



EDIÇÃO 16 | ANO 7
JUNHO DE 2021
DISTRIBUIÇÃO GRATUITA

R E V I S T A

Vertentes Cultural

**Doce de Leite ou
Bolinhas da Felicidade?**



Para comer depois

Adélia Prado

Na minha cidade, nos domingos de tarde,
as pessoas se põem na sombra com faca e laranjas.
Tomam a fresca e riem do rapaz da bicicleta,
a campainha desatada, o aro enfeitado de laranjas:
‘Eh bobagem!’

Daqui a muito progresso tecno-ilógico,
quando for impossível detectar o domingo
pelo sumo das laranjas no ar e bicicletas,
em meu país de memória e sentimento,
basta fechar os olhos:
é domingo, é domingo, é domingo.



Editorial

Ninguém passou ileso a um 2020 com medo de adoecer; perdas reais; altas nos preços; portas fechadas hoje, abertas amanhã, fechadas novamente, talvez, depois de amanhã. O que imaginávamos ser uma Quarentena de 15 dias se tornou uma sucessão de recolhimentos e retomadas ultrapassando um ano.

Notamos todas as fissuras no teto do quarto e na personalidade de quem nos rodeia. Sentimos falta de escolher ficar em casa quando fomos obrigados a fazê-lo. Reinventamos os cumprimentos. Lavamos detergente com detergente numa ironia cômica. Inserimos de vez o álcool em gel na lista de compras.

Nada disso foi fácil até se tornar hábito. Mas foi nas nossas jornadas profissionais que encontramos as maiores dificuldades. Além de protocolos e limitações em absolutamente todos os estabelecimentos, foi preciso criar alternativas de contato, comunicação e propaganda. As vitrines passaram a ser virtuais, as compras por delivery. Os compromissos e nossas questões financeiras, porém, não se isolaram de nós. Nem deveriam: afinal, os boletos que pagamos e débitos com que arcamos são bases para outras vidas, sustentam outras famílias.

Não que não soubéssemos disso. Mas foi justamente nos perguntando “e agora?” frente o espelho que enxergamos ou nos permitimos sentir maior empatia pelos dilemas do próximo.

Quantos de nós realmente encontraram as respostas é difícil saber. Por vocação ou necessidade, abrimos mais negócios próprios; transformamos nichos de mercado; aderimos a novas plataformas de atendimento; recomeçamos. Não desembarcamos desse trem. Estamos ainda a bordo de incertezas – e há quem vá sentir mais chacoalhões.

Por isso nesse momento, além de fé, é preciso ter boas histórias de coragem que motivem, boas ideias que possam ser adaptadas, boas práticas que possam ser úteis, bons resultados que nos lembrem ser possível continuar e até recomeçar. Contamos com orgulho e admiração, neste número da *Vertentes Cultural*, algumas delas. Boa leitura.

EXPEDIENTE

Filiada ao SICOOB CENTRAL CREDIMINAS - Cooperativa Central de Crédito de Minas Gerais; à OCEMG - Organização das Cooperativas do Estado de Minas Gerais e à OCB - Organização das Cooperativas Brasileiras.

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

João Pinto de Oliveira - Presidente
Paulo Melo - Vice-Presidente
Antonio Vicente de Andrade;
Fabiana A. F. Diéle Barros de Oliveira;
Lígia Honorina de Andrade Moreira;
Mauro Caporali Vivas;
Yuri Carvalho Gomes.

DIRETORIA EXECUTIVA

Flávia Alves Coelho - Diretora Executiva Administrativa
Hélder Resende - Diretor Executivo de Gestão de Risco
Luiz Henrique Garcia - Diretor Executivo Financeiro

CONSELHO FISCAL

Conselheiros Efetivos: Cristiano Alexandre de Almeida, Cristóvão Avelar e Luís Cláudio dos Reis
Conselheiros Suplentes: Danilo Paiva, Henrique Santos e Luís Gustavo de Resende

REVISTA VERTENTES CULTURAL

Revista semestral do SICOOB Credivertentes - Cooperativa de Crédito Credivertentes Ltda.
Endereço: Rua Carlos Pereira, 100
Centro - 36350-000 - São Tiago - MG
Telefax: (32) 3376-1386
E-mail: credivertentes@sicoobcredivertentes.com.br

CIRCULAÇÃO

São Tiago, Alfredo Vasconcelos, Alto Rio Doce, Belo Horizonte, Barbacena, Conceição da Barra de Minas, Coronel Xavier Chaves, Dolores de Campos, Ibertioga, Itutinga, Madre de Deus de Minas, Mercês de Água Limpa, Morro do Ferro, Nazareno, Piedade do Rio Grande, Prados, Resende Costa, Ritópolis, São João del-Rei e Senhora dos Remédios.

APOIO OPERACIONAL

Elisa Cibele Coelho

JORNALISTA RESPONSÁVEL

Mariane Fonseca - MTB 15.883/MG
Tiragem: 5000 exemplares

FOTOS

Deividson Costa

DIAGRAMAÇÃO

Mapa de Minas Comunicação Integrada - as matérias veiculadas na Revista Vertentes Cultural do SICOOB Credivertentes podem ser reproduzidas, desde que citadas as fontes.

REVISTA
**Vertentes
Cultural**



ÍNDICE

As maravilhas da
Fazenda Saudade

Pág. 16

GASTRONOMIA

ENTREVISTA

Cristhiane Fam

Pág. 07



VIDA

Pág. 09

O recomeço e a arte de
Jean Carlos, o Dico



ECONOMIA

Pág. 23

Inovação
está online



Dr. Júlio Ferreira
de Carvalho

Pág. 36

MEMÓRIA



Artes e muito
chocolate

Pág. 48

PRIMEIRO PLANO



VERTENTES

Pág. 39

Cachaça Divinamente
Artesanal



CREDIVERTENTES

Pág. 54

30 anos de ousadia
e mudança

FOTO DO SEMESTRE



Lentes capturam beleza da Maria Fumaça mais antiga em operação no Brasil, que liga São João del-Rei a Tiradentes. Trajeto de 12km percorre trecho da antiga Estrada de Ferro Oeste de Minas (EFOM), inaugurada em 1881 por Dom Pedro II

Carta do LEITOR

Dê sua opinião sobre a revista, envie sugestões de pauta também! Fale com a gente no email credivertentes@sicoobcredivertentes.com.br

“

Acabo de receber a edição com minha história e meu trabalho. Eu, que já li tantos textos de críticos de arte nestes anos, fiquei emocionado com a matéria, cheia de cuidado. Já acrescentei no meu portfólio.

”

*Diego Mendonça
São João del-Rei (MG)*

“

Há muito tempo não vejo uma revista com essa qualidade, com tanta coisa boa. Já compartilhei com um monte de gente, incentivando a ler. Tem muita coisa interessante.

”

*Ricardo Sodré
Ibertioga (MG)*



'Conhece-te a ti mesmo' – e ao seu negócio

Para crescer, inovar ou resistir à crise, o ponto de partida ainda é analisar todos os aspectos do seu empreendimento, incluindo seu público. Quem orienta é uma representante do Sebrae

Começou como uma avalanche: quando ficar em casa se tornou a primeira medida para conter um inimigo minúsculo e perigoso, foi preciso encontrar distrações na caverna do próprio lar.

Cursos online, leitura em dia, exercícios na garagem ou na sala, aventuras na cozinha e lives tomaram conta das agendas. No caso dessas atrações, o bombardeio se arrastou por semanas, inclusive com disputa de audiência com a própria TV.

A falta de perspectivas para o fim da Pandemia, porém, fez eclodir outros problemas muito além do tédio. Junto com a curva de contágio pelo novo Coronavírus cresceu também a preocupação com o mercado, com empregos, com pagamentos a fornecedores e funcionários. Se nos primeiros 15 dias a sensação foi de apreensão com resiliência, do 16º em diante o temor por fechamentos definitivos de portas começou a dobrar a esquina – e ocupou espaço.

Segundo o IBGE, de março a julho de 2020, mais de 716 mil negócios encerraram atividades. No mesmo período, o número de desempregados no país chegou à marca de 12,3 milhões. Foi nessa esteira que a questão da reinvenção ganhou velocidade. E teve como motor fenômenos positivos mesmo no cenário turbulento. Ao longo de 2020, o total de Microempreendedores Individuais (MEI) teve adendo de 2,6 milhões, o maior em cinco anos, de acordo com da Receita Federal.

Além disso, quase 10% dos microempreendedores registrados em 2019 evoluíram para empresas maiores nos 12 meses seguintes – uma taxa de ascensão de 9,1%. Em todos os quadros, seja para contornar a crise ou para impulsionar negócios já em equilíbrio, o pensamento estratégico deve ser colega de trabalho. Sobre isso, conversamos com Cristhiane Fam, do Sebrae Regional Zona da Mata e Vertentes.



Vertentes Cultural – Em meados de 2020, numa entrevista para nosso Caderno Informativo, você pontuou que um dos primeiros conselhos para comerciantes e prestadores de serviços era se conectar e se comunicar com seus públicos de forma que se aproximassem deles e tivessem marcas lembradas. As Redes Sociais, que na última década se tornaram vitrines virtuais de grande apelo e baixo custo, ficaram ainda mais evidentes nesse sentido. Não basta, porém, ter perfis funcionando, lives ou mesmo links para compras, certo?

Cristhiane Fam – Redes Sociais são, de fato, vitrines com grande exposição, alcance e praticidade. Tudo isso com certeza é vantajoso. Por outro lado, mais do que nunca, temos sido bombardeados por publicidade e materiais online todos os dias – talvez o tempo todo. Então é preciso que o empreendedor fique atento e busque diferenciais. Para isso, o ponto de partida de qualquer marca é conhecer seu público, entender quem é seu cliente, seus gostos, hábitos e rotinas. Também é válido oferecer conteúdo com dicas, explicações úteis. Afinal, além de entretenimento as pessoas buscam conhecimento na internet. Se seu posicionamento se encaixa aos interesses delas, se torna relevante – assim como seu negócio.

Vertentes Cultural – Já podemos acreditar que essa virtualização de empreendimentos está em um “caminho sem volta”? Ou seja: que na eclosão da crise aderimos a contatos e transações online de maneira definitiva?

Cristhiane Fam – O mundo mudou. Mas a verdade é que o digital ocupou espaço preponderante na nossa vida há muito tempo – mesmo que apenas na Pandemia a maioria de nós tenha notado com clareza. Afinal, como consumidores já nos relacionamos com a tecnologia de maneira até automática, natural. Porém, como empresas ainda não aproveitamos nem 1% de todo o potencial que ela pode trazer. Na prática, então, a virtualização aconteceria em breve, de qualquer jeito. O ano de 2020 e tudo o que trouxe só acelerou o processo.

Vertentes Cultural – Entramos, também, em uma nova era para delivery, compras via aplicativos, entregas por transportadoras. Quais as vantagens de se investir nessa área? E quais

sugestões para o comerciante que, por algum motivo, ainda não pode aderir a esses sistemas, mas quer se manter estável no mercado?

Cristhiane Fam – Com e-commerce e vendas online, as possibilidades de alcance do seu público aumentam. O que é excelente. Mas é importante que o empresário fique atento a todos os desafios e às necessidades de estrutura, que não são poucas, para atuar nesse setor. É preciso conhecer ferramentas de venda, preparar a empresa para as novas demandas que vai atender; se conscientizar de que a venda online é muito diferente da física e, portanto, requer outras estratégias – inclusive para cativar. Para quem ainda não consegue aderir a esses sistemas, existem opções. Aliás, para alguns segmentos a venda online não é tão vantajosa assim. Então o ponto central volta a ser a divulgação correta, planejada, utilizando redes sociais para atrair o cliente à sua loja física.

“

Para alguns segmentos a venda online não é tão vantajosa assim. Então o ponto central volta a ser a divulgação correta

”

Vertentes Cultural – Sobre a ascensão no número de MEIs, o que dizer ou que orientações dar a quem começa no mercado neste momento?

Cristhiane Fam – No Sebrae sempre reforçamos a ideia do bom planejamento. Começar a empreender exige organização financeira, de estrutura – inclusive para estar mais atento e preparado a mudanças que podem ser drásticas. Daí, inclusive, a importância de desenvolver um modelo de atuação que permita certa flexibilidade.

Vertentes Cultural – Outro ponto destacado na sua entrevista anterior

foi a atenção às finanças. Em 2020, segundo a Fundação Getúlio Vargas (FGV), a procura por Crédito a Pessoas Jurídicas, especialmente Micro e Pequenos Negócios, mais do que dobrou. Quais cuidados os empreendedores devem tomar para ficarem quites com esses débitos? E no caso de quem pensa em buscar recursos, que análises devem ser feitas antes de contratar um empréstimo ou financiamento?

Cristhiane Fam – Crédito pode ser muito benéfico quando utilizado de forma adequada, inclusive para investir na ampliação do negócio. No entanto, é importante analisar que retorno haverá nesse processo, se chegará a tempo e em total suficiente para cobrir o débito – incluindo os juros envolvidos nas operações junto a instituições financeiras. Portanto, os resultados devem ser maiores que os gastos. Sempre. Existem também modalidades de Crédito para resolver problemas momentâneos com Capital de Giro. Nesses casos, é necessário ter perspectivas reais de melhora no caixa para liquidar o empréstimo.

Vertentes Cultural – Ou seja, é preciso ter sustentabilidade como meta...

Cristhiane Fam – Sim! O Sebrae Minas, aliás, tem uma página no site para que empreendedores possam diagnosticar sua situação e avaliar se estão preparados para buscar Crédito. O endereço é oferta.sebraemg.com.br/acesso-credito-auto-diagnostico.

Vertentes Cultural – Por falar nisso, o próprio sistema registrou aumento importante na procura por aperfeiçoamento e capacitação profissional frente à Pandemia. Que tipo de conhecimento é essencial em qualquer momento, inclusive pós-crise; e quais se tornam urgentes a partir de agora?

Cristhiane Fam – Toda empresa deve documentar suas atividades. Registros de caixa, cadastros de clientes, apurações de lucro... Tudo isso serve de apoio para tomadas de decisões tanto na hora de crescer quanto no posicionamento frente a qualquer crise. Com eles são obtidos dados importantes inclusive para alterar seu modelo de negócio, caso seja necessário, ou adotar estratégias para se manter no mercado.





Uma história de redenção, fé, amor e arte

Toda vez que uma cavalgada passa pelas ruas de São Tiago, Jean Carlos Fernandes, de 37 anos, chora. Durante um tempo, confessa, as lágrimas eram ressentidas. Agora elas têm uma saudade resiliente e até permitem que, sorrindo, responda aos acenos dos cavaleiros levantando chapéus ou gritando 'ôôô, Diiiico'. "Fica deprimido. Era um sofrimento que machucava. Um dia, desesperado, pedi a Deus: 'por favor, Pai, me ensina a ver um cavalo sem essa dor'", lembra.

A prece foi ouvida. Se antes bastava a Jean Carlos fechar os olhos para se imaginar sobre um cavalo com angústia, hoje só precisa posicionar um pedaço de madeira entre os joelhos para visualizar a cabeça e as orelhas do animal com arte. Desse exercício vem a inspiração que, mais tarde, se converte em esculturas de madeira. Há 14 anos, um acidente tirou de Dico o movimento das pernas. A vida e a fé o ensinaram, por outro lado, novos jeitos de caminhar.



A PROFESSORA

Silvana Medeiros sempre teve em mente a mesma cena: ainda menino, o então aluno Jean Carlos se distraía desenhando equinos. Naquela época, um incômodo. Pouco mais de uma década depois, a salvação. Lecionando para um dos filhos de Dico, Silvana entregou ao garoto um caderno e uma caixa com lápis coloridos. “Leve para o seu pai e peça que encha todas as folhas com cavalos ilustrados à mão. Todas”, disse.

O menino obedeceu – e o presente inusitado, nas mãos de Jean Carlos, se converteu em motivação. “Depois do acidente eu passei um ano prostrado, só deitado, acreditando que nunca mais sairia daquela posição. Eis que com muita fisioterapia e apoio da família eu me levantei, fui pra cadeira de rodas. Aí, porém, surgiu outro problema: o que fazer limitado a esse ‘troço?’”, lembra o artesão sobre uma rotina entediante e exaustiva ao mesmo tempo. “Eu acordava, recebia ajuda pra tomar banho. Daí vinha uma enfermeira fazer curativos e só me restava ficar lá na cozinha conversando até o almoço ficar pronto. Mais nada. A verdade é que, por mais que amasse – e ame – a presença deles, eu queria além, sabe? Estava cansado de mim, das dificuldades. Queria sentir que era capaz de algo”, acrescenta.

Foi justamente em meio a esse impasse que chegaram os mimos enviados por Silvana. Dico, então, mudou. No intervalo entre o cuidado com ferimentos e a refeição com a família, passou a rabiscar. De traço em traço, cavalos começaram a ocupar os espaços em branco. “Um dia as folhas acabaram. Senti que tinha cumprido a missão dada pela professora e pedi ao meu filho que devolvesse o caderno todo colorido pra ela”, revela. Mais do que se orgulhar do ex-aluno, a educadora ofereceu mais a ele: afeto. Todos os desenhos foram destacados e distribuídos entre estudantes. A partir dali, virou rotina para Dico ouvir batidas na porta e, através dela, surgir um garoto ou uma garota com sua arte redescoberta em mãos. “Eles foram incentivados a me visitar. *(faz uma pausa e chora)* Só Deus sabe o quanto ver aqueles rostos curiosos com o meu trabalho me salvou”.

O ARTESANATO

Jean Carlos nunca mais parou. Dos desenhos que se multiplicaram (ele

chegou a consumir sete caixas de lápis por mês), vieram telas – e foi trocando uma delas pela réplica de um carrinho de boi, feito em madeira, que descobriu outra aptidão. “Fiquei encantado, vidrado naquela peça. Pouco depois ganhei um pedaço de madeira e decidir lixar, tentar esculpir com uma faquinha. Passei dias no quarto focado nisso e dali saiu meu primeiro artesanato”, lembra.

Autodidata e curioso, Dico redescobriu sentidos. Para isso, contou com livros, observação atenta, longas conversas, plays em vídeos da internet, uma série de tentativas e erros na prática mesmo. “Quando dá meio-dia a mão começa até a formigar. Não me vejo fazendo outra coisa. De verdade. Minhas ferramentas e meu maquinário de apoio são partes do meu corpo”, diz. Incansável, porém, o artesão já se dedica ao aprendizado de outras técnicas, incluindo manuseio de couro e trançado. Algo que fascina inclusive quem o observa de perto, como a esposa Priscila Fernandes.

A FORÇA

O apelido, Dico, contrasta com o porte de quem o ostenta. “Fui me tornando um cara grandalhão e iludido *(risos)*. Achava que a força estava no físico, no braço. Inclusive me exibia. Vez ou outra lá estava eu desapertando roda de caminhão com um punho só. Até pra conquistar a Priscila foi assim. Ela trabalhava numa padaria e eu, apaixonado, arrumava desculpas pra ir lá ajudar. Aí arrastava móveis quando na verdade estava ‘arrastando asa’ pra ela”, se diverte.

O jovem Jean não sabia, porém, que o que a impressionava era outra coisa: o amor pela família. “Lembro dele colhendo café com a mãe, sendo apoio dela, a acompanhando pra cima e pra baixo. Aquilo mexeu comigo. Só tinha 15 anos, mas foi tão intenso que desde o início da nossa relação sabia: vai ser pra vida toda”, conta Priscila.

E está sendo. Os votos de permanecer juntos “na saúde e na doença”, aliás, foram feitos com Dico já acidentado e se locomovendo na cadeira-de-rodas. “Havia prometido pra ele que seria assim. É assim”, se emociona antes de o artesão completar: “Foi com a persistência dela, dos meus pais e dos meus filhos que entendi: força mesmo vem de Deus e do amor das pessoas”.

QUANDO A MADEIRA GANHA – E DÁ SENTIDO À – VIDA

Cedro, caixeta e jacarandá são matérias-primas para Dico (que já quer se arriscar também com peroba-roxa, jequitibá e amoreira). De pelo menos 500 tocos desses, aliás, saíram animais e carros-de-boi confeccionados ao longo de uma década por paixão. “Não é um negócio, meu ganha-pão. Faço uma encomenda ou outra pra quem vê um significado nessas peças ou quer presentear. Acho bonito, me sinto honrado. Mas não vejo no meu dom uma fonte de ganho além do pessoal”, explica o são-tiaguense.

Para ele, na verdade, a arte é uma forma de ressignificar um laço antigo com a roça – e com o pai, Luiz Carlos Fernandes, falecido há seis anos. “Ele trabalhava numa fazenda e, nas folgas, me levava pra lá. Lembro que ele me erguia, colocava em cima do cavalo. Não passava de um molequinho, mas me sentia gigante. Uma vez fiquei tão emocionado que despenquei de lá de cima”, conta rindo.

O amor pelo galope surgiu exatamente ali e o acompanhou anos afora, enquanto crescia. Justamente por causa dele, apreciava olhos, pelos, cores dos bichos. Daí a precisão ao riscar moldes na madeira, esculpir milímetro a milímetro e, com formas definidas, pintá-las com anilina, tinta acrílica e guache.





O ACIDENTE

Jean Carlos tem princípios e valores firmes: fé, gratidão, amor, persistência e clareza. Inclusive quanto ao passado. “Fui um homem de que não me orgulho. Mas que assumo pra tirar dele as lições que vão me levar pra frente e até mesmo ajudar outras pessoas”, conta ele. E é com essa firmeza que revela as lembranças que tem daquela terça-feira, há 14 anos, quando tudo mudou.

“Foi uma fase muito difícil”, começa ele. “Meu pai sofria muito, minha mãe queria me internar pra me salvar da dependência química e minha hoje esposa, grávida do nosso segundo filho, lidava com uma traição. Na verdade, havia outra moça esperando um bebê meu também”, narra.

Do lado de fora de casa, havia mais problemas. Por opção, Dico recusava grandes propostas e vivia sem emprego fixo, à base de bicos, ganhando R\$20 por dia trabalhado – quando decidia ir. “Era uma situação tão absurda que eu saía de casa calçando um par de tênis e voltava com pés no chão. Vendia, perdia tudo. Tratamentos? Recusei. Até dizia que aceitaria a internação, mas na ‘hora H’ desistia. Perdi as contas de quantas portas fechei”, revela.



Os excessos cobraram seu preço. Uma hérnia dolorosa o fez ir ao médico e, dali, deveria seguir para a sala de cirurgia. O destino, de fato, o levou até lá, mas por motivos ainda mais dramáticos: dois dias antes da operação, Jean Carlos cedeu à tentação de “mais uma farra”. “Eu precisava repousar um mês. Lembro de ter agendado a operação para uma quinta-feira, estava bem. Só que na terça sucumbi e saí pra beber em uma roça”, explica.

Lá, decidiu montar em uma moto desconhecida e pilotar. Na primeira volta, adrenalina. Na segunda, um baque, dor, desmaio, amnésia. “O que contam é que enfiei a roda da frente no buraco de um mata-burro e fui arremessado. Bati as costas com tanta força em uma árvore que, dizem, a parti”.

Já na ambulância, Dico deixou de sentir as pernas. A coluna, no entanto, o fazia gritar de desespero. Nas palavras dele próprio, estava totalmente “quebrado por dentro”. Para a esposa, Priscila, a expressão já fazia sentido muito antes do acidente. “Conheci um rapaz cheio de energia, mas com pé no chão, tranquilo, sonhador. Quatro anos depois, logo que nasceu nosso primeiro filho, tudo mudou. Álcool, cigarro, outras drogas... Eu olhava praquele homem e não via quem

eu amava. Mas eu sabia que estava em algum lugar ali”, se recorda.

A RECUPERAÇÃO

- Mexe o pé, Jean.

O pedido do médico, corriqueiro, não podia ser atendido. Traumas na coluna, revelados por uma série de radiografias, indicavam que o tratamento seria longo com sequelas irreversíveis. Foram 30 dias no CTI seguidos por outros dois meses de internação ouvindo, rotineiramente, que só uma cirurgia delicada “colaria” as vértebras. O aniversário de 24 anos, aliás, chegou com o são-tiaguense confinado no ambiente hospitalar. “Honestamente? Naquele dia eu não sentia que tivesse algo a comemorar. Celebrar a vida parecia piada de mau gosto”, explica o artesão que, hoje, vê cada intervalo de 24 horas como dádiva. E o primeiro sinal de que seria assim veio com um prognóstico inesperado: “Minha coluna se colou sozinha. Lembro da médica me dando a notícia, de receber alta, de ouvir sobre milagres. Mas a única coisa que martelava na minha cabeça era: ‘vou ficar ASSIM?’”, conta.

O NOVO HOMEM

Jean Carlos não nega sentir falta dos pés firmes no chão. Mas já se

despediu, sem saudades, do homem que se sustentava sobre eles. “Fiz escolhas que me cobram preços altos até hoje, seja nas minhas limitações, seja nas histórias que ouço sobre minha fase ruim. Criaram o mito de um jovem pior do que realmente fui. Por outro lado, a quem eu realmente preciso provar algo?”, questiona sobre situação que, confessa, o fez enxergar além: “a essência, sabe? É clichê falar isso, parece blábláblá, eu sei. Só que posso garantir por experiência: quando achei que tinha perdido tudo, comecei a entender o que realmente precisava ter”.

Morando numa casa adaptada, com oficina montada aos poucos, prateleiras repletas de trabalhos, apoio da família e muita resiliência, Dico diz que só lhe falta, hoje, uma coisa: a presença do pai, Seu Luiz.

“Dos arrependimentos que tenho, um deles é o de ter ferido o coração dele. Nenhum pai quer ver o filho fazendo as coisas que fiz. Nenhum. (choro) O que me consola é lembrar, por outro lado, que pude me reaproximar dele depois do acidente, que pedi perdão por cada minuto em que falhei como filho. Não foi fácil vê-lo adoecer, partir. Mas tenho no meu coração que, naquela hora, ele se orgulhava de mim, confiava no novo Jean”.



QUANDO A UNIÃO FAZ — E AUMENTA — A FORÇA

A cooperação e o bem ajudaram Jean Carlos em diferentes momentos. Num, jovens se uniram para arrecadar recursos e reformarem um antigo cômodo que, atualmente, abrigam o quarto e um banheiro adaptado onde Dico se locomove com autonomia. Outro, mais recente, o levou à capital mineira, Belo Horizonte. E lá, pela primeira vez, o são-tiaguense viu um pedaço do Expôminas se transformar em vitrine para seu artesanato.

Tudo começou com o convite de uma consultora do Sebrae. Em seguida, veio a iniciativa de uma empreendedora em São Tiago, Poliana Vilela, em novembro de 2020. No Facebook, ela postou texto e fo-

tos explicando o dilema: enquanto a hospedagem para seis dias e sete noites já estava garantida para Jean Carlos, faltavam recursos que cobrissem a viagem, deslocamentos na capital, alimentação e o aluguel de um estande. Na ponta do lápis, seria preciso cerca de R\$1,3 mil. Na prática, foi necessária a união. “Os trabalhos dele são perfeitos. Tomara que mais e mais gente se engaje nessa causa”, comentou uma internauta.

E assim foi feito: uma semana depois, lá estava o artesão, encantando quem passava pelo espaço, já com distanciamento social. “Pra mim, foi outra mensagem de Deus, outra bênção. Ele coloca as pessoas certas no nosso caminho. Só precisamos perceber e agradecer”, diz.



A ESPOSA

Quando fala sobre “essência”, Dico olha diretamente para a esposa, Priscila. E não há por que duvidar dela como personificação da palavra. Bem como os pais do são-tiaguense, ela diz que sempre enxergou, sob a casca problemática, o rapaz bom e tranquilo com quem começou uma família. “Era como se tivesse vestido uma capa temporária, que não servia nele. Pra nós interessava o que estava ali por baixo, o real”, conta ela.

Para Jean, essa postura também foi remédio para a recuperação de feridas muito além das físicas. “Tive pena de mim. Tive mesmo. E achava que o que recebia dos outros era piedade, não amor”, confessa. Com o tempo, entendeu que estava errado. “É claro que num primeiro momento você se torna o dodói da casa. Todo mundo te cerca pra ficar quieto, pra ser atendido rapidinho quando precisa. Porém, quando fui me reabilitando, aprendendo a tomar banho sozinho, a entrar no carro sem ajuda, todos comemoraram comigo. A vida voltou ao normal dentro da minha capacidade e o afeto da minha família continuou o mesmo. Então entendi, inclusive, que a Priscila continuou aqui porque ela é, de fato, a entrega em pessoa. Fosse por mim, pelo Antônio, pelo João, por qualquer pessoa que ela amasse... estaria ao lado”, reconhece.

OS FILHOS E OS SONHOS

Deivid, o primogênito, tem 19 anos. Nasceu num momento tranquilo e cresceu durante as reviravoltas na vida do pai. Em uma delas, festejou a chegada de Natan e não demorou a descobrir ter outro irmão, Erik. Os dois, com 14 anos hoje, são filhos de mulheres diferentes. Um detalhe complicado que ninguém esconde, mas passa despercebido quando o que salta aos olhos é a harmonia e o carinho entre Priscila, todos os meninos e Maria Leticia, a caçula prestes a completar 13 anos.

Além do DNA; das fotos sorridentes na mesma prateleira em que Dico guarda sua arte; e da sala de casa cheia de juventude e cumplicidade quando os adolescentes se juntam, as lições do pai os unem. “Vi e vi coisas que poderiam ser evitadas com as escolhas certas. Digo que não caí da moto, caí no abismo das decisões erradas – e uma puxa a outra. Então tento levar tudo o que sofri e aprendi à molecada que está crescen-

do agora. Fiz palestras, me abro com quem quiser ouvir e sou transparente com meus filhos. Hoje, entendo as angústias de quem me criou. Não é fácil. Cresci com amor, bons exemplos e ainda assim fui a direções opostas”, lamenta enquanto respira fundo para depois completar: “O mundo é cheio de armadilhas, de perigos atraentes. Rezo e mostro todos os dias que é possível um futuro melhor. Espero que entendam e até aqui tenho orgulho de dizer que sim”, sorri.

Dico é assim: realista, consciente e resiliente. Por outro lado não abre mão da fé e da esperança: “A gente dorme e sonha. Mas precisa acordar e ter algo pra buscar consciente. A nossa humanidade tá aí, em todos os dias apontar pra um sentido e ir atrás dele. Sei que vou um pouco mais devagar nessa cadeia (*risos*). E, pra ser honesto, estou feliz. Tenho um Senhor lá em cima, minha família aqui embaixo, meus amigos ao lado, madeira nas mãos. Tenho tudo”.



SICOOB CREDIVERTENTES APRESENTA: DIA DE COOPERAR 2021

Tudo começa com um **SIM**. E quando o assunto é responsabilidade sócio-ambiental, o Sicoob Credivertentes multiplicou respostas positivas por **MIL**. Em 2021, nossa cooperativa vai cercar mais 7km de nascentes em propriedades rurais de São João del-Rei, Prados e Coronel Xavier Chaves. Um investimento no **futuro** do nosso bem mais precioso: a água. Ao mesmo tempo, a Credi abraçou a causa de quem precisa de apoio **agora** . Por isso, distribuiu **mil** cestas básicas em **20 comunidades** da nossa região.



Saudade com sabor

*Casal ibertiogano beneficia
leite com produtos que ganham
pódios e paladares*

MARIANE FONSECA



Na Fazenda Saudade é assim: o Queijo Minas Artesanal é premiadíssimo, com duas medalhas garantidas em 2019. Detalhe: estreante em competições, o queijo com rótulo de Ibertioga também era recém-chegado ao mercado, com produção retomada efetivamente em 2018.

Não é, porém, a única estrela da propriedade. Há cerca de dois anos, um tal Doce de Leite de Bolinha tem ficado no topo do pódio de quem ama a iguaria tipicamente latino-americana - por convenção. Afinal, num recorte ao Sudeste brasileiro desse mapa, nada mais mineiro que um tacho cheio dessa maravilha. Um adjetivo que talvez seja pouco para o doce artesanal ibertiogano. “Único”, “pedacinhos de felicidade”, “melhor do mundo”, “minha dieta que lute”, “acaba com as minas estruturas”; “tentação, meu Deus”.

Essa, no entanto, não deve ser pecado. Cremoso por dentro e delicadamente crocante por fora, o Doce de Leite de Bolinha adoça uma história familiar cheia de tradição e um empreendimento rural que quer ultra-

passar porteiras sem perder de vista as tradições do lar.

(NADA) POR ACASO

Nos fundos da casa principal, na Fazenda Saudade, há uma bica d'água. E reza a crença local que quem dela bebe se inunda de fertilidade. Fato é que em 2018 quatro mulheres deram à luz na família depois de experimentarem o tal elixir. Uma delas foi Tereza Rodrigues. Um ano antes, em junho de 2017, sentiu que a vida havia mudado enquanto era benzida. Descobriu, em julho, que estava grávida.

Foi a notícia de que precisava para tomar coragem e deixar a loucura da vida como jornalista em Brasília para trás. Então, com um barrigão de 32 semanas, retornou a Minas trazendo numa caminhonete a mudança, os sonhos e outra história curiosa: a de amor com o marido, Mateus Brandão.

DEFINIÇÕES DE “DESTINO”

Dizem que ninguém pode mudar o destino. Tereza e Mateus provam isso quando o significado da palavra

está nas peripécias da vida até tudo se conectar. Mas quando o assunto foi direção, pra onde ir... ah, eles escolheram por conta própria o caminho a percorrer e onde desembarcar.

Ela nasceu em Ibertioga. Ele, em Manhuaçu. Mas não foram os mais de 385km que os separaram ao longo da vida - foram desencontros irônicos. Na juventude, os dois frequentaram a mesma universidade e Mateus chegou a namorar uma colega de turma de Tereza. Ainda assim, sequer bateram os olhos um no outro.

Formados, ambos se mudaram para Brasília, mais especificamente para a mesma rua - e de novo não se esbarraram. Até que uma tia de Tereza, que havia trabalhado com Mateus, sugeriu apresentá-los, conectar mineiros na capital do país. “Acredita que ela acabou se esquecendo disso? (risos) Um tempo depois, conversando via Whatsapp, comentei sobre a ideia. Queria uma companhia para tomar uma cerveja, conversar mesmo. Ela então criou um chat no Facebook com nós dois. O resto é história”, lembra Tereza.





Mateus e Tereza: de desencontros irônicos às maiores combinações no casamento, nos negócios e nos sabores que saem da Fazenda Saudade. Ele desenvolve o queijo. Ela, o Doce de Leite de Bolinha



Dali em diante, tudo se alinhou, inclusive o sentimento de querer retornar para o interior mineiro. Na infância, ambos nutriram raízes na Zona Rural, experimentando a calmaria de crescer na natureza e os desafios de viver do Agronegócio. Na vida adulta, perceberam que queriam isso de volta. E foi aí que a jornada do queijo premiado e do doce apaixonante começou.

(RE) COMEÇOS

Se havia saudade, fazia todo sentido que fosse curada na fazenda de mesmo nome. Não é? Mais ainda dando continuidade a uma tradição rural. É que a propriedade, quase centenária, já é conhecida por seus queijos de longa data. Longa mesmo. Tereza conta que o avô, João Miranda, já produzia artesanalmente a iguaria e a despachava a cavalo inclusive para o Rio de Janeiro – na época utilizando fôrmas de madeira.

Gerações mais tarde, os netos Antônio Augusto, o Gutinho; e Hélio Miranda decidiram empreender na Pe-

cuária Leiteira. No negócio familiar, o primeiro é o administrador e o último gerente numa empreitada que coincidiu com o retorno da irmã Tereza e do marido para Ibertioga.

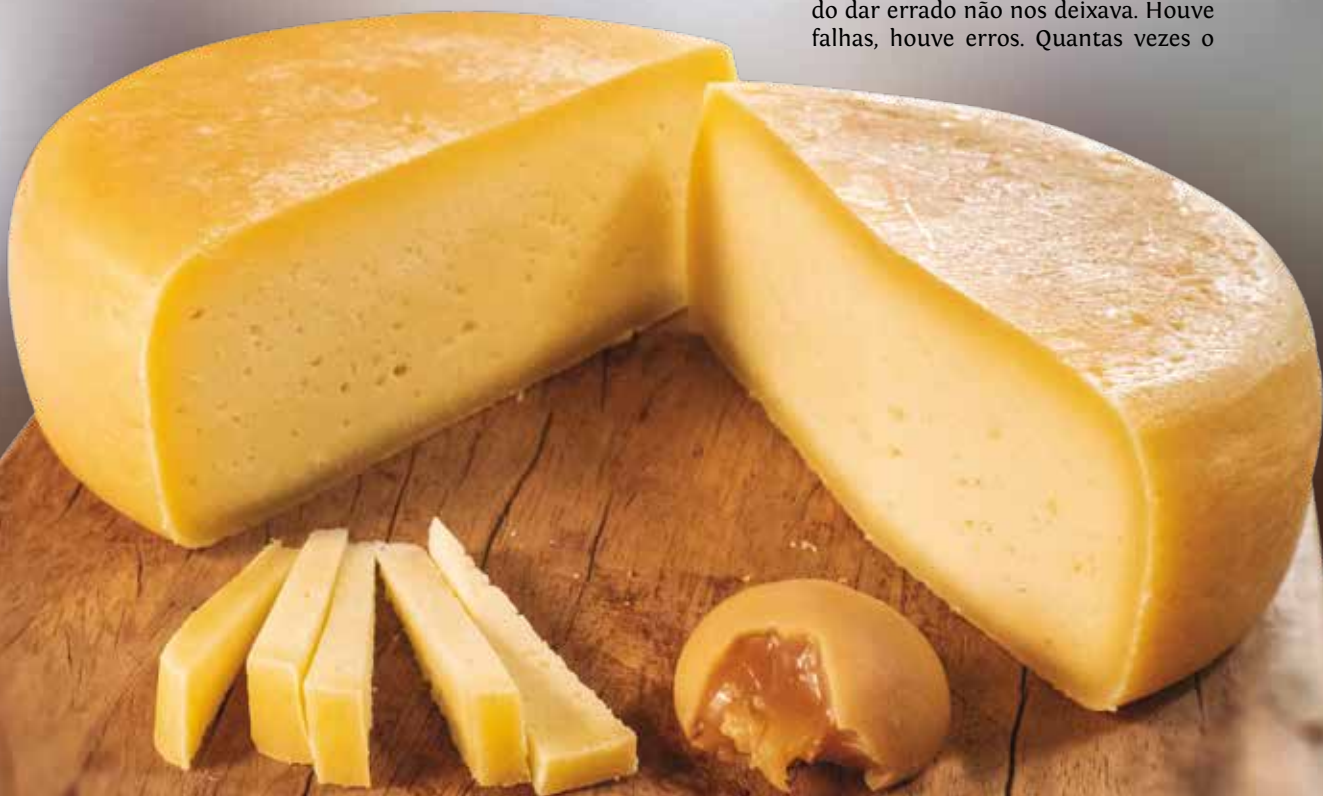
Assim, mais do que um êxodo inverso (da cidade grande para o interior), a mudança do casal fortaleceu o empreendimento. Por isso, desde 2018 Mateus é a parte “criativa” no beneficiamento do leite. É que nas mãos do ex-publicitário fica a receita do mais típico Queijo Minas Artesanal, com leite cru, pingo, coalho e sal. Tudo maturado ao longo de 22 dias em tábuas de cedro e embalado numa simpática caixinha, que transforma o sabor em presente.

Para os mais detalhistas, vale lembrar que o queijo da Fazenda Saudade é, além de “curado”, muito “mi-mado”. Mateus chegou a brincar sobre isso em um post no Instagram: “Queijo é um bicho melindroso. É um desafio diário entender a transformação da natureza em cada peça. Vale até tirar selfie pra paparicar”, disse na legenda que poderia resumir suas agruras como produtor.

APRENDIZADOS

Mateus cresceu num distrito de Manhuaçu, Santo Amaro de Minas. “Uma cidadezinha com clima de roça”, explica. Além disso, o pai atuava como meheiro em uma propriedade local, se revezando entre a arte da Pecuária Leiteira e da Cafeicultura. Origens e sabores que carregou até a vida adulta quando, envolvido em uma produtora brasiliense, rodou o país inteiro fazendo de comerciais a documentários. Foi assim que carimbou um passaporte gastronômico definitivo: em cada região onde se hospedava – às vezes por meses a fio –, se permitia a imersões em novos temperos.

O paladar curioso e treinado, aliás, fez toda diferença na decisão de produzir Queijo Minas Artesanal em Ibertioga. E influencia até hoje na busca obstinada pela fórmula perfeita da iguaria. Além de cursos, capacitações, consultorias, feiras e workshops, Mateus se dedica a experimentações – muitas vezes frustradas. “Viemos pra Minas depois de muito planejamento e com economias. Mas o receio de tudo dar errado não nos deixava. Houve falhas, houve erros. Quantas vezes o





queijo ficou emborrachado, rachado, azedo...”, lembra ele sobre um capítulo da história a que se refere sempre usando a palavra “peleja”.

Dali, porém, saíram lições. Mateus diz, sem cerimônia, que os queijos são vivos. Seres vivos que reagem a tudo no ambiente. “Se o tempo está nublado, o resultado é um. Se há sol, outro. As próprias vacas também conseguem refletir o que sentem ou como estão no leite que produzem e, portanto, no resultado final. É algo mágico e interessantíssimo. Mas no início pensei que fosse enlouquecer”, explica confessando que, apesar de experiente e com Queijo Minas Artesanal reconhecido, ainda luta por produtos cada vez melhores.

“Lembro de uma noite em que abri um queijo no jantar e as pessoas se apaixonaram por ele. Eu mes-

mo não vi aquela excelência toda e fui atrás de melhorar”, narra Mateus, que entre técnicas de produção, medidas exatas, observações climáticas e cuidados mais do que protocolares incluiu métodos próprios: “Pareço louco, mas converso com os queijos. Fico ali focado analisando como estão indo, rezo perto deles, tento levar vibrações boas. Se não funciona, estudo mais ainda, procuro ajuda”.

A QUEIJARIA

Foi nessa “peleja” que a Fazenda Saudade cresceu e ganhou inclusive uma queijaria estruturada, há cerca de um ano. Por lá, há até bactérias próprias, essenciais para o desenvolvimento do produto. “Na região das Canastra elas estão por todos os lados, né? Até na rua. Você abre a ja-

nela e diz ‘oi’ pra elas”, ri o empreendedor antes de completar: “Aqui foi preciso ter paciência e esperar que elas ocupassem seu espaço, que o queijo se adaptasse a elas. Mas valeu a pena”.

E como. Em abril de 2020, o jornalista e especialista em queijos Eduardo Girão fez resenha online sobre a obra-prima: “Nota de amendoim na casca, alguma picância, quase nada de acidez, macio e gordo na boca. Uma beleza”.

Comentário para coroar reconhecimento absoluto em 2019, quando a iguaria foi medalha de bronze no I Mundial Queijo Brasil, realizado em Araxá; e de ouro no V Queijo Brasil, em Florianópolis (Santa Catarina).

Em 2021 foi lançada uma novidade: queijo direto da Fazenda Saudade maturado em café.





ENFIM, O DOCE

Quando se fala em um doce saboreado com queijo, quase todo mundo pensa em goiabada. E na junção das duas delícias surge o Romeu e Julieta, uma metáfora gastronômica do amor trágico entre os personagens de William Shakespeare.

Longe de qualquer drama e com ousadia, na Fazenda Saudade a combinação perfeita com o Queijo Minas Artesanal é outra: Doce de Leite

de Bolinha. Crocante por fora, pastoso por dentro, maravilhoso em todos os ângulos.

Lisinha, brilhante e delicada, a cobertura tem hoje duas variedades: doce de leite em si ou chocolate meio amargo. Uma mordidinha leve e ela se parte na boca, revelando um recheio cremoso. Deu água na boca lendo? Não se sinta só.

“Onde encontro em Barbacena?”, “pelo amor de Deus, gente, quero en-

comendar”, “tem em Belo Horizonte?”, quer saber quem esbarra com qualquer foto do doce. E pensar que surgiu por acaso.

Tudo começou com Dona Erolides Miranda, mãe de Tereza, uma mulher de mil habilidades que aprendeu a fazer quitutes “de comer rezando”, como dizem por lá. Certa vez, preparando doce de leite, decidiu enrolar porções dele como brigadeiro e deixou descansar. Sem querer, a pausa entre preparar e comer se estendeu por tempo demais. Pronto! Estava lá a cobertura natural, uma casquinha delicada.

A maravilha chegou a ser comercializada em uma loja de doces em São João del-Rei, para alegria dos turistas. Mas nada fixo, com uma proposta, uma marca. Em 2019, no entanto – também de maneira desproporcional –, as bolinhas se tornaram um pedido urgente no mercado.

OPORTUNIDADES

“Ah, você tá perdendo oportunidades. Poderia estar em São Paulo, no Rio...”. Tereza perdeu as contas de quantas vezes ouviu isso. Mas com bagagem intensa e de sucesso na carreira de jornalista, tudo o que ela quer hoje é aproveitar os filhos.

Ela reconhece que o puerpério é uma fase difícil e cheia de lágrimas; que correr atrás de crianças pra comerem mais um pouquinho é cansativo; e que o mundo para onde elas vão sozinhas em alguns anos dá medo. Nada disso, porém, a faz desistir de uma frase que disse logo que Marcela, a primogênita hoje com 3 anos, nasceu: “Quero ser mãe pro resto da vida”. Francisco, o caçula de 2 aninhos, é prova disso.

Foi pela maternidade presente, com calma e liberdade, que ela decidiu sair de Brasília e pousar em Iberioga. “Tinha uma carreira estável, experiências na área política, em jornais e revistas. Um mestrado em Educação. Tinha orgulho de tudo, de tudo mesmo. Mas a correria, a loucura, a falta desse jeitinho mineiro acolhedor e do colo da família fizeram diferença. Quando descobri minha primeira gravidez tive certeza: queria voltar”, conta.

Em 2018 ela e Mateus fizeram as malas, colocaram tudo em uma caminhonete e cruzaram a porteira da Fazenda Saudade. Pouco mais de um ano depois, já com a “peleja” em tor-



ONDE ENCONTRAR

A Fazenda Saudade tem hoje 230 vacas em lactação, produzindo cerca de 5 mil litros de leite por dia. Desse total, 150 são destinados para a produção de Queijo Minas Artesanal, culminando em dez unidades também diariamente.

Já com relação aos Doces de Leite de Bolinha, cada receita demanda média de dez litros da bebida – quantidade suficiente para produzir 12 potes de 320 gramas da iguaria. A produção já é encontrada em alguns pontos de revenda, mas 90% de todo o estoque é comercializado no perfil do instagram @fazendasaudade.queijaria, um canal que foi potencializado com o início da Pandemia, mostrando desde os produtos ibertioganos até a rotina do Agrogócio e muita fofura das crianças.

MARIANE FONSECA

no do queijo, uma surpresa: numa festa de aniversário da família, o doce de leite com casquinha foi servido. Uma prima de Tereza mordiscou uma bolinha, fez uma foto, postou no Instagram. Meia hora depois, o caos perfeito havia se formado. “Começaram a elogiar, perguntar quem fazia, onde comprar. Uma enxurrada de mensagens mesmo. Então ouvi algo que mudou tudo: ‘Tereza, vocês estão começando, o queijo ainda não deslanchou. Se joga e vai fazer o doce. É um cavalo arreado que tá passando na sua porta e se escapar você não

monta mais””, relembra.

BOLINHAS INSTAGRAMÁVEIS

O Doce de Leite de Bolinha é sedutor, fotogênico, instagramável – um novo elogio em tempos de redes sociais. Mais bonito do que ver e desejar, no entanto, é realmente experimentar. Atração à parte também é testemunhar cada unidade sendo produzida. Com ingredientes devidamente misturados, ele é espalhado sobre um tabuleiro esmaltado. O que se vê é uma imagem uniforme, cremosa e até reconfortante.

Só muda quando Tereza começa, sem pressa, a subtrair colheres do rio doce para enrolar cada bolinha. Lisas e numa cor caramelo viva, elas descansam até ganharem uma casquinha natural ou são mergulhadas em poças de chocolate meio amargo. Ao alcançarem a crocância ideal, são dispostas em embalagens caprichadas, somando 10 ou 12 unidades. Quem compra, leva para casa 320 gramas de “tentação” ou “felicidade” – a voz do povo varia na definição.

Mas, a bem da verdade, tudo poderia ser resumido a “hmmmm!!!”.



Soluções virtuais, resultados reais

No Campo das Vertentes, a internet se tornou ferramenta inovadora para quem transforma muitas ideias em facilidades a poucos cliques

Se quem tem boca vai a Roma, quem tem um perfil para os negócios em redes sociais... bom, vai mais longe no mercado. Ao menos é isso o que algumas estatísticas – e a satisfação de quem conta com “balcões virtuais” têm mostrado.

A verdade é que, entre confinamento, home office, circulação mais restrita e o próprio medo causado pelo Coronavírus, muito do que se entendia sobre “padrões de consumo” mudou. E isso incluiu a forma de visitar lojas ou conhecer o portfólio de quem presta serviços.

Mais do que nunca, a expressão “na palma da mão” faz todo sentido. As vitrines, agora, são outras, acessíveis a um clique – numa praticidade que contrasta com o volume da concorrência online. O Instagram, sozinho, concen-

tra um bilhão de usuários em todo o planeta. Desse número, pelo menos 25 milhões dos perfis ativos hoje são de negócios – e estatísticas dizem que cada internauta visita ao menos um por dia.

Há mais nas entrelinhas desses dados: segundo levantamento da mLabs, a plataforma “prima” do Facebook já é a primeira fonte de pesquisas para 70% dos usuários que querem realizar compras na internet; e 60% deles tendem a descobrir novos produtos justamente por lá.

Saturação? Nem de longe. Em tempos como estes, em que termos como “influencer” viraram profissões nos crachás das timelines, o segredo é saber com quem falar e como se comunicar usando ferramentas acessíveis de som e imagem – incluindo os Reels no Instagram, com edição no próprio aplicativo; as já famosas lives, transmissões ao vivo gratuitas; e até lojas virtuais na própria plataforma.

Vale expor ofertas, falar sobre utilidades, mostrar a equipe, postar frases motivacionais, publicar Stories com novidades que acabaram de chegar, distribuir memes e relacioná-los ao empreendimento.

No Campo das Vertentes, profissionais de Ritópolis e Resende Costa contam suas histórias visionárias. Na primeira cidade, três lojistas mostram que, mesmo em uma comunidade pequena, representantes do mesmo setor podem se destacar e vender, muito.

Já na segunda, cases de Artesanato, Arquitetura e Estética são provas de que inovar por necessidade, vocação ou coragem leva para o mesmo caminho: o do sucesso.



Era preciso Audácia



Filha de vendedora, vendedora de sucesso é. Foi inspirada na trajetória da mãe – veterana no setor – e confiando no próprio talento, que Milena Justino deu os primeiros passos no mercado, há pouco mais de 20 anos, comercializando lingerie. Deu certo e decidiu expandir. Das “roupas debaixo”, partiu para peças de vestuário masculino e feminino, além de acessórios.

Um negócio estável até o início da Pandemia, em março de 2020. Ao longo de seis meses, Milena amargou o abre-e-fecha do comércio junto com a incerteza de quando, definitivamente, tudo voltaria ao normal. “Foi a primeira vez que olhei pra frente e vi só incertezas. Mais nada”, se recorda.

Em setembro do mesmo ano, porém, começou a transformação. Se os celulares haviam se tornado uma extensão das mãos de quase todo mundo, a Audácia Moedas precisava ser vista lá, com um perfil no Instagram. Já em 2021, porém, veio a grande sacada.

Se no início de toda a história Milena se inspirou na mãe; agora, no capítulo de virada, a motivação veio de outra geração: a da nora, Thaís. “Vi que lojas de outras cidades faziam lives na rede social e vendiam bastante. Então levei a ideia para a Milena, ela topou e cá estamos”, comenta a jovem.

Em abril de 2021, na estreia das lives, o perfil @audaciamodasrit soma 300 seguidores. Em junho, esse número já havia saltado para mais de 830. Crescimento, também, nas vendas. Cada transmissão via Instagram tem terminado com média de pelo menos 100 sacolas devidamente preparadas para entregas. Com isso, as viagens em busca de estoque também se tornaram mais frequentes. “Comecei querendo esvaziar as araras com produtos parados. Hoje, preciso correr para que não fiquem vazias”, comemora Milena.

O segredo da atração virtual? Rotatividade de opções, sempre observando tendências de moda; embalado nas datas comemorativas, como Dia das Mães e Dia dos Namorados; etiquetas com preços democráticos, para diferentes nichos; roupas em modelos reais – com trocas inclusive sob demanda do público; sorteio de brindes; pagamentos facilitados via Cartão de Crédito e Pix.

“Não deixe para amanhã o look que você pode usar hoje”, estampa um quadrinho que decora a loja, em Ritópolis. Se depender dos esforços da dona, difícil resistir mesmo.



Diva e conectada





O perfil @artesanato.diva tem mais de 5,3 mil seguidores – incluindo atacadistas de todo o país que tomam conta das lives realizadas no perfil. Se antes da Pandemia eles reservavam uma viagem a Resende Costa por ano para renovar suas vitrines com produtos locais, agora fazem compras sem sair de casa. Um alívio para empreendedores como Diva Ribeiro, de 49 anos. Há 27 ela e o marido, Edson, abriram as portas do ateliê onde teciam para receber visitantes. Entre teares e dedos de prosa, cresceram as encomendas. E junto com elas a coragem de ousar. Não demorou para que o estabelecimento se dividisse entre um galpão de produção e uma loja na entrada da cidade enquanto remetia encomendas cada vez maiores, via Correios, para todo o país.

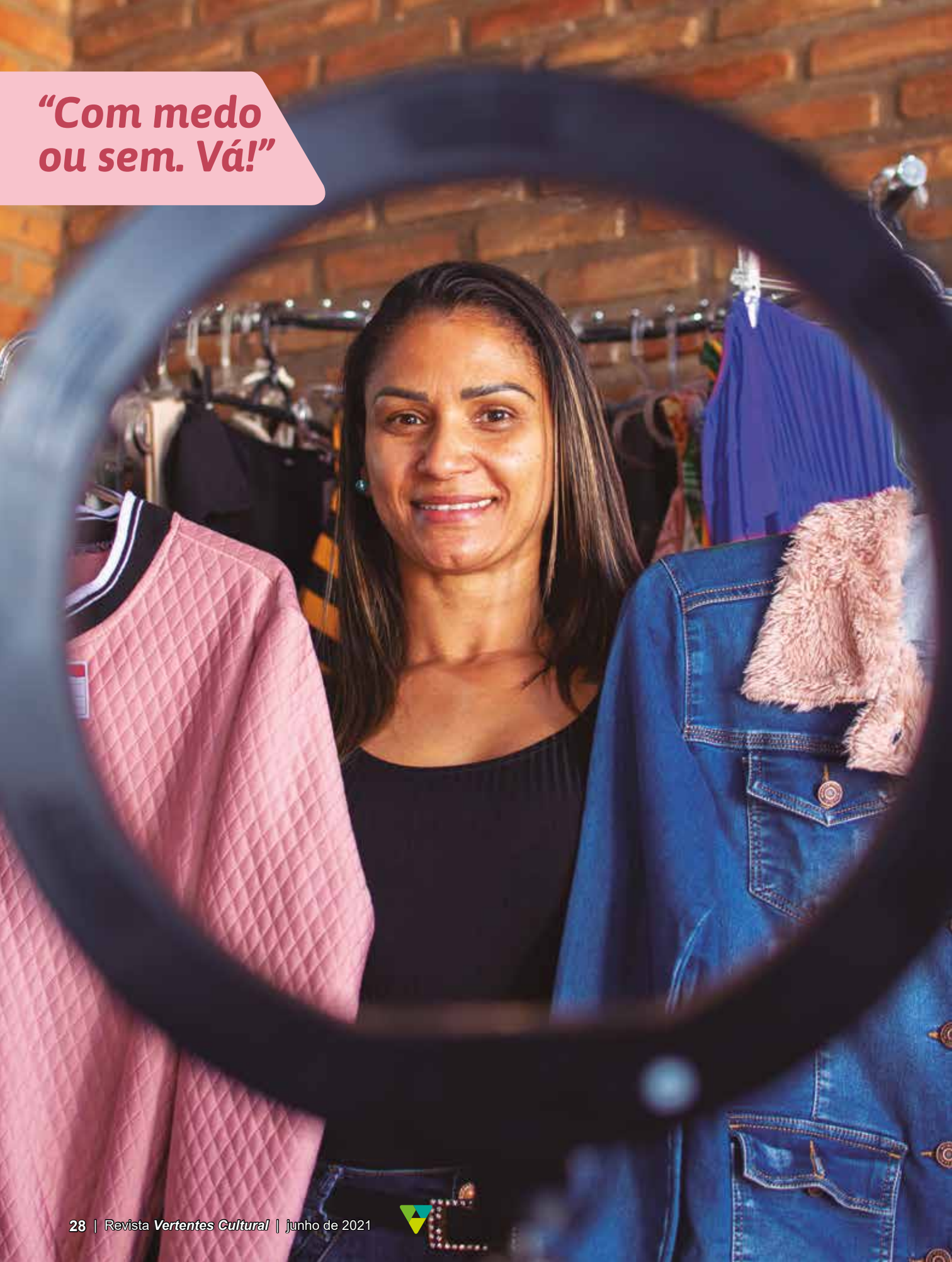
O telefone sempre foi um aliado que evoluiu para os celulares e, deles, para o próprio Whatsapp. Em março de 2020, no entanto, veio o grande susto: a Pandemia. “Houve um período enorme de portas fechadas e, quando foi possível abri-las, sofremos com estabelecimentos vazios. Houve dias em que tudo o que víamos na rua eram siriemas. Pensei, de verdade, que meu negócio sumiria do mapa”, se recorda Diva.

Desistir, no entanto, não foi uma opção. “Era fácil jogar tudo pro alto. Difícil era descobrir o que eu faria depois e perceber que dezenas de pessoas ligadas a nós não teriam trabalho”, conta. Veio, então, um novo leque de oportunidades – e muita estratégia. “Percebemos que as pessoas passaram a ter um novo olhar sobre a família, sobre a casa. A mesa posta, enfeitada, ganhou valor ainda maior fosse para servir algo preparado ali, fosse para uma refeição encomendada num restaurante. O quarto passou a ser mais cuidado, os sofás precisavam de mais almofadas para ficarem mais confortáveis, paredes e estantes pareciam pedir mais cor. Era preciso fazer o artesanato chegar mais fácil a esses lugares”, explica.

Em março, então, a Diva Artesanato ingressou no Instagram e, pouco depois, novo universo das lives. A primeira, em um domingo, atraiu 200 pessoas. “Desde o início da loja focamos muito no envio de produtos para outros lugares do mapa. Então precisamos aproximá-la dos clientes, onde quer que estejam. Eles participam, se interessam pelo que mostramos, descobrem itens novos, mudam demandas”, acrescenta. E há aí um fator interessante.

Para alcançar seu público, Diva precisou focar em transmissões em horários alternativos. “Fizemos lives aos domingos em horários bem além dos comerciais... Porque sabemos que são nesses momentos que nossos atacadistas já terão saído das lojas e estarão atentos, disponíveis. Deu certo”, comemora. Junto com ela celebram motivados seis funcionários diretos, além de prestadores de serviços. “Cada pedido feito vira uma encomenda preparada com carinho por uma vendedora, uma demanda extra para uma costureira, um artesão. Ao mesmo tempo, significa que lá fora, em outras cidades, diferentes negócios persistiram, encontraram a saída apesar de momentos tão difíceis. No fim, tudo isso vai muito além de usar as redes sociais. É uma corrente de apoio”, encerra.

**“Com medo
ou sem. Vá!”**



Esse bem poderia ser o grande mote na vida de Ivânia Freire, 41 anos. Alagoana, jogou tudo pro alto antes de partir para São Paulo. Lá, conheceu o marido, um mineiro de Ritópolis determinado a retornar para a tranquilidade do interior. Ela topou o desafio e veio para a terra do Pão de Queijo há cerca de seis anos: “Reabri minha lojinha sem conhecer ninguém. Tinha apenas 30 peças, fotografei, coloquei tudo no Facebook e pronto”, lembra.

Ainda assim, Ivânia não aceita o título de destemida com facilidade. Segundo ela, em abril de 2021, se viu precisando inovar e tremendo ao acender um iluminador e se ver de frente para a câmera do celular, ao vivo, para cerca de 90 pessoas. “Tive receio de não dar certo, de não gostarem de mim barulhenta desse jeito”, diz. E já emenda: “Por outro lado, pesquisando sobre transmissões ao vivo, ouvi que não deveria imitar ninguém, que o segredo era ser eu mesma. Assim o fiz. Me joguei com medo e tudo”, conta.

Os resultados vieram ao vivo e em cores. O perfil @vianiamodas_mg, que já trabalhava com posts de divulgação no Instagram, negócios fechados via mensagens e delivery devido à Pandemia, viu os números subirem. “Fiz a primeira live em abril e saíram mais de cem pacotes para entregas daqui. Ao longo dela, os próprios espectadores me ajudaram mostrando o timing, pedindo pra repetir quando algo acontecia rápido demais. Uma semana depois, graças a eles, já estava pronta para outra”, explica a empreendedora sobre comunicação que se tornou fluida em todos os sentidos: “Não adianta o internauta manifestar interesse no *direct* e não ter alguém para respondê-lo, tirar dúvidas, fechar a venda. O cliente, pessoalmente ou online, precisa de atenção e apoio”, reflete. Por esse motivo, enquanto se apresenta, Ivânia conta com suporte voltado a atendimento, nos bastidores.

Hoje, a alagoana comemora a conexão com Minas Gerais, a continuidade da loja que leva seu nome e a coragem de expandir as ações nas redes sociais. “Quando a crise começou, foi devastador. A falência parecia que ia bater à porta. Hoje, além de superar esse tormento, me vejo próxima das pessoas, acolhida”, analisa ela, que precisa renovar itens nas araras e nos manequins a cada 15 dias. O conselho que dá para quem tem agora os mesmos medos que ela já teve? “Tente caminhar. Aprendi isso. Se ficasse parada, com certeza seria atropelada. Acredite em você e no que tem pela frente”.



Projetando visibilidade





A imagem de um espaço de oração privativo com altar em vidro, alvenaria no teto, porcelanato no piso e luzes de LED, rodou o país. Foram mais de 11,8 mil curtidas e 348 comentários no @elimardocarmoarq, jovem arquiteto de Resende Costa que fez da internet sua maior aliada. Desde fevereiro do ano passado, ele gerencia o próprio escritório e uma série de meios online de divulgação, incluindo um blog, um canal no YouTube e perfil no Pinterest. No do Instagram, concentra 7,6 mil seguidores atraídos por dicas sobre decoração; vídeos didáticos no estilo “faça você mesmo”; orientações sobre iluminação, impacto das cores; projetos 3D hiper-realistas e, acredite, bom humor.

É com ele que Elimar fala sobre as dificuldades de cuidar do famoso porcelanato branco; a ansiedade de enviar um projeto para avaliação do cliente; a satisfação de ter o próprio negócio. Diversidade que se explica por dois motivos: um, a própria efervescência criativa de Elimar, que elabora roteiros, capta imagens, monta cenários, edita conteúdos e responde ao público; o outro é a busca por ser lembrado.

O arquiteto é, em si, o nome, a marca, o serviço. “Esse é o grande Q da questão. Não ofereço produtos que, caindo no gosto do público, são encomendados novamente. São projetos dos quais cada cliente vai precisar uma vez. Então a meta é essa: ser lembrado e procurado exatamente nessa hora”, conta com a experiência de quem se viu no furacão de uma Pandemia justamente na semana em que inauguraria seu escritório. “Estava tudo pronto: coquetel, convites para lojistas, fornecedores... De repente a bomba caiu e precisei colocar tudo em perspectiva, pensar no que fazer com tudo o que o ‘novo normal’ ia trazer”, lembra.

Assim, desenvolveu o pensamento estratégico que o manteve em evidência. De Resende Costa, o nome de Elimar foi parar em projetos assinados em todo o Campo das Vertentes e em São Paulo. Sem fronteiras e sem medo do distanciamento social. “As pessoas agora se sentem mais familiarizadas com atendimentos à distância, reuniões online; o que é muito positivo. Dinamiza o trabalho e otimiza processos sem perder a exclusividade, a personalidade de cada criação”, completa.

Em 2020, ao contrário do que se esperava no início da crise, a Construção Civil comemorou aquecimento – e inclusive puxou, junto com o Agronegócio, o vagão dos poucos setores com mais contratações que demissões até o fim do ano passado. Algo que se refletiu, também, nas vendas de materiais de construção, com crescimento que, segundo a Câmara da Indústria da Construção da Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais, chegou a 15% em agosto. Para 2021, as expectativas são mais comedidas. “A tendência é de que haja desaquecimento no setor, infelizmente”, analisa Elimar sem perder a confiança. “Ainda assim, há trabalho para continuar sendo mostrado, espaços para serem transformados, até sonhos a serem realizados. Quero cativar o público que me acompanha, alcançar quem ainda não. Com paciência, isso vai acontecer”.

Distração e economia



“Temos esse cropped rosa”, diz Ana Lara Serpa, em uma live no Instagram. Na barra lateral da transmissão, coraçõezinhos começam a ocupar a tela. São clientes conectados ao perfil @totalindaritapolis interessados na peça. Surge, então, um comentário: “Tem legging?”.

Como “quem sabe faz ao vivo”, a resposta vem na hora junto com a exposição das calças, informações sobre tamanhos e preços. Ao fim da atração online, a equipe se junta para fotografar uma montanha de sacolas preparadas e decoradas com post-its coloridos. É esse o termômetro do sucesso nas redes sociais e o motor de resistência da Toda Linda em tempos pandêmicos. Dela e dos empreendimentos parceiros que cedem brindes para serem sorteados e são devidamente mencionados – uma forma alternativa de publicidade que também ganhou força. Um chamariz à parte que se soma a descontos oferecidos pela própria Tatiane Silva, dona da loja em Ritópolis. “Vem que tem preço especial durante a live, hein?”, diz.

É na base (também) da pechincha e da simpatia que ela faz sucesso à frente do próprio negócio, aberto há oito anos. A trajetória no ramo, porém, é ainda mais longa. Filha de comerciante ela é conhecida, até hoje, como a moça que cruzava Ritópolis pedalando para vender semijoias. Depois, vieram lingerie e, com o público crescente querendo mais, um espaço para enxovais e roupas. A bicicleta já não é seu principal meio de transporte. Mas o esforço, garante Tati, ainda é o mesmo.

Aliás, com os estragos causados pelo Coronavírus, foi preciso suar – e muito – a camisa para continuar com o negócio em pé. Ela mesma explica que, com os decretos de fechamento comercial, vieram também boletos, aluguel, faturas de cartão, salários a pagar. “Nada disso entra em Quarentena”, comenta. Foi preciso se manter ativa, de alguma forma. Daí a escolha, a princípio, por comunicação mais intensa via Whatsapp e mais posts no Instagram. Fosse para entregar roupas ou receber pagamentos, Tatiane se oferecia para ir até a casa do cliente.

Nesse período, lives começaram a pipocar na internet com lojistas fazendo das redes sociais uma grande vitrine distrativa. Foi assim que, no final de março deste ano, a própria Tati estreou a sua. “Fiz questão de mudar o cenário, de dar outro ar para a loja, de permitir a diversão. Brinco que esse espaço aqui vira um grande palco quando ligamos a câmera. E vale a pena, mesmo que os bastidores sejam uma bagunça enorme que precisa ser arrumada até a manhã seguinte. É um cansaço feliz”, diz.

Hoje, uma média de 120 internautas acompanha cada transmissão de olho no dinamismo de quem se apresenta, nos brindes (de chocolates a cachaça), nas promoções e nas roupas novas que passam por lá. Uma relação equilibrada: de um lado, a empreendedora e funcionárias que querem continuar aquecidas no mercado; de outro, clientes que se divertem, escolhem o que os agrada e compram sem sair de casa. “Todo mundo se sente seguro e satisfeito. Acho que a maior dádiva do ser humano é encontrar saídas quando parecem não existir. E vamos continuar assim”, promete.



Expandindo demandas





“Forte o suficiente pra ter filhos e então voltar aos negócios”, canta Beyoncé. E foi justamente usando uma música dela que Lara Silva estrelou um Reels (vídeo rápido, postado no Instagram) com mais de 200 curtidas. Dançando e sorrindo com covinhas na bochecha, ela explicou via legendas que “nunca foi sorte”. Ao contrário, “sempre foi persistência, lágrimas, alguns estresses e muita dedicação”.

A postagem no @iara.esthetic_care rendeu comentários como o de uma internauta lembrando que, muitos antes do espaço próprio voltado a Estética em Resende Costa, a jovem realizava atendimentos em um quarto, na casa da mãe. História que Lara faz questão de contar enquanto mostra que, com o passar dos anos e investimentos certos, conseguiu construir até mesmo um ofurô especialmente para noivas.

Os banhos relaxantes, porém, vão ter que esperar, já que a Pandemia (mais uma vez ela) adiou os planos da empreendedora – e alguns atendimentos também. Depiladora profissional desde 2010 e designer de sobrancelhas desde 2013, Lara viu o fluxo na agenda balançar com as restrições de circulação impostas desde março de 2020. A princípio, clientes fixos agendavam atendimentos em casa, com todos os protocolos. Satisfeitos, recomendavam os serviços dela num boca-a-boca positivo que a tornou referência.

Mas era preciso mais. Quando o mundo virou de cabeça pra baixo com a Covid-19, Lara tentava organizar os próprios papéis que exerce na vida: mãe apaixonada de um garotinho e profissional fervorosa realizando os sonhos, sabia que precisaria se reinventar para manter a chama do próprio negócio sempre acesa. E foi assim, até com certa timidez, que abriu uma conta no Instagram, em outubro do ano passado.

Na timeline, mostra detalhes do espaço que montou, feedbacks de clientes com sobrancelhas feitas e muitos cosméticos. Sim, cosméticos. Afinal, nem só de cursos online e receitas de pão viveram os quarentanados de 2020. O skincare também veio à tona com mais força.

Sério. Segundo a Associação Brasileira da Indústria e da Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), só até maio houve aumento de 92,8% no volume de vendas de máscaras faciais; 14,7% em cosméticos antirrugas e 8,3% dos hidratantes. Isso sem falar, claro, na pele cheirosa que todo mundo quer. Lara, então, se posicionou como revendedora de diferentes marcas sempre a postos para entregar os produtos, que também se tornaram presentes infalíveis.

Aí entra a grande sacada: no Instagram, ela encontrou um espaço para portfólio do trabalho estético e um canal também efetivo de agendamentos. Ao mesmo tempo, tem em mãos uma vitrine virtual de exposição e encomendas cosméticas. “Comecei, então, a manter uma rotina de posts para estar tão online no meu negócio quanto o público”, conta. O resultado? Crescimento de 10% na lista de clientes (isto é, na procura de novos interessados, se somando ao público fiel) e de 100% na venda de produtos.

Lives, ainda não fez. Mas já se prepara para elas: “Estou estudando sobre iluminação bacana, suporte para o celular, uma câmera melhor. Quem sabe...”.



Júlio Ferreira de Carvalho:

**um homem
como poucos,
um cidadão
em prol de
muitos**



São-tiaguense é biografado em novo livro da Coleção Vertentes Cultural, com lançamento previsto para o segundo semestre de 2021

Por Edriana Nolasco

Os “caminhos mineiros na vida pública” foram vividos intensamente pelo Dr. Júlio Ferreira de Carvalho. Natural de São Tiago, transitou com maestria e propósito entre as esferas pública e privada. Afinal, brilhante em sua carreira de advogado, foi também protagonista de um grande legado com engajamento político-social passando, inclusive, pela Educação. Bem relacionado e infiltrado nas malhas do poder ligadas tanto à sua graduação quanto ao Estado de Minas Gerais, ele atuou diligentemente como membro de conselhos/comissões e até como procurador da Justiça Eleitoral (entre 1932 e 1937). No ano de 1946, foi nomeado Interventor (o equivalente a governador mineiro) pelo então presidente, o Marechal Eurico Gaspar Dutra. Em seguida, sendo um dos candidatos mais votados, foi eleito deputado estadual, permanecendo no cargo até 1951.

Os irmãos, tios e filhos tiveram, em sua maioria, uma excelente formação, com muitos se dedicando às leis e ao ensino – como o próprio Dr. Júlio Ferreira que, além de advogar com maestria, fez carreira memorável lecionando em uma das maiores universidades de Minas Gerais, a Pontifícia Universidade Católica (PUC). Assim, a Educação representou a mola propulsora para que os herdeiros da família pudessem desbravar o “mundo” e marcar a vida das pessoas ao ponto de deixarem legados na atualidade. Aliás, certamente, a riquíssima trajetória nos termos de formação escolar e acadêmica contribuiu para que Júlio Ferreira de Carvalho influenciasse de maneira direta nos rumos políticos do Estado de Minas Gerais – e do país.

COLEÇÃO VERTENTES CULTURAL

O livro *Caminhos Mineiros na Vida Pública: vivências e práticas de Júlio Ferreira de Carvalho*, é o quarto lançamento da Editora Sicoob Credivertentes. Vinculada a Cooperativa de Crédito de mesmo nome, a iniciativa se soma a outros trabalhos informativos e memorialísticos, como a revista *Vertentes Cultural* e o boletim *Sabores & Saberes*.

LIVROS

A primeira publicação saiu em agosto de 2016. Naquela época, foi lançado *Sicoob Credivertentes: 30 anos – de portas sempre abertas*. O material traz, em mais de 200 páginas, depoimentos pessoais e relatos históricos sobre a jornada da instituição que, fundada em 1986 sob desdém do mercado financeiro, se tornou uma das cooperativas de referência no cenário mineiro.

Já em 2018 chegou às mãos – e aos dispositivos digitais – do público *Padre José Duque: seus causos pitorescos*, uma compilação de textos baseados em vivências e na oralidade popular sobre um dos religiosos que mais marcou a região.

Nessa mesma esteira foi lançado, um retrato bibliográfico, documental e histórico do Padre Tiago de Almeida com pesquisa da historiadora Edriana Nolasco.

Todos eles estão disponíveis gratuitamente em sicoob.com.br/web/sicoobcredivertentes.



PELO BEM-COMUM

Emigrante do interior mineiro, Júlio Ferreira levou para a capital sua postura vigorosamente atuante, alinhada ao contexto de desenvolvimento e urbanização belorizontinos. No Conselho Consultivo do Estado em 1931, por exemplo, destacou-se ao interferir nos assuntos políticos bem como participar das discussões relativas às questões da Capital defendendo, de modo firme, os direitos de Pessoas Físicas e Jurídicas pautando sua fala na lei. De modo geral, defendia a democracia e os deveres do Estado para com a sociedade, focando em pautas como Segurança Pública, Saúde, Educação, Mobilidade, etc.

Dessa forma, nos altos cargos que ocupou ao longo do tempo (incluindo a presidência do Instituto da Ordem dos Advogados Mineiros), revelou sua competência e renome – afinal, funções como essas eram exercidas por grandes advogados, homens proeminentes no campo do Direito.


De modo mais amplo, o são-tiaguense também deixou marcas em mudanças políticas de cunho federal – estas exigindo uma reinvenção dos Estados para seguir o curso da História e a contornar instabilidade dos anos 1930. E assim, com caráter fluente e influente em diversos setores da vida pública, Júlio Ferreira de Carvalho demonstrou como a prática individual pode contribuir para o entendimento das engrenagens do poder constituído.

MÚLTIPLO

Como político, professor universitário, diretor da Revista Forense, advogado, promotor público, Interventor Federal de Minas Gerais e jurista, o são-tiaguense radicado na capital mineira teve jornada promissora sem deixar de honrar sua terra natal. Assim, interessava-se pelo desenvolvimento e progresso de São Tiago, de modo que atuava em prol dela e se fazia presente nos momentos importantes que marcaram a pequena cidade. Em 1950, por ocasião da bênção da Igreja Matriz local e do lançamento da pedra fundamental no Hospital São Vicente de Paulo, Júlio Ferreira de Carvalho discursou na cerimônia.

Na constituição de sua família, casou-se por duas vezes (com Maria Ratton de Carvalho; e Juracy Guimarães de Carvalho). Com a primeira teve seis filhos, dos quais sobreviveram quatro. A primogênita, Maria Carmén Carvalho de Souza, tornou-se professora de Economia na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Os demais se tornaram advogados, tal qual o pai, que faleceu em 1962.

Quase 60 anos após sua partida, o legado de Júlio Ferreira de Carvalho permanece como fonte inspiradora nos espíritos livres e ativos dos que desejam se engajar nas questões sociais. Seu exemplo deve fortalecer em cada um o ensejo de participar ativamente nas demandas sociais que sustentam a história política de cada povo em diferentes espaços e tempos.



Vista parcial de São Tiago, na lateral de sua Igreja Matriz. Mesmo proeminente em questões da capital mineira e até de cunho federal, Júlio Ferreira de Carvalho jamais se esqueceu da terra onde nasceu



Bebida divina

Destilaria em Barbacena produz Cachaça como deve ser: única, saborosa e “de coração”



É nossa, só nossa. Muito além de posse ou de um patriotismo embriagante, o fato é que a Cachaça está para o Brasil como o Champagne está para a região de mesmo nome na França. Isso mesmo: diferente do Whisky e da Vodka, que têm paternidade disputada e controversa, a “branquinha” tem DNA verde-e-amarelo – inclusive garantido por lei.

Desde 2001, via decreto, termos como “Cachaça do Brasil” só podem ser usados em produtos com nossa origem geográfica. Já em 2005, entre outros textos oficiais (re)editados ao longo dos anos, ficou definido via Instrução Normativa que só pode levar esse título a aguardente de cana produzida aqui em proporções bem exatas.

Em outras palavras, passa no teste de originalidade a bebida com graduação alcoólica de 38 a 48%, a 20 C. E mais: para ser oficial, da boa, precisa de “características sensoriais peculiares”, podendo conter no máximo 6g de açúcares por litro.

Tamanha especificidade deixa bem claro que nem toda aguardente consumida por aí é Cachaça. Além disso, fica nítido que a iguaria exclusivamente brasileira é bem mais do que “um dedinho” etílico no copo. “É uma experiência única”, explica o empreendedor e produtor do destilado, Emerson Resende, de Barbacena – que também pode colocar no crachá ou no currículo o título de cachaceiro. Sim, a transformação começa por aí. Bem distante do significado pejorativo dado ao termo, o mercado já deixa claro que cachaceiro é quem produz Cachaça.

Nesse caso, a Divina d’Minas – nome que faz jus à bebida e a todo contexto que a acompanha. Mesmo. Parte disso está na produção do elixir em si, totalmente artesanal desde a plantação e colheita da cana até a rotula-

gem e finalização caprichada. Tudo isso passando, claro, pela destilação em alambique de cobre e pelo envelhecimento da bebida, com graduação alcoólica de 40%, em barris de madeira.

Processo minucioso que garante qualidade e diversidade de consumo. Dinâmica como poucas, a Cachaça se permite como ingrediente em pratos elaborados ou acompanhamento de sabores que vão do chocolate à carne e ao queijo. Divina, de fato, mas com raízes bem firmes na terra. A nossa.

DE PAI PRA FILHO

Na comemoração oficial pelos 500 anos de “descobrimto” do Brasil, em 2000, não foram servidos espumantes. Ao contrário, a delegação portuguesa que desembarcou por aqui foi recebida com Cachaça –

e o brinde histórico também foi regado a ela, simbolizando a amistosidade nacional.

Emerson Resende é alguém que comprova essa simpatia tupiniquim. Mas nessa época seu sentimento mais latente era outro: cansaço. Morando em São Paulo, capital, para onde se mudou ainda em 1996, já havia se acostumado com a rotina que começava cedo, terminava tarde e, nesse intervalo, exigia um ritmo frenético na área em que se formou e atuava, Telecomunicações.

Já para os pais residindo em Barbacena, Graciola e Juscelino, os motivos de estresse eram outros. “Toda vez que a TV noticiava um alagamento em qualquer parte de SP me ligavam. Naquela época eu achava exagero de vez em quando, mas entendia o cuidado e o amor”, diz.

Foi em nome desses sentimentos,



aliás, que Emerson retornou a Minas – mais especificamente ao solo barbacenense – em 2017. Uma década antes, o pai Juscelino havia comprado o Sítio Santa Anastácia. Já no ano seguinte, 2008, começou a plantar cana e produzir Cachaça aproveitando a estrutura de um antigo alambique do lugar. Em 2009, porém, faleceu em um acidente de carro. “Nessa hora ficou evidente pra mim aquilo que a gente sempre diz sem realmente entender: é preciso aproveitar cada minuto com quem importa. Na verdade, no meio da dor e da saudade, percebi que enquanto adulto havia passado pouco tempo com meu pai. E não queria comer o mesmo erro com a minha mãe”, conta.

Assim, depois de reorganizar ideias, sentimentos e possibilidades, chutou o balde e retornou a Minas Gerais, desde o primeiro momento com uma ideia pulsando: a de dar continuidade aos planos alambiqueiros do pai.

NO CORAÇÃO E NO RÓTULO

A Divina d’Minas é uma “cachaça de Coração” em absolutamente todos os sentidos. Primeiro porque só vai para a garrafa – e consequentemente para o paladar do consumidor – a fração central da bebida, limpa, saborosa e saudável (veja box na página 43), que leva justamente esse nome: Coração.

Mas há outros detalhes muito além da bebida em si que podem remeter a esse nome, metaforicamente. Já no rótulo, os laços familiares e as homenagens de Emerson aos pais, educadores, ficam visíveis.

Nascida em Guanhães, Graciola foi professora do Ensino Básico e, além das salas de aula, assumiu funções na Delegacia de Ensino. Já Juscelino teve Resende Costa como berço e, após formação em Letras, passou a ensinar Português e Inglês – inclusive na Escola Agrícola de Barbacena. A Educação, assim, foi missão do casal e grande norte na vida da família. “Ensinar

QUE SEJA DOCE, MAS MUITO SUTIL

Está lá, na Instrução Normativa n 13, 2005: a verdadeira Cachaça pode até ter inclusão de açúcares. Mas não deve passar de 6g por litro. A brecha é acessada por alguns produtores enquanto Emerson prefere a originalidade da bebida leve e naturalmente adocicada. O ingrediente já está lá, com alguma obviedade na matéria-prima central, a cana-de-açúcar. “Quando há boas práticas e cuidado em todos os processos de fabricação, não é necessário acrescentar mais nada. A qualidade do produto final vai garantir bem levemente o que chamamos de retrogosto, aquele sabor que vem à tona de forma suave, que fica na boca depois do gole”, pontua Resende.

Por isso, acredite: os copinhos de shot, tão comuns na ingestão da bebida, podem ser substituídos por... taças. “A Cachaça verdadeira é como o vinho e você pode degustá-la num ritual que usa diferentes sentidos”, acrescenta sereno e simpático com a confiança de quem se debruça sobre o assunto, estuda, coloca em prática. “Na verdade,”, prossegue, “é interessante se permitir cheirar a bebida. Aí, já ao servir a limpidela indica que é bem destilada, assim como essas bolhas bem pequenas, que chamamos de ‘rosário’. Então você gira um pouquinho a taça, percebe as lágrimas da Cachaça escorrendo bem devagar no recipiente e bebe um microgole deixando que percorra a boca com paciência”.

O que isso significa? Que as clássicas caretas depois do gole e a famosa queimação na garganta não são os melhores sinais. “A boa Cachaça tem baixa acidez, tem pujança, deixa o desejo de beber um pouco mais”, ensina o empreendedor por trás da Divina d’Minas.





foi a vida, a paixão, a luta dos dois. E foi muito inspirador crescer testemunhando isso”, explica Emerson. Daí o rótulo cheio de afeto na Divina d’Minas: reproduzindo um quadro escolar, ele tem contorno que parece tracejado com giz, e isso se estende ao próprio logotipo, que leva uma auréola no topo. Ao fundo, marcas especiais deixam entrever, com surpresa, um alambique. “Outro símbolo é o par de óculos impresso no verso, uma homenagem ao meu pai”, diz suspirando.

TEMPO, TEMPO...

O sonho de Juscelino e Graciola era um só: tornar o Sítio Santa Anas-tácia um refúgio na aposentadoria. A inquietude dele, porém, o fez reativar o alambique local com mais dois objetivos – produzir a Cachaça que abasteceria as festas da família e presentear amigos. “Eu mesmo levei algumas garrafas para pessoas queridas e

ouvi grandes elogios à bebida que papai produzia. Creio que internalizei isso e não quis perder”, explica Emerson.

Hoje, a Divina d’Minas tem caixa e até taça estilizada para quem quiser reproduzir o costume dos Resende e demonstrar afeto com sabor puro engarrafado. Mas chegar até esse ponto demandou muito esforço – em pouco tempo.

Logo que decidiu voltar a Minas e prosseguir com o talento do pai, Emerson se matriculou no primeiro curso sobre Cachaça – ainda em Piracicaba. “Saí de lá com a cabeça fervilhando de ideias e buscando soluções. Nem sei explicar como tudo aconteceu, mas em dezembro do mesmo ano adquiri os equipamentos necessários. Em janeiro de 2018 contratei uma engenheira e começamos a desenvolver o projeto da destilaria em si, com construção iniciada em julho”,

narra representando, em palavras, a melhor descrição da sua personalidade: calmo pra falar, agitado pra agir. Uma perfeita mistura entre o mineiro de nascença e o paulista por vivência.

Com estrutura instalada, veio o momento de formalizar o negócio e quebrar paradigmas: o alambique da Divina d’Minas foi o primeiro em Barbacena a ser registrado no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Quis o destino – e os processos burocráticos do país – que o momento do “pode produzir, está tudo nos conformes” chegasse em julho de 2020, num dos ápices da Pandemia causada pelo Coronavírus. “Não era nem de longe o cenário que sonhei. Mas tinha que começar e ter uma data a comemorar. Sabe? Um aniversário”, diz Emerson.

Assim, em 31 de outubro de 2020 o complexo de produção da Divina d’Minas foi oficialmente inaugurado.





DIVINAMENTE ARTESANAL

“Em casa, mas em boa companhia”, avisam internautas ostentando uma fotogênica garrafa da Divina d’Minas em diferentes posts internet afora. E é lá, na web, que a Cachaça barbacenense estabeleceu seu principal ponto de venda. Seja via perfil do Instagram (@cachacadinadminas), via Whatsapp ou nas lojas virtuais de peso, o “elixir divino”, como já é apelidado, pode chegar onde você estiver. Mas tão importante quanto saber que alcança qualquer CEP de destino é conhecer sua origem.

E ela envolve processo produtivo totalmente artesanal. A começar pelo cultivo, pelo cuidado, pela colheita e pela moagem da cana-de-açúcar. A última safra, aliás, foi plantada ao longo de 20 mil metros quadrados, uma extensão tão grandiosa quanto o planejamento em torno dela. Entre a terra de onde sai a matéria-prima e o paladar por onde passeia cada gole da Cachaça, há processos minuciosos, seguidos à risca das determinações legais, das exigências sanitárias e dos princípios de Emerson Resende na alquimia da bebida ideal.

Ele até se apequena perto dos tanques de fermentação para onde vai todo caldo derivado da cana moída. Mas ali permanece, mexendo o interior de cada recipiente enquanto leveduras transformam açúcares em álcool e gás carbônico. Surge então o vinho de cana que irá, em seguida, para um tradicionalíssimo alambique de cobre. Justamente nessa estrutura, formada por caldeira, torre e serpentina de resfriamento, ocorre a destilação. Os primeiros pingos formam a “cabeça” da Cachaça, com substâncias voláteis que devem ser descartadas. Logo depois vem o “coração” da bebida. “Só pelo nome já sabemos que é coisa boa”, diz Resende transitando entre o divertido e o poético. “É nesse ponto exato que obtemos o destilado desejável, saboroso, que não causa ressaca”, acrescenta. O restante? É chamado de “cauda” e também fica fora do produto final.



CHARME, CONSCIÊNCIA E TURISMO

Na mesa do escritório, Emerson guarda há 14 anos um porta-lápis artesanal produzido pelo filho, Vítor, aos três. No mimo artesanal com ilustrações, o então menino caprichou nos desenhos com cachoeira e árvores. Uma prova de que “filho de peixe tem orgulho de ser peixinho” desde o início.

É que além da mudança de mercado para a Cachaça, Emerson sonha com produção, consumo e, claro, ensino, consciente. “Tudo o que meu pai plantou tá aqui. Tudo. Existe a questão afetiva. Mas toma conta, também, um sentimento de preservação enorme”, explica espiando janela afora uma paisagem repleta de verde. É para lá que o produtor de Cachaça olha sempre que precisa se desligar por alguns minutos ou se inspirar – inclusive na implementação de projetos ambientais. Atualmente, toda a água de chuva que cai na propriedade é captada e utilizada no complexo, que também conta com uma fossa biodigestora. Além disso, um Jardim Filtrante garante água com sustentabilidade para pias e chuveiros. “Quero abrir espaço para que escolas tragam seus alunos até aqui e possamos conversar sobre Educação Ambiental”, planeja.

Outras visitas, no entanto, já acontecem atualmente – com todo o cuidado e obediência aos protocolos sanitários que o momento exige. Assim, interessados já podem agendar passeios cheios de experimentações e bastidores do elixir que, depois, vai para taças e para o paladar;





A CIÊNCIA E A HISTÓRIA EXPLICAM

Pelo menos uma vez na vida você ouviu isso: “ah, o Corpo Humano é perfeito”. Sim, é. A Ciência, aliás, está aí pra provar que o discurso é real e ele nada tem a ver com autoestima. Diz respeito, antes, a uma questão de funcionalidade; algo que inclui dos potenciais mais complexos (como gerar outra vida) aos mais simples e corriqueiros das horas vagas - como ingerir birita, por exemplo.

Pois é, por baixo dessa pele que habitamos há uma máquina que entre milhões de engenhocas biológicas conta com uma enzima própria para a metabolização do álcool no fígado: a aldeído-desidrogenase (ADH). Estaria aí, inclusive, uma suposta prova de que o gostinho por ingestões etílicas vem de nossos ancestrais. Robert Dudley, da Universidade da Califórnia, defende que há pelo menos 40 milhões de anos primatas já apreciavam frutas em processo de fermentação - mais fáceis de fazer e, portanto, encontrar.

Não para por aí... Jarros de 8 mil anos encontrados em Jiahu, na China, guardavam um drink com arroz, mel, uvas e cerejas. Tudo fermentado. Também há indícios de que há 5 mil anos, na Mesopotâmia, trabalhadores sumérios eram pagos com comida e bebida alcoólica. O mesmo parece ter acontecido durante a construção das Pirâmides no Egito. Aqui, no nosso lado do mapa, o padre José de Anchieta escreveu em 1560 sobre celebrações indígenas regadas a dança e bebidas. O historiador e sociólogo Sérgio Buarque de Holanda, aliás, menciona entre algumas a Catimpuera, fermentada a partir do milho. Registros semelhantes também existem sobre receitas etílicas na África antes do contato com europeus, incluindo uma espécie de vinho produzida a partir da palma, a Maluvu. Ao mesmo tempo, na Europa, alambiques fabricavam desde os licores superalcoólicos, nas palavras de João Azevedo Fernandes, a uísque e aguardente.

Misture tudo isso ao longo do tempo e da história e já pode brindar a descoberta de parte do nosso histórico etílico.

O COPO SEMPRE CHEIO

“Não sossego nem quando durmo”, diz Emerson. Também pudera. Além de empreendedor à frente da Divina d’Minas, ele é a principal força produtiva, o acompanhamento atento de todos os processos, a personificação da marca nas redes sociais e... a cabeça pensante em torno dos detalhes que tornam a Cachaça com origem em Barbacena única. Bem ao lado da charmosa adega onde repousam os barris de envelhecimento da bebida (uma atração à parte), há uma sala ampla e iluminada. O laboratório de Emerson.

Ali, avalia todas as garrafas do elixir, considerando desde a coloração e limpidez do líquido até o fluir dos “rosários” (ver box na página 41). Isso sem falar na perfeita colocação do rótulo e no design do próprio recipiente, com gargalo já pensado para o *flair* (show com movimentos e malabares) de bartenders.

E os detalhes se encaixam. Com uma série de lives gastronômicas em sua página do Instagram, a Divi-

na d’Minas chegará ao fim dos seis episódios programados (um para cada bioma brasileiro) estrelando uma carta própria de drinks. “Queremos levar nossa Cachaça para restaurantes e, inclusive, oferecer treinamento, com um chef, voltado ao preparo dessas bebidas com nossa assinatura”, revela Emerson com um otimismo peculiar.

Pra ele, mesmo nas adversidades, o “copo está sempre cheio” – e a cabeça fervilhando de ideias que surgem no sono, no banho, dirigindo, planejando os próximos passos, lendo as dezenas de livros e apostilas que fazem mais que decorar seu escritório.

De acordo com o Instituto Brasileiro da Cachaça (Ibrac), o país é capaz de produzir quase 1,5 bilhão de litros da bebida todos os anos, sendo menos de 1/3 derivado de alambiques de cobre. Só 1% do montante, porém, é exportado, um total irrisório se considerado que o México, por exemplo, manda 70% de sua Tequila para o mercado exterior. Emerson quer movimentar esse mercado.

UMA DOSE EXTRA DE MOTIVAÇÃO

A destilaria da Divina d’Minas tem capacidade produtiva de até 30 mil litros de Cachaça. Mas chegar a esse ápice requer planejamento e calma – algo que o empreendedor por trás da bebida tem de sobra. Até lá, toda safra de cana será cuidadosamente estruturada, assim como a produção e o envelhecimento do elixir.

Até o fim de março, quando a entrevista para esta reportagem foi feita, Emerson disponibilizava para o mercado a cachaça branca. A envelhecida, dourada, evoluía nos barris. Sem pressa. “Há muito o que quero fazer. Quero novos rótulos, quero exportar. Mas hoje vejo cada minuto como valioso, necessário, a ser respeitado. É um princípio que levo tanto pra mim mesmo, como pai e filho; quanto pra Cachaça que produz pra pessoas. Se quero que saboreiem os melhores momentos com o meu produto, desejo também que tenham a melhor experiência com ele”, diz.

Um brinde à perseverança.



MADEIRA

Envelhecer é uma arte inclusive para bebidas. Prova disso é o fato de que a prática já soma mais de 2 mil anos e, no caso da Cachaça, o processo é minuciosamente regulamentado, com determinações. A verdade é que, tal qual o bom e velho vinho, dispor a bebida brasileira em um barril de madeira garante a ela uma “maturidade” que se reflete no sabor, na cor, no que ela vai causar à visão, ao olfato e ao paladar enquanto servida. Tudo o que o degustador mais quer – e tudo o que Emerson se dedica a garantir.

Daí uma resiliência empreendedora. É que antes de chegar ao mercado, a bebida pode permanecer longos períodos maturando em barris. Ao fim do processo, alcança inclusive maior qualidade sensorial naturalmente. Ou seja: nada de corantes, outras bebidas misturadas ou qualquer intervenção desse tipo. Na prática, tão importan-

te quanto a melhor cana, estrutura impecável e destilaria montada é respeitar processos, esperar o tempo deles. Sim, produzir Cachaça requer cuidado e paciência. “Nada na produção acontece à revelia. Há eficiência na fermentação, no alambique, no condicionamento em barris”, explica o produtor da Divina d’Minas, em Barbacena.

Por lá, a bebida envelhece em adega (por enquanto) com 12 barris de 200 litros e dois tonéis de 700. Todos feitos de madeiras como carvalho, amburana e jequitibá. “Há ainda dois tipos que acabei de acrescentar: guanandi e mogno-africano. Cada um tem características e particularidades que transformam a Cachaça de maneiras também diferentes. Isso significa mais possibilidades e experiências únicas para quem degusta. É isso o que quero levar para as pessoas”, promete Emerson.





GASTRONOMIA

Muito além do “tira-gosto”, a Cachaça é companhia perfeita para outros sabores. Chefs como Paola Carosella, por exemplo, incluem ameixas assadas servidas com chantilly de Cachaça em seus menus. O ingrediente também é certo nas receitas de outra chef, a mixologista Roselayne de Fátima (conhecida no circuito como RôUai). Nos materiais em que ela aparece, há criações como Pizza Embriagada, Meluza Frita Crocante, Pudim, Risoto de Carnes com Lascas de Pequi flambadas... tudo envolvendo em algum momento, pré-forno ou no fogão, a bebida puramente brasileira.

Ficou mais do que provado que lugar de Cachaça não é (apenas) no balcão do bar. Na adega de casa, na cozinha e nos bons pratos, o destilado cai muito bem, obrigada. E a bebida barbacenense harmoniza perfeitamente com todo esse potencial. Daí o lançamento do *Divina d'Minas na Cozinha*. Totalmente multimídia e online, a ação acontece no Instagram (@cachacadivina-d-minas) através de lives gratuitas. Tudo leve com uma pauta cheia de brasilidade: Biomas. Até a publicação desta revista, duas delas haviam atraído mais de 500 pessoas levando para a tela referências gastronômicas da Caatinga e do Cerrado brasileiros.

À frente da atração está o chef Wessery Zago, um grande apaixonado pelo tema. “O meu fascínio pelos Biomas do Brasil se soma a uma busca pessoal pelo conhecimento e está intimamente conectada com a enorme diversidade de recursos naturais muitas vezes desconhecidos pela comunidade internacional. Definitivamente, o alimento é uma ótima estratégia para criar conexão entre pessoas, culturas e territórios”, disse em artigo publicado no site Território Gastronômico.

Assim, Zago se tornou embaixador oficial da Divina d'Minas e, comandando as lives, recebe outros nomes da Gastronomia, como Vinícius Curttis e Danilo Simões. Juntos, ensinam a fazer pratos principais e sobremesas ousadas, como “Sarapatel numa roupagem internacional, mas com pegada forte da Caatinga”; “doce com cacto Coroa de Frade, castanha e sorvete de Pequi”, Costelinha Prensada.



E do chocolate se fez arte

De volta à terra natal, engenheira descobriu na Confeitaria o sabor do sucesso



Moema completou 5 anos em abril. E levou pra mesa de aniversário a historinha favorita: Branca de Neves e os Sete Anões. Com um livro? Não. Com um bolo. Feita com massa tradicional, a iguaria doce foi recheada com Leite Ninho e Brigadeiro. Depois, recebeu cobertura de Chantilly e decoração especial, colorida, com cenário e personagens reproduzindo a fábula. Tudo pensado pela empreendedora Camila Hilária Nogueira, de 29 anos. “Nenhuma encomenda é igual. Elas são feitas por e para pessoas que são únicas, que querem combinar sabores que as agradam, que escolhem temas

com significados na vida delas. Meu papel, além de entregar tudo muito saboroso, é fazer com que se sintam especiais. Porque são mesmo. Inclusive pra mim”, explica enquanto fala da obra que fez sucesso entre quem a encomendou, quem saboreou e quem a assistiu.

Sim, assistiu. Além de confeitadeira, Camila é “marketeira” de mão cheia, usando redes sociais como ingrediente “a gosto”. Daí perfis no Instagram e no TikTok somando 2,7 mil seguidores

CONFEITEIRA DE MÃO E CARDÁPIO CHEIOS

Quem não sonha com potes gigantes de Nutella na despesa que atire a primeira barra de outro chocolate. Aliás, Camila tem vários, de 3kg, em casa. Para ela, porém, a maravilha cremosa de avelã, cacau e leite é ferramenta de trabalho. E que trabalho. “Ainda me lembro de quando comprava uma caixinha de Chantilly por causa de uma encomenda isolada – e não usava tudo, perdia. Parece até uma realidade paralela”, diverte-se a confeitadeira.

Hoje, além de toda aquisição de ingredientes ser planejada, é multiplicada centenas de vezes. Só de Leite Condensado, por exemplo, são 270 caixas em um único mês. Também poderia: além de 30 bolos encomendados toda semana, há pedidos e mais pedidos pelos demais quitutes. Tudo impulsionado por uma variedade democrática e saborosa no cardápio.

Para comemorações e momentos especiais, há Festa na Caixa com comes e bebes para duas pessoas, por exemplo. Se a intenção é presentear, cestas de chocolates ou de café-da-manhã também fazem sucesso.

Mas, a bem da verdade, esse é só um recorte no menu amplo idealizado por Camila. Na seção de doces, são quase 30 opções indo dos mais tradicionais, como Beijinho ou Trufas; a opções reinventadas, como Brigadeiros de Açaí e Paçoquinha ou Pipoca Gourmet. Há ainda as variedades finas – e encantadoras, incluindo até moldes remetentes a pequenos Santo Antônioos.

Já os bolos podem ter massa de baunilha, chocolate, coco e tradicional com dezenas de opções de recheios entre chocolates, cremes, mousses e até Rum. Sinta-se livre para escolher, ainda, as coberturas lateis e superiores, entre oito variedades. Prefere salgados? Empadões e tortas também estão na lista.



e média de 900 visualizações em cada vídeo, principalmente os que mostram bastidores de cada item sendo preparado.

A própria Camila, na verdade, tem jornada que poderia começar com “era uma vez...”. Nela, seria a protagonista estudiosa que precisou viver num reino industrial não muito distante até decidir, cheia de saudade: “eu vou, eu vou, pra casa agora eu vou”. Foi assim que refez as malas e desembarcou na terra natal, Piedade do Rio Grande, em 2015. Lá, com diploma universitário na mão, se viu com um dilema na cabeça – o que fazer? Começou disparando currículos. Depois, atuou em salas de aula.

Em março de 2020, a Pandemia causada pelo (então) novo Coronavírus assumiu seu papel como vilã nesse enredo. Se as escolas estavam vazias, o bolso e as perspectivas de Camila também poderiam ficar. Foi aí que uma fada madrinha despontou. Substitua a varinha mágica por colheres, os poderes especiais por um talento de família. Acrescente à história, também, três príncipes e outra princesa.

O resultado? *Artes & Chocolates* “saindo do forno” – e junto com ele uma gama de bolos com 32 opções de recheios, 28 tipos de doces (além de outros dez classificados como “finos”), tortas e salgadinhos. Tudo podendo ser organizado, inclusive, em caixas-surpresa. Um empreendimento por delivery surgido em meio à crise que deve se tornar, nos próximos meses, um café estiloso e aconchegante para quem quer saborear quitutes fora de casa.

CAMILA NO PAÍS DA CULINÁRIA

Em *Alice no País das Maravilhas*, de Lewis Carroll, uma grande mesa comporta convidados do Chapeleiro Maluco para um chá. Difícil imaginar, porém, que seja tão gigantesca quanto a que recebe Camila e família nas comemorações mais típicas (em tempos melhores, que fique claro). “A cozinha é o maior cômodo de toda casa. E toda casa tem gente cozinhando. Aqui a gente brinca que toma café pensando no almoço, almoça planejando a janta e por aí vai. Cresci ao redor de pessoas animadas, com celebrações de umas cem pessoas. Todo mundo amontoado preparando tudo nas panelas ou comendo”, diverte-se.

Em meio a esse reboliço, uma Camila ainda criança se viu fascinada por sabores e sempre foi estimulada pela mãe, Angelina Oliveira, a se aventurar. “Nunca ouvi dela ‘não mexa, vai estragar’. Pelo contrário, me divertia ajudando, me arriscando. Daí, crescendo, cozinhar se tornou um hobby”, lembra a jovem que encontrou, na cozinha, os ingredientes pra adoçar a vida – fosse preparando o que mais gostava para si ou para os amigos que fez em São João del-Rei.

Foi lá, na cidade histórica, que Camila se graduou em Engenharia de Produção. Mas foi a 245km dali, em Varginha, que passou um ano inteiro estagiando – e sentindo saudades de casa, Piedade do Rio Grande. “Sou uma pessoa apegada, apaixonada pela minha terra. Nessa época estar em casa me fazia tanta falta que compensava, mesmo com o cansaço, viajar todo final de semana pra

estar perto dos meus pais, dos meus irmãos. Então mesmo tendo a oportunidade de trabalhar efetivamente numa cidade maior, numa grande empresa, fiz as malas e voltei”, conta.

A PEQUENA (GRANDE) DOCEIRA

Em *A Pequena Sereia*, de 1989, Ariel pergunta cantando: “O que faz no mundo cada um ser especial?”. Há um mar de respostas por aí (com o perdão do trocadilho). Mas fato é que, para Camila, um dos segredos foi ouvir os melhores conselhos.

Em 2015, já na terra natal, começou a redigir e disparar quantos currículos as mãos aguentassem. A velocidade das respostas, porém, não foi a mesma dos envios. “Foi nesse embalo que minha mãe deu a ideia: produzir ovos de Páscoa pra vender. Aderi e, logo depois do Carnaval, montei uma página no Facebook me colocando à disposição de encomendas”, lembra. Pouco depois, uma coincidência providencial: durante a Quaresma a irmã, Gabriela, fez aniversário – e como de costume, todas as guloseimas foram produzidas em família, incluindo o bolo, cercado com chocolate branco e coberto por confeitos cor-de-rosa, que ficou a cargo de Camila.

O resultado foi tão bonito e elogiado que mereceu uma foto, postada no espaço virtual recém-lançado pela jovem. Não demorou para pipocar na tela uma notificação de mensagem. Era de uma internauta interessada no mesmo produto. Novamente, a futura empreendedora recorreu à mãe. “O que eu respondo?”, quis saber. “Que sim”, ouviu de D. Angelina, nesse momento se tornando oficialmente a “fada-madrinha” da história.





O apoio irrestrito motivou Camila, que topou o desafio, confeccionou o tal bolo e o entregou num domingo. Justamente nessa hora, uma convidada o viu, veio um elogio e uma nova demanda:

- Que bonito! Será que você faz um pra mim também?

Outro “sim” e tudo começou a mudar.

CLARAS EM NEVE E MUITAS EXPERIMENTAÇÕES

“Destino, destino meu, existe alguém mais errante do que eu?”. Camila numa repetiu essa pergunta em frente ao espelho. Mas poderia. Porque a trajetória até a abertura definitiva do Artes & Chocolates foi tortuosa.

Mesmo com dezenas de ovos de Páscoa encomendados e presença confirmada de seus bolos em incontáveis festas de aniversário, o intervalo intenso entre 2015 e 2016 ainda não havia convencido a engenheira de Produção a trocar a indústria pela “fábrica de guloseimas”.

Por esse motivo, aceitou proposta para atuar num laticínio em Madre de Deus de Minas. Ao longo de um ano e oito meses, no entanto, os dotes de confeitadeira continuaram a ser exigidos – inclusive na própria cidade. “O jeito, então, foi atuar nas horas vagas. Às vezes me levantava e começava a produzir às 5h. Mas havia um detalhe: como não sabia confeitaria, pedia ajuda à minha mãe. Só com o tempo fui aprendendo”, explica.

O aprendizado, aliás, veio de insistência e muita prática. Ingredientes novos aqui, misturas ousadas ali, falhas, acertos – e muita coragem. Receita tão certa que começou a gerar a melhor das propagandas: o boca a boca. Dali veio a necessidade de, junto aos comentários mais do que positivos, contar com apelo visual, uma vitrine – mesmo que online. Foi nesse momento que a arte de Camila começou a circular pelo Instagram, vez ou outra, e a crescer. “Fiz ovos de Páscoa, me convidaram para fazer bolos. Fiz bolos, começaram a propor doces. Sou dessas pessoas que veem os desafios e já querem topa”, ri.

VALENTE

As salas de aula também tiveram dedicação de Camila, que lecionou Matemática e Inglês em diferentes oportunidades. Em março de 2020, no entanto, veio a Pandemia. Com ela, nas palavras da piedadense, chegou o desespero. “Os boletos não entram em Quarentena, né? Então, sem aulas, eu precisava fazer alguma coisa pra me sustentar”, narra.

E foi assim, na crise, que surgiu a



ENGENHEIRA DE PRODUÇÃO, SIM – A DELA

Camila já conta, com resiliência, sobre uma pergunta que ouve quase sempre: “mas você se formou SÓ pra fazer bolos?”. O destaque na palavra foi da própria idealizadora do Artes & Chocolates, sentada confortavelmente num banquinho de madeira. Ele, aliás, parte de um cenário que ela montou, num cantinho ensolarado de casa, para as fotos da *Vertentes Cultural*. Pensou em tudo: na variedade de produtos, nas cores combinando, nas decorações remetendo, inclusive, ao frescor que o dia quente pedia.

Com touca e máscara personalizadas, o detalhe maior estava estampado no peito: “Confeitadeira”, em negrito. Uma prova de que, em nome dos objetivos, dos sonhos e do talento, Camila literalmente veste a camisa.

E coloca muito conhecimento nisso. “Eu teria todo direito do mundo, como qualquer outra pessoa, de seguir um caminho diferente daquele que trilhei na universidade. Porém, consegui trazer pro que faço hoje a minha formação. Da planilha de precificação à cronometragem de cada passo até a entrega para o cliente, tudo envolve planejamento. Tudo envolve o que aprendi até me tornar engenheira de Produção”, atesta.

A prima Telma Alves, formada em Química, concorda: “Aos poucos as pessoas vão entendendo que, além de sabor, tudo o que é feito aqui tem muito esforço, muita pesquisa, muita técnica”. Talvez por isso o reconhecimento do Artes & Chocolates seja traduzido em “hmmm” reais e muitas curtidas virtuais. “Vejo redes sociais como vitrines, meios de conexão e, também, de aproximação. O internauta atrás do celular tem sentimentos. Não se trata só de vontade de comer, de desejo”, reflete Camila. “Um empadão bem feito pode trazer uma memória bonita da infância; chocolates saborosos podem significar alívio para quem os recebe de surpresa depois de uma semana estressante. É por isso que toda encomenda recebe minha atenção como se fosse a primeira. Quero colocar o melhor ali e acho que quem assiste percebe isso nos vídeos que costumo postar”.

Mal encerrando a frase, a confeitadeira ri. “Pois é, mão na massa até no Marketing – e amo isso”.



oportunidade. Desta vez como algo definitivo. Bolos, doces e tortas feitos nas horas vagas agora ocupam toda a agenda de Camila – e os sonhos.

Com isso, o Artes & Chocolates pode ir muito além do delivery em breve. “Confesso que amei a experiência e vi mudanças lindas. No meio de toda a loucura que estamos vivendo, as pessoas agregaram afeto à surpresa e ao sabor”, analisa a confeitadeira, sorrindo. Daí prossegue. “Com o isolamento e o medo, muita gente se viu afastada de quem mais ama e foi encontrando o melhor jeito de se mostrar presente, de demonstrar sentimentos. Pra mim não havia alegria maior que receber uma mensagem como ‘olha, tô em isolamento. Leva uma cesta pra minha namorada no endereço tal?’. Ou então ‘morro de saudades da minha mãe. Entrega uma cesta e um cartão

dizendo que a amo muito?’. A emoção no olhar de quem recebe é de encher o coração”, comemora.

A empreendedora, no entanto, quer celebrar outras vitórias – e testemunhar mais demonstrações de carinho ao vivo. “Quero abrir um café aqui, em Piedade. Já tenho pesquisado locais, procurado móveis, pensado na estrutura. Será uma experiência muito diferente. Mas sinto que chegou a hora de apostar na pronta-entrega, de encontrar as pessoas – com todo cuidado exigido, agora; com muita liberdade em breve, se Deus quiser”, deseja Camila.

... É APOIARAM FELIZES A JOVEM PERSISTENTE

A nova empreitada começa a sair do papel pouco mais de doze meses após o lançamento oficial do Artes & Chocola-

tes. Isto é, da sua guinada como negócio de dedicação integral. E a confeitadeira piedense explica com simpatia que a receita é simples: coragem (afinal, lançar um empreendimento num momento crítico exige isso) e apoio. Muito apoio.

Quando conta sua história, Camila faz questão de mencionar (além do apoio da mãe) todo o suporte que recebeu do pai, Camilo Nogueira; do noivo, Amauri Teixeira; e dos irmãos, Gabriela e Gustavo.

Nomes que cita a todo tempo, com gratidão e amor, enquanto conta sobre horas de sono perdidas; ajuda em produção e entregas; uma mãozinha salvadora na reposição dos estoques; muita torcida; bons; conselhos, motivação sem fim e até criação de ferramentas como a guilhotina de chocolate. “Perdi as contas de quantas vezes, ao picar o ingrediente, machuquei a mão, deixei tudo cair, quase cortei um pedaço da barriga. E nessa confusão toda acabei estragando facas do meu pai, que é colecionador. Aí, pra minimizar meus riscos e salvar as paixões dele, bolou essa maravilha (*risos*). Desde então trabalho com uma base de madeira mais grossa, firme; e essa lâmina prática”, comemora Camila com afeto transbordando aos borbotões. Metáfora que lembra os bolos Vulcão e Piscina que produz. Lindíssimos por fora, recheadíssimos por dentro. Basta cortar uma fatia e... ah, só encomendando pra ver.

Enquanto isso, Camila segue pesquisando, testando, se reinventando. Tão fabulosa quanto as historinhas que reproduz decorando quitutes é a trajetória da confeitadeira – e ela, garante, está apenas começando.



Primeiro Ponto de Atendimento em Minas Gerais completa 30 anos

Cooperativismo e ousadia se misturam na história do Sicoob Credivertentes em Mercês de Água Limpa





O cultivo de café é um dos carros-chefes na economia do distrito de São Tiago

Em 2021 o Sicoob Credivertentes comemora 35 anos de fundação. E ao longo de três décadas e meia muito aconteceu – a começar pelo crescimento no seu mapa de atuação. De um ponto no interior de Minas Gerais, a cooperativa avançou para outras 19 comunidades, incluindo Belo Horizonte. Não bastasse isso, foi pioneira no lançamento da Conta Digital, hoje com alcance em todo o país. Parece fácil explicar, então, porque de 22 fundadores a instituição multiplicou adesões até chegar a mais de 28 mil cooperados.

Só parece. Porque a trajetória da 13ª maior cooperativa do Estado (entre todos os setores, segundo a Ocemg) tem bastidores envolvendo resistência e até algumas transgressões – a começar pela inauguração de seu primeiro Ponto de Atendimento (PA), no distrito de Mercês de Água Limpa, também conhecido como Capelinha. Em 22 de março a agência completou 30 anos de pleno funcionamento

e de um significado impactante: foi, na realidade, o primeiro PA instalado no território mineiro.

LEGISLAÇÃO

Entre 2017 e 2019 o Sicoob Credivertentes abriu quatro agências físicas. Além disso, implementou uma Conta Digital que, em 2020, ganhou amplitude nacional. Algo assim, porém, era impensável 29 anos antes.

Fundada em agosto de 1986, a então Cooperativa de Crédito Rural Campos das Vertentes Ltda iniciou funcionamento efetivo dez meses mais tarde, em 16 de junho de 1987. Era uma revolução na cidade onde surgiu, a pequena São Tiago. E só podia operar ali, mesmo que municípios e distritos limítrofes já pedissem por agências próprias em seus territórios.

“A Legislação era limitante e nada favorável às cooperativas de Crédito. Abrir as portas de uma soava mesmo como loucura. Mais ainda numa comunidade interiorana”, lembra o presidente do Conselho de Administração e membro-fundador da Credi, João Pinto de Oliveira.

Não falta História para contextualizar esse cenário. No Brasil, o primeiro conjunto de normas envolvendo o Cooperativismo Creditício é de 1903, mas só em 1932 ele ganhou contornos mais definidos, sendo reconhecido como aquele cujo objetivo “principal é proporcionar a seus associados crédito e moeda, por meio da mutualidade e da economia”. Ainda assim, ins-



tuições do setor continuaram subjugadas. Em novembro de 1962, por exemplo, um decreto do então Conselho de Ministros suspendeu autorizações e registros de novas cooperativas de Crédito, o que gerou desconfiança generalizada na sociedade da época. Já em 1965 a Resolução nº 11 deixou claro: a essas organizações estavam proibidas “atividades creditórias exercidas por suas sucursais, agências, filiais, departamentos, escritórios ou qualquer outra espécie de dependência existente”.

Aí entra todo o contexto envolvendo a abertura do PA em Mercês de Água Limpa. Na prática, só a partir da Constituição de 1988 as legislações se tornaram mais amigáveis ao Cooperativismo de Crédito, incluindo-o expressamente no Sistema Financeiro Nacional, “estruturado de forma a promover o desenvolvimento equilibrado do País e a servir aos interesses da coletividade, em todas as partes que o compõem”.

A permissão para abrir agências fora da cidade-sede, porém, só veio em março de 1992, com a Resolução 1914. Pois bem: nessa época, a agência de Capelinha já funcionava há um ano.

SILÊNCIO

De fato, uma transgressão. Mas impossível afirmar que não foi, por assim dizer, anunciada. Desde o início, a Cooperativa de Crédito Rural Campos das Vertentes já atendia cooperados com endereços fora de São Tiago. As relações, porém, ficavam restritas a exatamente isso: atendimento de quem se deslocava 20km a partir

de Morro do Ferro ou quase 30km via estrada de chão partindo de Mercês de Água Limpa.

Ouvir as demandas por um Ponto de Atendimento pertinho de casa era proibido e impensável. Ao menos oficialmente. “Ainda assim insistimos, tentamos o caminho legal. Então enviamos solicitações ao Banco Central (Bacen) explicando todo o contexto”, lembra João Pinto de Oliveira sobre movimento respondido com... silêncio. “Deve haver uma pilha de documentos com selos de São Tiago engavetada lá”, brinca Oliveira.

E foi assim, seguindo a linha de que “quem cala, consente”, que a agência em Capelinha foi inaugurada em março de 1991.

ESTRUTURA

A bem da verdade, o termo “agência” tinha um significado bem distante do atual nos anos 1990. Naquela época, o PA em si era uma salinha com uma mesa e uma funcionária, Jaqueline Serpa. Trinta anos depois, ela continua compondo o quadro de colaboradores da Credi, como gerente, em Prados. “Olho para trás e penso naquele início, nas coisas tão improvisadas, documentos pra todo lado, tudo feito à mão,

malotes sendo transportados em carros comuns todo santo dia... Chega a ser engraçado”, conta.

No entanto, a mudança e a modernização foram graduais. Da pequena sala inicial, o Ponto de Atendimento em Mercês de Água Limpa migrou para um cômodo maior, desta vez cedido pelo casal de comerciantes Catarina e José dos Santos. “Tínhamos o espaço e sabíamos que seria melhor para a instituição. Nós acreditávamos nela desde o início. Sabíamos que valeria a pena”, diz ele.

Para dona Catarina, havia ainda outro detalhe: “O ‘Zezinho’ saía pra roça bem cedo e eu ficava no distrito cuidando do nosso armazém, bem ao lado do local onde a cooperativa passou a funcionar”, explica. Os colaboradores do Ponto de Atendimento, então, passaram a ser companhia para ela e o neto, João Carlos do Nascimento Júnior.

Adulto, aliás, João Carlos se tornou gerente do PA na comunidade. “Jamais imaginei que um dia faria parte daquela equipe”, confessa com um sorriso e uma coleção de histórias de Cooperação. “Nossa missão é promover Justiça Financeira e acho que ela acontece todos os dias. Temos associados que conseguiram recursos pra alavancar a propriedade rural; que conquistaram o sonho do imóvel próprio; que abriram um negócio. É isso que nos motiva a batalhar por mais 30 anos”, garante.

TRANSFORMAÇÃO

O distrito de Mercês de Água Limpa soma, atualmente, quase 700 cooperados. Dentre eles, gente que disse “sim” ao Sicoob Credivertentes desde o início. “Lembro como se fosse hoje do sentimento. Não acreditávamos que instituições financeiras olhariam pra nós, gente simples. Havia até um certo conformismo de que isso era coisa de cidade grande, alta sociedade”, reflete a educadora aposentada Carlita Coelho.

Com a instalação do PA pertinho de casa, po-



rém, a percepção foi outra. “Nossa autoestima mudou porque fomos reconhecidos”, conta a professora Antônia Aparecida Marques. “Por muito tempo, precisamos percorrer estradas ruins e longas ou ficar horas em filas pra receber pagamento, fazer um depósito. Conseguir um financiamento, então, parecia missão impossível. Graças a Deus agora temos tudo isso na vizinhança”, comemora.

MODERNIDADE

A agência atual em Capelinha é

completa. Já na entrada, uma rampa de acessibilidade antecipa hall com dois Caixas Eletrônicos e porta giratória que leva para o complexo interno. Lá foi estruturada uma área de espera com distribuição computadorizada de senhas. Tudo depende da necessidade do cooperado, que pode ser direcionado a três guichês de atendimento ou a contato direto com o gerente.

Conforto, tecnologia e modernidade que os associados merecem – e simbolizam o desenvolvimento contí-

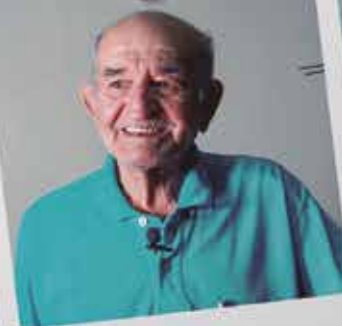
nuo do Sicoob Credivertentes. “Tudo começa mesmo com um ‘sim’. Nossa instituição o disse há 30 anos para atender os chamados de uma comunidade e promover inclusão financeira junto a uma população que, por sua vez, deu uma sonora resposta afirmativa a nós, a nossos princípios, à Cooperação. Foi o nosso cidadão na sua simplicidade e na sua grandeza quem fez tudo acontecer aqui, daqui e para o Brasil afora”, encerra João Pinto de Oliveira.



D. Carlita



D. Catarina



Sr. Raul



Sr. José



João Carlos



D. Antônia

Em março, equipe do Sicoob Credivertentes ouviu protagonistas dessa história, incluindo o Sr. Raul Wilson da Mata, membro-fundador da cooperativa e vice-prefeito de São Tiago 30 anos atrás: “Cooperativismo é exatamente isso. É um meio de facilitar as coisas para todos”



QUANDO A TRANSGRESSÃO SE JUSTIFICA

Saulo Mascarenhas Ribeiro de Oliveira
Presidente do Conselho de Administração no Sicoob Credicampo

Quando se evidencia a forte e abrangente presença do Sicoob em todo o território nacional, respiramos fundo com uma ponta de orgulho. Afinal, vemos o que alcançamos com nosso despretensioso trabalho – iniciado há 35 anos – em prol de tratamento digno aos produtores rurais buscando acesso a Crédito nas instituições financeiras. Como dizia Alberto Ferreira – de saudosa lembrança: “Éramos botinudos se metendo a banqueiros”. De fato, aprendemos fazendo e errando e fazendo de novo; sempre resilientes, determinados e desastados.

Só quem viveu essa empreitada sabe que o caminho não foi fácil. Ao contrário, foi picada aberta a golpes de facão; trilha cheia de alegrias e realizações, mas a custo também de grandes lutas, algumas decepções, muita coragem e força de vontade.

Raimundo Mariano do Vale, grande estruturador e primeiro presidente do Banco Sicoob (hoje Banco Sicoob) sempre dizia que “a gente não pode se esquecer de olhar no retrovisor histórico das instituições”. Assim nos situamos e autoavaliamos melhor.

Numa dessas olhadas no retrovisor, aliás, vejo com clareza e admiração algumas atitudes visionárias e de grande audácia que mudaram e moldaram o ritmo de crescimento das cooperativas, deixando patente para os órgãos reguladores que focávamos no futuro com forte propósito.

Isto é, não nos contentaríamos com migalhas concedidas para que tivéssemos nosso desenvolvimento travado por rédeas em mãos alheias e desconhecedoras de nossas necessidades e anseios.

Refiro-me ao caso da abertura da agência de Mercês de Água Limpa, distrito de São Tiago, pelo Sicoob Credivertentes, em 1991, tornando-se a primeira agência de uma Cooperativa de

“ Só quem viveu
essa empreitada sabe que o caminho
não foi fácil. Ao contrário, foi picada
aberta a golpes de
facão ”

Crédito em Minas Gerais aberta fora da cidade-sede.

A inovadora atitude, audaciosa e mesmo transgressora das normas vigentes, causou espanto no órgão regulador e uma saudável polêmica entre os pares do jovem movimento cooperativista de crédito mineiro. Hoje não há dúvidas em reconhecer esse momento como um marco do mo-

vimento de expansão do Cooperativismo de Crédito mineiro.

O membro-fundador e presidente do Conselho de Administração da casa, João Pinto de Oliveira, cedo percebeu que uma cooperativa não podia ficar, por conta de normas obtusas, restrita a privilegiar o atendimento a um grupo de associados próximos à sede. A instituição, dentro do seu princípio de livre associação, deveria acolher aqueles que assim o desejassem e se fazer presente onde estivessem seus associados. O corajoso movimento do Sicoob Credivertentes, que enfrentou longas batalhas com o órgão regulador, fez com que as obtusas normas de então fossem alteradas. Logo a iniciativa contaminou positivamente todo o Sistema Crediminas, que abraçou a ideia e viu que nosso futuro ali já se delineava.

Hoje, apenas ele possui 578 agências no estado de Minas, atendendo mais de 883,5 mil cooperados. No Brasil são mais de 3,5 mil agências do Sicoob.

Em homenagem ao João, traduzindo minha admiração e agradecimento por seu gesto destemido, reproduzo um pequeno, mas significativo trecho do ensaio *A Desobediência Civil*, escrito pelo poeta americano Henry David Thoreau em 1849: “Leis injustas existem: devemos contentar-nos em obedecer a elas ou esforçar-nos em corrigi-las; obedecer-lhes até triunfamos ou transgredi-las desde logo?”



Agências Sicoob Credivertentes

Alfredo Vasconcelos
Av. Agostinho Bianchetti, 49 - Loja A
Centro - MG - CEP: 36.272-000 - Tel.: (32) 3367-1580
E-Mail: alfredovasc@sicoobcredivertentes.com.br

Alto Rio Doce
Cel. José Gonçalves Moreira Couto, 118
Centro - MG - CEP: 36.260-000 - Tel.: (32) 3345-1492
E-Mail: altordoce@sicoobcredivertentes.com.br

Barbacena
Av. Bias Fortes, 572
Centro - MG - CEP: 36.200-068 - Tel.: (32) 3333-2899
E-Mail: barbacena@sicoobcredivertentes.com.br

Belo Horizonte
Rua Espírito Santo, 1.186
Centro - MG - CEP 30.160-033 - Tel: (31) 3222-8667
E-Mail: belohorizonte@sicoobcredivertentes.com.br

Conceição da Barra de Minas
Praça Cônego João Batista Trindade, 148
Centro - MG - CEP: 36.360-000 - Tel.: (32) 3375-1170
E-Mail: concbminas@sicoobcredivertentes.com.br

Conta Digital
Google Play - Apple Store
Tel.: (32) 9 9939-5642 (Campo das Vertentes)
Tel.: (31) 9 8437-3714 (BH e Região Metropolitana)
E-Mail: digital@sicoobcredivertentes.com.br

Coronel Xavier Chaves
Rua Padre Reis, 25
Centro - MG - CEP: 36.330-000 - Tel.: (32) 3357-1301
E-Mail: cxchaves@sicoobcredivertentes.com.br

Dores de Campos
Av. Governador Valadares, 187
Centro - MG - CEP: 36.213-000 - Tel.: (32) 3353-1122
E-Mail: dorescampos@sicoobcredivertentes.com.br

Ibertioga
Avenida Bias Fortes, 198
Centro - MG - CEP: 36.225-000 - Tel.: (32) 3347-1463
E-Mail: ibertioga@sicoobcredivertentes.com.br

Itutinga
Praça Santo Antônio de Pádua, 158 - Loja 3
Centro - MG - CEP: 36.390-000 - Tel.: (35) 3825-1144
E-Mail: itutinga@sicoobcredivertentes.com.br

Madre de Deus de Minas
Rua Maestro José Gonçalves de Oliveira, 155
Centro - MG - CEP: 37.305-000 - Tel.: (32) 3338-1142
E-Mail: madreminas@sicoobcredivertentes.com.br

Mercês de Água Limpa
Rua Joaquim Vivas da Mata, 174
Centro - MG - CEP: 36.352-000 - Tel.: (32) 3376-8109
E-Mail: mercesalimpa@sicoobcredivertentes.com.br

Morro do Ferro
Praça Coronel José Machado, 250
Centro - MG - CEP: 35.541-000 - Tel.: (37) 3332-6007
E-Mail: morroferro@sicoobcredivertentes.com.br

Nazareno
Rua Francisco Ribeiro de Carvalho, 178
Centro - MG - CEP: 36.370-000 - Tel.: (35) 3842-1315
E-Mail: nazareno@sicoobcredivertentes.com.br

Piedade do Rio Grande
Avenida Sete de Setembro, 75
Centro - MG - CEP: 36.227-000 - Tel.: (32) 3335-1411
E-Mail: piedadegrande@sicoobcredivertentes.com.br

Prados
Rua Djalma Pinheiro Chagas, 85
Centro - MG - CEP: 36.320-000 - Tel.: (32) 3353-6398
E-Mail: prados@sicoobcredivertentes.com.br

Resende Costa
Rua Gonçalves Pinto, 135
Centro - MG - CEP: 36.340-000 - Tel.: (32) 3354-1040
E-Mail: resendecosta@sicoobcredivertentes.com.br

Ritópolis
Rua Santa Rita, 111
Centro - MG - CEP: 36.335-000 - Tel.: (32) 3356-1370
E-Mail: ritapolis@sicoobcredivertentes.com.br

São João del-Rei
Avenida Tancredo Neves, 487
Centro - MG - CEP: 36.300-001 - Tel.: (32) 3371-5313
E-Mail: saojdrei@sicoobcredivertentes.com.br

São Tiago (Agência)
Praça Ministro Gabriel Passos, 114
Centro - MG - CEP: 36.350-000 - Tel.: (32) 3376-1080
E-Mail: saotiago@sicoobcredivertentes.com.br

São Tiago (Sede)
Rua Carlos Pereira, 100
Centro - MG - CEP: 36.350-000 - Tel.: (32) 3376-1386
E-Mail: credivertentes@sicoobcredivertentes.com.br

Senhora dos Remédios
Rua do Rosário, 49
Centro - MG - CEP: 36.275-000 - Tel.: (32) 3343-1312
E-Mail: sremedios@sicoobcredivertentes.com.br



SICOOB
Credivertentes