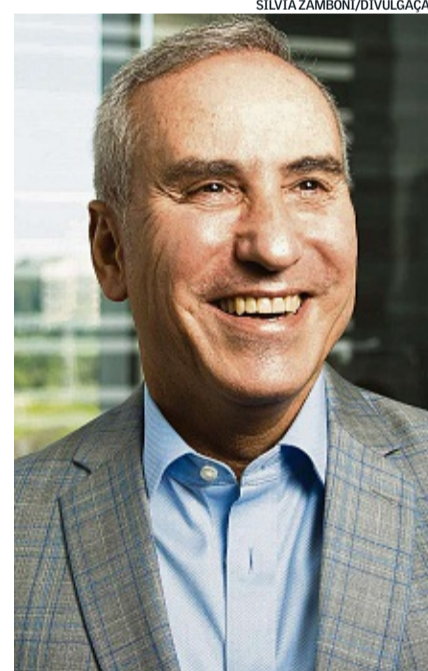
“A discussão do tema, geralmente, vira um tabu”
Gabriela Baumgart



“É preciso planejar esse movimento com um prazo suficiente”
Isabela Galli



“A sucessão não termina quando o novo CEO assume”
Flávia Leão



“O período [sucessório] envolve toda uma cadeia de transição”
Javier Constante

Em muitas organizações familiares, a simples menção à palavra “sucessão” pode gerar reações desconfortáveis, por estar associada a aspectos delicados, como mortalidade e entrega de influência, destaca. “Por isso, a discussão do tema, geralmente, vira um tabu.” No indicador de negócios de famílias (Family Business Index), da consultoria EY e da Universidade de St.Gallen, na Suíça, o Brasil tem 11 das 500 maiores empresas consideradas familiares no mundo.

Baumgart lembra que cada clã tem um prazo próprio para começar a debater a questão, mas a geração que está na dianteira deve criar condições para que os herdeiros ocupem mais

espaços de controle — se assim desejarem. “Para isso, é preciso definir os possíveis papéis que poderão ocupar, como sócios, membros do conselho ou em posições executivas.”

A especialista afirma, baseada em estudos, que as pessoas estão vivendo mais e os jovens estão menos propensos a ter muitos filhos. Com isso, as famílias tendem a ser menores, com uma maior exposição a conflitos geracionais, acredita. “Pelo menos três gerações diferentes podem interagir por anos na gestão de uma organização.”

Vincent Baron, diretor da Naxentia, consultoria especializada na profissionalização de empresas em fase de sucessão ou de preparação para venda,

diz que nem toda progressão executiva é um mar de rosas para os envolvidos. “O comum é ter procedimentos ‘não tranquilos’, mal conduzidos, ou não ter nenhum plano [na mesa]”, diz.

O fundador, em geral, se acha insubstituível, é centralizador e pouco objetivo em relação à competência dos herdeiros, continua. “Uma situação que pode gerar rivalidade entre os filhos ou diretores, pois cada um acredita ser o mais competente para tomar o controle.”

Baron, que assessorou, pelo menos, quatro operações de sucessão nos últimos dois anos, lembra de um caso em que o patriarca de uma holding desejava, a qualquer custo, que uma filha assumisse as rédeas do empreendimento — mesmo sem a executiva mostrar vontade ou estar preparada para a tarefa. Ela acabou tomando decisões erradas, com uma piora grave nos negócios, diz.

Em organizações não familiares, o peso de ocupar um posto de decisão pode parecer ainda maior, segundo executivos e especialistas. Principalmente quando o líder que sai tem mais de uma década de hegemonia e, no lugar do suposto “afeto” parental que poderia embalar a dança das cadeiras, o que sobra mesmo, no fim das contas, é uma planilha de metas a cumprir.

“O líder [a que eu sucedi] deixou um legado muito importante para a companhia e entre as pessoas que trabalharam com ele”, diz Isabela Galli, vice-presidente e gerente geral da Avery Dennison na América Latina, que substituiu em janeiro o executivo Ronaldo Mello, há mais de 13 anos no comando regional de uma das maiores fornecedoras globais de etiquetas e autoadesivos.

Na companhia há quase 30 anos, Galli entrou na folha como estagiária e era diretora de marketing e vendas na América Latina quando a chave da sucessão girou. “Foi uma ideia planejada por um longo tempo [por Mello]”, diz. A executiva afirma que o ex-chefe trabalhou por cinco anos para identificar um sucessor e, após comunicar sua retirada de cena, os dois ainda atuaram, lado a lado, por seis meses. “Para ter sucesso em uma nova posição, é crítico entender os objetivos da organização”, afirma.

Ela também acredita, com base na experiência que viveu recentemente, que o tempo é um componente decisivo para uma substituição bem amarrada. “É preciso planejar esse movimento, com um prazo suficiente para identificar o candidato e permitir que a liderança o prepare para o cargo”, diz Galli, que desde que foi promovida lidera uma nova expansão fabril no país, parte de um investimento de R\$ 150 milhões, considerado o maior da companhia americana no Brasil, nos últimos dez anos.

Na gigante de produtos químicos Dow, o argentino Javier Constante, presidente da marca na América Latina e Brasil, também passou por desafio semelhante. Em 2019, ocupou o lugar do hoje investidor Fabian Gil, que se aposentou após 27 anos de companhia, sendo três na presidência.

“Foi uma transição relativamente breve”, minimiza Constante, que era vice-presidente comercial para embalagens e plásticos especiais na Europa, Oriente Médio e África, baseado na Suíça. “Além dos compromissos relacionados à posição, tive de realizar a passagem de cargo para o colega que ia me substituir.”

Constante diz acreditar que, mais relevante do que o rito da sucessão, é fazer que a organização siga funcionando normalmente durante a “recarga” do posto máximo. “O período envolve toda uma cadeia de transição, com alguma complexidade, porque muitos dos movimentos [executivos] acontecem em sequência”, diz o gestor, que ocupou posições de liderança na França, Itália e Espanha.

No caso dele, o passe foi ainda mais desafiador porque, com poucos meses de crachá novo, viu o mundo entrar no período pandêmico. “Precisei construir todos os relacionamentos [profissionais] de forma virtual”, afirma ele, que hoje despacha em São Paulo.

Corporações que precisam fazer alterações estratégicas podem ter experiências “mais leves” se tiverem unidades bem estruturadas ou dinâmicas de trabalho claras, defende o presidente da Dow. Na prática, é como se a empresa “andasse sozinha” durante a reposição gerencial. O novo gestor vai imprimir muito mais do seu estilo de direção, enquanto as áreas operacionais continuarão atuando, durante o intercâmbio de lideranças, explica.

“A sucessão não termina quando o novo CEO assume”, alerta Leão, da Russell Reynolds. “É fundamental que exista um plano de transição para que o executivo receba apoio no primeiro ano de gestão, a fim de reduzir riscos de insucesso e maximizar resultados.” No roteiro da HBO, por exemplo — sem dar spoilers — tudo indica que o escolhido vai precisar de muito mais que 12 meses de aconselhamento corporativo. ■

A busca pelo parto normal

Saúde Como andam os esforços para fazer com que o Brasil deixe de estar na ponta de cima do ranking mundial de cesáreas. Por *Helena Carnieri*, para o Valor, de Curitiba

Nos anos 1990, o telefone de Aline Ambrósio estava listado em diversos consulados no Brasil como obstetra especialista em partos normais. Para os estrangeiros que vinham ao país era inadmissível submeter-se a uma cesárea sem necessidade — e por aqui ocorria uma escalada nesse tipo de parto.

Por diversos motivos, essa tendência colocou o Brasil como o segundo país com maior taxa de partos cirúrgicos no mundo (57,7% em 2022), atrás apenas da República Dominicana (58%) e à frente de Egito (55,5%) e da Turquia (53,1%), conforme o Ministério da Saúde.

Como comparação, no cenário global, foram 21,1% de cesáreas em 2018. Na Europa, naquele ano, a taxa foi de cerca de 28%. Essa opção cai bastante para países nórdicos (Islândia, Finlândia, Suécia e Noruega), Israel e Holanda, ficando entre 15% e 17%. Já América do Sul e Caribe tiveram em 2018 uma taxa de 42,8% de partos cirúrgicos, e os EUA, cerca de 32%.

De olho nessa realidade, a italiana Elena Rossetoloto chegou a Curitiba em 2014 e tratou de procurar um médico com o perfil “parteiro” quando engravidou. “Eu tinha bastante medo por tudo que ouvia falar sobre cesáreas, então procurei um médico conhecido pelos partos normais para garantir. Me recomendaram contratar também uma doula, e pensei que na hora estaria com bastante dor e iria querer toda a ajuda possível”, relembra.

Hoje o pequeno Giacomo já tem 7 anos e a família está de volta à Itália. “Percebi que o Brasil tem um mercado de saúde particular muito mais avançado, e até entendo que as pessoas desejem uma cesárea programada.”

A geração de Elena foi bastante impactada por um documentário brasileiro de 2013, “O Renascimento do Parto”, em que várias mulheres traziam depoimentos e revelavam que aquilo que para muitos é considerado normal no momento do nascimento de um bebê, enquanto para outros representa violência obstétrica. O filme, de financiamento coletivo, fortaleceu o movimento de informação e esclarecimento sobre o parto normal no país.

Por meio dessa corrente, muitas mulheres passaram a pesquisar antes de ter seu bebê e até criar um plano de parto com seus desejos. Foi assim com Márcia Maria de Oliveira, atriz, 45 anos, que teve dois filhos em São Paulo dentro do Sistema Único de Saúde.

“A maioria das minhas conhecidas escolhe fazer a cesárea com data marcada, mas é porque não têm informação. Eu procurei na internet e encontrei uma casa de parto, a Casa Ângela. Achei muito seguro, pois seguem protocolos para que qualquer problema seja verificado ainda no pré-natal. A maior vantagem foi entender que sou capaz de ter meu filho de forma natural, e que ele escolhe a hora de nascer”, diz.

Conforme a gerente de enfermagem da Casa Ângela, Ioná Araújo de Souza, a entidade, instituição filantrópica criada há 14 anos e que tem convênio com a Secretaria Municipal de Saúde de São Paulo, realizou 347 partos em 2022. É uma gota no oceano de 22 mil partos no ano só na zona sul da cidade — mas, para as mulheres recebidas, representa um porto seguro. São mulheres em sua maioria com renda entre um e três salários mínimos, negra e parda, moradora da região sul da cidade.

“O parto humanizado é uma forma de empoderar a mulher e garantir segurança. Temos que tirar a mão pesada que os médicos impõem sobre o parto”, pondera a gerente. A cidade de São Paulo tem ainda outra casa de parto que atende pelo SUS, na zona leste.

Apesar de haver esse estímulo na rede pública ao parto normal, grande parte da população resiste a ele, conforme a obstetra Thais Businaro, do Hospital Israelita Albert Einstein. “Faltam residências de médicos na área de saúde da família”, diz. “Existem hospitais e casas de parto referência, com amparo maternal e visão humanizada, mas não é a realidade da maioria.”

O resultado é desinformação e medo — mas entram também o desejo de

“controlar” o momento do parto, com hora marcada, e ainda a maior remuneração dos médicos.

“Eu atendo um público particular e posso dizer que no Brasil não é fácil nem barato parir. Para ter um parto normal, a pessoa tem que ir atrás. Temos que melhorar a atenção para isso”, diz Businaro. Entre as vantagens do parto normal, ela enumera a recuperação mais rápida, menor sangramento, o vínculo maior e amamentação facilitada, além da saúde do bebê que passa pelo trabalho de parto.

“Quando a paciente pede uma cesárea, eu pergunto o motivo e explico que o ideal é esperar entrar em trabalho de parto”, diz.

Mas como chegamos a essa cultura da cesárea? Ainda nos anos 1970, o Brasil estava próximo dos parâmetros recomendados pela Organização Mundial da Saúde (OMS) de que apenas 10% a 15% dos partos devem ser cirúrgicos. Desde então, a taxa passou a aumentar, atingindo a metade dos partos nos anos 2000 e ultrapassando esse número, especialmente entre mulheres com plano de saúde.

Conforme a Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), os partos cirúrgicos realizados na rede particular cresceram de 75,5% em 2006 para 85,9% em 2017 — mas, depois disso, há tendência de queda, chegando a 81,7% em 2021. Os dados de 2022 ainda não foram divulgados.

Para melhorar as boas práticas ligadas à gestação e ao parto entre operadoras de planos de saúde, a ANS criou o programa Parto Adequado, que registrou redução de 20 mil cesarianas desnecessárias e 16% menos internamento em UTI neonatal num monitoramento realizado entre 2015 e 2022 com 69 operadoras e 137 hospitais.

Com base nesse aprendizado, foi lançado um selo de certificação para planos de saúde que aderirem às boas práticas, que incluem a organização da jornada da gestante, um pré-natal adequado, o parto centrado na mulher e um puerpério com estímulo à amamentação, monitoramento da depressão pós-parto e de outros transtornos, com acompanhamento do número de consultas médicas.

“Se a operadora cumprir com essas boas práticas e elas forem mantidas, além do benefício reputacional, é estimulada a concorrência do setor”, comemora Ana Paula Cavalcante, gerente de Estímulo à Inovação e Avaliação da Qualidade Setorial da ANS. As primeiras certificações devem ocorrer neste segundo semestre.

Outra boa prática é seguida em Curitiba, onde, desde 1999, o programa Mãe Curitibana vincula cada unidade de saúde a uma maternidade, o que permite o vínculo assistencial e ações como a visita da gestante à maternidade onde terá seu filho. Mesmo assim, considerando as curitibanas atendidas pelo SUS ou planos de saúde, apenas 20% têm o parto normal — e, desde 2020, o estado do Paraná tornou lei a possibilidade de optar pela cesárea após a 39ª semana de gestação.

“Durante o pré-natal, existe a sensibilização para o parto normal, mas sabemos que na saúde suplementar existe uma negociação do médico com a gestante”, explica a secretária municipal da Saúde de Curitiba, Beatriz Battistella.

E como é em outros países? Com o alto fluxo de emigração de brasileiros, muitas mulheres estão tendo filhos fora do Brasil e comparam as experiências. Maria Cristina Caulkins, de 42 anos, mora fora há 16 anos e teve dois filhos nos EUA e uma filha no Brasil.

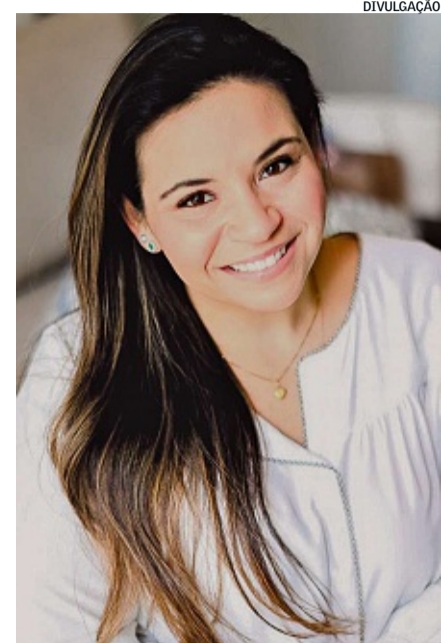
“Em Saint Louis, tive o acompanhamento de uma única médica, o que é mais gostoso por criar um vínculo. Sei que no Brasil isso é comum, mas nem sempre é assim nos EUA. O segundo filho tive em New Jersey e foi ‘estilo New York’ mesmo, tudo com muita pressa, sem olhar nos olhos, cada consulta com um médico. Já minha terceira filha nasceu no Brasil e vi bem a diferença. Aqui precisei pedir o parto normal, o que não ocorreu nos EUA, onde isso foi natural e tudo fluiu para o normal. Aqui já é o contrário, tive que quase implorar pelo nor-



Menos de metade dos partos feitos no Brasil são normais. A OMS recomenda que apenas 10% a 15% sejam cesárea



Caroline Farah (na foto acima) mora nos EUA mas teve filhos no Brasil. Ao lado, Estefânia Farias optou por ter a filha nos EUA. Mais à dir., Márcia Maria de Oliveira teve filhos na Casa Ângela do SUS



Thais Businaro: há muita desinformação



Aline Ambrósio: cesárea tem seu lugar



mal, como se eu estivesse fazendo algo diferente do padrão.”

Já para Estefânia Farias o nascimento da filha foi o motivo da emigração. A jornalista optou por ter filho nos EUA para garantir a cidadania americana e pôde experimentar um hospital-boutique americano, com curso pré-parto e onde era possível escolher por cesárea, normal, com indução ou sem. Hoje a filha Anne já tem 6 anos, e a família acabou se transferindo para Miami definitivamente. “Segurei na mão da enfermeira durante o parto e o médico até perguntou se podia realizar a episiotomia. Foi tudo muito tranquilo.”

“Cesárea não é errada, desde que a mulher esteja ciente dos prós e contras”, pondera a obstetra Businaro. Até porque nem sempre o parto normal é possível.

Caroline Farah, arquiteta que mora nos EUA, preferiu ter os dois filhos no Brasil, por considerar que o acolhimento dos hospitais é melhor. Na primeira filha, ela desejava o parto normal e deu tudo certo. Porém, o segundo filho veio nos seus 44 anos, e, após as 40 semanas de gestação e cinco horas de trabalho de parto, não teve a dilatação suficiente e precisou da cesárea.

“Foi melhor, porque ele tinha um nó do cordão umbilical”, relembra. Como ela pôde comparar as experiências, conta que, após o parto normal, já ca-

minhava no dia seguinte, mas após a cesárea levou uma semana com dores.

Se ficou conhecida nos consulados pelo parto normal, hoje Aline Ambrósio tem ressalvas com o movimento contrário que “demoniza a cesárea”, em suas palavras. “A cesárea foi criada para salvar vidas, quando o parto via vaginal aumenta riscos de consequências para mãe e filho”, ela relembra. Entre os problemas mais frequentes que levam à indicação da cirurgia estão a ruptura uterina, placenta anômala, hipertensão da mãe, bebê sentado ou atravessado e bebê muito grande, entre outros.

Depois de 28 anos fazendo partos, hoje Ambrósio vê a necessidade de reforçar que a cesárea tem seu lugar quando é bem indicada, pois pode evitar sequelas, sofrimento fetal após horas de trabalho de parto, proteger o cérebro e o futuro do bebê. “Me espanta que muitas mulheres hoje preferem uma sequela a uma cesariana, o que é muito perigoso.”

Entre aquelas que podem dispor de recursos para garantir um parto normal, na cidade de São Paulo a média de gastos é de R\$ 15 mil, contando com toda a equipe, mas há registro de quem investiu até R\$ 70. “Estamos num movimento de retorno pela pressão mundial, mas tem que ter equilíbrio, frisar que a cesárea tem seu papel, pois desde que o parto foi para o hospital diminuíram muito a mortalidade e as possíveis sequelas.” ■

Orçamento recorde para cultura no Rio

Setor público Plano do secretário municipal Marcelo Calero inclui robusta reforma de teatros. Por *João Bernardo Caldeira*, para o Valor, do Rio

A Prefeitura do Rio investirá neste ano um valor recorde na pasta da Cultura de R\$ 263 milhões em recursos diretos e incentivados. O montante chegará a R\$ 349 milhões se considerados os aportes por meio das leis federais Aldir Blanc e Paulo Gustavo. É o que calcula Marcelo Calero, que retornou à secretaria em fevereiro, por onde passou em 2015 até assumir o Ministério da Cultura, no ano seguinte.

O plano de investimentos traçado reúne diversos programas realizados nas diferentes administrações do prefeito Eduardo Paes, assim como também abre novas frentes, como uma robusta reforma jamais vista nos teatros, arenas e lonas do poder municipal.

Na segunda-feira, serão abertas as inscrições para o programa de fomento Pró-Carioca, que contemplará linguagens como circo, teatro, infância e patrimônio e terá linhas voltadas para inovação (residências, bolsas de estudo e difusão nacional e internacional) e diversidade (culturas LGBTQ+, antirracista e religiosa).

Outros programas possuem como foco instituições como RioFilme e Cidade das Artes, além de bibliotecas, apoio a novos talentos e o impulsionamento de regiões simbolicamente estratégicas, como Madureira, Santa Cruz e Zona Portuária, conhecida como Pequena África. Com a retomada do edital Ações Locais, mais de 150 iniciativas serão contempladas nos diversos territórios da cidade, visando mapear iniciativas ainda pouco enxergadas pelo poder público.

Se nos últimos anos inúmeros políticos e agentes procuraram defender a capacidade econômica da indústria criativa, inclusive como forma de agradar tanto às alas mais conservadoras como progressistas, Calero a enxerga como um bem em si. "Não pode-

mos ficar apenas nessa narrativa da geração de emprego e renda, eu não conheço um país civilizado que não recorra a recursos públicos para apoiar a cultura", afirma.

"A cultura é deficitária, a conta não fecha, e precisamos dizer isso claramente porque investir em cultura é uma decisão política, uma questão de projeto de sociedade e de princípios partidários construídos consensualmente na Constituição de 1988."

É sob esse norte que o ex-diplomata e advogado, político do PSD, quer servir às diversas matizes da cultura carioca, do Carnaval aos redutos do samba, da criação e fortalecimento de equipamentos nas periferias até o aceso a entidades e artistas estabelecidos da hegemônica zona sul. "A nossa atribuição é reconhecer as produções e vocações da cidade em cada região e atividade e procurar dar conta dessa pluralidade", diz a subsecretária-executiva Mariana Ribas, que possui 14 anos de experiência na pasta e pela terceira vez trabalha com Calero.

A lei de incentivo municipal, que aportará R\$ 70 milhões, teve os seus mecanismos de indução social ampliados. Pelo menos 40% dos patrocínios acima de R\$ 300 mil precisam ser destinados a produtoras que nunca captaram ou situadas nas zonas norte, oeste ou em favelas, localidades com menor acesso a dinheiro incentivado. "Como poder público, precisamos balancear essa cadeia", pondera Calero. "E sabemos que a preocupação com a responsabilidade social tem motivado a ação das empresas."

O discurso moderado, num governo de centro do PSD que inclui partidos como PT, PSB e PDT em sua base, parece acenar para o eleitor conservador como também evitar a polarização que tornou a cultura um dos al-

vos centrais de ataques e polêmicas da extrema direita.

O secretário, no entanto, não se furtava a alinhar o segmento a conceitos habitualmente encampados pelo campo progressista. "Claro que a secretaria não pode seguir uma determinada ideologia, mas também não podemos ter uma visão anódina, higienista, isenta da cultura", afirma. "É inerente à cultura o seu papel contestador, de alavancar lutas sociais e tirar a sociedade da zona de conforto."

Calero e Ribas se dizem otimistas com o atual cenário favorável aos investimentos em cultura no país. Entretanto, o secretário acredita que a cena cultural carioca ficou combalida depois de anos de pandemia e ataques e ainda se encontra "em processo de reorganização de sua cadeia produtiva".

O trâmite de aprovação da Lei Aldir Blanc é alvo de apreensão, já que o escopo total do plano de investimentos depende desse montante. "Estou preocupado porque o projeto de lei ainda não foi votado pelo Congresso e os seus recursos ainda não estão garantidos", diz. "É uma legislação muito relevante, de longo prazo, que permitirá o desenvolvimento de medidas estruturantes."

Mesmo sem a garantia dos aportes federais, Calero promete uma reta ascendente em que "os patamares mínimos de investimento da Prefeitura serão sempre os mesmos praticados no ano anterior". Uma considerável suplementação extra de R\$ 75 milhões foi liberada para recuperação e modernização de cerca de 20 teatros, arenas e lonas culturais. Para surpresa do setor, todos serão fechados de uma vez, em agosto, e entregues daqui a um ano.

Em vez de recorrer à RioUrbe, órgão



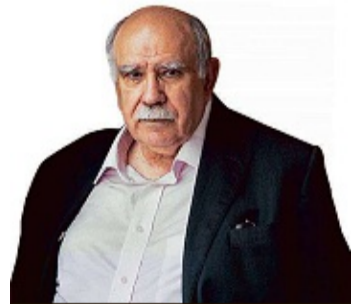
Mariana Ribas e Marcelo Calero: "Não podemos ter uma visão anódina, higienista, isenta da cultura", diz ele

responsável pelas obras do poder municipal, o secretário optou por contratar 15 arquitetos temporários, de forma a elaborar minuciosos projetos que não apenas solucionam problemas crônicos e atendem às exigências de acessibilidade e bombeiros, mas também ampliam as potencialidades cênicas dos espaços.

"Os equipamentos são importantíssimos para fruição dos cidadãos e os fazedores de cultura", afirma. "Estamos com o dinheiro, temos mais dois anos de governo e se não fizermos agora essa reforma não será feita nunca mais." ■

Coluna Social

O réu invisível não foi julgado



José de Souza Martins

O tempo todo, desde a posse do então presidente, um poder invisível se mostrou por trás das irracionalidades do seu modo de governar, do qual foi protagonista eventual

Em dias recentes, por maioria de votos, "o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) declarou a inelegibilidade do ex-presidente da República Jair Bolsonaro por oito anos (...) pela prática de abuso de poder político e uso indevido dos meios de comunicação durante reunião realizada no Palácio da Alvorada com embaixadores estrangeiros no dia 18 de julho" de 2022. O caso foi suscitado pelo PDT.

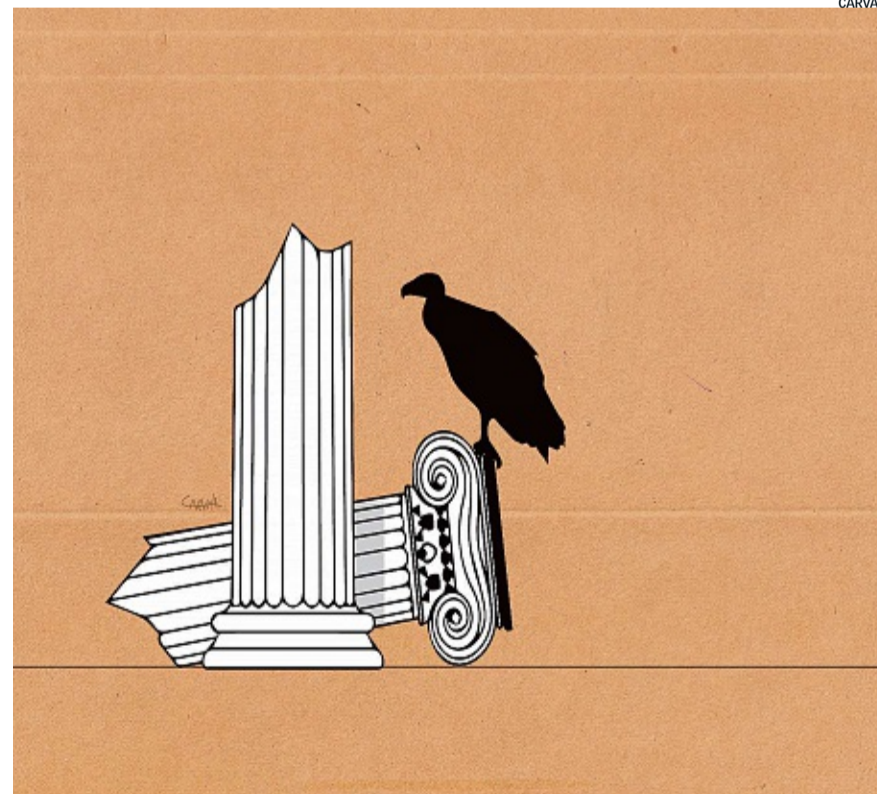
Em seu relatório, o juiz relator, ministro Benedito Gonçalves, ressaltou conexões do ato do primeiro investigado que configuram "conduta ilícita em benefício de sua candidatura à reeleição". Eleição tem regras. O candidato não é o fulano, mas a personificação do que na lei o candidato pode ser.

Pode-se dizer que o conjunto dos indicadores que levaram à decisão do TSE expõe o sentido antidemocrático de extenso conjunto de posturas e ações não só do primeiro investigado. Mas, em interpretação sociológica, de sua personificação do difuso coletivo de inspiração autoritária de que foi e tem sido ele agente e porta-voz.

O tempo todo, desde sua posse como governante, um poder invisível se mostrou por trás das irracionalidades do seu modo de governar. Do qual ele foi protagonista eventual e malsucedido.

O grande problema nos sistemas políticos suscetíveis a manipulação, como aconteceu no período governamental recente, é que os seus reais sujeitos ocultam-se na invisibilidade de que carecem para falar e agir através de quem se preste a representá-los. Quando acontece do protagonista visível ser acusado e julgado, os invisíveis não têm a materialidade que os arraste à barra dos tribunais para que respondam pelo ilícito como coadjuvantes e mesmo como coautores.

Justamente por isso, nem bem terminara a longa sessão do Tribunal, já se moviam os pescadores de águas turvas para encontrar a figu-



ra substituta que ocupe o lugar do banido e tentar colher os frutos políticos da mentira, do engano proposital, dos falsos conceitos, da estigmatização dos adversários para fazer da próxima eleição presidencial a falcatura que restaure essa modalidade de poder.

No marco do que é próprio do contexto e das leis aplicáveis no caso, o julgamento do TSE tratou do que era tópico da conjuntura política. Mas não foi chamado a tratar das invisibilidades do caso, que em suas consequências e desdobramentos, esse mesmo julgamento acabará mostrando.

O voto de um dos ministros foi revelador de quanto o nosso direito eleitoral pode conter o direito e o avesso que deixam para um imaginário político alternativo as bases de nossas incertezas nas questões do po-

der. O que deveria ser reto e simples acaba se tornando complicado e barroco nos retorcimentos de possibilidades de interpretação das leis e da própria Constituição de 1988.

Aquele duvidoso artigo 242 tem reinado nos dilemas de interpretação como uma concreta e indevida ameaça anticonstitucional e antidemocrática no corpo da lei maior. Indício, nela, de uma cultura política de ressalvas para relativizar e mesmo anular os valores e princípios na Constituição contidos.

Expressão dessa cultura impugnativa foi o fato de que antes mesmo do TSE ter finalizado a votação da inelegibilidade do primeiro investigado, já na Câmara dos Deputados mais de 60 parlamentares se movimentavam no sentido de propor a anistia política do eventual condenado. O Estado

brasileiro repousa sobre o tripé de Executivo, Legislativo e Judiciário.

Essa iniciativa é tão golpista quanto a que o TSE estava julgando naquele mesmo momento. Uma ação para propor e instrumentalizar ato de um dos poderes e anular a função e a legitimidade de outro poder, antes mesmo delas se configurarem. O que, de fato, indica que o crime julgado pelo TSE não estava concluído, mas era crime em andamento, cujos cúmplices não eram apenas os invisíveis a que aludi, mas tem nome, endereço e posição na estrutura de poder.

Aparentemente, o Estado brasileiro corre o risco de sua conversão funcional de instituição baseada não no princípio da representação política, mas num sistema de cumplicidades antidemocráticas, que expressam não a vontade do povo, mas a de minorias obscurantistas.

Uma característica que perdura desde tempos recuados, desde a Proclamação da República por meio de um golpe de Estado antirrepublicano e antidemocrático. Tudo mudou na história republicana brasileira para que tudo permaneça na mesma, como na Sicília de Lampedusa, como sugere Tancredi ao tio, em "O Leopardo".

O julgamento do TSE, nessa perspectiva, é o julgamento e condenação de uma das peças desse bloco. A sentença condenatória do primeiro investigado condena o arcaísmo que ele representa, não só antidemocrático, mas também antipolítico.

José de Souza Martins é sociólogo. Professor Emérito da Faculdade de Filosofia da USP. Professor da Cátedra Simón Bolívar, da Universidade de Cambridge, e fellow de Trinity Hall (1993-94). Pesquisador Emérito do CNPq. Membro da Academia Paulista de Letras. Entre outros livros, é autor de "As duas mortes de Francisca Júlia - A Semana de Arte Moderna antes da semana" (Editora Unesp, 2022). ■

De volta ao santuário boêmio

Turismo Hospedar-se no lendário hotel nova-iorquino que abrigou ícones da cultura nem é tão caro assim. Por *Cadão Volpato*, para o Valor, de Nova York

Em um texto publicado pela primeira vez na revista "Status", em 1983, e depois no livro "O romance morreu", de 2007, o escritor Rubem Fonseca lembrou o rápido encontro com o poeta galês Dylan Thomas no balcão do antigo bar do Hotel Chelsea, ocorrido 30 anos antes. Segundo o relato, Thomas teria morrido naquela mesma noite de 9 de novembro de 1953, depois de beber incríveis 18 doses de uísque.

Talvez o encontro seja uma lenda (muito bem contada, por sinal). E talvez a história do afogamento no uísque também seja outra cascata alimentada ao longo dos anos pelos devotos de Dylan Thomas. O fato é que o Chelsea Hotel, reinaugurado há alguns meses no mesmo endereço da rua 23, com a mesma fachada de tijolos vermelhos, no mesmo estilo gótico vitoriano que o consagrou desde que foi erguido em Manhattan, em 1883, continua sendo um fiel depositário de histórias extraordinárias contadas ao longo do tempo, enquanto novas histórias eram vividas num círculo sem fim.

O novo/velho hotel não é mais o santuário boêmio que nasceu como cooperativa de artistas no século XIX, impulsionado pelo primeiro visionário que enxergara ali uma possibilidade de negócio. O arquiteto foi o franco-americano Philip Hubert, especializado em hotéis, igrejas e qualquer construção que tivesse pinta de palácio. O Chelsea tem mesmo alguma coisa próxima de um palácio, com balcões de aço, vista para o Empire State Building e letreiro de néon.

O prédio foi reaberto com 158 quartos, depois de uma reforma que se estendeu por dez anos. Isso porque, entre outras dificuldades, havia um núcleo de velhos residentes, que hoje se distribuem em 42 apartamentos.

Quem mora ali já estava atrás da lenda. Além de Dylan Thomas, Jackson Pollock, Patti Smith e Robert Mapplethorpe, Bob Dylan, Arthur Miller, Sid Vicious, Arthur C. Clarke e Rubem Fonseca passaram ou viveram por ali, povoando os corredores e apartamentos vastos ou apertados com uma certa fantasmagoria que sempre fez do lugar um refúgio para os malucos desgarrados da cidade.

Também houve o lendário gerente e coproprietário Stanley Bard, que cumpriu a missão de acolher hóspedes e residentes por 40 anos, antes de ser despejado em 2007, ano em que foi tentada a primeira ressurreição do hotel já em estado de decomposição. Bard era famoso por aceitar obras de arte feitas pelos inquilinos e hóspedes como pagamento de aluguel ou estadia. Dessa forma, o lobby e diversas outras paredes ficaram carregados de trabalhos artísticos produzidos no local. Eles ainda continuam por ali.

Sean MacPherson, Ira Drukier e Richard Born constituem o trio de salvação do Chelsea. Eles já se embrenharam em outras aventuras hoteleiras: são os donos do Bowery, do Jane e do Maritim, todos com cara de novos/velhos hotéis, com um pé no hotel-boutique, mas longe da artificialidade excessiva que costuma enganar os turistas. O novo Chelsea exemplifica bem isso, com uma atmosfera próxima da lenda que o manteve de pé esse tempo todo e uma bela pitada de conforto.

A rua 23 é uma artéria meio caída. Tem um cinema abandonado no

quarteirão do hotel, enquanto outros pequenos negócios, como uma sapataria e uma padaria, sobrevivem. Ao lado do Chelsea, por sinal, há uma pequena loja de guitarras que parece dar uma extensão do espírito musical do pedaço.

Velhos roqueiros continuam entrando e saindo da loja e do hotel — isso não mudou. São idosos cabeludos que parecem ter sobrevivido aos Ramones (Dee Dee Ramone também morou no Chelsea). O famoso lobby, que já foi uma verdadeira antena de artistas da cidade, continua se esforçando para atrair gente e conversas calorosas, como nos velhos tempos. Vale entrar e olhar, no mínimo. E também comer alguma coisa no El Quijote, o antigo restaurante renascido das cinzas, com suas paredes recheadas de antiguidades e elementos cervanteanos. Rubem Fonseca escreveu que nele dava para tomar um bom vinho e comer uma "paella medíocre". Ali, o espírito espanhol, de tapas e acolhimento, continua o mesmo.

E as boas notícias continuam a chegar. Primeiro, o Hotel Chelsea (ou Chelsea Hotel, tanto faz) continua no mesmo lugar, perto do metrô, do Highline, das galerias de arte, perto da permanente eletricidade que comanda Nova York. Segundo, os preços nem são tão ferozes assim (não esquecer que a cidade é uma das mais caras do mundo no momento). Por exemplo: três diárias para dois adultos num quarto Petite com cama queen-size saem por cerca de US\$ 800 no total. Querendo outro quarto com balcão e vista do Empire State, como costuma aparecer nas fotos mais fotogênicas do local, pode custar um pouco mais caro. Mas, em termos de Nova York, não é um assalto.

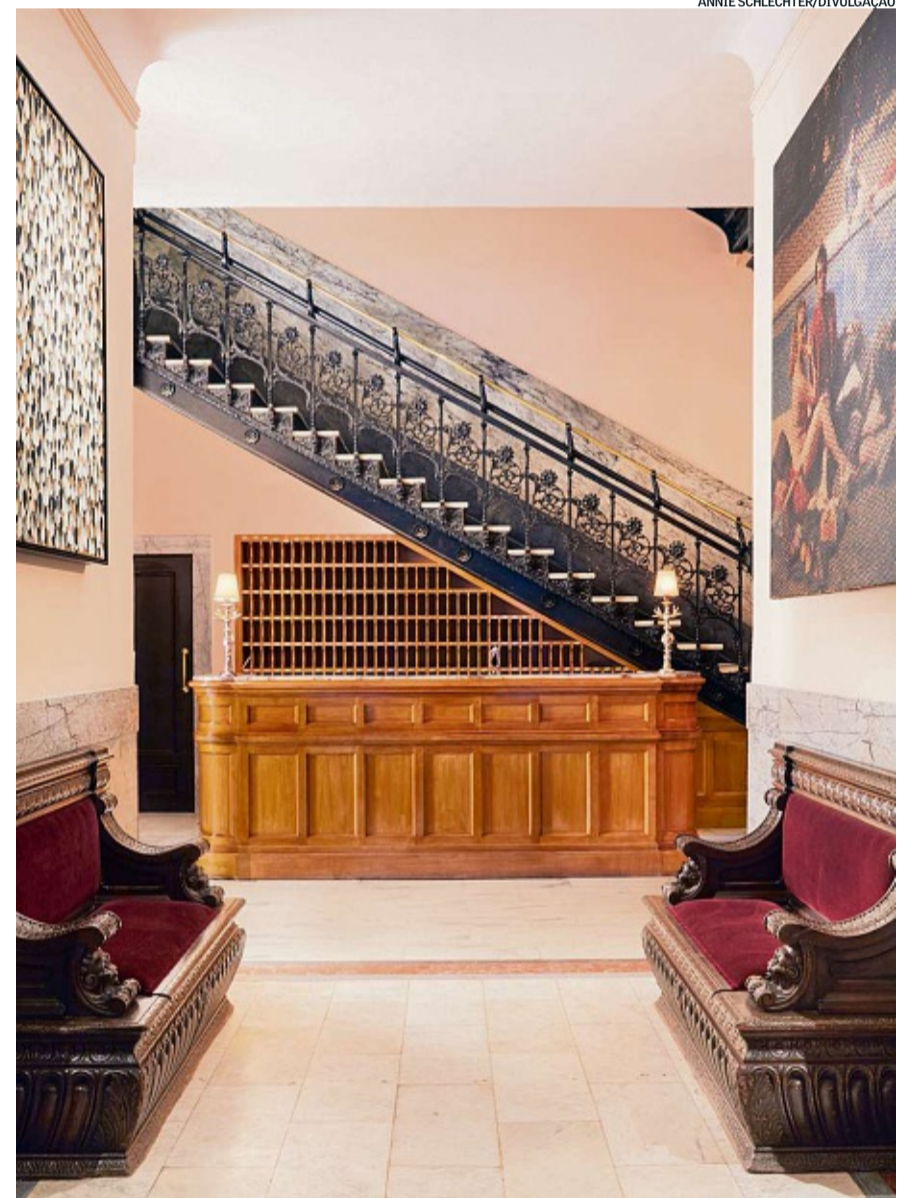
Por último, há um café em estilo franco-americano a caminho. Suas cadeiras de palha e ambientação de bistrô já podem ser vistas do lado de fora do prédio. E na placa está escrito: Café Chelsea. Deve ser inaugurado no mês que vem.

Levando-se em conta que Leonard Cohen passou algumas horas com Janis Joplin no quarto 424/4Q, que Bob Dylan escreveu "Sad Eyed Lady of the



WIKIMEDIA COMMONS

Fachada e lobby do Chelsea Hotel, que tem até hoje obras de arte usadas como pagamento por inquilinos



ANNIE SCHLECHTER/DIVULGAÇÃO

Lowlands" no 211/2A e que a cantora Nico celebrou o hotel no maravilhoso disco "Chelsea Girls", de 1967 (só para ficar no terreno da música), a conclusão mais natural é de que valerá muito a pena se hospedar num dos aposentos do novo/velho Chelsea Hotel, nem que seja para respirar um pouco dessa lenda que já dura 150 anos. ■



BETO LEE
CONVIDADA ESPECIAL
FERNANDA ABREU

UMA HOMENAGEM A

RITA LEE

POR BETO LEE

IN CONCERT

AMANHÃ

08 JUL

SÁBADO



quali
stage

APOIO



MÍDIA OFICIAL



REALIZAÇÃO



VIA PARQUE SHOPPING

ACESSE A PROGRAMAÇÃO COMPLETA PELO QR CODE AO LADO OU EM NOSSO SITE WWW.QUALISTAGE.COM.BR* EVITE FRAUDES, COMPRE SOMENTE EM NOSSO CANAL OFICIAL



18

Res Publica: o colunista Fernando Abrucio excepcionalmente não escreve esta semana

À Mesa com o Valor

Patricia Anastassiadis

Como a arquiteta e designer de produtos paulistana, responsável pelos interiores de alguns dos hotéis mais refinados do mundo, pensa a criação de seus projetos. Por *Eduardo Simões*, para o Valor, de São Paulo

Mora na filosofia

Lembranças pessoais, história, artes visuais, música e uma constante sintonia fina com o entorno dos espaços a serem construídos ou reformados entrelaçam-se numa costura sutil no processo criativo da arquiteta paulistana Patricia Anastassiadis, que em 2023 comemora três décadas de carreira. Uma trajetória em que se destacam os projetos de interiores — em especial na hotelaria, a exemplo do Fairmont, no Rio, e do Palácio Tangará, em São Paulo — e o design de mobiliários, para a Ornare e a Artefacto.

Apesar de ser uma arquiteta multireferencial, Anastassiadis tem muito do ambiente doméstico em que cresceu em suas criações. O pai, Stefanos, é imigrante grego e tinha uma fábrica de roupas femininas. A mãe, Dora, descendente de judeus poloneses, formou-se em direito, mas trabalhava como estilista e também pintava.

“Vivi muito o mundo da moda, sempre achei que esse seria o meu caminho profissional”, conta Anastassiadis, que chegou a ser aluna ouvinte de um curso na Casa Rhodia, com Marie Rucki, professora e diretora do lendário Studio Berçot, em Paris, e cogitou estudar na escola Saint Martins, em Londres. Decidiu, no entanto, prestar vestibular para arquitetura.

“A moda e a arquitetura não são tão diferentes. Se você está sentado numa cadeira fazendo anotações com uma caneta, você está se relacionando com os objetos e o espaço. Há uma relação, na moda, ainda mais próxima do corpo do que na arquitetura de interiores e no design de produtos, mas ela tem também a questão da construção, da materialidade, porém, é mais efêmera”, pondera a arquiteta, que ressalta seu desejo de criar móveis que passem de uma geração para a outra numa família.

“Como já foi no passado”, diz. “Mas hoje em dia tudo tem que ser novo e muito. E essa insaciabilidade gera problemas ambientais e uma sociedade doente, ansiosa pela próxima novidade. Agora vem a inteligência artificial, acho que é game over, daqui para a frente é ladeira abaixo.”

Embora soe alarmada com a tecnologia, Anastassiadis não está tão pessimista. Ainda que a inteligência artificial possa sugerir, por exemplo, um projeto de interiores para uma residência, reproduzindo os trabalhos de outros profissionais ao apertar de um botão, ela considera que nada substitui a troca entre o cliente e o arquiteto a quem se encomenda um trabalho.

De cinco anos para cá, no entanto, ela reduziu o número de projetos residenciais a serem acolhidos por seu escritório. Nada contra a tipologia. Mas ela conta que rejeitou trabalhos porque queria buscar, nos desenhos, a identidade das pessoas. “Mas elas não necessariamente têm tantas coisas suas para colocar, elas querem que você coloque”, argumenta. “Quando estou na Europa, sinto muito isto: as casas de amigos não são coordenadas, [misturam] um móvel da mãe com um

objeto da bisavó, aí compram uma peça nova, e isso é incrível, não tem nada de óbvio, nada de instagramável, porque reflete a personalidade.”

Anastassiadis afirma que, ainda que tenha um “time maravilhoso”, prefere não delegar nada, quer estar sempre presente. Ela diz acreditar que o projeto de interiores de uma morada exige um contato mais próximo e cita um exemplo que lhe foi incontestável. Há alguns anos, uma pessoa insistia para ir ao escritório, queria conhecê-la, mesmo que ela não fosse abraçar o projeto. À medida que foram conversando, houve uma empatia grande, e Anastassiadis topou seguir adiante.

“Quando uma pessoa o contrata para um residencial, existe uma forma diferente de pensar. Ela quer você. O que eu gostei dessa pessoa é que ela já havia feito outras casas. Então já veio com uma bagagem, já estava madura para fazer uma casa com um profissional que iria abrir um leque de sugestões. E eu encaro isso como uma dança, não como um embate”, afirma. “O que a gente faz resvala na relação com a arte, e eu não tenho um carimbo, um modelo pronto de casa que eu vou repetindo. É como se eu estivesse fazendo uma costura no corpo, uma roupa especial. Não estou fazendo prêt-à-porter.”

De construtoras, conta a arquiteta, o escritório costuma receber um feedback de que seus projetos são “complexos”, no que se refere “aos materiais, aos encaixes, aos recortes, às composições”. “A pessoa que for executar tem que mergulhar nesse projeto para que ele exista na forma que ele tem que ser. Uma das que fiz recentemente é um duplex, e a gente uniu dois apartamentos. São 1.200 m² de área total, com muitos detalhes. E isso realmente é um projeto, não é uma ideia de decoração.”

Anastassiadis conta que não costuma ter clientes neófitos. Quem a procura já tem a experiência de ter feito outros projetos. Acha, no entanto, que as redes sociais têm levado algumas pessoas a pensarem mais em como serão vistas em suas futuras residências, por exemplo, do que como elas de fato gostariam de morar. “Querem um projeto instagramável, não um para ser vivido”, diz. Afirma, porém, que não é de todo mal alguém buscar referências na internet antes de ir ao escri-



Cardápio

Ici Bistrô, São Paulo

Couverts	4	76
Petit Ici Sauvignon Blanc	3	295
Tartar de atum	1	75
Steak Tartare	1	61
Risoto de cogumelos	3	207
Filet au poivre	1	106
Jarras de água	3	18,60
Profiteroles	2	70
Serviço		118,12
Total - em R\$		1.026,72

tório de um arquiteto.

“Não quer dizer que eu vá necessariamente seguir a referência que me trazem. Mas pode ser bom, de repente é uma maneira de o cliente me contar um exemplo do que lhe fez bem, gerou uma emoção positiva. Agora, mandar uma foto e pedir que eu copie, isso não faz sentido. Com a inteligência artificial a gente vai sentir muito isso. Vai ser uma grande virada, mas, ao fim, tudo aquilo feito pela máquina é uma reprodução. E o que vai remeter ao verdadeiro luxo, à alta qualidade, ao luxo verdadeiro, é a busca pela autenticidade, pela essência.”

Quase todos os dias Anastassiadis é a primeira a chegar a seu escritório, na rua Ceará, em Higienópolis, e a última a sair. Na hora do almoço, faz questão de ir para casa, no mesmo bairro, onde o cardápio privilegia as culinárias grega e árabe, e, a depender do dia, tem peixe, paleta de cordeiro, risoto ou bobô de camarão, sempre com muita salada. Durante a semana, evita almoços de trabalho. “Meu trabalho é muito intenso, com muitos projetos ao mesmo tempo, então esses encontros não me dão prazer. Já a hora em que eu entro em casa me dá uma oxigenada.”

A arquiteta considera “extensão” de sua casa dois restaurantes da vizinhança, que frequenta aos sábados ou domingos: o Carlota e o Ici Bistrô, escolhido para este “À Mesa com o Valor”. Tem o cardápio de cabeça, das entradas aos pratos principais. Costuma pedir atum, mas opta por um risoto de cogumelos. Seu primeiro projeto, a propósito, foi um restaurante, o Filomena, cuja cozinha seria comandada por um jovem chef recém-chegado de Londres, Alex Atala. A partir da primeira experiência, Anastassiadis foi convidada para criar as áreas de private banking de instituições financeiras de peso, como Deutsche Bank e BankBoston.

Há pouco mais de duas décadas, veio a primeira oportunidade de trabalho com hotelaria, ao participar de

uma concorrência para o Club Med de Trancoso, na Bahia. A partir dali seu modus operandi começou a se consolidar. Anastassiadis conta que se sentou na areia da praia com o filho Felipe, então criança — hoje está com 27 anos, é formado em arquitetura e atua no escritório da mãe —, e pensou como iria traduzir o seu entorno no projeto. Levou a Paris uma apresentação com caixas que continham a paleta de cores da praia, das falésias etc. Saiu vitoriosa da concorrência.

Em setembro do ano passado, Anastassiadis pôde finalmente ver de perto, após dois anos de restrições sanitárias causadas pela pandemia, outro projeto de que se orgulha: as áreas de refeições, do bar no terraço aos restaurantes, do Hotel du Cap-Eden-Roc, em Cap d’Antibes, França. O hotel pertence ao grupo Oetker, para o qual a arquiteta já havia feito o projeto de interiores do Jumbay Bay Island, em Antígua, e do Palácio Tangará, em São Paulo, em que sugere o olhar do estrangeiro sobre o Brasil por meio da seleção de obras de arte, que inclui de gravuras de Debret à arte contemporânea de Laura Vinci, entre outros.

Anastassiadis foi a única brasileira convidada a participar da concorrência para a reforma do hotel francês de mais de 150 anos, pelo qual passaram personalidades como Pablo Picasso e Ernest Hemingway. A arquiteta conta que ao chegar ao hotel, debruçou-se sobre o Mediterrâneo, lembrou-se da casa de um tio-avô, por parte de mãe, em Cap Ferrat, também na França, onde costumava passar verões na infância. Coletou folhas e pedra do lugar, mesclou as referências às suas lembranças e saiu novamente vencedora da concorrência.

“Todo o trabalho foi muito delicado, eu pesquisei desde as tonalidades do jardim até as do céu, do pôr do sol, pensando em como iria costurar tudo isso dentro do projeto”, conta. “É muito difícil você tocar em um lugar que tem tantas memórias, porque se

você tentar descaracterizar, vai causar uma sensação ruim. E vou falar agora com humildade, mas com segurança: eu recebi um retorno que o trabalho, ao mesmo tempo que trouxe frescor, alinhou-se com o conceito e o espírito do Eden-Roc.”

A arquiteta ressalta que o ponto de partida de seu processo criativo é mais intuitivo do que sistematizado. Afirma que, antes de qualquer coisa, “escuta o lugar” onde vai ser implementado.

“Em cada lugar eu vivo uma história diferente. Na França é diferente, na Grécia é diferente, na Espanha, em Portugal ou mesmo no Sul do Brasil”, diz a arquiteta, referindo-se ao projeto de interiores — lobby, restaurantes, terraço e todos os quartos —, também de sua autoria, do Kempinski Laje de Pedra, em Canela (RS), que está sendo reformado. “Se a gente acha que vai entrar no lugar e botar um carimbo, perde a essência fazendo. Não se ganha nada. Ganha, talvez, se você quiser colocar um carimbo, para o seu ego.”

A sua conta pessoal no Instagram, conta Anastassiadis, é uma “esquizofrenia”, pois revela o vasto leque de interesses que tem. Da infância, manteve o interesse por piano, que toca desde os 7 anos. No Steinway que tem em casa, o clássico, o jazz e a bossa nova convivem sem ruídos, “em momentos de conexão e relaxamento”, conta. “Todo projeto com que me envolvo, independentemente da escala, possui esta musicalidade, um ritmo, uma fluidez.”

De uns anos para cá, a arquiteta busca entender como seria possível exercer “uma medicina da cura na arquitetura”, uma forma de “consertar o corpo da pessoa dentro da casa dela”, incluindo em seus desenhos elementos como pedras, por exemplo. As arquiteturas egípcia e grega antigas, diz, são muito simbólicas e refletem uma conexão entre dois planos, numa relação de transcendência com aquilo que não se enxerga.

“Quando eu estou fazendo um projeto, é como uma composição. Fica até um pouco pretensioso eu falar dessa forma, mas, de maneira sutil, eu consigo que a pessoa entre em outro ritmo. Se eu coloco um caminho com cascalho, quero que a pessoa ouça um barulho ao pisar nessa superfície, sintam uma determinada sensação. Quando um arquiteto se utiliza disso, ele molda e constrói mundos. Mas eu não quero que seja algo místico, porque de fato existe uma relação de saúde envolvida nesse contexto. Se eu pudesse ter um sabático só para tratar disso, eu te garanto que no próximo almoço a gente só ia falar disso.”

Anastassiadis afirma que os projetos residenciais têm menos pressão do que os comerciais, sejam eles de hotéis, bancos ou lojas. “Existe uma conta real, você precisa retornar o investimento, não pode deixar o cliente ad eternum esperando. Mas no Brasil, tudo se torna ainda mais complicado devido às taxas de juros, às oscilações da moeda, às políticas econômicas de cada governo. A gente tem que ter velocidade, qualidade, preço. É uma equação que beira o impossível nessas circunstâncias. E há um desrespeito ao timing, à liderança do profissional, um não entendimento. Lá fora, não se mexe em um projeto sem falar com o arquiteto. Aqui, sim”, critica.

Diretora criativa da Artefacto, Anastassiadis lançou neste ano a sua sexta coleção para a marca, batizada de Alcheme. As peças trazem muito a sensorialidade que marca seu design de produtos. O nome, diz, vem de sua inspiração na ideia de transformação dos alquimistas, no caso, de um determinado móvel, que pode ter usos diversos, como uma mesa que vira escrivaninha ou um sofá que permite combinações variadas. São peças com que a arquiteta brinca com a temperatura dos materiais, como metal, pedra e vidro.

Atualmente, a arquiteta concentra-se em duas novas frentes: vai retomar experiências, que teve apenas pontualmente, com tapeçaria, revestimentos e iluminação, em produtos com “mais visibilidade”, em que pretende juntar “o pequeno artesão e a indústria, sem que o grande engula o pequeno”, diz. E criar mais um projeto de hotelaria.

Há cerca de seis meses, Anastassiadis foi convidada para conceber a reforma do Patmos Aktis Suites & Spa, em Patmos, ilha grega que frequenta nas férias, há cerca de dez anos.

Sob uma bandeira hoteleira de peso, cujo nome ela ainda não pode divulgar, o hotel era “o paraíso” da arquiteta, onde ela não pensava em trabalho. Ao saber que passaria a integrar uma grande rede, Anastassiadis conta que teve palpitação. “Eu me perguntei o que iria permanecer daquele ‘very quiet luxury’”, diz a arquiteta, lançando mão de um termo da moda que designa o uso de peças básicas, minimalistas e de boa qualidade, sem ostentação das marcas.

“Este projeto é uma coisa que, para mim, tem muito significado, porque



ANA PAULA PAIVA/VALOR



ARQUIVO PESSOAL

Aos 15 anos no Museu do Louvre: arte sempre presente



ARQUIVO PESSOAL

Anastassiadis até hoje se dedica à música e ao piano

meu pai é grego, meu marido [Nicolaos, que trabalha no mercado financeiro] é filho de pai e mãe gregos. Mas estou vivendo uma relação diferente na minha cabeça, porque vou ter reuniões com executivos que vão me exigir coisas, e eu vou ter que ir contra, quero defender aquele lugar”, diz Anastassiadis, que pretende trabalhar “preferencialmente com gregos”, com artesãos que já conhece na ilha, mas também profissionais das ilhas ao redor e de Atenas.

“Quando eu chego nesse local, é como se abrisse um portal e eu estivesse em outro mundo, é meu local de retiro. Eu vou para esse mesmo hotel, que é famoso, fica numa baía que é tombada pela Unesco. Não é luxuoso, é limpo e bem organizado”, conta a arquiteta, que sugeriu fazer uma “leve reforma”, mantendo a identidade do lugar, “a essência grega”.

“Mykonos não é mais a Grécia, virou uma locação de um filme que se passa na Grécia. E é legal, tem lojas, mas é um filme. Quando passa uma pessoa falando grego, parece que é um figurante”. ■

“Eu não tenho um carimbo, um modelo pronto de casa que eu vou repetindo”



ARQUIVO PESSOAL

Anastassiadis aos 22 anos em viagem à Europa

BALLET CLÁSSICO DE SÃO PETERSBURGO

O LAGO DOS CISNES

09 DE JULHO

ACESSE A PROGRAMAÇÃO COMPLETA PELO QR CODE AO LADO OU EM NOSSO SITE WWW.QUALISTAGE.COM.BR *ENTRADA ÚNICA, COMPRA SOMENTE EM NOSSO CANAL OFICIAL

quali stage

NOVOTEL HOTEL, SUITES & RESORTS

JBFM

VIA PARQUE SHOPPING



GABRIEL REIS/DIVULGAÇÃO

Importe com moderação

Bebidas A trajetória das importadoras de vinhos que se mantêm fiéis a nichos. Por Daniel Salles, para o Valor, de São Paulo

O francês Philippe Ormancey fez aquilo com que tanta gente sonha e que bem poucos têm coragem de fazer: jogou uma carreira estável como executivo para o alto e foi viver as incertezas de uma paixão. Em 2011, três anos depois de ser transferido para o Brasil como presidente na América do Sul de fusões e aquisições da ArcelorMittal, deu adeus à companhia. Era isso ou encarar o novo desafio imposto pela siderúrgica: mudar-se para a China, onde ela também atua. “Não quis submeter minha família a uma nova mudança e concluí que tinha chegado a hora de investir em um projeto pessoal”, lembra ele, nascido nos arredores de Paris.

Mudou do aço para o vinho, convertendo-se em importador especializado em rótulos franceses — que diz consumir desde que se entende por gente. “Nas idas às lojas especializadas e aos supermercados brasileiros nos tempos da ArcelorMittal, eu só costumava encontrar variedades do tipo a preços absurdos ou de baixíssima qualidade”, conta Ormancey, justificando a criação da Chez France. Na ativa desde 2012, quando ele se desvinculou da siderúrgica, a importadora é focada em pequenos produtores, com os quais mantém contratos de exclusividade. “Pelo fato de importarmos sem recorrer a intermediários, nossos vinhos custam de 30% a 50% menos do que produtos com o mesmo padrão à venda no Brasil”, diz o importador. “Vinho premium, para a Chez France, não é sinônimo de R\$ 400, mas da faixa entre R\$ 120 e R\$ 150.”

Restrita ao segmento B2C, a companhia nunca teve loja física e nem pretende. “Considerando o mercado de vinhos como um todo, as vendas online representavam só 5% do total na época em que a Chez France surgiu; hoje já são 30%”, observa Ormancey. “É um sinal de que optamos pelo caminho correto.” É ele quem se encarrega de dizer que rótulos estão ou não à altura do portfólio.

“Dou preferência a vinhos pouco ou nada amadeirados, que permitem que as uvas se expressem e favorecem o consumo no dia a dia”, resume. Um dos champagnes que ele selecionou é o Réserve Brut, feito com uvas chardonnay, pinot noir e pinot meunier,

da Maison Vollereaux (R\$ 307,30). O chablis do Domaine Maurice Lecestre, situado na Borgonha, custa R\$ 329. Com o passar dos anos, a importadora também se rendeu aos rótulos de Portugal, Itália, Espanha e Grécia.

No mês passado, a Chez France adquiriu os ativos da importadora Sociedade da Mesa, que pertencia ao grupo espanhol Vinoselección e dispunha de um conhecido clube de vinhos e de uma revista especializada nesse universo. “Adquirimos uma empresa três vezes maior do que a nossa”, gaba-se Ormancey.

Com a compra, o faturamento da companhia dele irá saltar dos R\$ 7 milhões de 2022 para R\$ 20 milhões neste ano. Ela trouxe 60 mil garrafas no ano passado e para 2023, considerando a aquisição, estão previstas 200 mil. A marca Sociedade da Mesa será descontinuada e os membros do clube estão sendo direcionados para o da Chez France, sediada em São Paulo. Para daqui a três anos, a meta é importar 350 mil rótulos por ano e faturar R\$ 40 milhões. “Escolhemos um nicho sólido”, afirma o ex-executivo da ArcelorMittal.

Enquanto as grandes importadoras do segmento faturam centenas de milhões de reais por ano, transportam contêineres e contêineres e escoam seus vinhos por meio de canais de venda diversos, as de nicho costumam se dar por satisfeitas com resultados bem mais modestos. É o caso da Cave Léman, também de São Paulo.

Criada em 2018 pelo paulistano Marcio Morelli — que antes trabalhava como consultor de empresas na Suíça, onde ele morou por cinco anos —, a importadora é especializada em rótulos de baixa intervenção. Falamos dos vinhos naturais e também dos orgânicos e biodinâmicos, que passaram a fazer enorme sucesso de uns anos para cá. “Prefiro dizer que se trata de produtos que seguem uma filosofia purista e que respeitam mais o consumidor e a natureza”, informa Morelli.

Para os naturais, ou vivos, estão vetados a clarificação, o controle de temperatura e o uso de herbicidas e demais aditivos químicos. “A fama desses vinhos abriu espaço para o surgimento de variedades de péssima qualidade”, admite o fundador da Cave Léman. “Mas considerar defeitos como



DIVULGAÇÃO

Acima, Philippe de Rothschild, da PNR; ao lado, Alaor Lino, da Anima Vinum



DIVULGAÇÃO

Philippe Ormancey, da Chez France, e Vivien Kelber, da Weinkeller



DIVULGAÇÃO

características dos naturais é inadmissível.” Não existe uma certificação que regule rótulos do tipo, mas para os orgânicos — aqueles que basicamente proíbem o uso de fungicidas e inseticidas —, sim. Varia de país para país e a maioria veta a adição de sulfito, a demonizada substância que combate a oxidação e favorece o transporte da bebida para lugares distantes.

Os biodinâmicos são feitos de acordo com os preceitos do filósofo Rudolf Steiner (1861-1925), fundador da pedagogia Waldorf e da medicina antroposófica. Esses vinhos ostentam o selo emitido pela associação Demeter, que atesta que o vinhedo põe em prática a rotação de culturas, que diminui o desgaste do solo, e leva em conta as fases da lua e as estações do ano na hora do plantio e da colheita — a certificação é mais branda em relação ao sulfito.

Outra certificadora é a Biodyvin, utilizada por vinícolas estelares como as francesas Domaine de la Romanée-Conti e Domaine Leflaive. Convém lembrar que há inúmeras vinícolas que seguem os mandamentos orgânicos e biodinâmicos à risca — sem se preocupar, no entanto, em obter certificados.

O portfólio de vinhos da Cave Léman, que também importa algumas cervejas europeias, reúne 25 produtores. A maioria deles está concentrada na França e na Áustria, embora haja espaço para vinícolas alemãs, italianas e portuguesas. O austríaco Christian Tschida é um dos produtores mais festejados no portfólio. Um dos tintos dele à venda, o Cabernet Franc Non Tradition, custa R\$ 697. O pinot noir do

produtor Claus Preisinger, outro da terra de Mozart, custa R\$ 465.

“O nicho dos vinhos de pouca intervenção é vantajoso porque atrai clientes fiéis, que não veem mais graça nos vinhos ‘mainstream’”, resume Morelli. “No ano passado, 47% da nossa base fez mais de uma compra.” Quantas garrafas de vinho foram vendidas em 2022? Cerca de 16 mil. “As vendas no começo deste ano foram horríveis”, admite o empresário, que também não dispõe de loja física. “Se batermos o resultado do ano passado em 2023 já estará de bom tamanho.”

A especialidade da Anima Vinum, que mantém uma pequena loja no bairro de Moema desde 2017, são os rótulos franceses de regiões como Champagne e Borgonha. Trata-se de uma filial independente de uma importadora francesa de mesmo nome.

Fundada em 2015 pelo empresário Alaor Lino, a operação verde-amarela iniciou suas atividades importando apenas 12 rótulos. Hoje ela traz mais de 600 variedades de 70 produtores, em geral de pequeno porte, num total de 30 mil garrafas por ano. Não é raro receber apenas 100 unidades de cada produto. O contra-rótulo de todos informa a quantidade de garrafas produzidas — geralmente entre 400 e 1.500. O Pinot Noir Hautes-Côtes-de-Beune sai a R\$ 302 e o champagne extra brut Les Terres Fines custa R\$ 794.

Restaurantes como Fasano e La Tambouille respondem por cerca de um terço das vendas. Entusiastas de grandes vinhos, mas não necessariamente entendidos, se encarregam da fatia restante. “Ficamos conhecidos pelas degustações que fazemos na loja”, diz Alaor. “Partimos do princípio de que, para vender um grande vinho, é preciso permitir que os clientes o provem.” Ele só vê vantagens na aposta no nicho que escolheu. “O que menos nos preocupa é o volume de vendas”, jura. “Oferecemos vinhos com características únicas e trabalhamos com consumidores fiéis. O único porém é a alta expectativa do nosso público, sempre à espera de algo novo e surpreendente.”

A única importadora do país que se especializou em rótulos alemães é a Weinkeller, que dispõe de uma loja física em Pinheiros. Na ativa desde 2012, pertence ao casal formado pela catariense Vivien Kelber e pelo alemão Tobias Welsch. Conheceram-se no país dele, onde ela ganhou intimidade com os vinhos brancos de lá. E casaram-se num célebre reduto da comunidade alemã em São Paulo, o Club Transatlântico, na Chácara Santo Antônio. Durante a preparação da festa, solicitaram algo aos organizadores que julgavam simples de obter e ainda mais ali: vinhos da Alemanha. A resposta: negativo. “Não serviam vinhos de lá pela dificuldade de encontrar rótulos a preços aceitáveis no Brasil”, lembra Kelber.

Veio daí a ideia de preencher essa lacuna. “Apostamos em rótulos premium e damos preferência a vinícolas orgânicas ou biodinâmicas”, diz a importadora. “E nos encarregamos de garimpá-los pessoalmente.” Hoje o portfólio da Weinkeller é formado por cerca de 30 rótulos de uma dezena de produtores. Os varietais com a uva riesling são, de longe, os mais vendidos, a exemplo do Goldstück, da vinícola Schloss Lieser (R\$ 429).

Elaborado com a uva gewürztraminer, o Silberberg, da Weingut Heinz Pfaffmann, custa R\$ 249. A clientela é formada principalmente por restaurantes como os paulistanos Cais e Barú Marisqueira — clientes finais respondem por 40% das vendas.

Crescido em meio a bancos e vinhedos, como a maioria de seus familiares, o francês Philippe de Nicolay Rothschild começou a importar vinhos para o Brasil, onde vive desde 2010, a princípio para abastecer a própria adega. A ideia partiu de uma ligação que ele fez para um dos importadores que traziam rótulos da família — os da incensada vinícola Lafite Rothschild são os mais conhecidos.

“Você tá falando em qual moeda? Lira italiana?”, esbravejou o francês ao se dar conta dos preços cobrados pelo tal importador. “Eu sei por quanto você comprou.” Daí a criação, em 2013, da importadora de vinhos PNR. São as iniciais do filho do barão Guy de Rothschild (1909-2007), bisneto daquele que comprou em 1868 o Château Lafite, hoje Lafite Rothschild.

Com direito a um clube de vinhos, batizado de Edega, a importadora concentra esforços nos vinhos da família de Philippe, a exemplo do Carruades de Lafite 2019, vendido a R\$ 7.373, e do Corbières 2017, do Château d’Aussières, que sai por R\$ 667 (associados do clube pagam menos). Mas a PNR também trabalha com outras 30 vinícolas, como a espanhola Félix Callejo e a do francês Daniel-Etienne Defaix. No portfólio só entram vinhos degustados e aprovados por Philippe, que carrega sobre os ombros uma trajetória familiar nesse universo que começou em 1853. ■

Vinho

Bordeaux sem crise



Jorge Lucki

Região é a que mais tem crescido na França, de uns cinco anos para cá, em termos de conversão para vinhos orgânicos

Independentemente do apelo comercial que os vinhos orgânicos ganharam nos últimos tempos, nem sempre as condições climáticas da região favorecem sua adoção. É o caso de Bordeaux, onde o clima úmido, resultante da proximidade do mar, contribui para o desenvolvimento de fungos e pragas, que, a princípio, precisam ser controlados através de substâncias não toleradas pelos organismos certificadores. Os custos e os riscos de perder parte ou boa parte da colheita são mais elevados.

Se os Grand Crus, sonho de consumidores espalhados mundo afora, comportam aumentos de preço que justifiquem enfrentar o desafio, o mesmo não ocorre com os vinhos de entrada e da gama média, que passam por sérias dificuldades diante da concorrência exercida por similares produzidos no Novo Mundo, disponíveis com relação qualidade x preço mais atraente.

Está em andamento, inclusive, um programa do governo francês incentivando produtores bordaleses a arcarem vinhas (limitado a 9 mil hectares, o que representa quase 8% da superfície plantada da região) ou destilarem parte de seus estoques. Há um certo consenso de que a medida, cujo objetivo é regularizar a oferta, por si só não vai mudar o quadro.

Os bordeaux perderam posição e muitos restaurantes franceses nem os têm mais em suas cartas. A imagem dos "petit château" está degradada, sobretudo devido à estratégia, iniciada por volta de 2000, moldada em "preço mais baixo possível e um mínimo de qualidade".

Para reverter essa situação, é preciso ter um diferencial. Investir em qualidade e apostar numa agricultura "bio" (termo correto utilizado na França para cultura sem utilização de defensivos agrícolas) é uma saída. Contudo, a transição para o orgânico não pode ser improvisada. Não é só mudar a abordagem, mas se dedicar a uma nova filosofia de produção e acreditar na proposta adotada.



Rachel Hubert juntou-se à equipe do Château Peybonhomme-Les-Tours em 2012

Bordeaux é a região francesa que, de uns cinco anos para cá, mais tem crescido em termos de conversão para vinhos "bio" certificados. Um passo adiante, e mais radical, é a escola biodinâmica, que se inspira nas teorias antroposóficas, criadas pelo filósofo austríaco Rudolf Steiner nos anos 1920. Adotá-la ou não com base apenas na impossibilidade de se comprovar cientificamente as benesses dessas teorias deixa de ser importante.

O fato de alguns dos melhores vinhos do planeta abraçarem esses preceitos já é um caminho — em Bordeaux, o Château Palmer e o Château Pontet Canet são biodinâmicos há mais de 15 anos e o Château d'Yquem está em processo de conversão. Acima disso há a questão de princípios, e isso não se discute.

Numa época em que isso era ainda menos reconhecido, Jean-Luc Hubert, do Château Peybonhomme-Les-Tours, situado na Côte de Blaye, na margem direita do estuário Gironde, ao norte de Saint Emilion, propriedade familiar desde 1895, resolveu es-

treitar mais os laços com o lugar em que habitava e trabalhava, pensando de certa forma no futuro em família.

Sem respostas imediatas, em meados da década de 1990, Hubert foi atrás de Nicolas Joly, cuja filosofia de trabalho baseada nos princípios biodinâmicos começava a se espalhar. Convertido em biodinâmica em 1997, o Peybonhomme foi um dos châteaux pioneiros dessa escola em Bordeaux. Dez anos depois, Hubert comprou o Château la Grolet, em Côtes de Bourg, AOC vizinha, onde adotou a mesma cultura.

Nesse mesmo ano, seu filho Guillaume se juntou à equipe, o mesmo acontecendo com filha Rachel, em 2012. Ambos respondem hoje integralmente pelas duas propriedades, que somam 80 hectares de vinhas.

Adotar práticas biodinâmicas requer também respeitar ao máximo a matéria-prima e conduzir a vinificação com um mínimo de intervencionismo para que seus vinhos tenham caráter e senso de origem, única forma de se diferenciar no competitivo mercado globalizado. São características bastante

presentes nos vinhos dos châteaux Peybonhomme e La Grolet (importados pela De la Croix) provados com Rachel Hubert em sua passagem por São Paulo, onde aproveitou para participar da feira Naturebas, cuja 11ª edição aconteceu na semana passada.

Mantendo presença importante de merlot na composição (como todos os tintos da margem direita de Bordeaux), as duas propriedades têm a particularidade de conter parcelas interessantes de malbec, que aparecem em maior ou menor proporção em algumas cuvées. Diferentemente, no entanto, dos malbecs argentinos, mais gordos, e dos de Cahors, mais duros, estes parecem mais elegantes. É o caso do L'Atypic 2021, nome apropriado para um vinho moldado com 60% de cabernet franc e 40% de malbec cofermentados, não produzido todos os anos.

Os malbecs com mais estrutura são destinados ao Energies, fermentado em cubas de concreto com estágio posterior de 12 meses em ânforas de barro de 160 e 450 litros. Não por acaso, o formato da garrafa foge do padrão da região, tem o desenho que caracteriza os borgonhas. O da safra 2020, com 60% de malbec e 40% de merlot, mostra uma visão mais moderna e pura dos bordeaux, bela aposta dos dois irmãos.

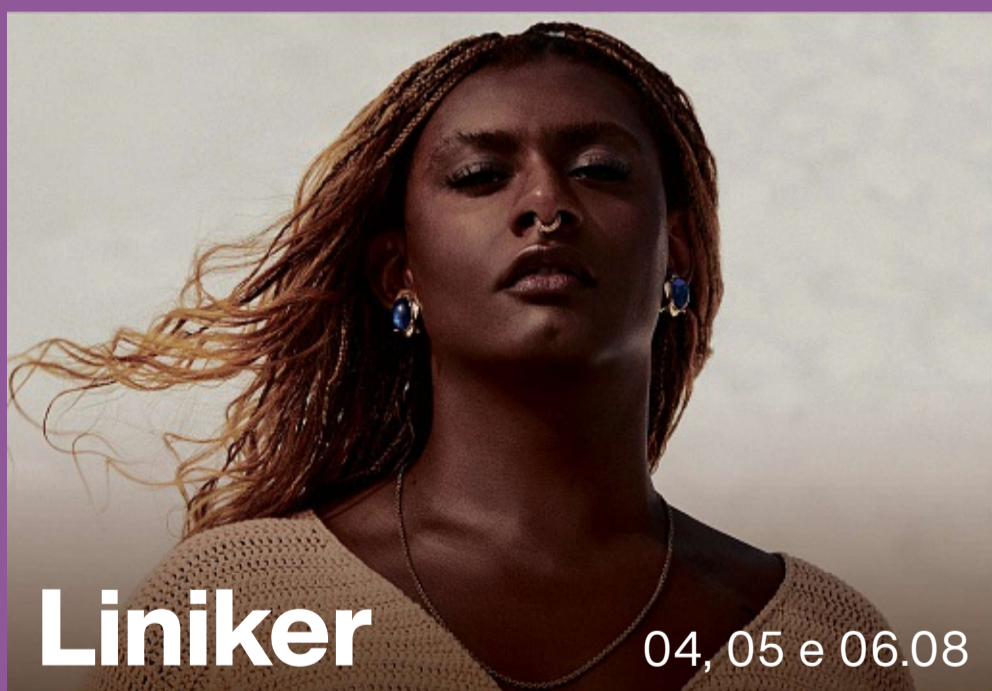
Embora geograficamente próximos e elaborados dentro do mesmo conceito de trabalho, os vinhos do Peybonhomme e do La Grolet têm perfis um pouco diferentes, com o último aparentando mais frescor e uma coluna vertebral mais apurada. Não é uma questão de melhor, mas de característica, trazida também pelos 20% de cabernet sauvignon, casta favorecida pelo clima menos quente de 2019 — o 2020 tem mais tanino e uma fruta madura mais presente.

Jorge Lucki escreve neste espaço semanalmente

E-mail: Colaborador-jorge.lucki@valor.com.br ■



Nos encontramos na música



e muito +



Ingressos:
casanaturamusical.com.br

Classificação indicativa: 16 anos

Cia Aérea Oficial: **Azul**

Apoio: **unidas** **Mercure**



LEONARDO RODRIGUES/VALOR



LEONARDO RODRIGUES/VALOR

“Os objetos podem ou não ser funcionais e nada é igual”
 Claudia Issa, criadora do metamorfos (à esq.)

Arte para o dia a dia

Design Mais artistas têm colocado suas assinaturas em objetos de uso cotidiano. Por Maria da Paz Trefaut, para o Valor, de São Paulo



Moringa e copo de Alex Ceverny

Quando se cansou do mundo corporativo, Sílvia Finotti, ex-executiva da Disney, formada em ciências sociais e com pós-graduação em marketing, não sabia o que fazer. Casada com o artista visual Celso Orsini, um dia pediu ao marido, que havia pintado um prato para o Museu Lasar Segall, que fizesse mais alguns para que usassem em casa, no dia a dia. “Adoro uma mesa bem posta”, diz.

Os comentários foram tão favoráveis que, em 2017, ela lançou uma linha de porcelana e uma de faiança assinadas por Orsini. “Eram pratos modernos, com desenhos geométricos. Foi um sucesso. Aí decidi continuar e juntei um grupo de arquitetos, pessoas da economia criativa e artistas para desenvolver coleções.” Nasceu, assim, a Massa Branca, uma marca de objetos que se propõe a trazer para o cotidiano peças de design com a assinatura de artistas de renome.

O que Finotti passou a fazer é algo conhecido como arte aplicada ou arte funcional, que, como diz o nome, tem uma funcionalidade no cotidiano. Esse conceito foi muito explorado pela escola alemã Bauhaus, que revolucionou o design entre 1919 e 1933 e que tinha como proposta acabar com os limites entre as diferentes expressões artísticas. Vanguardista, criava conexões entre artistas, arquitetos e artesãos e teve uma influência marcante no pensamento ocidental.

Finotti, que se autodefine como uma pessoa boa de execução, mas nada criativa, faz duas coleções por ano e sempre em parceria com artistas. Já fez com a escultora Joana Stickle, com os arquitetos L. Fernando Rocco e André Poppovic, com o desenhista e ilustrador Alex Ceverny, com o artista plástico Artur Lescher, entre outros. “É uma criação coletiva. Penso no artista, converso com ele, definimos os materiais e crio uma coleção. É superartesanal e dá muito trabalho”, diz, ao justificar o preço das peças, que não são baratas.

A coleção mais recente, assinada por Lescher, tem luminária, vaso, pratos de cerâmica e taças de cristal com aplicação de seus pêndulos. As taças custam entre R\$ 100 e R\$ 160 cada uma. “As pessoas não se importam. Vira um objeto de desejo, podem ser um presente de casamento. Tenho desde clientes que já possuem uma obra do artista aos que querem ter um pequeno objeto mais acessível.” A comercialização é apenas online.

Lescher conheceu Finotti ao comprar uma peça do artista Alex Ceverny, que havia feito uma coleção em cerâmica. “Gostei de ter um registro das coisas que ele faz em casa”, conta Lescher, entusiasta do processo. “Acho bacana, é um trabalho coletivo, não é

DIVULGAÇÃO

exatamente uma obra de arte, mas uma criação que soma várias autorias e expertises, que reúne artistas e artesãos. A arte aplicada tem tradições mais antigas e é algo que me interessa. Há nela uma ideia de socializar o objeto de arte por meio do design.”

Na verdade, Lescher confessa que fez a coleção porque queria ser um usuário dos objetos. “Meu interesse ao licenciar meus projetos, maquetes e desenhos foi mais a possibilidade de poder fazer do que o aspecto comercial propriamente dito.” No entanto, em parceria com a mulher, Mariane Klettenhofer, está desenvolvendo uma linha de brinquedos. “São peças mais acessíveis e se dirigem a um público negligenciado, os jovens.”

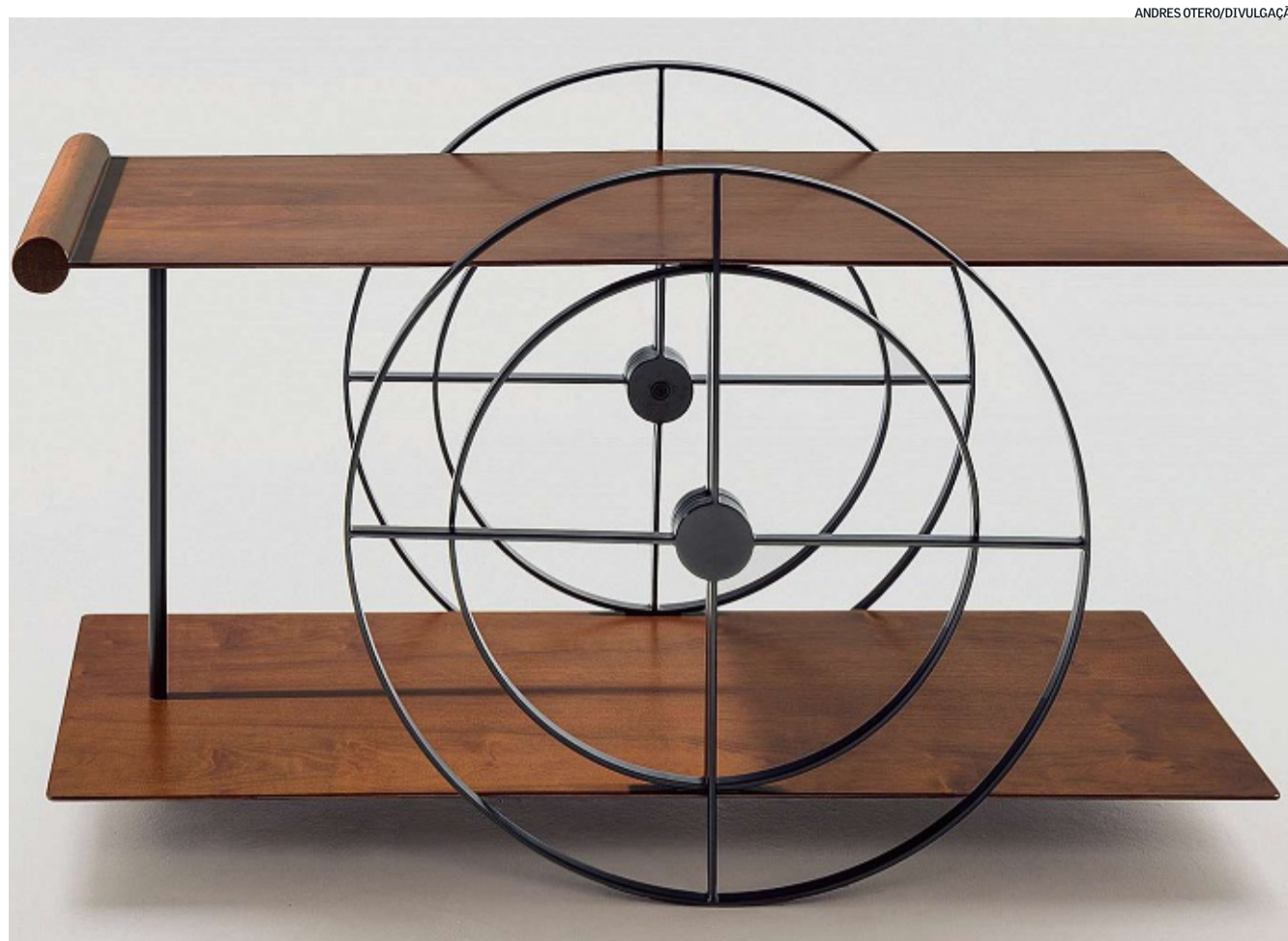
Alex Cerveny já tinha experiências anteriores com objetos de uso cotidiano. “Sempre gostei de expressar a arte aplicada.” Um de seus primeiros trabalhos foi um tapete para uma casa em Campos de Jordão, onde acabou fazendo ainda um espelho e um jogo de xadrez. “Depois, passei a produzir pequenos objetos para dar de presente e acompanhava de longe as coleções que a Silvia fazia na Massa Branca.”

Ao ser convidado para assinar uma coleção com seus desenhos, ele escolheu apenas a cor natural da cerâmica nos pratos, vasos e na moringa. O que manda é a simplicidade: algumas peças têm detalhes em branco e não há filetes nos copos. “Minha bússola é o prazer. Entre meus desenhos, alguns foram inspirados numa novela, foi uma homenagem ao nosso Olimpo televisivo.”

Cerveny acredita que esse mercado ainda é quase novidade no Brasil e que ainda vai acontecer. “O futuro vai dizer se são ou não peças de arte.” E lembra que é comum em feiras de objetos antigos de Paris se encontrar anúncios com ilustrações de Toulouse-Lautrec (1864-1901), que as fazia para revistas no século XIX. Nesses mesmos mercados também estão à venda, por preços que variam de € 500 a € 800, notas de US\$ 2 assinadas com caneta hidrocor por Andy Warhol (1928-1987).

Cada objeto pode ter vários usos nas peças criadas por Claudia Issa, da Konsept Design, que trabalha na fronteira entre arte e artesanato. “Os objetos podem ou não ser funcionais e nada é igual”, diz, ao explicar sua instalação em argila “metamorfo”, composta por 30 pequenas peças que se conectam aleatoriamente. Na mesa de sua casa, a obra contém musgos e funciona como um minijardim. Mas o mesmo trabalho (R\$ 9 mil) já foi usado para compor mesas de festas e acondicionar comida. Por isso, é lavável.

Issa atuou durante anos em agências de publicidade como designer gráfica e criadora de marcas. “A argila foi meu veículo para sair do computador e usar as mãos como uma maneira de pensar. Não nego as imperfeições e não quero usar formas de maneira repetitiva”, diz ela, que faz peças sob encomenda e desenvolve coleções para algumas marcas, tudo meio “tailor made”, e também vende no site da SP-Arte. “Procuro fugir das tendências. Agora, me sinto pronta para ir para um lugar mais autoral.”



ANDRES OTERO/DIVULGAÇÃO



DIVULGAÇÃO

Carrinho Malabares de Jacqueline Terpins

Conjunto de pratos de Artur Lescher



DIVULGAÇÃO

Silvia Finotti colabora com vários artistas



DIVULGAÇÃO

Artur Lescher com uma de suas taças



DIVULGAÇÃO



DIVULGAÇÃO

A Tábua Anastácia é uma criação do artista Alex Cerveny

Uma particularidade de Issa é que ela faz instrumentos musicais variados em vasos de cerâmica, que são para tocar. “Pesquisei bastante sobre isso, há uma grande tradição na Etiópia”, ensina, enquanto emite sons com um vaso de grandes dimensões com furos. O preço de suas obras começa em R\$ 3 mil e vai até R\$ 30 mil.

Antiga conhecida nesse mercado, a designer Jacqueline Terpins faz de pequenos objetos como lamparinas a mesas de grandes dimensões. No mobiliário, uma de suas características é buscar a leveza em peças que fazem uso do equilíbrio e aterrissam no solo de forma sutil. Uma delas é o aparador cello, de madeira maciça, apoiado em três pés, que terminam com ponteiros de aço, e foi feito numa edição limitada de 30 peças com mais duas PA (prova do artista).

“Eu estava em Nova York assistindo a um concerto de jazz e fiquei vidrada no violoncelo que estava à frente. Na hora, peguei um guardanapo para fazer um primeiro esboço do que poderia vir a ser o aparador. No dia seguinte, no hotel, fiz um desenho mais bem acabado”, lembra. Para ela, qualquer lugar oferece possibilidades de criação. Ela tem coleções de cristal soprado inspiradas no arquipélago das Anavilhanas e vasos que partem de visões que teve em outras regiões da Amazônia.

Terpins foi aluna de Anna Bella Geiger, Lygia Pape e Ivan Serpa. “Sou daquela turma do MAM Rio [Museu de Arte Moderna] do final dos anos 1970”, diz, ao falar que pegou carona na revolução do design dos anos 1960. Ela prefere a expressão arte funcional ou “design art” para se referir aos objetos que faz e que são aqueles que escolhemos para conviver no cotidiano. “Eles se tornam relevantes por serem a nossa companhia dentro de casa. É uma escolha sua, que tem um aspecto contemplativo e também útil.” O preço dos objetos no Estúdio Jacqueline Terpins varia de R\$ 396 a R\$ 90 mil.

A busca de equilíbrio presente em muitas de suas peças vem de um pensamento que tem por base a impermanência e a finitude. “Vivi perdas importantes que me fizeram ter essa noção clara. Estamos aqui apenas com dois pés no chão.” ■

FRONTEIRAS

DO PENSAMENTO

UM ENCONTRO
COM O MAIS
ACLAMADO
PROFESSOR
DE HARVARD

TURNÊ
**MICHAEL
SANDEL**
NO BRASIL

07
AGO

Universidade
Presbiteriana
Mackenzie
São Paulo-SP

GARANTA SEU
INGRESSO:

fronteiras.com
© 11 93775 5752

Faça como milhões de pessoas no mundo e venha assistir também o grande mestre das questões da vida.

Parceira Educacional

Colégio Bandeirantes

Parceira Institucional

Parceira Cultural

Local

Patrocínio

Neutrolização de Carbono

Parceira Acadêmica

Realização

Fórmula animada

Cinema Wes Anderson promove encontros com alienígenas em seu estilo único de filmar. Por Elaine Guerini, para o Valor, de Cannes

Wes Anderson criou um imaginário cinematográfico próprio, facilmente reconhecível. Sempre povoados por personagens excêntricos e carregados de ironia, seus filmes têm um quê de fábula, apresentados em um mundo estilizado e impregnado de nostalgia. O diretor texano ainda faz tudo sempre do mesmo jeito no que diz respeito ao processo criativo, o que possivelmente só ajuda a alimentar o fascínio que gravita ao seu redor, reforçando o culto aos seus filmes.

Durante a promoção de “Asteroid City”, seu último longa-metragem, na 76ª edição do Festival de Cannes, o método de trabalho de Anderson foi detalhado, incluindo o uso do “animatic”. É assim que o cineasta chama o desenho animado que desenvolve para cada um de seus filmes, uma espécie de cartilha para a produção do live-action com um enquadramento de cenas quase matemático.

É no “animatic” que nasce o seu estilo único de filmar. Antes que Anderson grite “ação!” nos seus sets, toda a linguagem visual é estabelecida primeiramente na animação, feita por um profissional do setor, deixando o próprio diretor encarregado de dublar todas as vozes. “Quem vê esse tipo de storyboard percebe como ele é igualmente divertido e brilhante”, diz o ator Stephen Park, escalado como o pai de um astrônomo júnior em “Asteroid City”.

Com lançamento agendado para agosto no Brasil, a comédia de ficção científica que concorreu à Palma de Ouro de Cannes, bebendo na ufologia, já desponta como um dos maiores sucessos comerciais do diretor. Em junho, o título bateu o recorde de bilhe-



Jason Schwartzman, um membro regular da trupe de Wes Anderson, e Tom Hanks em “Asteroid City”

teria de fim de semana de uma obra de Anderson na América do Norte. Ao promover encontros com alienígenas no deserto americano nos anos 50, “Asteroid City” arrecadou US\$ 9 milhões em três dias, superando a marca anterior, conquistada por “O Grande Hotel Budapeste” (2014), com US\$ 8,5 milhões arrecadados no mesmo período.

Realizado com apenas US\$ 25 milhões (orçamento baixo para o padrão da indústria), o novo título deve fazer frente, pelo menos em solo norte-americano, ao atual campeão de bilheteria de Anderson, o próprio “Budapeste”. Ele foi responsável pela renda doméstica de US\$ 59 milhões e o faturamento de US\$ 163 milhões mundialmente.

“O ‘animatic’ é um modelo, por existir uma óbvia especificidade nas tomadas de Wes. Não é algo que dê para improvisar na filmagem”, diz o ator Jeffrey Wright, também recrutado para o time de “Asteroid City”, atualmente com a renda global de US\$ 29,5 milhões, sem ter estreado ainda em muitos territórios. “Como tudo é esquematizado, o desenho serve para isso, representando a planta do projeto e o andaime que facilitam a visão do diretor no set”, completa Wright, escolhido por Anderson para interpretar aqui o anfitrião de uma convenção de astronomia.

“Apesar de eu ter o ‘animatic’, que é o meu plano, tudo acaba improvisado de alguma maneira na filmagem, já que as emoções e as expressões vêm do meu

elenco”, afirma Anderson, em encontro com a imprensa em Cannes. Alguns “animatics” do diretor estão disponíveis online, principalmente no YouTube, onde se vê, por vezes, a cena animada ao lado da cena filmada com os atores.

É no “animatic” que Anderson define a estética que recentemente tem inspirado tendências na internet. Uma delas recorre à inteligência artificial para mostrar como seriam alguns clássicos, como a franquia “Star Wars”, pelas lentes de Anderson, em vídeos no YouTube que repetem a paleta de cores em tons pastéis e os enquadramentos centralizados.

Seu estilo também é imitado em fotos e vídeos postados nas redes, sobretudo no TikTok, muitas vezes com cenas corriqueiras dos usuários vestidos como personagens de Anderson. Ou seja, dando a impressão de terem saído de um filme antigo.

“Sou particularmente atraído pelas técnicas do passado. Filmar com o fundo verde [sobre o qual um cenário digital é inserido na pós-produção] nunca passa pela minha cabeça. Filme em película, e a forma como trabalhamos é provavelmente mais parecida com o que era feito nos anos 1930 e não com os filmes de agora”, conta Anderson, de 54 anos, que chega ao seu 11º longa-metragem.

O cuidado meticuloso com os detalhes foi fundamental para a recriação melancólica dos EUA dos anos 50, mais especificamente em cenários iso-

lados onde testes nucleares eram realizados. Tudo gira em torno de uma convenção de astronomia voltada para jovens, sediada na fictícia e desértica Asteroid City, batizada com esse nome graças a um meteorito que caiu no local há milhares de anos.

Da cidade, os visitantes conseguem avistar as nuvens em formato de cogumelo, produzidas pelos testes atômicos. E depois que uma nave alienígena pousa por alguns minutos na cidade, o tempo justo para que o extraterrestre roube um fragmento de meteorito, o local é colocado em quarentena pelos militares.

O cerco é a desculpa que Anderson precisava para criar mais situações surreais, envolvendo os personagens dos atores recorrentes em sua filmografia. Como Scarlett Johansson (no papel de atriz “presa” na cidade), Jason Schwartzman, Bryan Cranston, Tilda Swinton, Edward Norton, Adrien Brody e Jeff Goldblum, entre outros. Quem estreia no clã desta vez é Tom Hanks, no papel do sogro do fotógrafo de guerra vivido por Schwartzman.

Outra característica de Anderson é dar o mesmo peso aos personagens, sem deixar que algum deles leve o filme nas costas, ganhando destaque. “Wes Anderson é como um maestro de uma orquestra. Cada um de nós toca um instrumento específico, sem saber qual será o resultado do conjunto”, afirma Bryan Cranston, chamado pelo diretor pela primeira vez para o elenco de “Ilha dos Cachorros” (2018).

Seus atores-fetiche sabem muito bem o que significa rodar com Anderson: nada de trailer (para se refugiar) ou mesmo de queda para o almoço. O cineasta faz questão de que toda a trupe fique hospedada no mesmo lugar e que jante todas as noites em equipe. “Seu Jorge pode trazer até o seu violão e cantar algumas músicas depois do jantar”, diz Anderson, rindo.

Aqui ele dirige o artista carioca pela segunda vez — depois de “A Vida Marinha com Steve Zissou” (2004). “Eu o vi em ‘Cidade de Deus’ (2002), antes de convidá-lo para aquele trabalho, em que Seu Jorge reinventou músicas de David Bowie”, conta o diretor, acrescentando que a dupla ficou em contato desde então. Anderson costuma ver apresentações do brasileiro em Nova York e Paris. “Como eu precisava de um músico caubói em ‘Asteroid City’, logo pensei em perguntar se Seu Jorge tinha tempo para o trabalho. Ele tinha. E com o bônus de tocar para nós, à noite, o que acredito ter impregnado o filme de algum modo.” ■

‘Black Mirror’ ganha nova roupagem

TV Série distancia-se do conceito tecnológico para adotar elementos do horror tradicional. Por Luciano Buarque de Holanda, para o Valor, de São Paulo

Não é de hoje que os detratores apontam o declínio de “Black Mirror”. A terceira temporada (2016) já era alvo de críticas, quando, na verdade, reunia alguns dos melhores episódios da série — “San Junipero” entre eles. Justiça seja feita, o programa de Charlie Brooker jamais falhou em surpreender ou perdeu sua relevância enquanto crônica social. Pelo contrário: suas mais sombrias predições parecem caminhar para a realidade, agora que a tecnologia da IA alcançou o patamar de ameaça concreta.

Nunca houve um episódio de fato ruim, apenas mediano — e mesmo esses não deixavam de suscitar alguma reflexão. Até esta sexta temporada. Pela primeira vez, “Black Mirror” deixa de lado o conceito tecnológico para adotar elementos do horror tradicional.

É um reset na série, nas palavras do próprio Brooker, que diz que o streaming anda saturado de utopias futuristas. Na prática, “Black Mirror” se torna muito mais parecido com “Além da Imaginação” (“The Twilight Zone”, no original), seriado ao qual tantas vezes já foi comparado. Isso não significa necessariamente que a série tenha decaído, mas parte dos fãs decerto ficará frustrada. Não sem razão.

“Loch Henry”, uma crítica à natureza necrófila do gênero “true crime”, descamba para um thriller de assassinato quase convencional. “Mazey

Day”, que aborda a relação entre famosos e paparazzi, toma um drástico rumo sobrenatural. Não parece nada com um episódio de “Black Mirror”, mas por isso mesmo seu clímax será absolutamente surpreendente. Em ambos os episódios, a tecnologia surge como um pano de fundo, sem interferência direta na trama.

“Loch Henry” e “Mazey Day” também refletem o novo interesse de Brooker por mídias obsoletas: fitas de VHS, cartuchos de câmera digital, aparelhos de videocassete etc. Dos cinco novos episódios, três são ambientados no passado.

Mas nenhum deles se distancia tanto do conceito original quanto “Demônio 79”, dirigido por Toby Haynes, mesmo diretor do aclamado “USS Callister”, da quarta temporada. O episódio inaugura um segmento especial da série, o “Red Mirror Presents”, assim batizado para identificar histórias de cunho mais sobrenatural. Inicialmente, “Mazey Day” apareceria sob o mesmo selo, mas Brooker mudou de ideia em prol do elemento surpresa.

Ambientado no ano do título, “Demônio 79” funde humor ácido numa estética retrô meio “tarantiniana” para falar de uma imigrante indiana (Anjana Vasani, de “We Are Lady Parts”) acidentalmente incumbida de evitar o armagedom.

Para tal, ela terá que sacrificar três

Aaron Paul estrela o episódio “Beyond the Sea”, que, com 80 minutos, é quase um filme e já vale por toda a temporada

Black Mirror - 6ª temporada
Inglaterra - 2023. Criador: Charlie Brooker.
Onde: Netflix
★★★★★



vidas humanas à sua escolha, dilema em parte facilitado pela atmosfera xenófoba de sua vizinhança. Não há qualquer citação tecnológica no roteiro, mas nem por isso deixa de ser interessante. Talvez o único erro de Brooker tenha sido não sinalizar adequadamente o selo “Red Mirror” como uma espécie de spin-off.

Um dos episódios mais frágeis, curiosamente, é um dos dois únicos que retomam a habitual temática. “A Joan é Péssima” traz Annie Murphy (“Schitt’s Creek”) como uma executiva de TI cuja vida passa a ser encenada em tempo (quase) real numa série de streaming — com Salma Hayek interpretando o seu papel. Parece um conto de realismo fantástico até Brooker amarrar à trama conceitos de computação quântica e realidade deep fake. Uma solução brilhante, mas a narrativa aos poucos vai se perdendo entre o

humor escatológico e a performance caricata de Hayek (como ela mesma).

Já “Beyond the Sea”, estrelado por Aaron Paul (“Breaking Bad”), impõe-se como carro-chefe com citações a “2001 - Uma Odisseia no Espaço” e maior requinte dramático. A trama é ambientada no ano de 1969, porém numa realidade alternativa, onde a tecnologia espacial encontra-se muitos anos à nossa frente.

Grças a um processo de transferência mental, dois astronautas em missão no espaço fazem uso de perfeitas réplicas sintéticas para interagir com suas respectivas famílias na Terra. Quando uma das réplicas é danificada, entretanto, eles precisam compartilhar um mesmo “corpo”, acordo que terá sérias consequências emocionais. Com 80 minutos de duração, o episódio é quase um filme e já vale por toda a temporada. ■

Um herói preso no tempo

Janela Crítica

Novo 'Indiana Jones' não é capaz de produzir uma imagem que vá se prolongar na memória dos espectadores. Por Pedro Butcher, para o Valor, do Rio



Em texto para a "Cahiers du Cinéma" publicado em outubro de 1981 (traduzido para o português por Ruy Gardnier para a Contracampo, por enquanto ainda facilmente encontrável nos repositórios da internet), o cineasta francês Olivier Assayas, ainda na sua encarnação crítico de cinema, escreveu as seguintes palavras sobre o recém-lançado "Caçadores da Arca Perdida": "George Lucas construiu boa parte de seu sucesso a partir da ideia simples de que o público de cinema, agora educado pela televisão e pelas histórias em quadrinhos, desejava reencontrar na tela grande seus hábitos de leitura. Enquanto o cinema persiste inspirando-se na forma romanesca que foi dominante para a geração anterior — que ainda lia —, Lucas, não sem demagogia, capta a ligação fundamental do espectador adolescente com uma estrutura em episódios e personagens familiares que constituem o laço de um filme a outro".

Ainda que guarde uma certa soberba cultural que talvez o Assayas de hoje refute (ele pressupõe que ler quadrinhos não seria uma leitura, propriamente), o texto entende aquilo que

Lucas enxergou, e o que "Caçadores" representou, como uma profecia: histórias em quadrinhos e franquias se tornariam padrão da produção industrial hollywoodiana. Assayas também centra seu texto em George Lucas, e não em Spielberg. De fato, o personagem Indiana Jones é um empreendimento de Lucas executado com maestria por Spielberg.

Juntos, eles conseguiram reunir o espírito das HQs a uma certa estrutura cinematográfica, obedecendo às engrenagens do famoso dispositivo usado por Alfred Hitchcock em tantos filmes, o "McGuffin", inspirado em uma estratégia literária de John Buchan, um de seus escritores favoritos, autor de "Os 39 Degraus": "O que me agrada em Buchan é algo profundamente britânico; é o que chamamos de understatement" — ou seja, a apresentação de acontecimentos dramáticos em tons leves, uma "desdramatização do drama". Essa desvalorização da trama permite uma virada em favor da forma: "Quando faço um filme, a história não é importante; o que importa é como contá-la. Num filme de espionagem, por exemplo, o que o espião busca é o

O Indiana de Harrison Ford agora tem a companhia da Helena de Phoebe Waller-Bridge na aventura

de menos. Vale mais como ele procura", contou Hitchcock a François Truffaut, no célebre livro de entrevistas.

Toda essa introdução para enfim chegarmos a "Indiana Jones e a Relíquia do Destino", a quinta aventura do arqueólogo aventureiro encarnado por Harrison Ford. Pela primeira vez, a direção não foi entregue a Spielberg, mas a James Mangold (de "Johnny & June", "Wolverine", "Logan" e "Ford vs Ferrari"). Todos os filmes anteriores não eram propriamente perfeitos, mas traziam pelo menos um grande momento, uma imagem icônica.

Spielberg pode ser conhecido como narrador, mas é muito melhor como criador de imagens. Pode também ser conhecido pelo seu eficaz sentimentalismo, mas seus melhores momentos estão mais próximos do horror e do suspense: os rostos nazistas que derretem como cera em "Caçadores da Arca Perdida" (1981), o coração arrancado de um peito em "Indiana Jones e o Templo da Perdição" (1984), a ilusão de óptica que salva o arqueólogo do abismo em "Indiana Jones e a Última Cruzada" (1989). Mesmo o quarto e desacreditado filme da série, "Indiana

Jones e o Reino da Caveira de Cristal" (2008), feito 19 anos depois do terceiro, traz uma sequência fabulosa: aquela em que Indiana Jones observa ao longe a gigantesca nuvem em forma de cogumelo que se forma depois de uma explosão nuclear. Naquele momento, parecia a despedida perfeita para o herói físico e corpóreo, obsoleto diante da ameaça nuclear, abrindo alas para os heróis com superpoderes.

Pois bem: "Indiana Jones e a Relíquia do Destino" prolonga essa despedida com um tom mais nostálgico. O herói se vê diante da possibilidade de perder-se definitivamente no passado e abandonar "um mundo que não se importa mais com homens como nós". A estrutura obedece ao dispositivo do McGuffin: a "reliquia do destino" perseguida por Indiana e sua companheira de aventura Helena (Phoebe Waller-Bridge) é uma desculpa para acionar as engrenagens do movimento perpétuo e as eletrizantes cenas de ação. Ainda que o filme procure caprichar no agrado aos fãs, porém, não é capaz de produzir uma imagem que vá se prolongar na memória dos espectadores, mesmo os mais nostálgicos. ■

Indiana Jones e a Relíquia do Destino

(EUA, 2023)

Dir: James Mangold

Dist.: Disney. Em Cartaz

★★★★

É tudo verdade

007 em novo panteão



Amir Labaki

'Moscou Contra 007' entra na seleta lista de filmes a receber análise da BFI Film Classics

Enquanto Hollywood confia a retomada pós-pandemia à sucessão de sequências com heróis estabelecidos, um se despedindo (o Indiana Jones de Harrison Ford), outro a caminho (o Ethan Hunt de Tom Cruise, no dia 21, em "Missão Impossível 7"), a mais longa franquia cinematográfica acaba de finalmente adentrar uma espécie de panteão filmico.

Às vésperas de completar 60 anos de sua estreia, "Moscou Contra 007" (1963), no original "From Russia With Love", é a primeira aventura nas telas de James Bond a ganhar uma análise na seleta série de monografias da BFI Film Classics (112 págs, US\$ 14,47, disponível em Kindle no original em inglês).

Pesquisadora visitante na Universidade de East Anglia, na Inglaterra, a autora Llewella Chapman não é uma neófito em estudos bondianos. Há dois anos Chapman publicou o principal estudo sobre a evolução dos figurinos nos filmes do espião britânico com licença para matar criado em 1952 por Ian Fleming (1908-1964), "Fashioning James Bond: Costume, Gender and Identity in the World of 007" (Bloomsbury Academic, 2021, 336 págs, US\$ 29,95, inédito em português).

Para o filme e para a ensaísta, é um feito editorial e cinematográfico e tanto. Publicada ininterruptamente há mais de três décadas, a coleção da BFI já contemplou filmes clássicos com ensaios originais de tirar o chapéu, como "Cidadão Kane" (1941), por Laura Mulvey; "O Mágico de Oz" (1939), por Salman Rushdie e "Os Pássaros" (1963), por Camille Paglia, para ficar em apenas três exemplos de livros que ganharam edição nacional pela editora Rocco no final dos anos 1990, infelizmente hoje esgotados.

Comprovando o ecletismo, títulos mais recentes dissecavam "Encontros e Desencontros" (2003), por Suzanne Ferris; o cubano "Memórias do Subdesenvolvimento" (1968), por Darlene J. Sadlier; e "Todos os Homens do Presidente", por Robert B. Ray e Christian Keathley. No prelo, nada menos que "Caminhos Perigosos" (1973), por Demetrios Matheou, e "A Felici-



Daniela Bianchi e Sean Connery em "Moscou Contra 007", o segundo título da série

dade Não Se Compra" (1946), por Michael Newton, entre outros. Não surpreende, assim, a chancela do mestre americano Jonathan Rosenbaum, que a classificou como "talvez a mais generosa série de livros na história da crítica cinematográfica".

Por que então "Moscou Contra 007", que você pode ver ou rever em várias plataformas de streaming? Llewella Chapman não hesita: trata-se do "filme mais criativo, cheio de suspense e emocionante da série Bond". Para secundá-la, ela lembra a pesquisa realizada em 2004 pela revista especializada britânica "Total Film", que classificou "Moscou Contra 007" como "o nono maior filme britânico de todos os tempos".

Central à persuasiva argumentação de Chapman é o fato de "From Russia With Love" representar apenas o segundo título da série aberta em 1962 por "007 Contra o Satânico Dr. No", também dirigido pelo experiente Terence Young (1915-1994). Produzido ainda antes do lançamento com estrondoso sucesso do filme inaugural, que catapultou para a imortalidade Sean Connery (1930-2020), havia ainda confortável margem de manobra.

"Moscou Contra 007" escapou assim "da fórmula Bond que foi cimentada por '007 Contra Goldfinger' (1964), o filme posterior desenvolvendo o vilão megalomaniaco, as 'Bond girls' e os carros esportes mo-

dificados", sustenta a autora. Adaptado por Johanna Harwood e com roteiro final de Richard Maibaum, a trama não se distancia demais do quinto volume publicado por Fleming.

A principal modificação estrutural é Bond enfrentar não a agência soviética Smersh, mas sim uma arapuca urdida por Rosa Klebb (Lotte Lenya), uma agente da contraespionagem russa que secretamente desertou para unir-se à máfia criminosa internacional Spectre.

Atenuados até apenas um certo ponto, os ecos da Guerra Fria combinam-se ao ritmo frenético da narrativa para aproximar "Moscou Contra 007" do ciclo de thrillers britânicos de espionagem da década de 1960, de "Ring of Spies" (1964), de Robert Tronson, e "O Espião que Saiu do Frio" (1965), de Martin Ritt, à série estrelada por Michael Caine como o agente Harry Palmer ("Ipcress"; "Arquivo Confidencial"; "Funeral em Berlim"; "O Cérebro de Um Milhão de Dólares"). O breve engajamento do criador literário de Palmer, Len Deighton, entre os roteiristas de "Moscou", ausente dos créditos, talvez tenha sua influência subestimada.

Para além da minuciosa reconstrução da feitura do filme, Llewella Chapman o radiografa a partir da leitura estruturalista de Umberto Eco, baseada em seu estudo das narrativas de Fleming como jogo, e da análise feminista de Laura Mulvey sobre a objetificação da mulher no cinema pelo olhar masculino. A crítica promete ainda desenvolver novos estudos sobre a subestimada (e subremunerada, como mostra um quadro) participação das mulheres nas produções da série.

"Talvez Bond 26 (o próximo) possa ter a primeira mulher na cadeira de direção?" é a pergunta certa de Chapman na página final. Mais importante do que suceder a Daniel Craig como 007, não há dúvidas que seria.

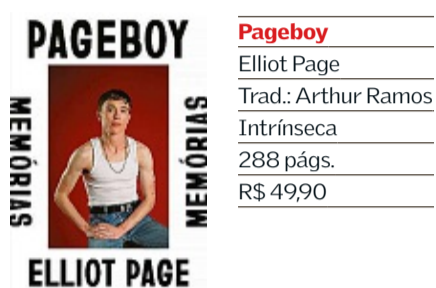
Amir Labaki é diretor-fundador do É Tudo Verdade — Festival Internacional de Documentários.

E-mail: labaki@etudoverdade.com.br
Site do festival: www.etudoverdade.com.br ■

EU & LIVROS

Sucesso e negação em Hollywood

Ator Elliot Page relembra sua trajetória. Por Elaine Guerini, para o Valor, de São Paulo



Em uma das melhores passagens de “Pageboy”, livro recém-lançado por Elliot Page, o ator recorda como foi pressionado a usar vestido e salto alto na première de “Juno”, em 2007, em Toronto. “Eu planejava usar calça jeans e camisa chique. Quando a equipe de publicidade da Fox Searchlight descobriu, eles correram comigo para a Holt Renfrew [loja de departamentos luxuosa do Canadá], com uma pressa dramática que é característica de Hollywood”, conta ele.

O diretor do filme, Jason Reitman, também teria insistido para que Page “cumprisse” o seu papel. “Ser informado de que eu era inadequado e ficar famoso à medida que eu me repudiava era a corda bamba na qual eu andava desde que me entendia por gente. Tinha nojo de mim tanto quanto eles”, escreve o autor, de 36 anos, que só se declarou homem trans em dezembro de 2020.

A indicação ao Oscar de melhor atriz (como Ellen Page) só trouxe mais desconforto. Sobre tudo durante a campanha que antecedeu à premiação. “As festas às quais precisei ir, as entrevistas em que tive que sorrir, mudar minha linguagem corporal e meu jeito de falar para cumprir o papel que haviam definido para mim. Queria que tudo aquilo acabasse, não só o período de divulgação, mas o fingimento todo”,



Elliot Page anunciou transição de gênero em meio a temporadas de ‘The Umbrella Academy’

diz Page, indicado ao prêmio pelo retrato da adolescente grávida à procura de pais adotivos para o seu bebê.

Com a projeção, as ofertas de trabalho começaram a pipocar. E ninguém da equipe de Page entendia por que ele recusava bons personagens. “Foi difícil de explicar que eu não queria pegar o papel por causa das roupas”, afirma Page, que se sentiu à vontade na pele de Juno por ser uma adolescente moleca adepta dos moletons. Na época, as roupas largas eram as suas preferidas fora dos sets.

Hoje o seu visual mudou bastante — principalmente após a cirurgia para a retirada dos seios e a terapia hormonal. Para a capa do livro, por exemplo, ele escolheu uma foto irradiando masculinidade: com camiseta regata branca para mostrar os braços malhados e tatuados e uma corrente no pescoço.

Mas foi um longo percurso para chegar até essa imagem autoconfiante. E é justamente essa jornada que o ator resgata em suas memórias, incluindo bullying e abusos sofridos desde a infância à vida adulta, mesmo com o status de prestígio que ganhou com “Juno”.

Page não interpretava apenas quando filmava. Fazia o mesmo nas aparições públicas e nas entrevistas. “Era excessivo representar um papel na tela quando o que eu precisava interpretar em minha vida pessoal já me sufocava tanto”, escreve ele no livro, também recheado com seus atritos familiares e seu histórico de relacionamentos amorosos (com mulheres e poucos homens).

A perspectiva de alguém que tinha acabado de alcançar o sucesso, mas, mesmo assim, preferia “sumir”, é o que o livro tem de melhor. Sobre tudo

por se tratar de alguém que venceu em Hollywood, um mundo que sempre exerceu muito fascínio sobre Page e, ao mesmo tempo, exigia que ele vivesse em negação.

Seus primeiros agentes e empresários diziam que, se ele quisesse ter uma carreira, seria melhor não sair do armário, o que só aconteceu em 2014. O ator inicialmente se declarou gay durante conferência sobre direitos humanos em Las Vegas, episódio que intensificou a perseguição.

No capítulo “Babaca famoso na festa”, Page conta (sem revelar o nome) que um dos “atores mais famosos do mundo” o insultou durante uma festa em Los Angeles, pouco depois da conferência. “Você quer atenção. Vou te foder para você entender que não é lésbica”, escreve Page, nos diálogos que recriam a cena.

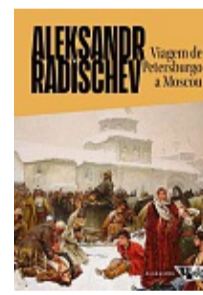
Em outro relato, ele conta que o dinamarquês Niels Arden Oplev, seu diretor em “Além da Morte” (2017), perguntou se Page estava bravo por sua personagem não ser lésbica. Tudo porque Page achava estranho a estudante de medicina em residência usar saia e salto alto.

“Hollywood esconde o queer quando é necessário, expondo-o e explorando-o quando é conveniente”, diz ele, lembrando que a indústria apenas responde às tendências. E geralmente atrasada. “Enquanto eu era punido por ser queer, assistia aos outros serem protegidos e homenageados”, escreve ele em “Pageboy”.

O que falta aqui são os bastidores das reuniões com a Netflix sobre a transição de gênero de Page, anunciada no hiato entre a segunda e a terceira temporada da série “The Umbrella Academy”. Para que o ator continuasse no elenco foi preciso incorporar a nova identidade, mudando a personagem de Vanya para Viktor Hargreeves. Apesar do final feliz, talvez um assunto delicado para ser tratado enquanto a produção está em andamento, com quarta temporada inédita.

O livro que despertou a ira imperial

Radischev, primeiro escritor russo condenado à prisão na Sibéria. Por Marcus Lopes, para o Valor, de São Paulo



Viagem de Petersburgo a Moscou Aleksandr Radischev
Trad.: Paula Vaz de Almeida. Boitempo, 248 págs., R\$ 69,00

Em 1790, um ano após a deflagração da Revolução Francesa, circularam em São Petersburgo alguns exemplares de “Viagem de Petersburgo a Moscou”, um livro impresso de forma caseira e com fortes críticas ao sistema social e político em vigor na Rússia czarista. Inspirado nos ventos revolucionários que sopravam da França, o autor, Aleksandr Radischev (1749-1802), discorre sobre temas que assolavam o seu país, como a servidão do povo, miséria, censura, privilégios da elite econômica e a autocracia dos czares.

Com medo da censura e a repressão política que vigoravam na época, o próprio Radischev teria destruído a maioria dos exemplares clandestinos, mas um deles foi parar nas mãos da imperatriz Catarina II, que perdeu o verniz de “déspota esclarecida”, como era conhecida, em suas anotações sobre a leitura: “o autor está infectado e repleto do erro francês, busca por todos os meios e faz todo o possível para depreciar a reverência ao poder e aos governantes, para incitar no povo a indignação contra os superiores e as autoridades”.

Ironicamente, o escritor, que era filho de nobres russos e chegou a exercer cargos públicos importantes na alfândega de São Petersburgo, durante a juventude foi enviado a mando de Catarina II, junto com outros jovens estudantes, para estudar na Europa. Não à toa, a publicação clandestina, que ga-

nha agora a sua primeira tradução no Brasil, despertou a ira da monarca, que o classificou como “rebelde”, e Radischev foi condenado à prisão e ao exílio, sendo o primeiro escritor russo enviado à Sibéria por conta de sua literatura.

A base narrativa do livro é uma viagem fictícia do escritor entre as duas cidades mais importantes da Rússia. Em cada uma das localidades por onde passava ao longo do trajeto, o viajante recorre a interlocutores imaginários para discorrer sobre os mais variados assuntos, sempre com forte teor crítico. Da miséria a que são submetidos os camponeses à corrupção no judiciário, nada passa despercebido pela mente do autor, assim como a submissão e a exploração das mulheres, inclusive sexualmente.

No capítulo dedicado a Nóvgorod, a 150 km de São Petersburgo, Radischev discorre sobre liberdade de pensamento e expressão ao lembrar que, no século XVI, as assembleias populares para discussão sobre temas locais e nacionais eram convocadas por meio do sino da cidade. Para evitar a realização das assembleias democráticas, o czar Ivan Vassílievitch, o Terrível, tomou uma medida prática e, ao mesmo tempo, curiosa: confiscou o sino.

Ao longo da sua jornada imaginativa pelo interior russo, Radischev dedica especial atenção à censura, tema do capítulo mais longo do livro. “A censura se tornou a ama-seca da razão, da inteligência, da imaginação, de tudo que é grandioso e eloquente”, diz o escritor, para quem a Igreja Católica foi a responsável pelos primeiros cerceamentos intelectuais da história.

Ao resgatar um decreto de 1486 redigido pelo arcebispo de Mainz, na Alemanha, Radischev mostra que a censura e os livros nasceram praticamente juntos. Poucas décadas antes, na mesma Mainz, o alemão Johannes Gutenberg havia inventado, na década de 1430, os tipos móveis que possibilitaram uma revolução na impressão em massa.

No texto, o arcebispo proíbe a publicação de obras sem autorização da Igreja, sob o argumento de que poderia haver distorção de textos sagrados, como a Bíblia. Radischev acrescenta que, pouco tempo depois, em 1515, o Concílio de Latrão estabeleceu uma censura segundo a qual nenhum livro seria publicado sem autorização do clero.

“O livro que passa por dez censores antes de conhecer a luz do dia não é um livro, mas um ofício da Santa Inquisição; quase sempre, um prisioneiro mutilado, açoitado, com uma mordida na boca e sempre um escravo”, defende o russo, que cita os Estados Unidos como exemplo a ser seguido no que diz respeito à liberdade de expressão. “Os governos americanos adotaram a liberdade de impressão entre os primeiríssimos regulamentos que estabeleciam as liberdades civis.”

Após uma vida atribulada e com muitos altos e baixos emocionais e financeiros, Radischev se matou, em 1802, em Moscou. A primeira edição completa e em larga escala da sua obra, vista por muitos como um manifesto político, só ocorreria em 1905, não por acaso o ano da primeira revolução russa. Após a derrubada do regime dos czares e a tomada de poder pelos bolcheviques, Radischev foi transformado em herói nacional, tendo, inclusive, recebido várias homenagens e bustos erguidos em diferentes cidades da extinta União das Repúblicas Socialistas Soviéticas.



Aleksandr Radischev foi enviado à Sibéria

Lançamentos



Is Brazil Afraid of the World? Discussing Brazilian Foreign Affairs and Challenges Roberto Teixeira da Costa Anthem Press, 279 págs., R\$ 94,88 (Kindle)

Roberto Teixeira da Costa publicou em 2021 uma análise sobre o “medo” ligado ao processo de internacionalização do Brasil e seus desdobramentos, nos setores público e privado — “O Brasil tem medo do mundo? Ou o mundo tem medo do Brasil?”. A sugestão de uma versão em inglês acabou motivando uma revisão maior no conteúdo, para melhor adaptá-lo ao público estrangeiro. Além disso, entre as duas edições houve uma eleição, com o retorno de Luiz Inácio Lula da Silva à Presidência e uma possível mudança na política externa brasileira, e a guerra na Ucrânia e suas consequências para o mundo. Ele acredita que o resultado é um livro melhor que o original.



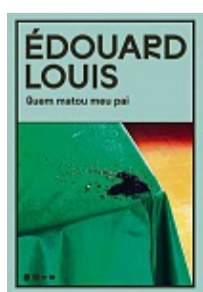
O lugar das palavras Vanessa Ferrari Moínhos 102 págs., R\$ 55,00

Ser editora é dizer não e alguns sim. Mas com base em que critérios? As escolhas são justificáveis? Editora e mestre em crítica textual pela USP, Ferrari, que já analisou centenas de originais, revela alguns segredos do ofício. Ao observar algumas decisões frequentes da escrita, ela identifica tipos de narrador: saudosista, poético, conciso, erudito e autobiográfico. E então mostra as armadilhas estilísticas dos primeiros rascunhos, das frases prontas e, em escala mais ampla, desmonta o que o senso comum entende como escrita literária. A quem deseja editar e seguir carreira literária, a dica é: amplie o olhar sobre a língua a partir de critérios de profissionais da área.



O presidente pornô Bruna Kalil Othero Companhia das Letras 248 págs., R\$ 74,90

Poeta de destaque, a performer, professora e pesquisadora Othero traz um livro que soará familiar a tantos. Trata-se de um mix de ficção histórica com pornochanchada política sobre Bráulio Garrazauis Bestianelli, da sua infância até a instauração de uma ditadura autoproclamada. O lugar é a pátria Plazil. Com base na história republicana, Othero criou Bráulio com características de quem ocupou o mais alto cargo de poder no país. A obra ainda traz referências a nomes como Machado de Assis, Hilda Hilt e Nelson Rodrigues e memes. De humor ácido, sugere olhar nosso passado para ver o que constitui o Brasil e nós mesmos.



Quem matou meu pai Édouard Louis Trad.: Marília Scalzo Todavia, 72 págs., R\$ 49,90

Uma das grandes vozes da literatura francesa atual, Louis produz uma obra que remete a Annie Arnaud e Didier Eribon. Autor de fenômenos de vendas como “O fim de Eddy” e “História da violência”, ele aborda a homossexualidade e injustiças sociais. Desta vez Louis volta-se à relação conturbada com o pai, agora muito doente. Ele deseja se reconciliar com o progenitor, vai vê-lo e ao chegar é invadido pela sensação do ambiente familiar marcado pela homofobia, indiferença, vergonha e autoritarismo. Mas logo supera tais memórias, que adquirem um novo tom e são iluminadas por questões de classe, que, enfim percebe, moldaram o caráter do pai. ■

Miscelânea saborosa

Romance faz rir ao misturar questões contemporâneas com extraterrestres. Por **Paula Sperb**, para o Valor, de Porto Alegre



A invasão do povo do espírito Juan Pablo Villalobos Trad.: Sérgio Molina Cia das Letras 224 págs. R\$ 74,90

É certo que a literatura pode ser engraçada. Entretanto, são raros os autores capazes de fazer do riso um dos efeitos de sua criação literária. Para um ficcionista, é mais fácil fazer um leitor chorar do que gargalhar.

O mexicano Juan Pablo Villalobos é um desses escritores raros porque faz de humor um elemento consistente e constante na sua narrativa. O autor não foge dos temas contemporâneos como xenofobia e gentrificação, por

exemplo, para obter tal resultado.

No seu mais recente livro publicado no Brasil, “A invasão do povo do espírito”, Villalobos acrescentou ainda os temas da intolerância, luto, imigração e teorias conspiratórias sobre alienígenas e futebol.

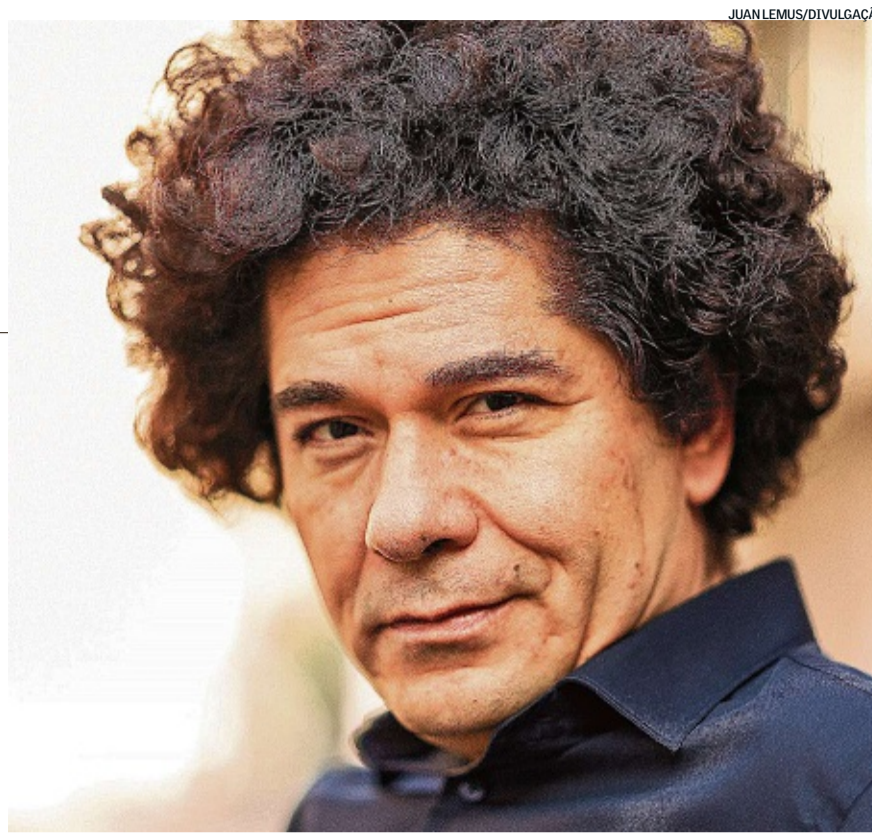
É uma mistura obviamente instigante, mas que fica ainda mais apetitosa quando contada pelo narrador do livro. Por isso, antes de tratar do enredo e personagens, a narração merece destaque por ser o ponto forte do romance.

O narrador não participa da história, mas acompanha de perto — quando quer — o desenrolar dos eventos. “Somos uns enxeridos, na verdade, e por isso teremos que tomar muito cuidado”, diz ao mesmo tempo que inclui o leitor no seu plano de fazer com que se chegue à última página do livro.

O narrador elaborado por Villalobos decide o que o leitor deve ficar sabendo e como. A narração funciona, literalmente, como um agente criador do universo ao qual o leitor é apresentado.

Já na primeira página, apresenta sua ferramenta de criação, a própria literatura: “O presente está aqui, enquanto escrevemos aqui e lemos aqui. Aqui. Também o lugar, a cidade onde a história se passa, está aqui, nesta página. Não é necessário procurá-la fora daqui. Afinal, tempo e espaço são a mesma coisa. Nosso lugar é o tempo em que transcorremos; o presente é nosso lugar de residência”.

A história, como indica o narrador, se passa nos dias atuais, “treze bilhões e oitocentos milhões de anos depois do nascimento do nosso Universo”. Gas-



Juan Pablo Villalobos az do humor um elemento consistente e constante na sua narrativa

tón e Max são dois amigos que dividem o cuidado e o afeto por Pol, filho de Max, e Gato, o cachorro de Gastón. Eles representam uma ideia de família moderna, além dos laços biológicos, uma questão contemporânea como outras na história. A família deles é composta por dois pais (ambos heterossexuais), um filho e um animal de estimação.

Infere-se que Max é um imigrante mexicano; que Gastón é um argentino; que a cidade é Barcelona; e que o melhor jogador do mundo é Messi. As nacionalidades, a cidade e o nome do jogador são propositalmente omitidos por Villalobos. Max é dono de um restaurante que sofre de depressão com a especulação imobiliária dos arredores; Gastón é um agricultor urbano, que cultiva sua horta em um terreno agora valorizado, e Pol é um pesquisador científico que enfrenta uma crise de ansiedade ao descobrir que a vida na terra não

passa de um experimento científico.

O cotidiano do bairro é alterado com a chegada de comerciantes imigrantes, aparentemente do Leste Europeu, e a reação xenofoba dos espanhóis. Enquanto isso, Gastón procura uma charlatã para que ela acompanhe seu cachorro doente terminal em um processo de “adormecimento”.

Extraterrestres não aparecem pela primeira vez neste livro de Villalobos. No divertido “Se vivêssemos em um lugar normal” (Companhia das Letras, 2013), o sumiço de falsos gêmeos em uma família numerosa faz com que o mais velho dos demais irmãos atribua o desaparecimento aos alienígenas.

“Há três tipos de extraterrestres. (...) Estou te explicando para você se preparar, não sei qual deles é o que a gente vai ver. (...) Eles podem ser lagartos, artrópodes ou humanoides. Os lagartos e os artrópodes vêm de planetas

onde a evolução seguiu um caminho diferente do da Terra. Imagina que em vez dos macacos ganharem a guerra das espécies, lá quem ganhou foram os crocodilos ou as aranhas. Os humanoides são como nós, só que baixinhos, têm a cabeça maior, os olhos mais esbugalhados, não têm cabelo e são cinza”, explica o adolescente.

O romance mais recente traz a mesma teoria sobre aliens misturando-a com comentários de ouvintes de uma rádio onde é debatida a saúde do “melhor jogador da Terra”, que sofre de constantes enjoos. O ouvinte afirma para uma audiência incrédula que o jogador é “um reptiliano com problemas de digestão por causa da dieta terráquea”.

A amizade de Gastón e Max enfrenta uma falta de diálogo que gera ressentimentos, lembrando de forma um tanto mais suave do filme “Os Banshees de Inisherin” (Martin McDonagh, 2022). Observando o atrito entre os amigos, Pol diz: “Vocês dois parecem um casal de velhos”.

Todavia, como foi dito, a engenhosidade da narração é a estrela desta obra. Quando Gastón precisa lidar com a morte do cão Gato, o narrador narra sem narrar. “Até ao escrever ficção é preciso respeitar uma moral e uma ética”, diz.

Sem abandonar o humor que lhe é característico e fazendo uma miscelânea saborosa de inquietações sociais, “A invasão do povo do espírito” é um livro que se destaca em meio aos lançamentos literários por seu narrador incomum.

Paula Sperb é doutora em letras pela UCS, com pós-doutorado em letras pela UFRGS

Outros Escritos

A obra de arte na época da IA



Tatiana Salem Levy
A reprodutibilidade técnica mudou a definição de espectador. Mas a inteligência artificial muda também a definição de artista

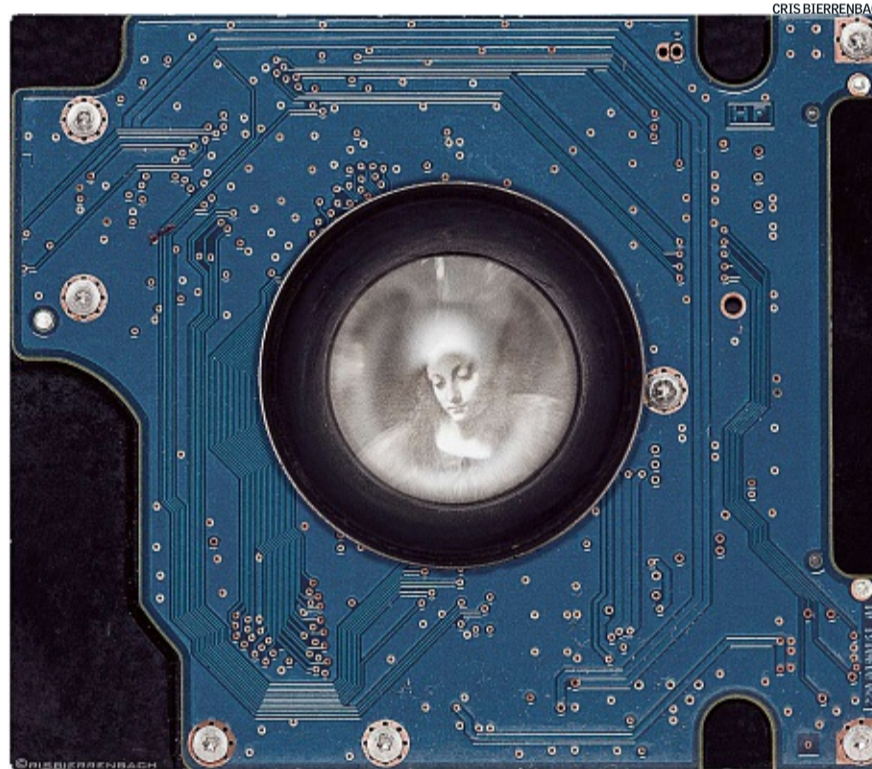
Pesquisando sobre inteligência artificial, me deparei com um vídeo no qual se mostra a criação de um novo quadro do pintor holandês Rembrandt, 347 anos após a sua morte. A partir de um estudo das suas personagens, das camadas de tinta das suas pinceladas, as máquinas conseguiram fazer um quadro que parece um autêntico Rembrandt. Impressiona a qualidade da obra — o que nos faz questionar se será esse o futuro não só da pintura, mas também da literatura, da música, das mais diversas expressões artísticas, que, até aqui, sempre foram compreendidas como a expressão de talentos, emoções, histórias e estilos de vida, tempo, dedicação.

Mais do que lamentar, nostalgicamente, um passado perdido, precisamos pensar esse mundo novo que, aos poucos, começa a se espalhar. Mas isso não significa jogar fora o passado, muito pelo contrário. Fomos nós, humanos, que programamos as máquinas para buscarem, a partir de um estudo dos quadros já existentes de Rembrandt, uma forma de fazer um novo Rembrandt. Isto porque nós sabemos, como pensadores, que é preciso estudar a História para se criar o presente.

Junto com os novos modos de fazer arte, que se anunciam com o desenvolvimento da inteligência artificial, é preciso, desde já, começar a pensar os novos modos de ver. Digo isto, pensando no clássico estudo de John Berger, “Modos de ver” (trad. Hugo Mader, Fósforo), publicado originalmente em 1972, e que, por sua vez, é escrito a partir do ensaio de Walter Benjamin, “A obra de arte na época da sua reprodutibilidade técnica” (trad. Sergio Paulo Rouanet, In: Obras escolhidas, vol. 1, Brasiliense), escrito nos anos 30.

Benjamin e Berger, em épocas distintas, pensam o modo de se olhar para a arte a partir do momento em que a reprodução tira os quadros dos museus e os leva para a sala das nossas casas (e, mais tarde, para as camisetas, os cadernos, as bolsas etc.). Como Benjamin anuncia em seu ensaio, “os conceitos seguintes, novos na teoria da arte, podem ser utilizados para a formulação de exigências revolucionárias na política artística”. Os conceitos são, entre outros: reprodutibilidade técnica; autenticidade; destruição da aura e valor de culto e valor de exposição.

Benjamin reflete sobre como a autenticidade escapa à reprodutibilidade técnica, pois ela se funda no aqui e agora do original. A partir do momento em que as obras de arte começam a perder seu valor de culto, “aumentam



as ocasiões para que elas sejam expostas”. É a partir dessa ideia que Berger escreve o primeiro dos sete ensaios reunidos no livro. “Toda imagem implica um modo de ver”, diz ele. Ou ainda: “Uma imagem é a recriação ou a reprodução de uma visão”. Qualquer obra de arte, portanto, está sujeita ao modo com o qual olhamos para ela em diferentes momentos da história.

Para se constituir como obra de arte, uma imagem precisa ser apresentada — e vista — como tal. Há vários pressupostos que fazem de uma imagem uma obra de arte, entre os quais: beleza, verdade, genialidade, civilização, forma, posição social e gosto. Em outras palavras, uma imagem não é uma obra de arte em si mesma, fora da História, sem definições estabelecidas do que é a arte. O que Berger propõe é justamente contextualizar os modos de ver as obras, sejam elas do passado ou do presente, dentro de um contexto social e moral.

Perguntar-se sobre os modos de ver a arte é perguntar-se sobre o lugar do espectador dentro de uma determinada sociedade. Antes da câmera, “a singularidade de qualquer pintura estava intimamente ligada à singularidade do lugar que ela habitava”. Para vermos uma determinada obra de arte, tínhamos que nos deslocar até ela — até uma igreja, um edifício, um museu. Quando uma pintura passa a ser mostrada na televisão, seu sentido se altera: “o significado primário não está mais naquilo que a pintura diz, mas naquilo que ela

é”. A ideia de autenticidade se desloca então para a ideia do original de uma determinada reprodução.

Isso, sem dúvida, continua a falar sobre o nosso modo de organização social. Ter a reprodução de um Picasso em casa não é o mesmo que ter um original. Ver uma reprodução não é o mesmo que ver o original. Essa diferença não reside naquilo que um determinado quadro representa, no que ele diz, mas sim no seu valor como objeto. O valor da obra de arte na época da reprodutibilidade técnica se funda na sua raridade — e no seu preço de mercado.

O preço de mercado é definido justamente pela autenticidade da obra e pela sua raridade. Berger cita o exemplo do quadro “Virgem dos rochedos”, de Leonardo da Vinci, e a polémica que o envolve: há um na Galeria Nacional de Londres, e outro quase idêntico no Louvre. Historiadores da arte ingleses tentam provar que o original é o que está na Galeria Nacional, enquanto os franceses tentam provar o contrário — isto, claro, porque o original tem um valor de mercado muito maior, mas também um valor místico: a mensagem que ele passa não importa tanto quanto a sua raridade.

“Se a imagem deixou de ser única e exclusiva, o objeto de arte, a coisa, deve misteriosamente sê-lo”, afirma Berger. Com a reprodutibilidade técnica, as obras de arte poderiam ser utilizadas por qualquer um. No entanto, a maioria das reproduções “ainda é utilizada

para sustentar a ilusão de que nada mudou, de que a arte, com sua autoridade singular e incontestada, justifica a maioria das outras formas de autoridade, dando ares de nobreza à desigualdade social e de fascínio às hierarquias”. Embora as imagens artísticas nos rodeiem, sejam cada vez mais reproduzidas e facilmente reproduzidas, é a “uma elite cultural de especialistas em relíquias” que cabe o aporte da arte do passado.

A raridade do objeto artístico, que define seu valor de mercado, não está dissociada da genialidade de seu artista. Portanto, junto com a raridade da obra, é preciso construir também a raridade da pessoa que a fez. Uma pessoa única, tão singular quanto a sua obra, que nasceu com um dom fora da média. Quanto mais drama tiver a sua vida, melhor. Pensemos em Van Gogh, por exemplo, na sua loucura, na sua pobreza, no seu não reconhecimento em vida. Não que sua obra não seja fantástica — aqui, não se trata de questionar isso. É claro que Van Gogh, Da Vinci e Rembrandt foram únicos naquilo que fizeram. A questão é entender como nos construímos como espectadores, como uma determinada sociedade entende o valor da obra de arte.

Todos esses questionamentos são importantes para pensarmos o futuro da arte, num mundo que será cada vez mais tomado pela inteligência artificial. Por ora, a IA faz um Rembrandt quase autêntico, pois não apenas reproduz, mas também cria com base no que ele fez, com as mesmas camadas de tinta, atividade da qual a mera reprodução técnica não é capaz. Em breve, criará quadros geniais, que não serão atribuídos a este ou aquele pintor. Ai, como ficará a ideia de genialidade? E o que fazer com as emoções do artista quando a obra for criada por máquinas? Quando deixar de ser a expressão de algo profundamente humano e particular?

A reprodutibilidade técnica mudou a definição de espectador. Mas a inteligência artificial muda também a definição de artista. Nem gênio, nem único, mas uma máquina. Nesse contexto, talvez nos reste pensar que, embora as máquinas possam fazer obras de arte, ainda seremos nós, humanos (pelo menos por algum tempo), a definir o que é a arte, ou seja, os modos de ver determinados objetos.

Tatiana Salem Levy, escritora e pesquisadora da Universidade Nova de Lisboa, escreve neste espaço quinzenalmente

E-mail: tatianalevy@gmail.com ■

Uma artista que desafia o óbvio

Arte Num cenário dominado por pautas biográficas, exposição renova os radicais vazios de Mira Schendel. Por *Bruno Yutaka Saito*, de São Paulo

No contexto atual da arte brasileira, poucos artistas parecem tão misteriosos e radicais quanto Mira Schendel (1919-1988). Mesmo após 35 anos de sua morte, admiradores e críticos continuam sendo provocados por sua obra e ausência, como lembra a exposição em cartaz na galeria Galatea (r. Oscar Freire, 379), em São Paulo, que reúne 60 obras da série “Toquinhos” produzida entre 1972 e 1974, provenientes de uma coleção privada.

Mas não se trata do choque causado por representações literais do mundo, daqueles registrados num documentário como “Mapplethorpe: Olhe as Fotografias” (Sesc Digital), sobre o controverso fotógrafo americano morto em 1989 — recentemente o filme teve uma sessão presencial no CineSesc seguida de um debate com Lisette Lagnado, que também assina o texto crítico da exposição “Mira Schendel: Toquinhos”.

Mira incomoda porque levanta mais questões do que respostas numa época “maximalista” de poucas nuances onde tudo tem que ser muito literal. É como o silêncio numa conversa que pode constrianger um ansioso interlocutor tagarela. Há, não apenas em seu trabalho, mas na sua persona pública, uma redução ao mínimo, ao essencial, a uma espécie de osso.

No plano visual, cada “Toquinho” consiste de um papel de arroz japonês onde são sobrepostos recortes geométricos de papel artesanal tingido (ou não) com ecoline e decalques de letreset com le-

tras, sinais de pontuação e números. A maior parte da superfície é formada de grandes “vazios”, algo habitual em Mira.

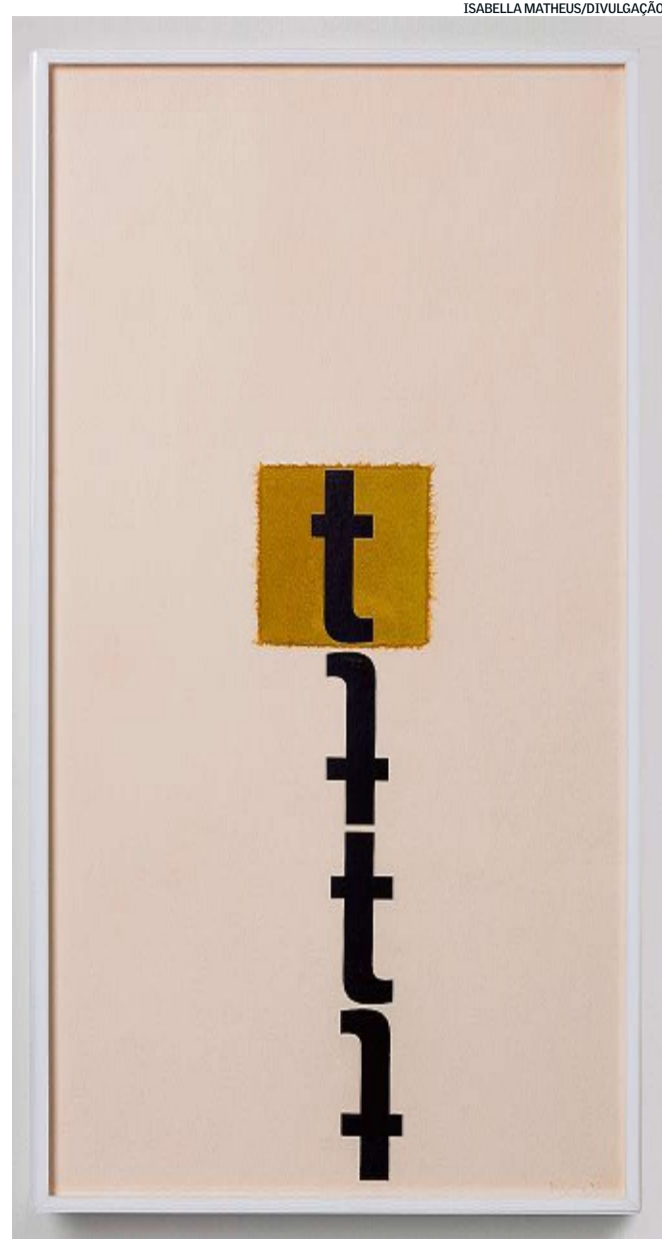
Ela mesma não se dispunha a explicar significados e, em entrevistas, recorria à lógica do “a obra fala por si”, que na voz de artistas em geral soa apenas como afetação, mas no seu caso era expressão de uma personalidade avessa a um diálogo mais aberto com o mundo.

O tal do “grande público” costuma gostar de legendas. Nos anos 50 a 70, concretismo, neoconcretismo etc. podiam levantar problemáticas intrincadas, no entanto tais correntes eram linguagens artísticas vibrantes que tiveram entre outros efeitos colaterais uma perpetuação de certa noção estereotipada de que as artes moderna e contemporânea seriam, em geral, incompreensíveis e difíceis.

Em carta ao crítico inglês Guy Brett (1942-2021), Mira conta que lhe interessava nos desenhos de linhas quase se apagando ou desaparecendo do papel “o vazio, que não é símbolo de coisa alguma”. Ainda que Mira evitasse holofotes e não falasse sobre vida pessoal, a sua biografia fornece chaves de entendimento sobre a obra, de uma forma nada óbvia. Nascida na Suíça em uma família de origem judaica, ela viveu em diversos países (Suíça, Itália, Iugoslávia) e atravessou a Segunda Guerra, quando teve que escapar do nazismo. Chegou ao Brasil já aos 30 anos. Consta que só falava sobre os tempos difíceis quando questionada por amigos.

Como escreve o crítico Rodrigo Naves

Obra sem título da série “Toquinhos”, de Mira Schendel: “O vazio ou a transcendência do mundo material pontuaram uma vasta bibliografia” sobre a artista, escreve curadora



em “O filantropo” (Companhia das Letras), a vida de imigrante resultou em “uma superposição de sotaques e expressões que, com o passar do tempo, se cristalizou numa língua peculiar, que ela, então, manejava sem variações”. Se mais jovem Mira quis ser poeta, foi nas artes visuais que encontrou sua voz, inicialmente numa pintura que remetia às inquietações filosóficas e metafísicas das naturezas-mortas de Morandi. Depois, ao lidar com os signos linguísticos, definiu sua obra.

Como conta Naves, após a morte da artista, os trabalhos de Mira realizados nos anos 60 em papel-arroz eram ainda vendi-

dos a US\$ 100; por sua vez, hoje, cada “Toquinho” não sai por menos de US\$ 50 mil. Tanto na megavalorização no mercado quanto na questão geracional, a exposição remete a outra mostra, “Hélio Oiticica: Mundo-Labirinto”, na Casa SP-Arte (al. Ministro Rocha Azevedo, 1.052).

Enquanto os “Parangolés” e os “Pene-tráveis” de Oiticica propunham uma forma alternativa de relação com as cores e o espaço, os “Toquinhos”, do modo como estão na Galatea, colocados um ao lado do outro em três paredes, propiciam ao visitante que se vê rodeado de obras também uma imersão num universo que contrasta com a inflação de ruídos, símbolos e imagens que poluem e podem causar sensações de sufocamento nas grandes cidades.

Cada arte conversa com seu tempo, e basta um rápido clique na programação de instituições culturais ou uma conferida na lista de artistas da próxima Bienal de SP, em setembro, para perceber que a agenda é decolonial, com amplo espaço para segmentos esquecidos ou marginalizados da sociedade. Não é novidade que a biografia de artistas se insira nas obras, mas, hoje, muitas vezes ela pode anteceder o trabalho, em políticas de inclusão — necessárias, vale dizer.

Falar de exposições como “Entre Nós”, na Pivô (av. Ipiranga, 200, Copan, bloco A, térreo), com trabalhos desenvolvidos nos últimos dez anos por artistas que receberam bolsa de fomento da revista “ZUM”, do Instituto Moreira Salles; ou a 27ª edição da Temporada de Projetos do Paço das Artes (r. Albuquerque Lins, 1.345), é falar de biografias de artistas.

Mesmo “Mira Schendel: Toquinhos” não fica imune a essa demanda. Em seu texto, Lagnado propõe um novo campo de análise, em conexão com demandas atuais: “Ainda há de ser escrito um ensaio que exponha a dificuldade de conseguir transitar de forma única entre a poesia concreta e a filosofia, arenas historicamente dominadas por homens. Nenhuma outra artista mulher de sua época impôs semelhante temor referencial”.

Goste-se ou não deste momento, em que arte e vida estão cada vez mais associados, mas de maneira distinta daquela dos anos 60, trata-se de um movimento mundial que já causa “mudanças estruturais” — uma expressão banalizada, mas de significado ainda essencial. ■



especial

OMODE
Festival Sesc de Arte e Cultura Negra para a Molecada
Até 30/8.

teatro

Karingana ua karingana!
Com Grupo Baquetá
8/7. Sábado, 17h.

cinema

Alice dos Anjos
Dir.: Daniel Leite Almeida. BRA | 2022
8/7. Sábado, 12h.

música

Ladainhas Atlânticas
Com Mestre Zelão e Mestre Moreno
9/7. Domingo, 16h.

vivências

Daqui e De Lá: Africanidades e Brincadeiras de Quintais
Com Cia Caruru
Até 30/7. Quartas, 18h30. Sábado e domingo, 10h.

esporte e atividade física

Jogos de tabuleiro de origem africana
Com Thiago Dias e Luciano Cerqueira
Até 30/7, domingos, 11h.

SapéCapoeira – Música, jogos e brincadeiras
Com Paulinho Baraúna
Até 30/7, domingos, 11h.

Bom Retiro
Programação completa:
sescsp.org.br/omode

teatro

Soliloquio
(Me Desperté y Golpeé mi Cabeza Contra la Pared)
Com Tiziano Cruz (ARG)
7 a 9/7. Sexta e sábado, 20h.
Domingo, 18h.
Avenida Paulista

A Inquilina *estrela*
Com Carolyn Aguiar e Luisa Thiré
Dir.: Fernando Philbert
7/7 a 6/8.
Quinta a sábado, 20h.
Domingos, 18h.
Bom Retiro

Mutações *estrela*
Com Luis Melo e elenco. Dir.: André Guerreiro Lopes
7/7 a 20/8. Sextas e sábados, 20h. Domingos, 18h.
Consolação

Noites Brancas
Com Cia. Bipe de Teatro Rupestre
Dir.: Felipe Sales
Até 8/7. Quinta a sábado, 18h.
24 de Maio

Escombros
Dir.: Clara Carvalho.
Até 21/7. Terças a sextas, 20h30.
Pompeia

A Última Cena
Com Antônio Januzelli, Nando Bolognesi, Osmair Cândido, Thiago Amaral e Tião Braga (in memoriam).
Dir.: Flávia Melman
Até 22/7. Sextas, 20h30.
Sábados, 18h30. 14/7. Sexta, 15h.
Vila Mariana

Sra. Klein
Texto: Nicholas Wright.
Com Ana Beatriz Nogueira, Natália Lage e Kika Kalache.
Dir.: Victor Garcia Peralta.
Até 23/7. Quinta a sábado, 20h.
Domingo, 18h.
24 de Maio

Vaca
Direção, atuação e dramaturgia: Bruna Betito
Até 23/7.
Sextas e sábados, 21h30.
Domingos, 18h30.
Belenzinho

Broken Cake: O Lar das Memórias Partidas
Texto, direção e interpretação Ana Guasque
Até 29/7. Quinta a sábado, 20h.
Pinheiros

Educa
Com Banda Mirim
Dir.: Marcelo Romagnoli
Até 30/7.
Quinta a sábado, 19h.
Domingos, 17h.
Pompeia

música

Linn da Quebrada
Show “Trava Línguas”
7 e 8/7. Sexta e sábado, 21h30.
Pompeia

Anelis Assumpção
Show “Saí”
7 e 8/7. Sexta e sábado, 21h.
Belenzinho

Johnny Hooker Especial David Bowie
Show “Ziggy Stardust Encontra Major Tom”
7 e 8/7. Sexta e sábado, 20h.
Guarulhos

Zélia Duncan
Show sem tirar os olhos do mundo
7 a 9/7. Sexta e sábado, 21h.
Domingo, 18h.
Vila Mariana

Thaíde
Part. Fat Family
8/7. Sábado, 21h.
Pinheiros

André Frateschi
50 anos do álbum “Aladdin Sane” de David Bowie. Com a banda Heroes
8 e 9/7. Sábado, 20h.
Domingo, 18h.
Ipiranga

Yassir Chediak
Show “Roda de Viola”
9/7. Domingo, 16h.
Mogi das Cruzes

Supercombo
9/7. Domingo, 15h.
Itaquera

exposições

Gilberto Mendes 100 *novela*
Estreia na capital exposição sobre a memória e a obra de Gilberto Mendes. Nascido em Santos, tornou-se o compositor erudito brasileiro mais conhecido e influente da segunda metade do século XX.
Até 3/12. Terça a sexta, 10h às 21h. Sábados, 10h às 20h. Domingos e feriados, 10h às 18h.
Consolação

Entre Bordas: como eu existo
A ideia de que um corpo ocupa lugar no espaço - seja o corpo do consumo, o de carne e osso e o corpo que faz parte do imaginário - nas obras de Guilherme Callegari, Letícia Gonçalves e Sheyla Ayo.
Até 17/12. Terça a sexta, 10h às 22h; sábado, domingo e feriado, 10h às 19h.
Santo André

circo

Jerônimo Show nas Férias
Com Thiago Sales
7/7. Sexta, 14h30.
São Caetano

dança

Cacunda
Com Adnã Ionara
6 e 7/7.
Quinta e sexta, 19h30.
Pompeia

Festa das Flores
Dir.: Thiago Amaral
8 a 16/7.
Sábados e domingos, 17h.
Avenida Paulista

cinema

Julietta dos Espíritos
Dir.: Frederico Fellini | ITA | 1965
6 a 12/7. Quinta a quarta, 15h.
Exceto 9/7.

Os Boas-Vidas
Dir.: Frederico Fellini | ITA | 1953
6 a 12/7. Quinta a quarta, 18h

O Crime é Meu (Mon Crime) *estrela*
Dir.: François Ozon | FRA | 2023
6 a 11/7. Quinta a terça, 20h30.
CineSesc

parques

Itaquera e Interlagos
Aproveite as áreas verdes e desfrute dos espaços ao ar livre!
Quarta a domingo, 9h às 17h.

festΔ!

FESTIVAL DE APRENDER
7 - 16 JULHO 2023

Venha participar do festa!
Com mais de 500 atividades gratuitas em todas as unidades do Sesc São Paulo.

sescsp.org.br/festa

SESC S. O R



Trabalhista
Justiça reconhece vínculo de emprego entre salão de beleza e depiladora
valor.globo.com/legislacao



Opinião Jurídica
A passos cambaleantes: a revolução tributária
E2

Estelionato
Ex-servidora é condenada por fraude em benefício
valor.globo.com/legislacao



Valor E
Sexta-feira, 7 de julho de 2023

Legislação & Tributos SP

Proteção de dados Autarquia multou empresa do setor de telemarketing em R\$ 14,4 mil

ANPD aplica primeira sanção por violação à LGPD

Joice Bacelo
De São Paulo

A Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) aplicou a primeira sanção a uma empresa por violação à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). A Telekall Infoservice, do setor de telemarketing, recebeu advertência e duas multas, no valor de R\$ 7,2 mil cada.

Advogados dizem que essa decisão é um aviso ao mercado de que a lei “pegou” e quem não se adequar — grande ou pequeno, como no caso da Telekall, uma microempresa do Espírito Santo — será punido.

“Pequenas e médias empresas que não adequaram as suas práticas aos termos da legislação agora precisarão adotar outra postura ou vão enfrentar as consequências”, diz Felipe Palhares, sócio da área de proteção de dados do escritório BMA.

A expectativa do mercado, agora, se volta para o julgamento de casos envolvendo a administração pública e empresas maiores. Dentre elas, as “big techs”.

Existem oito processos administrativos em andamento no órgão. A Telekall é a única do setor

privado nessa lista. Os outros sete casos envolvem a administração pública e, segundo a ANPD, estão em fase de instrução.

O Ministério da Saúde responde em dois deles. Os outros têm como alvo o Instituto de Pesquisas Jardim Botânico do Rio de Janeiro, a Secretaria de Saúde de Santa Catarina, o Instituto de Assistência ao Servidor Público Estadual de São Paulo e a Secretaria de Desenvolvimento Social, Criança e Juventude de Pernambuco.

Outros 16 casos ainda estão em fase de investigação e podem — a depender do resultado das fiscalizações — se transformar em processo administrativo sancionatório. Telegram, WhatsApp, Claro, Serasa e a RaiaDrogasil constam nessa lista.

A multa por violação à LGPD pode chegar a R\$ 50 milhões na esfera privada. “E não é só isso. A sanção da ANPD pode gerar um problema reputacional, que, às

R\$ 7,2 mil
é o valor de cada multa aplicada pela ANPD



Felipe Palhares: “Pequenas e médias empresas que não adequaram as suas práticas aos termos da legislação agora precisarão adotar outra postura”

vezes, custa mais caro do que a multa”, avalia Henrique Cunha, sócio do dcom Advogados.

Ele se refere ao impacto que isso pode ter nas relações comerciais. “Grandes empresas têm a preocupação de contratar empresas que estão pensando em proteção de dados. Porque isso pode gerar uma cadeia de responsabilidade. Quem não tem boas práticas vai enfrentar problemas”, frisa o advogado.

Já o setor público, se penalizado pela ANPD, pode sofrer: advertência com prazo para adoção de medidas corretivas; dar publicidade à infração após apurada e confirmada; o bloqueio ou eliminação dos dados pessoais a que se refere a infração; a suspensão do funcionamento do banco de dados relativo à infração, dentre outros.

A Telekall foi punida por violar três artigos da LGPD. São infrações por ausência de indicação da pessoa responsável pela proteção dos dados dentro da empresa, ausência de base legal pa-

ra o tratamento dos dados pessoais e falta de colaboração com o processo fiscalizatório.

Especialista em privacidade e proteção de dados, Clarice De La Cerda, do escritório Bhering Advogados, avalia que a sanção — de R\$ 14,4 mil no total — representa alto impacto para o empresário que foi punido.

“No caso, tratou-se de microempresário individual, com capital social de R\$ 20 mil e número de funcionários estimado de 1 a 10”, ela detalha, com base nas informações disponibilizadas pela ANPD.

Mas essa decisão é ainda de primeira instância. A companhia pode recorrer ao Conselho Diretor — composto pelos cinco diretores da ANPD — e se mantida a sanção também pode levar o caso para o Judiciário.

A advogada Nádia Cunha, do escritório Jorge Associados Advogados, chama atenção, além disso, que a decisão de primeira instância garante ao infrator a possibilidade de reduzir o valor

da multa em 25% caso renuncie ao direito de recorrer.

O Valor não conseguiu localizar os responsáveis pela Telekall para comentar o caso.

Apesar de a ANPD ter tornado essa decisão pública, o caso em si — com os detalhes que ocasionaram a sanção e toda fundamentação para a aplicação da advertência e das multas — está sob sigilo.

“Seria importante que disponibilizassem pelo menos um resumo dos fatos. O mercado precisa saber como a autoridade está interpretando as operações. A lei é instrutiva, pedagógica, dá os limites, mas se torna viva quando é aplicada pelo julga-

dor”, pondera Juliana Abrusio, sócia da área digital e proteção de dados do escritório de advocacia Machado Meyer.

Ela cita que nesse caso, por exemplo, a ANPD afirma ter havido infração ao artigo 7º da lei, ou seja, a empresa foi condenada por falta de base legal para processar os dados. Não existia ou era indevida.

“Dá a entender que ela fazia monetização de dados. E isso não é ilegal. Há formas de se fazer enriquecimento. No caso, parece, a empresa não tomou os cuidados necessários e acabou sendo condenada. Por isso a importância de uma decisão mais detalhada”, diz Juliana Abrusio.

A Lei Geral de Proteção de Dados — nº 13.709 — foi aprovada em 2018 e entrou em vigor em setembro de 2020. Mas a aplicação de sanções foi autorizada somente em fevereiro deste ano de 2023, com a publicação da Resolução nº 4, pela ANPD, que estabeleceu as regras para o cálculo das penas.

“A sanção da ANPD pode gerar um problema reputacional”
Henrique Cunha

Destaques

Multa à drogaria

O Tribunal Regional Federal da 1ª Região (TRF-1) negou recurso de uma drogaria que pretendia anular auto de infração aplicado pelo Conselho Regional de Farmácia do Estado de Goiás (CRF/GO) por estar o estabelecimento sem a presença do farmacêutico responsável quando chegou a fiscalização. A multa foi de R\$ 1.250,00. A decisão unânime é da 7ª Turma. Os desembargadores declararam na decisão que só é admitido que drogarias e farmácias funcionem sem a assistência do técnico responsável ou substituto por até 30 dias. No caso, a drogaria não teria conseguido provar que a ausência do farmacêutico, no momento da fiscalização, estava dentro desse prazo. No recurso, a drogaria alegou falta de comprovação de que estaria funcionando sem ter responsável técnico legalmente habilitado em todo horário de funcionamento, contestou o valor da multa e pediu nulidade da sanção. No voto, o desembargador relator Hercules Fajoses destacou que farmácias e drogarias devem manter o responsável técnico por todo o período de funcionamento. Os demais magistrados o acompanharam (processo nº 0004804-20.2017.4.01.3502).

Metha e sócios viram alvo de credores na Justiça

Joice Bacelo
De São Paulo

A decisão do Tribunal de Justiça de São Paulo (TJSP) que decretou a falência da Coesa pode abrir caminho para que os credores entrem com ações de cobrança no Judiciário contra o Grupo Metha e seus sócios. As duas empresas, Coesa e Metha, são frutos de uma reestruturação societária da antiga OAS, do setor de engenharia civil — uma das principais empreiteiras envolvidas na Operação Lava-Jato.

As dívidas da Coesa somam R\$ 4,49 bilhões e incluem valores não pagos pelo Grupo OAS. A empreiteira esteve em recuperação judicial entre os anos de 2015 e 2020 e ainda há dívidas desse período.

No ano seguinte, em 2021, ocorreu a reestruturação. A OAS virou Metha. Uma holding controlada pela família Mata Pires — que fundou a empreiteira na década de 1970 — e herdou os contratos de engenharia. A Coesa, com sócios distintos, adquiriu os ativos que o Grupo Metha abriu mão.



“Credores podem entrar com uma ação de execução”
Ana Carolina Monteiro

Meses depois, a Coesa entrou em recuperação judicial. Os credores afirmaram, desde o início, que não aceitariam sentar à mesa novamente para renegociar os valores que têm a receber e vinham tentando desembarcar desse processo.

Existem, atualmente, cerca de 70 impugnações de crédito em tramitação. São esses recursos que, segundo advogados de credores, podem dar acesso ao patrimônio da Metha e também aos dos acionistas da empresa.

A falência do Grupo Coesa foi decretada pela 2ª Câmara Reservada de Direito Empresarial do TJSP no dia 27 de junho. Na ocasião, durante o julgamento, o relator do caso, desembargador Grava Brazil, teria dado a entender que essas impugnações devem ser julgadas procedentes.

Credores dizem que o próprio Grava Brazil, na condição de relator, deve receber os recursos que chegarem da primeira instância do Judiciário.

“Se isso acontecer, os credores saem do processo e podem entrar com uma ação de execução [cobrança], por exemplo, contra a Metha e contra os sócios”, afirma a advogada Ana Carolina Monteiro, que representa credores. “O desembargador, ao decretar a falência, falou em fraude com clareza”, acrescenta.

A decisão pela falência da Coesa atende pedido dos credores.

Eles alegam, desde o começo do processo judicial, que a reestruturação da OAS e consequente pedido de recuperação da Coesa na Justiça teriam sido uma manobra para não pagar as dívidas corretamente.

“Diante do nítido esvaziamento patrimonial das sociedades integrantes do Grupo Coesa, em benefício do Grupo Metha, imediatamente antecedente à distribuição desta recuperação judicial, com a única intenção de concentrar as dívidas nas agora recuperandas e os ativos relevantes com as integrantes do Grupo Metha, todas integrantes, na verdade, do mesmo conglomerado de empresas, é caso de provimento do recurso para decretar a convalidação da recuperação em falência”, afirmou, em seu voto, o desembargador do TJSP Grava Brazil.

Os advogados que representam a empresa foram procurados pelo Valor, mas não deram retorno até o fechamento da edição.

Este texto foi originalmente publicado pelo Valor Jurídico, coluna digital do Valor Econômico.

Mapa ampliado

Luiz Teixeira, CEO da Oral Sin: estratégia de expansão inclui Nordeste e Centro-Oeste **F2**



Inovação

Parcerias com startups impulsionam a criação de novos produtos **F3**

Restaurantes

Setor de alimentos busca estratégias diferenciadas de expansão **F5**

Pequenas notáveis

Redes com microfranquias crescem 87% em dois anos **F6**

Valor F
Sexta-feira, 7 de julho de 2023

Especial Franquias

Negócios Inovação permite investimentos em menor escala e auxilia expansão em período turbulento Modelos mais enxutos elevam a rentabilidade

Katia Simões
Para o Valor, de São Paulo

Depois de ultrapassar R\$ 200 bilhões em faturamento em 2022, o mercado de franquias fechou o primeiro trimestre deste ano com crescimento nominal de 16,1% no acumulado de 12 meses, somando R\$ 219 bilhões. Embora os números representem a melhor performance do setor em um primeiro trimestre, os desafios se mantêm. “O mercado está mais competitivo e instável, o consumidor mais exigente e as redes precisam recuperar o tíquete médio impactado pelos descontos para manutenção da demanda ao longo da pandemia”, afirma Tom Moreira Leite, presidente da Associação Brasileira de Franchising (ABF). “Somam-se a isso juros altos, que encarecem o crédito, e inflação, que afeta o ritmo de crescimento.”

Dispostas a ganhar esse jogo, as redes reviram seus modelos de negócios, investiram na transformação digital e enxugaram custos, a fim de garantir maior rentabilidade às operações e ganhar capilaridade. Nem mesmo a maior rede de franquias do país, a Cacau Show, com 4 mil operações e meta de chegar a 2025 com 5.500 unidades, escapou da lição de casa. “Trabalhamos a estratégia do adensamento com o lançamento do sexto modelo de operação, o contêiner modular, uma inovação que levou mais de um ano para ser desenvolvida porque exige refrigeração especial para não derreter o chocolate”, diz o vice-presidente da rede, Daniel Roque. “Com franquias que exigem investimentos de R\$ 70 mil a R\$ 1 milhão, conseguimos ganhar capilaridade em cidades de todos os portes. Nos últimos três anos a rede triplicou de tamanho.”

Segundo ele, 60% do crescimento de 2022 veio da base de franqueados, sendo que as versões em contêiner e smart responderam por 85% dos investimentos. A expectativa para este ano é seguir na mesma toada e alcançar um faturamento de R\$ 5,7 bilhões, 39% acima dos R\$ 4,1 bilhões de 2022.

Segundo Sandra Chayo, sócia do Grupo Hope, com 270 franquias das marcas Hope, Hope Resort e Duo, é preciso investir não só em modelos de negócios mais enxutos, mas, também, em estratégias que aumentem a rentabilidade do franqueado. “Como somos uma indústria que atende a rede de franquias e 3.500 pontos de venda, enxergamos que era hora de trazer o básico para o estoque, com o pro-

Indicadores do mercado

Congresso da ABF reúne lideranças do setor em São Paulo



pósito de fazer a coleção girar mais na loja”, diz. “Reduzimos em 25% o volume de lançamentos sazonais. Adotamos estratégia no início de 2023 e já registramos alta média de 7% da venda de básicos no total da rede e de 23% nas lojas que estão testando um novo sistema de reposição automática.”

Com 14 marcas no portfólio e 4.500 unidades em operação, o grupo SMZTO — que movimentou R\$ 7 bilhões em vendas no ano passado — segue em busca de novos negócios, uma vez que o mercado apresenta boas oportunidades para quem está capitalizado. A holding finalizou o processo de captação de R\$ 200 milhões em fevereiro, iniciando um novo ciclo de investimentos. “Buscamos franquias que sejam escaláveis, com Ebitda acima de R\$ 4 milhões e entre 10 e 30 unidades em operação”, afirma José Carlos Semenzato, fundador da SMZTO. A primeira a ser investida este ano foi a Royal Face e duas outras estão no radar, ligando o alerta de pelo menos cem franqueados do ecossistema SMZTO dispostos a diversificar o portfólio.

As oportunidades se multiplicam nas áreas da economia circular e prateada (consumidor mais velho), além dos setores mais resilientes, como estética e beleza, tecnologia, serviços e saúde, segundo Semenzato. É justamente nesse último segmento, com alta de 21,5% no faturamento, que atua a Terça da Serra, rede de residencial sênior com 80 unidades espalhadas pelo país e meta de chegar a 400 franquias nos próximos cinco anos.

“Trata-se de um mercado promissor em razão do envelhecimento da população e maior longevi-

dade”, diz Pedro Moraes Pinto, sócio fundador. “O maior desafio é a barreira cultural para esse perfil de negócio, seja como usuário, seja como investidor.” Com faturamento estimado de R\$ 120 milhões para este ano, a Terça da Serra, aos poucos, vem inovando e vai testar em 2023 uma nova franquia: Hospital de Transição Revitare. O investimento inicial será de R\$ 1,1 milhão, enquanto no residencial é a partir de R\$ 750 mil.

Representante do segmento com maior crescimento em 2022, o de hotelaria e turismo (24,5%),

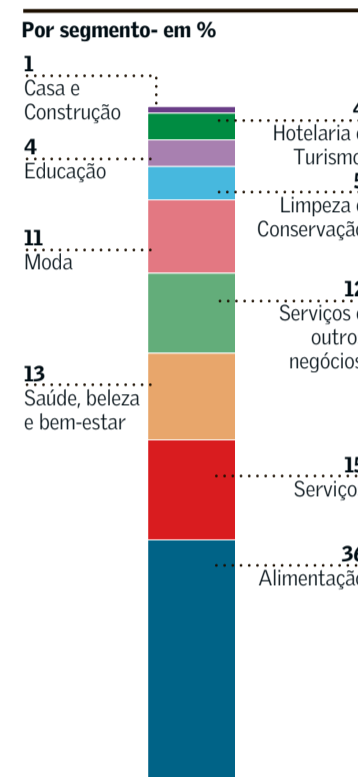
Ana Virgínia Falcão, CEO e co-fundadora da Clube Turismo, rede com 551 unidades, comemora a expansão dos negócios. “A receita do primeiro semestre foi maior do que a de 2019, o que nos leva a ultrapassar a meta de R\$ 156 milhões de faturamento em 2023”, afirma. Apesar da alta procura — a rede tem uma base mensal de 400 interessados —, a empresária diz que o funil é estreito, apenas nove são aprovados. “É a partir de uma boa seleção de franqueados, mesmo para os modelos de menor investimento, que garantiremos um crescimento sustentável”, afirma.

O bom momento do setor tem atraído novas marcas para o sistema. Em 2021 eram 2.882, número que saltou para 3.077 em 2022. Entre as estreantes está a gigante Carrefour com o minimercado Carrefour Express, em três modelos de loja e investimento a partir de R\$ 150 mil. A ideia é ocupar espaço em setor que cresce graças à expansão dos mercados autônomos.

Com mais de 2 mil lojas, o Market4You se prepara para expandir seus domínios também na área co-

Representatividade

Das 50 maiores franquias



Fonte: Associação Brasileira de Franchising (ABF)

mercial. “No Brasil, dos 10 mil mercados autônomos, cerca de 90% estão em pontos residenciais. Na China, é o inverso, o foco é o comercial. É para esse perfil que estamos olhando”, afirma o CEO Eduardo Codova. “A ideia é crescer tendo menos franqueados à frente de mais unidades, o que melhora a performance.” Com sete lojas, a receita mensal média é de R\$ 100 mil e a rentabilidade de 15% a 20%, diz ele. Com receita estimada de R\$ 170 milhões em 2023, a rede espera ter 50 mil operações até 2028.

E não são só as marcas nacionais que estão de olho no mercado brasileiro. No ano passado, 30 redes estrangeiras desembarcaram no Brasil, totalizando 236 marcas internacionais de 35 países operando no Brasil. “Houve um aumento de 12% em 2022 com relação ao ano anterior, o que é bastante positivo”, diz Bruno Amado, gerente internacional da ABF. Segundo ele, o tamanho do mercado, ao mesmo tempo que desperta interesse, intimida. Luis Felipe Jaramillo, vice-presidente da Camara Colombiana de Franchising, concorda. “O Brasil ainda é um mercado fechado, que necessita de um operador local, uma estrutura robusta e experiência”, diz. Independentemente do desafio, há quem encare. Como a japonesa Bariuma, especializada em ramen, com 75 operações em oito países, que está em busca do primeiro operador local, de preferência, em São Paulo.

Feira atrai estreantes e revela novos nichos de negócios

De São Paulo

Laerte Yoshio cresceu dentro da ótica da família, fundada no ABC paulista, em 1979. Em 2020, com sete unidades, deu início à expansão da rede de franquias Ótica Center. Em dois anos dobrou de tamanho e até o fim de 2023 espera chegar a 24 franquias. “O diferencial fica por conta da estrutura verticalizada, marca exclusiva e instalação do laboratório digital em cada unidade, o que permite que a rede entregue com facilidade e agilidade lentes, óculos e armações, que podem ficar prontos em até uma hora”, diz Yoshio. A rede, que projeta um faturamento de R\$ 56 milhões para 2023, era uma das 129 marcas que pela pri-

meira vez participaram da ABF Franchising Expo. Em sua 30ª edição, a mostra reuniu 400 marcas e recebeu 61 mil visitantes em quatro dias de exposição.

“Ver essa profusão de novas marcas, dos mais variados segmentos e áreas de atuação, em especial no período pós-pandemia, reflete o dinamismo e a capacidade de se reinventar do franchising”, afirma Tom Moreira Leite, presidente da Associação Brasileira de Franchising. A feira evidenciou novos nichos de negócios como comércio exterior, plataformas de mobilidade para cidades do interior, energia solar e venda de cotas de barcos e lanchas compartilhadas, entre outros.

Conquistar espaço em um mer-

cado que faz parte do paladar nacional, o de churrascarias, é o desafio da Dickey’s Barbecue Pit, rede americana criada há 82 anos, com 650 franquias pelo mundo. Com uma unidade em São Paulo, quer crescer no país. “O modelo se adapta bem a cidades médias e grandes”, afirma Antonio Augusto, CEO do Grupo Antaris, responsável pela marca no Brasil. Com investimentos entre R\$ 900 mil e R\$ 1,4 milhão, a meta é inaugurar quatro franquias em 2023 e somar 55 lojas nos próximos dez anos.

Estrear com um modelo inovador foi a proposta de Carolina Kechinski, CEO da CaKech, rede de padarias que não precisa de padeiro. “São principalmente pães de fermentação natural assinados

por Rogério Shimura, que são entregues prontos aos franqueados”, diz Kechinski. “Com isso, eliminei uma das principais dores do negócio, que é a contratação de mão de obra especializada, tornando mais simples a operação no ponto de venda.” A meta é fechar o ano com 12 lojas e dobrar de tamanho em 2024. O investimento começa em R\$ 30 mil para uma operação a partir de uma dark kitchen, e chega a R\$ 350 mil para uma loja em shopping. A novidade fica por conta da versão Empório Tuk Tuk, que pode circular por pontos de maior movimento.

O Boteco do Manolo, fundado em 2003, no Rio de Janeiro, traz no ambiente e no cardápio um pouco da história da família. “Em 2019,

tínhamos 11 unidades próprias no Rio e abrimos a primeira nos EUA, quando me mudei para lá”, conta Marcelo Riveiro, CEO e fundador. “Não tínhamos pretensão de crescer, mas o negócio passou a ser conhecido por brasileiros que moravam ou visitavam a Flórida. Apesar de anos de história, o Manolo ganhou fama a partir de Orlando.”

Foi a demanda crescente por multiplicar o negócio que deu origem ao projeto de franquia, que movimentou R\$ 148 milhões por ano. Já são 11 unidades em operação no Brasil e três nos EUA, com investimentos entre R\$ 500 mil e R\$ 3 milhões, dependendo do porte da loja. A proposta, segundo Riveiro, é crescer em média de 8 e 12 operações por ano.

Segundo Clodoaldo Nascimento, presidente da ABF Rio, as marcas cariocas estão ganhando mercados, com desempenho positivo. “São 185 redes, que somaram mais de R\$ 5 bilhões de receita, quase 20% mais do que no mesmo período do ano passado”, revela.

Operadores locais também despertam o interesse de grupos estrangeiros. Segundo Cândido Mesquita, CEO da NBrand, franqueadora portuguesa com seis marcas no portfólio e 175 unidades franqueadas, 30% dos franqueados são brasileiros. Queremos chegar a 40% até 2025.” O grupo deve faturar € 100 milhões e oferece franquias com média de investimento de 50 mil, cerca de R\$ 300 mil. (KS)

Gestão Marcas estão interessadas em ampliar presença junto ao público que quer usufruir de produtos e serviços sem precisar ir a locais de compra tradicionais

Antes desprezados, espaços alternativos crescem na preferência dos franqueados

Mônica Magnavita
Para o Valor, de São Paulo

Parques, aeroportos, hospitais, estações de trem e metrô, locais que tradicionalmente despertavam pouco interesse de franqueados, começam a chamar a atenção, ganhando novos adeptos em busca de espaços alternativos para seus negócios. Números da Associação Brasileira de Franchising (ABF) apontam para expansão da procura desses locais por marcas interessadas em ampliar suas franquias para um público cujo objetivo central não é o de ir às compras, mas usufruir dos serviços e produtos oferecidos naqueles espaços.

As operações em rua e em shoppings ainda representam mais da metade dos pontos de venda de franquias, mas o crescimento do setor em espaços alternativos foi superior aos dos mais tradicionais. Nos terminais de transportes, as operações saltaram de 0,9% para 2%, nos chamados strip malls, centros de conveniências em bairros, saíram de 0,4% para 1,7%.

“Esses novos pontos de venda têm se mostrado bastante favoráveis, inclusive com custos operacionais mais baixos”, diz Clodoaldo Nascimento, presidente da ABF Rio. É o caso de franquias em parques naturais. A expansão veio com a nova onda de concessões ao setor privado e vem ganhando espaço nas operações com franqueados, a exemplo do Ibirapuera, gerido pela Urbia Parques, hoje com oito franquias, como a da Nutty Bavarian.

O grupo também é concessionário de parques naturais, como os Cânions Verdes, em Cambará do Sul, na Serra Gaúcha, no Rio

Grande do Sul, e a Praia Grande, no sul de Santa Catarina. Nesses, o processo de abertura de franquias está em curso. “Começamos a negociar com franqueadores. A ideia é abrir para operadores locais. Queremos transformar ativos ambientais em experiências agradáveis aos visitantes. Um dos atrativos é oferecer consumo que gere memórias afetivas e que aumente a permanência nos parques”, diz Samuel Lloyd, diretor da Urbia.

A partir do conceito de que parque não é shopping, a proposta é levar marcas ligadas ao turismo de aventura, como o de equipamentos esportivos, além, naturalmente, de restaurantes e cafés. Um dos interessados em abrir franquias nos parques sob concessão da Urbia é Rafael Hideki, dono da marca de sorvetes Gelaboca, do Paraná, presente em sete Estados, com mais de 200 produtos, inclusive exportados para Europa, e 43 franqueados.

“Compartilho da ideia do Samuel, de que o público de parques tem experiência bacana daquele momento de lazer e acaba lembrando da marca. É o que queremos”, diz Hideki. Com base na experiência da loja da Gelaboca instalada em torno de um lago turístico no município de Toledo, no interior do Paraná, Hideki quer ampliar o conceito para parques de São Paulo e da região Sul.

Outra franqueadora que optou por locais alternativos, como o Ibirapuera, é Adriana Auriemo, à frente da Nutty Bavarian, com 140 pontos, e previsão de abertura de 40 em 2023, espalhados em parques, aeroportos, terminais rodoviários, estações de metrô e shoppings. “O bondinho do Pão de Açúcar



Adriana Auriemo, da Nutty Bavarian: “O turismo deixa as pessoas com a vontade de comer coisas gostosas”

é um dos melhores da rede. O turismo deixa as pessoas com vontade de comer coisas gostosas.”

Outro ambiente propício para guloseimas são os hospitais. A franquista da Copenhagen, do Hospital Alemão Oswaldo Cruz, Valéria Soria, optou por abrir um ponto no local ao ver ali uma nova oportunidade de negócio, já que tinha lojas em rua e shopping center. “Atendemos médicos que gostam de tomar café

trens e VLT, transportando três milhões de pessoas por dia, observa que seu público consome desde roupas, calçados, maquiagem e até serviços como cabeleireiro.

“Quando o usuário sabe que a loja está no caminho dele, sai 15 minutos mais cedo”, diz. No aeroporto de Guarulhos, por onde passam entre 150 mil e 200 mil passageiros por dia, franquias têm como foco famílias e pessoas que vivem voando a trabalho.

Rede que saiu do interior do RS quer crescer em SP

De São Paulo

Quando abriu as portas em 2015 em Teutônia, pequena cidade gaúcha com cerca de 30 mil habitantes, a Quiero Café era apenas uma loja de 60 m² adaptada para receber clientes para um bom café, frequentar o happy hour ou almoçar às 15h, horário sem restaurantes abertos na região. Mas o investimento de R\$ 120 mil dos sócios Matheus Lindemann Fell e Luís Felipe Wallauer Ferreira, então com menos de 30 anos, previa um local diferenciado, com cardápio variado em todas as horas do dia. O conceito deu certo. A cafeteria começou a receber moradores das cidades vizinhas e, no ano seguinte, os sócios planejaram expandir o negócio via modelo de franquias.

“Começamos nós dois, sem conseguir prever como seria o movimento. Decidimos não arcar com o custo fixo de uma equipe. Fomos errando e aprendendo, nos adaptando”, diz Fell. Em 2017, optaram por montar operação própria em loja maior e mais estruturada na vizinha Lajeado, como um primeiro passo para o projeto. A nova casa quintuplicou de tamanho e ganhou 22 colaboradores, com investimentos de R\$ 500 mil. Naquele ano inauguraram a primeira franquista, em Santa Cruz do Sul (RS). Em 2019, abriram dez lojas; em 2020, com a pandemia, três, mas não fecharam nenhuma; em 2021, seis pontos; e no ano passado foram mais 17 novas franquias.

Hoje, a Quiero Café está em cinco Estados, especialmente nos do Sul. “Temos quatro unidades em São Paulo e queremos consolidar nossa presença no Estado”, diz Fell. Os sócios querem ter até 65 franquias em 2023 e 90 em 2024. Os investimentos nas lojas de cerca de 300 m² variam de R\$ 600 mil a R\$ 800 mil. (MM)

Investidor busca oportunidades em cidades menores do Nordeste

Leda Rosa
Para o Valor, de São Paulo

O Ceará foi o Estado escolhido pela Casa do Celular para iniciar, este ano, seu movimento de capilarização em cidades de 40 a 100 mil habitantes. Com dez anos de mercado, a marca é referência na comercialização de celulares, smartphones e tablets para as classes C e D. Com 190 unidades em 24 Estados, lançou um modelo de negócios mais enxuto e barato e pretende chegar a 30 unidades do novo formato até dezembro.

O modelo requer investimento total ao redor de R\$ 150 mil. A loja tradicional pode custar até R\$ 350 mil. “Nas operações, o faturamento médio diminuiu cerca de 40%, mas o custo operacional caiu mais de 50%. A margem de lucro aumenta significativamente, entregando mais resultado proporcional que as lojas de maior investimento em grandes cidades”, diz o CEO da rede, Hugo Casasanta. Para ele, as cidades com população a partir de 40 mil pessoas no Nordeste são o alvo porque carecem de tecnologia e conectividade.

A estratégia da Casa do Celular ilustra um movimento amplo das redes de franquias em direção às cidades pequenas, com destaque para o Nordeste e Centro-Oeste. Iniciada pouco antes da pandemia, a tendência ampliou o leque dos segmentos mais procurados, especialmente no Nordeste, cuja demanda histórica destacava hotelaria, turismo, entretenimento e lazer. “Outros mercados passaram a olhar a região como solução fora do eixo Rio-São Paulo. E assim, diversas marcas de alimentação, saúde e beleza, educação e serviços, têm desembarcado aqui”, diz o diretor regional da Associação Brasileira de Franchising (ABF) Nordeste, Fernando Ribeiro. Segundo o executivo, muitas redes, a partir de



Luiz Teixeira, da Oral Sin: “Estamos buscando parcerias com faculdades regionais e cursos de especialização”

2020, adotaram modelos enxutos, viabilizando a operação em locais de menor porte.

No Nordeste, o mercado faturou mais de R\$ 31,9 bilhões em 2022, alta de 14,6% em relação a 2021. O número de unidades cresceu 7,6%, chegando a 26.809 operações. De 2018 até o fim de 2022, o segmento local cresceu 35% em faturamento e 81% em expansão de redes. Bahia, Pernambuco e Ceará são os mercados mais procurados, e os segmentos com maior faturamento em 2022 foram saúde, beleza e bem-estar (29%), alimentação (15%) e moda (13,5%).

Já o Centro-Oeste superou a média nacional. Segundo a ABF, em 2022, o faturamento na região aumentou 14,4% frente ao ano anterior. A nível nacional, o indicador teve elevação de 10,7%. Ali, as franquias faturaram R\$ 18,5 bilhões no

ano passado, crescimento de 14,4% face a 2021. Já em unidades, houve alta de 11%, com 16.863 operações. No faturamento, predominam saúde, beleza e bem-estar (23,7%), alimentação (19,9%) e serviços e outros negócios (14,2%).

Com 15% do faturamento vindo de unidades no Mato Grosso, a rede Água Doce Sabores do Brasil conta com 80 restaurantes e criou o modelo express, com padrão mais enxuto e formatado para municípios com mais de 100 mil habitantes, e o delivery, serviço de entrega sem consumo local, para regiões com 80 mil habitantes. O express exige investimento inicial de R\$ 424 mil e o delivery, R\$ 305,7 mil. Comparativamente, para um restaurante padrão da marca, o valor é a partir de R\$ 590 mil. “Este ano, esperamos abrir, ao menos, nove operações em cidades meno-

res. Em 2024, a meta é 30 unidades”, diz o diretor de franquias da Água Doce, Julio Bertolucci.

Desde 2022, a Oral Sin, rede de clínicas odontológicas especializada em implantes dentários, com 20 anos no mercado e 480 unidades em todas as regiões do Brasil, oferece o Oral Sin 100, para locais de até 40 mil habitantes. O modelo funciona em 100 m², com duas cadeiras de atendimento e requer investimento inicial em torno de R\$ 300 mil. Abrir uma clínica com a maior metragem (250 m²) e estrutura da rede requer R\$ 963 mil.

Também com estratégia de expansão que inclui Nordeste e Centro-Oeste, a rede diz que o maior entrave tem sido encontrar profissionais qualificados. “Estamos buscando parcerias com faculdades regionais e cursos de especialização”, diz o CEO, Luiz Teixeira.

Expansão com custos reduzidos atrai novos segmentos ao mercado

Suzana Liskauskas
Para o Valor, do Rio

Em janeiro, a Embracon, administradora de consórcio com mais de 90 filiais, estreou no modelo de franquias. Com mais de três décadas de experiência em sua área, a empresa começou a estudar o mercado de franquias nos últimos meses mais 20 em processo de admissão”, diz Luís Toscano, vice-presidente de negócios da Embracon.

Embora seja uma estreante no mercado, a Embracon recebe, em média, 60 pedidos de avaliação de franqueados por mês, segundo Toscano. O modelo exige do franqueador um investimento inicial de R\$ 100 mil e pagamento de royalties. Para a empresa, a maior vantagem está na agilidade de expansão, com uma estratégia regionalizada mais assertiva e custos reduzidos.

“Levamos de seis meses a um ano para abrir uma filial e ainda esbarramos em algumas dificuldades, como encontrar a melhor localização e selecionar a equipe mais adequada. Quando idealizamos o canal de franquias, consideramos o crescimento acelerado. Em 60 dias coloco uma franquista de pé, com 20% do custo de instalação de uma filial”, afirma Toscano.

O case exemplifica a adesão de novos segmentos ao modelo de franquias, que tradicionalmente atraía as marcas das áreas de alimentação, educação e cosméticos. Adriana Auriemo, vice-presidente da Associação Brasileira de Franchising (ABF), observa que, desde os anos 2000, mais indústrias têm optado pelo formato. Porém, nos últimos cinco anos, o movimento se intensificou em setores como tecnologia, finanças e serviços.

Embora não tenha um acompanhamento específico sobre a chegada de novos setores ao modelo de franquias, a vice-presidente da ABF diz que a entidade associa uma expansão de 7,8% em unidades e 6,8% de marcas a esse movimento. Quanto à média de investimentos, Auriemo diz haver uma grande variação de valores, mas eles apresentam, em média, custos mais baixos que em outros modelos de franquias.

“Quando falamos de franquias associadas a serviços e/ou representação comercial (caso de estética, finanças e microfranquias de serviços de forma geral), temos um investimento inicial inferior a R\$ 100 mil.”

Julian Tonioli, CEO da Auddas, consultoria empresarial, diz que o caminho envolve desafios como um esforço de reconfiguração do negócio. “Isso implica seleção de pessoal, capacitação, acompanhamento, desenvolvimento e alinhamento de interesses entre franqueado e franqueador”, afirma Tonioli.

Com 140 unidades franqueadas, a AF Crédito e Soluções Financeiras optou pelo modelo de franquias em 2019, quando já tinha seis anos de operação somente com filiais. Com cerca de R\$ 44 milhões em faturamento em 2022, a rede pretende dobrar esse volume ao fim de 2023. Um dos produtos trabalhados pelos franqueados é o crédito consignado. Fabio Donizete, CEO da AF Crédito, afirma que não abre mão do acompanhamento diário das necessidades dos franqueados. Há ainda um investimento intenso em treinamento.

Tecnologia Inteligência artificial é usada desde equipamentos para obras até fragrâncias

Parcerias com startups apoiam consumidores e desenvolvem novos produtos

Carin Petti

Para o Valor, de São Paulo

Na procura por soluções inovadoras, redes de franquias investem em parcerias com startups e institutos de pesquisa. E a pandemia reforçou essa busca por inovação, pois foi preciso digitalizar processos e canais de venda quase do dia para a noite, afirma o diretor-adjunto de estratégia digital da Associação Brasileira de Franchising (ABF), Carlos Alberto Zilli. “Desde então, a busca pela inclusão de novas tecnologias continua, como é o caso da inteligência artificial”, diz.

A Casa do Construtor, especializada no aluguel de equipamentos para construção, por exemplo, adquiriu em 2021 participação na startup de inteligência artificial (IA) Looqbox — plataforma para a análise e consulta de dados e indicadores que já atendeu clientes como Via Varejo. Na rede de franquias, suas ferramentas são utilizadas, entre outros processos, para ajudar vendedores a orientar a clientela na escolha e utilização do produto alugado. “Ensinamos a IA,

com manuais e outros materiais técnicos, como funciona cada equipamento”, conta Julio da Mata, gerente de operações próprias da rede. “Quando o vendedor faz uma pergunta na tela, recebe uma resposta sobre o melhor produto para aquele caso, com imagens e orientações de uso, que podem ser enviadas por Whatsapp.”

O sistema também é utilizado para acesso e cruzamento de dados como faturamento, investimentos, localização, número de funcionários e rentabilidade, que podem ser acessados por celular pelos franqueados. A Casa do Construtor não divulga o tamanho de sua participação na Looqbox, nem o valor da transação.

Mesmo com laboratórios próprios e 320 funcionários na área de pesquisa e desenvolvimento, o Grupo Boticário também busca novidades fora de casa, como o batom inteligente em desenvolvimento em parceria com o Cesar (Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife) e a Neurobots, startup de neuroengenharia com foco no desenvolvimen-



Gustavo Dieamant, do Boticário: parceria para criar pigmentos naturais

to de tecnologias para reabilitação do AVC (acidente vascular cerebral). Como o novo mecanismo, o sistema de IA reconhece os lábios a partir de uma foto e permite que a máquina aplique o batom escolhido.

A IA também gera produtos para a empresa, em sistema concebido pela IBM em parceria com a fabricante alemã de fragrâncias Symrise, fornecedora da rede. Alimentada com informações sobre fórmulas, ingredientes, cores, indicadores de consumo e público alvo, entre outros dados, a ferramenta criou dois perfumes da marca Egeo, voltada a consumidores mais jovens. Com a tecnologia, segundo o Grupo Boticário, o prazo de desenvolvimento das duas fragrâncias foi de dois meses, em comparação com até três anos no método tradicional.

Gustavo Dieamant, diretor de pesquisa e desenvolvimento do grupo, conta a criação de fragrâncias também tem ajuda da neurociência, com pesquisas que, por exemplo, revelam cheiros associados a felicidade ou atração física. Depois, nos testes, equipamentos registram reações físicas de usuários aos perfumes, como dilatação das pupilas ou batimento cardíaco, para avaliação dos resultados pretendidos. “Com a análise desses dados, podemos entender o que o consumidor sente, mas não necessariamente verbaliza”, afirma.

Em outra frente, o Boticário se une a institutos de pesquisa. Uma parceria de sua instituição de pesquisa e desenvolvimento, a Cencoderma, com o Instituto Senai de Inovação em Biomassa visa desenvolver pigmentos naturais a partir de microrganismos.

Laboratório brasileiro vai mandar células-tronco para o espaço

De São Paulo

Não é de hoje que empresas buscam inovações no exterior. Mas ainda são poucas as que vão ao espaço à procura de descobertas. O laboratório R-Crio, especializado em isolamento, processamento e armazenamento de células-tronco, está entre as exceções. De sua base no Kennedy Space Center, na Flórida (EUA), a start-up paulista enviará de foguete, em 2024, uma amostra de células para testes no ambiente de microgravidade da Estação Espacial Internacional, conta o fundador do negócio, José Ricardo Muniz Ferreira. A iniciativa é parte de estudos sobre o processo de envelhecimento celular realizados em parceria com a Universidade da Flórida.

A R-Crio lançou operações de franchising em junho, embora já tivesse duas unidades franqueadas em formato-piloto. Pelo modelo, os franqueados — médicos ou dentistas — coletam células-tronco de dentes de leite, do céu da boca ou da gordura retirada em lipoaspirações de clientes. As células são processadas e armazenadas a -196 °C em nitrogênio líquido na sede da R-Crio em Campinas (SP).

Os clientes pagam R\$ 8.900

US\$ 2 milhões deve ser o aporte do Canadá na parceria da R-Crio com a Universidade de Laval

para a coleta das células e uma taxa anual de R\$ 890 pelo armazenamento. O objetivo é, se necessário no futuro, usar as células-tronco, capazes de se transformar em diferentes tecidos do corpo humano, para tratamentos de doenças degenerativas e de processos inflamatórios causados, por exemplo, por acidentes vasculares encefálicos. Regulados pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), os procedimentos serão possíveis quando passarem da fase experimental e ganharem registro como medicamentos biológicos.

A R-Crio está investindo US\$ 500 mil em cinco anos em aliança com a Sociedade Brasileira de Direito Médico e Bioética (Anadem) com contrapartida de mais US\$ 2 milhões do governo canadense, numa parceria com a Universidade Laval, no Canadá, para promover pesquisas com células-tronco para terapias de degeneração óssea e vascular. Se bem-sucedidas, podem render contratos com a indústria farmacêutica. “Temos negociações em andamento e acordos de confidencialidade com empresas bastante interessadas em novos tratamentos”, diz Ferreira.

No Brasil, a startup vem trabalhando no desenvolvimento de terapias baseadas em células-tronco em parceria com indústria farmacêutica e universidades como USP e Unicamp para busca de medicamentos para regeneração do tecido ósseo e da córnea, tratamento da dor articular em osteoartrites e desenvolvimento de novos materiais biológicos utilizados no processo de introdução das células no organismo. (CP)



Prudential

“Uma das vantagens de empreender com a Franquia da Prudential é ter os meus resultados diretamente proporcionais ao meu empenho e entrega.”

Conheça o que a Franquia Prudential pode oferecer.

Milton Santos. Possui uma Corretora Franqueada da Prudential desde 2016.



Modelo de franquia reconhecido nacionalmente com mais de 1.600 empresários franqueados e 2º maior microfranquia do Brasil.

Prudential | *franquia*

Saiba mais:
prudential.com.br/
seja-um-franqueado



Mercado Aumento de litígios com franqueadores acende alerta para os investidores interessados em multiplicar unidades rapidamente

Expansão acelerada pode pôr em risco perenidade da rede

Katia Simões
Para o Valor, de São Paulo

Muito comuns no universo das startups, em que empreendedores buscam tirar do papel ideias tecnológicas inovadoras que têm potencial de ganhar escala, as aceleradoras começaram a se popularizar no franchising há cerca de três anos. Chegaram com a proposta de impulsionar a expansão dos negócios no mercado nacional, aumentando a média atual de 60 unidades por rede, nas 3.077 marcas em operação. Nos Estados Unidos essa média supera 200.

Diferentemente das consultorias, que têm por foco avaliar se um negócio tem potencial para ser multiplicado e, se positivo, fazer a formatação da franquia, traçando o perfil do franqueado ideal, as aceleradoras têm por objetivo principal multiplicar o número de unidades em um espaço de tempo menor do que se a rede fizesse o processo dentro de casa. Na prática, as aceleradoras trabalham na captação de "leads", ou seja, de futuros franqueados, tendo como uma das principais ferramentas o marketing digital. Em contrapartida, recebem parte do valor da taxa de franquia no caso da venda se concretizar, em média 50%.

Escolher fazer a expansão dentro de casa ou recorrer ao trabalho das aceleradoras é uma decisão que cada franqueador toma levando em conta o grau de maturação da franquia, a estrutura da empresa franqueadora e as metas de médio e longo prazo. Os especialistas alertam que, como em qualquer negócio, antes de assinar um contrato de acele-

"Fechamento de unidades não é decorrente só de aceleração"
Leonardo Castelo

ração, o franqueador deve verificar se a equipe de implantação está preparada, se os fornecedores estão prontos para atender à nova demanda e se o time de marketing é capaz de dar suporte ao novo franqueado, entre outras questões. "Parece óbvio, mas a maioria não avalia isso", diz Ana Vecchi, CEO da Ana Vecchi Business Consulting.

Entre as redes que enxergaram a oportunidade de expandir rapidamente via aceleradora está a

Frango no Pote. "Quando iniciamos o processo em agosto de 2020 não éramos novatos, tínhamos 18 unidades e oito anos de mercado", conta Mauro Hyde, sócio-diretor de expansão. "Acreditávamos estar preparados para ganhar capilaridade e novos franqueados num prazo muito rápido. Seria como trocar um Fusca por uma Ferrari", diz. A expansão ocorreu, porém, cobrou um preço alto.

"Em quatro meses tínhamos 28 lojas operando e não muito tempo depois 35 lojas em obras ao mesmo tempo. Nossa estrutura não suportava isso", diz Hyde. "Tentamos conversar para que a aceleradora colocasse o pé no freio, mas eles não aceitaram." Sem condições para atender os novos franqueados, acompanhar o processo de implantação, homologar novos fornecedores, o caminho foi quebrar o contrato em 2022, com seis lojas fechadas e oito repasses. "Só conseguimos nos equilibrar porque éramos experientes, tínhamos know-how", diz Hyde. "Eles vão com muita sede ao pote, se respeitarem o limite da franqueadora, o processo seria fantástico." Fora da aceleradora, a Frango no Pote seguiu com a expansão, porém,



Mauro Hyde, da Frango no Pote: "Tentamos conversar para que a aceleradora pisasse no freio, mas não aceitaram"

no ritmo que era capaz de suportar. Fechou 2022 com um faturamento de R\$ 93 milhões e hoje tem 65 unidades em operação.

Histórias como a da Frango no Pote têm se tornado mais comuns nos últimos tempos, a ponto de os escritórios de advocacia especializados em franchising registrarem um aumento significativo de processos envolvendo a relação franqueador-franqueado, seja pelo não cumprimento do que foi prometido, seja pela perda do dinheiro investido em negócio que não gerou a rentabilidade esperada.

"Na ponta quem responde é o franqueador, embora o processo de acesso à rede tenha sido conduzido por um prestador de serviço, no caso a aceleradora", explica Melitha Prado, sócia fundadora da Novoa Prado Advogados. Segundo ela, houve um aumento de cerca

de 30% nas arbitragens de conflitos de franquia nos últimos dois anos. "Se transportarmos esse aumento para a justiça comum, o número deve ser ainda maior, uma vez que a maioria dos franqueadores está resolvendo seus conflitos nessa esfera", afirma. Tania Zanin, sócia do Zanin Advogados, tem a mesma percepção. "Um dos casos que trabalhamos em 2022 foi de uma empresa franqueadora que a aceleradora conseguiu levar adiante apenas uma", diz. "Do total, sete casos terminaram em litígio e dois foram para negociação."

Na visão de Marcelo Cherto, presidente do Grupo Cherto, o conceito e a ideia são ótimos. "O problema está na maneira como esse processo está sendo conduzido", afirma. "O papel da aceleradora é a expansão de maneira dinâmica e rá-

pida, porém, não desordenada e sem planejamento futuro, com foco na taxa de franquia."

Na visão de Leonardo Castelo, sócio-fundador da 300 Franchising, criada em 2019, com 75 marcas em pré-aceleração e 21 em incubação, trata-se de um processo em maturação, que, como tudo o que é novo, provoca resistência num primeiro momento. "Operamos por anos nossa própria rede de franquias e enxergamos na aceleração um modelo que se encaixa perfeitamente ao conceito do franchising, que é crescer em rede", afirma. "Somos uma empresa focada em dados. Realizamos uma média de 35 mil captações de investidores por mês, sabemos que crescer acelerado é desafiador. O fechamento de unidades é causado por uma série de fatores, não é decorrente só de aceleração."

Seleção do franqueado é essencial para o resultado

De São Paulo

Experiente no franchising e master-franqueado da rede Açaí Concept, Alberto Oyama acompanhou de perto o contrato firmado entre a franqueadora e a aceleradora. A ideia era saltar de 350 unidades para mil unidades em três anos. A prestadora de serviço se comprometia a cumprir as metas de trazer franqueados no volume desejado, ficando com 55% da taxa de franquia, com possibilidade de se tornar sócia do negócio no futuro. "Entendíamos que seria viável, mas, na prática, constatamos que em nenhum momento os candi-

datos apresentados tinham o perfil que a franqueadora havia determinado", diz Oyama. "No primeiro ano, dos 200 franqueados fixados pela meta, apenas 60 se integraram à franquia. Esse volume nós fazíamos dentro de casa, sem aceleradora, então decidimos rescindir o contrato", conta.

A seleção do franqueado é um dos principais pilares do sucesso de uma rede de franquia. "A aprovação do perfil inadequado ou a ganância de fazer caixa com a taxa de franquia têm grandes chances de quebrar uma rede. Isso vale tanto para a franqueadora quanto para a aceleradora", afirma Ana Vec-

chi, CEO da Ana Vecchi Business Consulting. "Vemos franqueadoras transferindo essa responsabilidade para as aceleradoras, encantadas pela possibilidade de se tornarem o 'Boticário' do setor da noite para o dia."

A consultora adverte que os problemas acontecem não por falta de informação, mas pelos franqueadores tomarem a decisão de crescer de maneira rápida sem usar a razão. "Sobretudo as pequenas redes se deixam seduzir pelo canto da sereia, não olham para dentro de casa com racionalidade para saber se estão prontos ou não para dar esse passo", afirma.

Marcelo Cherto, CEO do Grupo Cherto, observa que terceirizar a expansão não significa abrir mão das obrigações que competem ao franqueador, respaldando as etapas e a Lei de Franquias. "Desenhar o perfil do franqueado ideal, avaliar a régua financeira e bater o martelo na seleção de novos parceiros é atribuição da franqueadora, não cabe à aceleradora", afirma. "É certo que eles têm grande capacidade de captação de leads e processos seletivos ágeis, dominando com equipes qualificadas os caminhos do marketing digital, mas quem deve definir quem en-

tra ou não em uma rede de franquia é o dono da marca ou os responsáveis por essa função dentro da franqueadora."

Primeira empresa a ter registro oficial como aceleradora de franquias segundo o fundador Felipe Sol, a Hoif chegou ao mercado em 2010, quando o termo sequer era conhecido. "Tenho larga experiência no franchising, estive à frente de uma rede com 170 franqueados, portanto sei onde estão as dores e os desafios", afirma Sol.

"Ao contrário de muitas operadoras do mercado, trabalhamos na mão inversa. Somos nós que fazemos o filtro das marcas

que estão prontas para serem aceleradas. Não basta querer, é preciso ter estrutura", diz ele. Com mais de 40 marcas aceleradas, ele não esconde que boa parte não tem capacidade financeira e estrutural para vender franquias em larga escala e administrar uma rede de franqueados robusta. "Não trabalhamos com franquias com menos de dois anos, que não tenham mais de uma operação. Não faz sentido, porque não está validada como franqueadora", afirma. "A chance de não dar certo é muito grande." (KS)

Gestão compartilhada e mentoria reversa conseguem bons resultados

De São Paulo

Presente no mercado brasileiro há sete anos e com meta de somar 200 unidades em 2023, a rede de ensino canadense Maple Bear desde 2018 deu assento aos franqueados no conselho deliberativo da franqueadora. Numa gestão compartilhada, tomam decisões estratégicas para o negócio e administram orçamentos anuais. O modelo, pouco usual no franchising — que opera com conselhos consultivos quando as redes adotam o sistema de governança —, revelou-se bastante positivo. "Foi uma grata surpresa o quanto a rede se profissionalizou e o quanto aprendemos mutuamente", afirma Monique Desidério, diretora de operação e implantação da Maple Bear Brasil. "O próximo passo será destituir a associação de franqueados. Não faz mais sentido, uma vez que eles já têm até poder de voto."

Trata-se de uma mudança cultural que se mostra sem volta, na qual os franqueados se revelam o ativo de maior valor na operação. "É o que o mercado está chamando de 'franchisee centric', que estreita a relação franqueador-franqueado a ponto de as decisões serem tomadas de maneira mais assertiva e



Santini, do MD: "Franchisee centric"

Frangueados da Maple Bear, Douglas Puccio Filho observa que praticar a mentoria reversa não é fácil, gera discussões calorosas, mas quando bem-feita resulta em ações surpreendentes. "Foi com esse exercício que construímos a várias mãos o contrato de renovação de franquia da rede para os próximos dez anos. Trata-se de um contrato de donos, totalmente diferente do que se vê no franchising." Santini destaca que o novo modelo de gestão compartilhada favorece o crescimento de um perfil de empreendedor que nos últimos anos ganhou espaço no franchising, sobretudo, nas grandes marcas: o multifranqueado. Segundo dados da Associação Brasileira de Franchising, em 2021, mais de 80% das redes brasileiras tinham franqueados com mais de uma unidade e 19,5% acima de cinco unidades. No mesmo ano, a média de lojas administradas por multifranqueados mono ou multimarcas era de 30,1%. "Os desafios de conduzir diversas unidades com maestria transformam franqueados-operadores em gestores de suas redes", diz Santini. É essa mudança de patamar, cada vez mais frequente no setor, que impulsiona a mentoria reversa. (KS)

Aproximação com fornecedores aperfeiçoa prestação de serviços

De São Paulo

Mais do que um tirador de pedidos, um parceiro estratégico na cadeia. Esse é o novo olhar que as marcas de franquia passaram a adotar na relação com seus fornecedores. "Quanto mais próximo da marca, mais é possível criar produtos e serviços de acordo com cada perfil e necessidade de rede", afirma Renata Oliver, vice-presidente da BMG Seguros. "Não se trata de apenas vender um produto, mas de apontar soluções em cada segmento do franchising. Por isso, o fornecedor precisa entender as peculiaridades de cada negócio."

Não à toa, o BMG Seguros criou uma divisão exclusiva para trabalhar o franchising, de onde saiu uma solução desenhada sob medida para a rede O Boticário, que permite gerir e acompanhar todas as franquias seguradas da rede. "Cada vez precisamos entender mais esse ecossistema a fim de oferecer uma solução específica para cada necessidade", afirma a executiva.

Na visão de Eduardo Cordova, CEO do Market4You, rede de mercados autônomos, trata-se de uma corrente que ao somar os elos se apresenta mais forte. No franchising isso se torna ainda mais claro,

uma vez que o fornecedor não lida apenas com a franqueadora, mas, às vezes, com centenas de CNPJs sob o guarda-chuva da marca. "Quando o franqueador olha o fornecedor como um simples tirador de pedido, o elo enfraquece. Quando alinha o propósito todos ganham e a rede apresenta melhores resultados", afirma Cordova. "Por isso, um dos pontos que analisamos na hora de homologar um fornecedor é se há alinhamento de propósito, se teremos boas oportunidades de desenvolver nossas estratégias em parceria."

Com 95% da carteira de clientes composta por redes de franquia, a startup F360 — plataforma de gestão financeira para varejistas — nasceu resolvendo problemas dos franqueados. Em pouco tempo, o fundador Henrique Carbonell estreitou a relação com as franqueadoras, cujas demandas eram outras. Ele observa que, muitas vezes, a ferramenta oferecida a um franqueado dá tão certo que acaba sendo absorvida pela franqueadora para toda a rede. Foi o caso de uma solução desenvolvida especialmente para uma franqueada da Havaianas que, em 2021, se tornou obrigatória em toda a franquia. "Estamos próxi-

mos de alcançar 11 mil lojas atendidas em todo o Brasil, 400 marcas no portfólio e uma receita estimada de R\$ 37 milhões para este ano, contra R\$ 25 milhões em 2022", diz Carbonell. "No ano passado, mais de 10% do faturamento do franchising passou por nossa plataforma, um volume de transações que movimentou mais de R\$ 25 bilhões. O que prova que estamos no caminho certo."

Foi em 2021, ao desenvolver uma solução para gerenciamento de operações de estabelecimentos de food service, que a E-Deploy — empresa de tecnologia especializada no desenvolvimento de soluções para gestão empresarial — chegou ao varejo com o 35 Checkout.

Em dois anos, agregou 36 marcas à carteira de clientes, passou a atender 1.800 pontos e tem no franchising 80% dos negócios da divisão. "Quando falamos em franquia, temos de pensar que temos dois clientes distintos com um objetivo comum: a franqueadora, com sua sede e lojas próprias, e o franqueado, com suas múltiplas unidades", diz Paulo Francisco, CEO da E-Deploy. "O atendimento e o suporte têm de ser diferentes." (KS)

Estratégia Engajado na busca de diferenciais de consumo, segmento faturou R\$ 51,9 bilhões em 2022, 18% mais que em 2021

Marca de alimentação renova cardápio e formas de vender

Katia Simões
Para o Valor, de São Paulo

Poucos acreditavam num passado recente que o segmento de franquias de alimentação seria capaz de se reinventar em um curto espaço de tempo. Pois foi o que aconteceu. Mais do que oferecer novos modelos de negócios, o que mudou foi a maneira de entregar a experiência ao consumidor. Com a ajuda da tecnologia, foi possível cruzar dados e tomar decisões mais assertivas seja na composição do cardápio, seja na hiperpersonalização das ofertas, meios de pagamento, autoatendimento e até mesmo criação de marcas 100% digitais para aumentar a rentabilidade. O que não mudou, contudo, foi a escolha do ponto. O shopping center ainda é o destino de 52% das operações de franquias de alimentação, enquanto 39% preferem a rua, segundo a Pesquisa Anual Setorial Alimentação ABF 2022/2023.

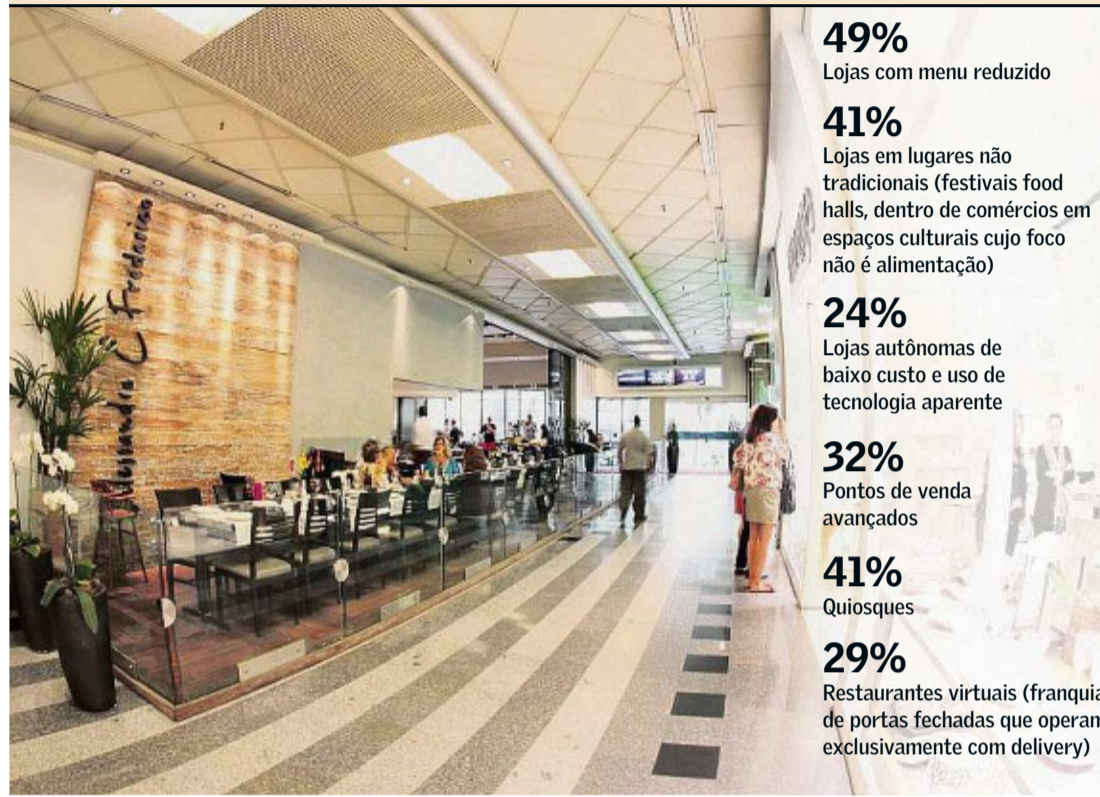
Os resultados atenderam às expectativas. Em 2022, o segmento de franquias de alimentação faturou R\$ 51,9 bilhões, 18% mais que em 2021. O número de unidades cresceu 9%, chegando a mais de 40 mil, distribuídas em 857 marcas. Ainda de acordo com a pesquisa, as redes estão cada vez mais engajadas em promover uma experiência de consumo diferenciada. Houve um aumento expressivo por restaurantes e locais que oferecem serviço rápido, tanto presencial como delivery ou takeaway. Diante da nova realidade, 44% das redes optaram tanto pela redução de itens no cardápio, quanto pela reorganização do menu para publicação on-line ou digital em diferentes plataformas.

Maior grupo de delivery de serviços alimentares do país, o Grupo Rão é o retrato da mudança do perfil dos negócios e da força do canal. Com 23 marcas no portfólio e mais de 200 operações no Brasil e Portugal — 95% delas franquias, a maioria marcas virtuais —, a empresa espera faturar R\$ 220 milhões em 2023, 30% mais do que no ano passado, chegando a 300 unidades. “Enquanto o mercado patinava para fazer do delivery uma operação relevante, nós tínhamos o know-how, porque nascemos com esse perfil”, diz o CEO, Guilherme Lemos Rao. “Nosso próximo passo para maximizar a logística, reduzir custos e equilibrar resultados será combinar operações de cozinha, casar hambúrguer com grill, sushi com poke”, afirma. “É preciso se reinventar o tempo todo”.

Na visão de Daniel Kastrop, customer leadership director da Coca-Cola, o setor já virou a página dos tempos difíceis do fast food. “O maior desafio hoje é encontrar o ponto de equilíbrio entre a digitalização e o elemento humano”, diz. Por um lado, a tecnologia pode facilitar as esco-

Modelos diferenciados

Os preferidos pelas redes para expansão dos negócios



Redes em expansão

Evolução do setor de franquias de alimentação

Ano	Unidades	Faturamento - em R\$ milhão	Unidades
2019	34.784	48.399	805
2020	34.583	40.898	736
2021	37.079	43.825	809
2022	40.520	51.918	857
2023 (1º tri)	39.626	11.890	862

Preferência

Concentração em shopping centers

	Instalação - em %
Shopping centers	52
Rua	39
Galeria/outros	9

Fonte: Associação Brasileira de Franchising (ABF)

Tiquete médio

Delivery tem melhores resultados

	Valor - em R\$
Geral	53,33
Delivery (sem taxa)	55,99
Delivery (com taxa)	61,64
Salão	52,69

lhas dos consumidores, oferecendo conveniência e praticidade, mas, segundo o executivo, as marcas também têm de encontrar meios de se conectar de maneira humana, independentemente do canal.

“Os consumidores estão tomando decisões em diversos canais e subcanais e é importante estar presente de maneira forte e vibrante em cada um deles para proporcionar boas experiências”, afirma Kastrop. “É preciso identificar onde os consumidores estão e se conectar de forma relevante, promover aderência com um ou mais pontos de paixão de maneira autêntica”, diz.

A Coca-Cola sabe fazer isso bem. Criou um sabor exclusivo

“É preciso se reinventar o tempo todo”
Guilherme Rao

em parceria com uma rede americana, que virou sucesso no varejo tempos depois; escolheu o delivery para lançar um novo produto no lugar da loja física e investe pesado nos pontos de paixão do consumidor, que variam da música ao esporte, passando pelo streaming e games. Não à toa patrocina a Copa do Mundo de Futebol.

Avançar na agenda de sustentabilidade é outro ponto fundamental para as redes de alimentação. O respeito ao ambiente e às pessoas é inegociável. “É possível unir sustentabilidade e negócio, com ganho para todas as partes”, afirma João Baptista Junior, diretor de expansão do Rei do Mate, uma das primeiras redes de franquias a se plugar ao marketplace Food to Save. Das 300 unidades da rede, 70 participam da plataforma. Próximo do prazo dos salgadinhos vencerem na vitrine são montadas sacolas surpresas, disponibilizadas no app do marketplace, a preço de custo. O retorno, garante João Baptista, já corresponde a 1% do CMV (custo

de mercadoria vendida), que antes era desperdiçado. Criado em 2021 por Lucas Infante, o Food to Save conta com 3.000 parceiros, em três Estados, que negociam seus produtos próximos ao prazo de validade. “Já evitamos que 1.400 toneladas de alimentos fossem desperdiçadas e movimentamos R\$ 17 milhões na plataforma”, revela Infante.

De acordo com Simone Galante, CEO da Galunion, consultoria especializada em food service, o restaurante do futuro é unificado, o que significa que tem de ser lucrativo, relevante, cada vez mais híbrido e versátil. Difícil? Ela garante que não. “É preciso entender a potência da era digital, usar a tecnologia para cruzar e interpretar dados e tomar decisões assertivas, que garantam aumento da produtividade e atribuam valor à experiência”, afirma. E vai além: “Os líderes dos restaurantes do futuro têm cultura empregadora mais positiva, mentalidade de inovação, estão em constante aprendizado e trazem isso para o restaurante”.

Após perda de receita na pandemia, rede de educação se recupera

De São Paulo

Há pelo menos duas tendências no segmento de franquias de educação que caminham a passos rápidos para a consolidação. A primeira surgiu com a imposição de fechamento de escolas e centros de ensino em quase todo o mundo por conta da pandemia de covid-19, em 2020 e 2021. Naquele momento, a média de faturamento do segmento caiu entre 80% e 90%, segundo a diretora de capacitação da Associação Brasileira de Franchising (ABF), Cláudia Vobeto, e fez com que o processo de digitalização, que começava a ser implementado nas escolas, fosse acelerado de zero a cem em poucos meses. Hoje, são poucas as instituições educacionais que não oferecem ensino a distância (EAD) com uma combinação de aulas síncronas e assíncronas — no primeiro modelo, as aulas acontecem em tempo real com interação entre professores e estudantes; já no segundo, as aulas gravadas ficam disponíveis para que o aluno assista no momento que preferir.

A outra tendência tem a ver com o crescimento da demanda, por parte de colégios de ensino regular, por serviços especializados de ensino de idiomas, principalmente inglês. Há um ano, o CNA, que figura entre as dez maiores franquias de ensino no ranking da ABF, desenhou um produto exclusivamente para assumir o ensino da segunda língua nos colégios. Hoje atende cerca de 10 mil alunos em colégios de todo o país, de acordo com Décio Pecin, CEO do CNA. “A concorrência dos colégios bilíngues com os que não são está cada vez mais acirrada. O Brasil tem hoje mais de 40 mil escolas que não são bilíngues e isso é uma oportunidade gigantesca para nós”, afirma Pecin, acrescentando que o CNA criou um departamento só para cuidar desse segmento, com área pedagógica e material didático próprios, o que demandou, segundo ele, investimentos de R\$ 5 milhões.

Com 700 escolas distribuídas por todo o país, a meta do CNA é abrir mais 50 franquias até o fim deste ano — o investimento em

uma franquia da rede varia entre R\$ 400 mil e R\$ 500 mil, dependendo da região do país, ou de R\$ 50 mil para microfranquias, que são espaços menores com oferta de serviços exclusivamente digitais. Hoje, 60% dos negócios estão na região Sudeste e os 40% restantes, distribuídos pelo país. O foco, afirma o CEO do CNA, são as regiões Sul e Centro-Oeste. “Especialmente Brasília, que tem muito o que crescer, e no Sul queremos sair de uma participação atual de 8% para 15%, em dois anos.”

André Quintela, CEO do Maple Bear, colégio canadense de ensino fundamental, atesta o avanço das escolas bilíngues: a marca, que está em 35 países, tem no Brasil sua maior operação, com 200 escolas e cerca de 35 mil alunos. No pós-pandemia, diz ele, o Maple Bear tinha 30 mil alunos e agora planeja encerrar o ano com pelo menos 40 mil. Dentro de três anos, a marca quer somar pelo menos 300 escolas. A marca faz parte do Sistema Educacional Brasileiro (SEB), grupo que abriga colégios tradicionais em São Paulo.

Atender colégios não bilíngues também está impulsionando a expansão da The Kids Club, no mercado desde 1994 e que hoje responde pelo ensino de idiomas em cerca de uma centena de colégios de educação formal, sobretudo em cidades de médio porte. “Algo próximo a 60% da nossa distribuição geográfica está fora das capitais”, afirma Sílvia de Moraes Barros, franqueadora da marca que administra 40 franqueados. “Chegamos a ter 120 unidades, mas a pandemia nos atingiu em cheio, especialmente porque trabalhamos com crianças muito pequenas”, afirma ela, que agora faz uma reestruturação na rede para encerrar 2023 com pelo menos 30 novos franqueados.

Sílvia aponta que o aprendizado do segundo idioma hoje começa com alunos cada vez mais jovens. “Quando comecei a ensinar inglês a crianças com 18 meses, os pais diziam que eu era louca. Agora, não apenas cresceu a presença dessas crianças, como aumentou também a frequência das aulas”, afirma.



Sílvia de Moraes Barros, da The Kids Club: reestruturação pós-pandemia

Busca de qualidade de vida impulsiona área de saúde

Lourdes Rodrigues
Para o Valor, de São Paulo

Viver mais, mas com qualidade de vida e saúde. Esse movimento em busca de cuidados com corpo e mente e, preventivamente, para evitar doenças se intensificou com a pandemia e tem impactado de forma positiva as franquias de saúde, beleza e bem-estar: o segmento, no ano passado, foi o terceiro com maior crescimento no setor e conta hoje com 568 redes.

Dados da Associação Brasileira de Franchising (ABF) mostram que o segmento de saúde, beleza e bem-estar cresceu 21,5% em 2022, somando mais de R\$ 47 bilhões em faturamento. No primeiro trimestre de 2023, o avanço foi de 27% em relação a igual período de 2022,

com faturamento de R\$ 12,4 bilhões. “A estimativa para 2023 é crescer entre 9,5% e 12% no faturamento”, diz Fabiana Estrela, diretora executiva da ABF.

Um modelo que ganha espaço é o de serviços médicos com cuidadores para idosos, caso da Home Angels, criada em 2009 em Campinas (SP), que tem hoje mais de 120 unidades em todas as regiões do país, com faturamento de R\$ 149,7 milhões em 2022 e previsão de crescimento de 10% em 2023.

São dois modelos de franquia: light, para pequenas e médias cidades e oferece apenas o serviço de cuidadores, com investimento inicial a partir de R\$ 40 mil; e premium, que demanda uma sala comercial e oferece aos clientes serviço de atendimento 24 horas —

uma opção de modelo de negócio mais amplo, com investimento a partir de R\$ 70 mil. Ambos têm previsão de retorno de 12 a 18 meses. Com a intenção de atrair novos franqueados, a rede lançou o plano Um só Home Angels 2025, em que o franqueado abre uma unidade padrão e paga uma taxa para aumentar o raio de atendimento e poder atuar nas cidades vizinhas. “Com essa proposta, a rede pretende alcançar 240 operações até o fim deste ano”, diz Artur Hipólito, sócio-diretor da Home Angels.

Democratizar o acesso aos serviços estéticos é o objetivo da Royal Face, rede de clínicas de harmonização facial com 250 unidades em funcionamento. A empresa, fundada em 2015 pela dentista Andrezza Fusaro, conta com a parce-

ria da atriz Flávia Alessandra e do comunicador Otaviano Costa como sócios embaixadores.

O investimento para a franquia parte de R\$ 169 mil, no modelo slim, e de R\$ 221 mil a R\$ 252 mil no premium, com retorno entre 14 e 20 meses. “Nossa rede fechou 2022 com faturamento de R\$ 250 milhões e esperamos fechar este ano com 300 unidades e receita de R\$ 300 milhões”, diz Fusaro.

“Usamos o marketing digital para alcançar empreendedores”
Tony Cozendey

A maior preocupação com a saúde bucal e o avanço da tecnologia têm impulsionado o crescimento de atendimento odontológico. É o caso da OdontoTOP Hospital do Dente, criada em 2012 em Maravilha (SC). A rede conta com 70 unidades e faturou R\$ 120 milhões em 2022. Para 2023, a meta é abrir mais 20 unidades, com foco em cidades com mais de 15 mil habitantes. O investimento parte de R\$ 960 mil e o tempo de retorno do investimento é de 24 a 36 meses.

“Reunimos em um único local todos os procedimentos como implantes, próteses, clareamento, limpeza dental, facetas dentárias, radiografia bucal, entre outros”, diz Cristiano Demartini, CEO da empresa.

Com a meta de ser diferente das óticas tradicionais e focada na comercialização de óculos de grau e de sol com preço acessível, o Instituto Visão Solidária (IVS) nasceu em 2015 em Cuiabá (MT) e tornou-se franquia no ano passado. São 10 unidades próprias e 12 franqueadas em 8 Estados. Em 2022 a rede faturou R\$ 7 milhões. Para este ano, a estimativa é alcançar R\$ 20 milhões. O investimento inicial é a partir de R\$ 180 mil, com retorno entre 13 e 18 meses. “Queremos nos posicionar como marca no maior número de Estados brasileiros ainda este ano e para tal usamos o marketing digital para alcançar novos empreendedores”, afirma Tony Cozendey, diretor-executivo do IVS.

Tecnologia Redes têm bom retorno com super apps, uso de dados e programas de fidelidade

Estratégia digital ajuda o varejo a mudar relação com clientes

Katia Simões

Para o Valor, de São Paulo

Primeira rede de franquias a adotar o pagamento por criptomoedas e a usar a tokenização nas transações, o Buddha Spa se prepara para mais uma ação pioneira. Em setembro, lançará junto com um super app um novo programa de fidelidade no formato de NFTs (token não fungível, ou representação de um ativo digital) em blockchain. “Trata-se de um programa de recompensas no qual os NFTs funcionam como um clube de vantagens exclusivas para seus membros”, afirma o CEO da companhia, Gustavo Albanesi. É o uso da tecnologia para materializar uma tendência forte do mercado: as comunidades de apaixonados pela marca que promovem engajamento e ações sem que a empresa tenha ingerência direta nesse processo.

Segundo Albanesi, a tecnolo-

“Desafio é resgatar a relação humana que permeava o varejo no passado”
Pedro Ivo

gia tem de servir ao negócio — daí a necessidade de um olhar acurado na escolha. “Fomos uns dos primeiros a usar o ChatGPT para humanizar o relacionamento do cliente com o chatbot, garantindo uma resposta humanizada, como se a pessoa estivesse conversando com um humano”, diz. “O objetivo é melhorar a qualidade do serviço, uma vez que hoje mais de 30% do atendimento do chat precisa de interação humana e os 70% restantes não alcançam 100% de eficiência”.

Na relação com o franqueado, a meta é reduzir em pelo menos 50% a demanda de dúvidas básicas retratadas nos manuais com a introdução do conteúdo no ChatGPT. Com 61 unidades em operação, 50 mil mensagens realizadas por ano e ticket médio de R\$ 160, o Buddha Spa tem 77,6% de seus serviços vendidos na plataforma da rede. “Chegar a esse nível de transformação digital no franchising é um desafio, uma vez que o sistema exige o alinhamento de várias lideranças na tomada de decisão”, declara Albanesi.

O desafio é grande, mas já é possível ver avanços. De acordo com o Estudo de Maturidade Digital nas Redes de Franquia 2023, realizado pela Associação Brasileira de Franchising (ABF), 38%



Gustavo Albanesi, CEO do Buddha Spa: tecnologia para materializar engajamento e ações de fãs da marca sem que a empresa tenha ingerência no processo

Imaturidade digital

Evolução dos processos no setor de franquias

Estágio	Participação - em %
Promover e dar suporte	14
Criar e construir	28
Comprometimento em transformar	21
Centrado no usuário e em processos elaborados	38
Negócios orientados a dados*	0

Fonte: Estudo de Maturidade Digital das Redes de Franquia 2023/ABF
*Nenhuma das franquias participantes do estudo encontra-se nesse estágio

das redes pesquisadas encontram-se no estágio 4, ou seja, adotam a tecnologia tendo como foco o usuário e processos elaborados, enquanto 28% das companhias ainda estão no estágio 2, utilizando ferramentas para criar e construir. O ponto negativo é que 14% delas empregam a tecnologia apenas como suporte.

Disposta a entender as informações capturadas nos mais diversos pontos de contato com o consumidor, a Arezzo decidiu investir em muita tecnologia para tratamento de dados em 2016. “Nosso objetivo era entender quem era o nosso cliente e mu-

dar nosso trabalho na ponta, com estratégias mais assertivas”, lembra Maurício Bastos Turquenitch, chief digital officer da Arezzo&CO, que tem mais de 16 marcas e negócios sob seu guarda-chuva. “Hoje, mais de 90% dos nossos 12 milhões de clientes estão cadastrados. São mais de 35 bilhões de dados cruzados de informações”, afirma Turquenitch.

A criação do App ZZ Mall, que dá acesso a um ecossistema digital de comportamento, moda e beleza para proporcionar experiência de compra, tornou-se um divisor de águas, na visão do executivo. “Ao colocar o ZZ Mall

na mão do vendedor mudamos a relação dele com o cliente. Ele sabe com quem falar e o que ofertar”, afirma. Os resultados chamam atenção: são mais de 2 milhões de interações digitais por mês, 25% do faturamento derivado do e-commerce/digital, um terço do piso da loja passando por uma camada de relacionamento e, embora o objetivo não seja esse, o atendimento pós-venda gera em média 20% de conversão.

Para que os resultados apareçam, porém, toda a rede deve respirar a transformação digital. “O maior desafio não é a tecnologia, que está mais acessível em custo e simples de usar; é as marcas resgatarem a relação humana que permeava as interações do varejo no passado”, afirma Pedro Ivo, fundador da Dito, empresa de tecnologia líder em CRM.

De acordo com ele, muito se fala em hiperpersonalização, mas a maioria ainda esbarra no básico, disparando a mesma mensagem para toda a base de clientes. “É preciso se colocar no lugar do

consumidor, entender o que é mais relevante para cada grupo, pensar o cliente mais como varejo e o canal mais como mídia”, afirma.

Turquenitch, por sua vez, faz um alerta importante: “É preciso ter um banco de dados, e não um bando de dados”.

Dono das marcas Spoleto, Kone, LeBon Ton, Gendai, China in Box e Gurumê, com 600 unidades, o Grupo Trigo define-se como uma empresa data-driven, ou seja, guiada por dados. “Todas as áreas da holding já se beneficiam da capacidade de enxergar os dados dos restaurantes e informações sobre os consumidores para tomada de decisão”, diz Rodolfo Dano, diretor de Growth Marketing do Grupo. “É através do programa de fidelidade que captamos informações mais personalizadas dos nossos clientes e conseguimos conhecer os seus hábitos de consumo, continua. A partir daí, traçamos nossas estratégias. Esse é apenas um dos caminhos, mas de alta eficiência”, diz.

Redes com microfranquias têm crescimento de 87% em dois anos

Mônica Magnavita

Para o Valor, de São Paulo

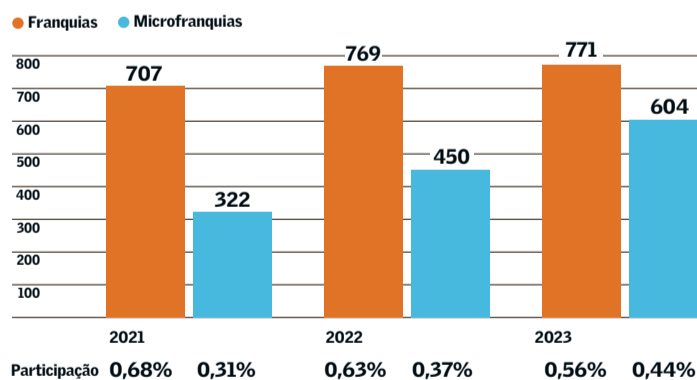
As microfranquias, modelos de negócios com investimento inicial até R\$ 135 mil, vêm ganhando cada vez mais espaço no universo nacional de franquias. Entre 2021, período pós pandemia, e maio deste ano o setor cresceu 87%, passando de 322 para 604 marcas, de acordo com pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Franchising (ABF) entre as 1.375 redes associadas. A expansão foi tão acelerada que hoje o modelo representa 44% do total de marcas franqueadas, e a expectativa da ABF é a de que até o fim do ano superem 50% do mercado.

Apenas pequena parte dessa expansão, 52 marcas, pode ser atribuída ao aumento do teto de investimentos exigido para abertura do negócio, que até o mês de junho passado era de R\$ 105 mil. O crescimento acelerado tem por trás estratégias de grandes redes, que incluem a ampliação do perfil do investidor, a busca por atingir outros mercados, maturidade das franquias e o cenário econômico, que favorece os investimentos em modelos de negócios mais enxutos.

Primeiro passo para se investir em franquias no Brasil, a microfranquia, que era tendência, virou realidade, como mostram os números da pesquisa da ABF. “Microfranquia não quer dizer microfaturamento. Quer dizer simplesmente o valor inicial de entrada. As taxas de retorno são muito interessantes”, afirma Humberto Madeira, vice-presi-

Modelo em expansão

Participação das microfranquias nas associadas



Fonte: ABF

dente de franquias da Prudential do Brasil, empresa da área de seguros, que demanda capital inicial de cerca R\$ 45 mil para suas microfranquias. Nesse setor, há um mercado muito grande para ser trabalhado, diz Madeira, já que apenas 17% da população brasileira tem seguro de vida. “Estamos cada vez mais fortes expandindo no Brasil, especialmente na região Nordeste”, afirma. Segundo ele, o modelo ganhou adesão de novos operadores por facilitar o empreendedorismo de forma estruturada, com menos experiência e capital.

O estudo da ABF, que revela a expansão das redes tradicionais em direção ao mundo das microfranquias, reflete, em parte, o processo de adequação da marca ao tamanho de cidades e municípios, como é o caso da Prudential. O modelo, de acordo com Madeira, permite maior expansão em mercados fora dos grandes centros urbanos. Tanto que,

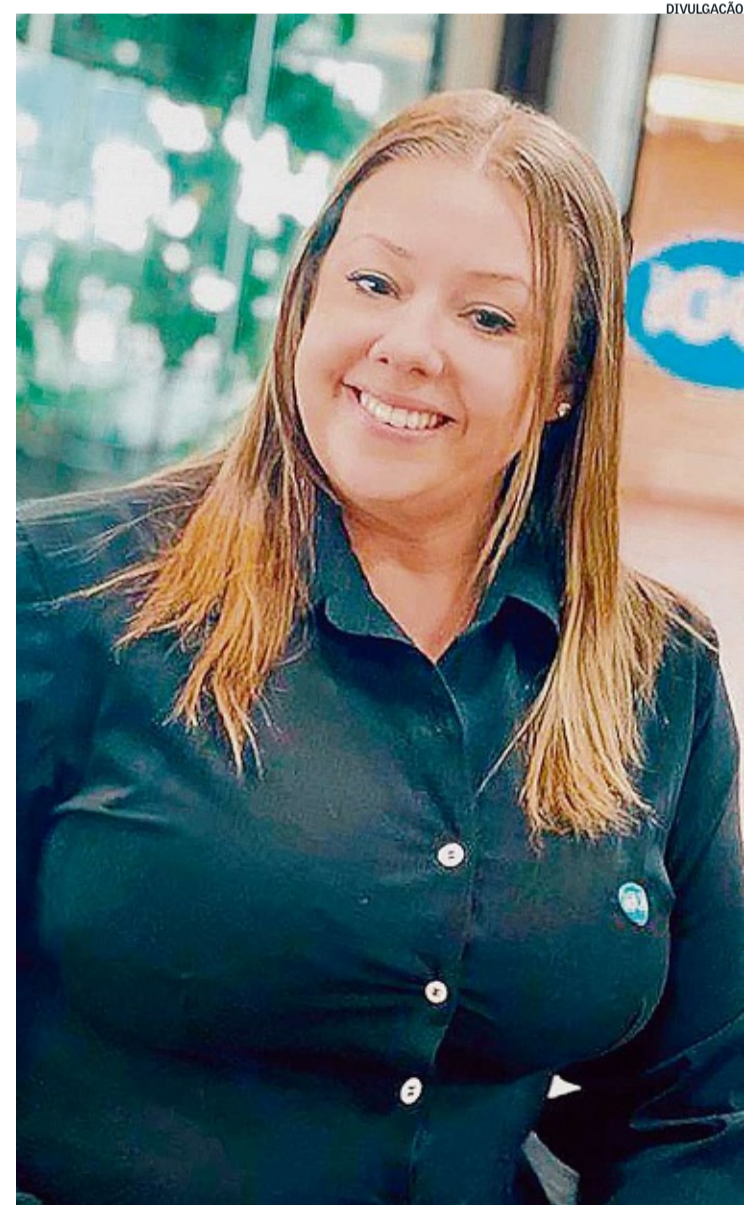
conforme levantamento da ABF, houve aumento expressivo do número de redes mais maduras que adotaram modelos de negócios mais enxutos, que passaram de 18% para 20% e 31% em 2021 e 2023, respectivamente. “Isso está ligado ao interesse das grandes redes em atender seus clientes de diversas formas”, diz.

A Tratabem, microfranquia de serviços voltada para produtos e manutenção de piscinas da rede iGui, uma das maiores marcas globais de piscina, surgiu há dez anos e hoje é um dos principais pilares da companhia, segundo Lilian Marques, diretora executiva da rede, que possui mais de 1.200 lojas. “A Tratabem começou com a necessidade de um pós-venda do produto da Igui, a piscina, e hoje é ela que faz a conexão com nossas outras duas marcas. De todas, a que mais cresce é a Tratabem. A média de crescimento é de 20% ao ano. A meta para este ano é de 30%”, diz

Marques. Já com 150 microfranquias, a marca demanda investimento inicial de R\$ 75 mil, incluindo produtos químicos e materiais, com retorno de 20% a 30% em produtos e de até 60% em serviços — o resultado depende da habilidade do franqueado.

Bruno Arena, diretor de expansão da Casa do Construtor, grupo detentor de mais de 600 franquias, observa que o Brasil, com seus 5.568 municípios, é formado por cidades pequenas, onde as microfranquias podem encontrar espaço adequado para expansão. “Às vezes, temos miopia de sempre olharmos as grandes praças. As redes que estão atentas aos movimentos de consumo que muitas vezes nem estão mapeados tendem a crescer mais”, afirma.

Atualmente, conforme pesquisa da ABF, 53% das microfranquias estão concentradas na região Sudeste, seguida pelo Sul do país, com 18%, pela região Nor-



Lilian Marques, da iGui: microfranquia de serviços da rede é a que mais cresce

deste, com 15%, Centro-Oeste com 9% e o Norte com 5%, refletindo a participação do PIB em cada uma das regiões. Outro ponto destacado por ele foi o aumento do ingresso feminino e de jovens no segmento. “Isso nos chama atenção e pode ser uma tendência”, diz Arena.

As áreas com maior participação entre as microfranquias são a de serviços e outros negócios, co-

mo contabilidade e consultoria, que lideram com 27%, seguida de alimentação, com 17% — muito puxada pelo crescimento dos serviços de entrega —, e de saúde, beleza e bem-estar, com 16%. A pesquisa da ABF mostra que a média de investimentos mínimo para microfranquias é de R\$ 50 mil, e o máximo, de R\$ 63 mil. O retorno do capital investido varia de oito meses a 18 meses.

