



Revista

da

ASSOCIAÇÃO DOS

EMBAIXADORES

DE TURISMO **DO RIO DE JANEIRO**

v. 1 • n. 1 JULHO | 2021



ENTREVISTA EXCLUSIVA COM

**ROBERTA WERNER,
DIRETORA COMERCIAL
DO RIO CVB**

EM MEIO À PANDEMIA, DIREÇÃO DA ASSOCIAÇÃO
DOS EMBAIXADORES DE TURISMO DO RJ
DECIDE REALIZAR EVENTOS VIRTUAIS

TERRITÓRIOS AFETIVOS SÃO APRESENTADOS
POR COCCO BARÇANTE, ARTISTA VISUAL
E ESTILISTA, EM EXPOSIÇÃO

CARTA AO LEITOR

Prezado leitor,

Os últimos meses foram de grandes desafios. Uma pandemia mundial atingiu em cheio planos e sonhos, e uma das áreas mais afetadas foi a de Turismo. Aos poucos, vamos retomando nosso trabalho e, com ele, novos planos vão surgindo. A Revista da Associação dos Embaixadores de Turismo do Rio de Janeiro é uma das ideias que colocamos em prática. Por conta de todos esses acontecimentos na saúde pública, ela ficou engavetada um tempo, deixamos tudo suspenso esperando essa tempestade passar. Agora, é chegada a hora.

Esta é primeira edição da Revista da Associação dos Embaixadores do Turismo do Rio de Janeiro e, nela, você encontrará uma variedade de assuntos, desde os eventos promovidos pela Abemtur-RJ a entrevistas exclusivas, análises de mercado com nossos colunistas, crônicas e dicas culturais. Nosso objetivo ultrapassa a fomentação do turismo no estado: queremos mostrar a você nossas práticas diárias para isso e, ainda, criar um elo entre nossos associados e um espaço para promoção de ideias e debate.

Para facilitar ainda todo o processo, a nossa revista é digital e com diversos links ativos. Ao ler o texto, você pode ser levado a complementações sobre o assunto em outros canais online, com informações, áudio, vídeo ou tudo mais que acreditamos ser interessante para explorar e ampliar o seu conhecimento. Esta primeira edição já traz algumas dessas funcionalidades, que serão aprimoradas com o passar do tempo, sempre procurando o melhor para você, leitor.

Então, fique à vontade para sugerir pautas e fazer críticas. Teremos o maior carinho em ler a sua mensagem.

Aproveite a leitura!

Um forte abraço da equipe da Revista da Associação dos Embaixadores do Turismo do Rio de Janeiro



v. 1 • n. 1 JULHO | 2021

Presidência de honra: Carlos Serpa e Aloysio Teixeira

Presidente: Cláudio Castro

Vice-Presidente Executivo: Bayard Do Coutto Boiteux

Vice-Presidente de assuntos internacionais: Rawlson de Thuin

Vice-Presidente de Turismo e Eventos: Constança Carvalho

Vice-Presidente de Projetos Especiais e Convênios: Cláudio Aboim

Vice-Presidente de Assuntos Culturais: Ana Botafogo

Vice-Presidente de Assuntos Comunitários: Rogério Van Rybroek

Vice-Presidente para o interior: Voltaire Varão

Vice-Presidente de Campanhas Institucionais: Gustavo Delesderrier

Vice-Presidente de Relações Públicas: Viviane Fernandes

Vice-Presidente de Novos Negócios Turísticos: Netto Moreira

Vice-Presidente de Gastronomia: Renan Ferreira
Tesoureiro: Gustavo Delesderrier

Assessora de Imprensa: Ana Cristina Rosado

Assessor Jurídico: João Pedro Figueira

Conselho Fiscal: Joana Teixeira, Maria Luiza Nobre e Vinicius Fernandes

A Revista da Associação dos Embaixadores do Turismo do Rio de Janeiro é uma publicação mensal da Abemtur-RJ.

Publicação gratuita com distribuição digital.

O conteúdo dos artigos publicados é de inteira responsabilidade de seus autores, não representando a posição oficial dos editores e nem do conselho editorial da revista.

Diretor: Cláudio Castro

Editora e jornalista responsável: Ana Cristina Rosado

Secretária de Redação: Thamiris Vieira

Conselho editorial: Ana Botafogo, Arnaldo Bichucher, Bayard Boiteux, Marcelo Tesserolli, Rawlson de Thuin, Thiago Oliveira e Viviane Fernandes

Projeto gráfico e diagramação: Érica Ribeiro

Foto de Capa: Danielle Medeiros

Departamento Comercial: Gustavo Delesderrier

...

Quer falar com a gente?



iVentura Editora Comercial Ltda.

Editor

Luís Bittencourt

www.iventura.com.br

e-mail: editora@iventura.com.br

Tel.: (21) 97616-6968

Rua da Maçonaria, 10 - Centro
Três Rios - RJ - CEP: 25.805-023

NESTA EDIÇÃO

v. 1 • n. 1 JULHO | 2021



7 | *Capa | Entrevista*
Roberta Werner fala sobre os rumos e o futuro do turismo na cidade

9 | Personalidades recebem título de "Embaixadores do Turismo do Rio de Janeiro"

10 | Prêmio Yedda Maria Teixeira acontece, pela segunda vez, de forma virtual

11 | Jantar reúne 35 associados para bate papo online

PESQUISAS

- Como os brasileiros veem a cidade de Petrópolis | **12**
- Maioria acredita que a cidade do Rio de Janeiro é um destino LGBTI friendly | **13**

6 | Crônica | Convite feito, convite aceito

17 | Exposição gratuita de Coco Barçante no Centro Cultural dos Correios

18 | Lançamento do livro 'Mania de fotografar o RJ'
Crônica | O verde que me faz viver e me traz esperança

Colunas

5 | Coluna de Arnaldo Bichucher

19 | Coluna Christiane Michelin

Artigos

14 | Inovação no turismo, de Marcelo Tesserolli

15 | Priscila Valério fala sobre a relação entre viagens e saúde mental

20 | Afinal, o que é ser 'cringe'?, por Andrea Nakane

Existe um
RIO
para todos os
gostos.
Venha
descobrir
o seu!

Rio
CONVENÇÃO
&
VISITORS
BUREAU

visit rio

www.riocvb.com.br

CONSCIÊNCIA COLETIVA



Diferente do inconsciente coletivo, onde teoricamente não sabemos sobre a nossa própria essência, onde comportamentos, sentimentos e impressões não conseguimos controlar, a consciência coletiva é exatamente o inverso.

Depois de 16 meses começamos a vislumbrar uma nesga de luz no final desse imenso túnel que nos enfiamos, ao ver o resultado, ainda incipiente, da vacinação, fazer efeito. E é nesse resultado que temos que nos agarrar.

Ainda que vacinados com duas doses, ou da dose única também existente no mercado, enquanto não tivermos 80% da população imunizada os cuidados continuam. Lavar as mãos com frequência, usar máscara e álcool em gel e evitar aglomerações, são atitudes fundamentais para que tudo de certo.

Já é possível ver alguma movimentação promissora no turismo internacional, ainda que timidamente. Alguns chegam a apostar que a demanda reprimida é tamanha, que será um tsunami de viagens pelo mundo. Eu prefiro enxergar essa possibilidade com os pés no chão, esperando e analisando a conjuntura a cada dia, sem alimentar expectativas que possam se transformar em frustração.

Creio que teremos um segundo semestre bem melhor do que o que vimos até agora durante a pandemia, mas é preciso olhar a atividade turística como uma rede de negócios envolvendo empresas e, principalmente, profissionais.

Não é só de hospedagem que vive o turismo, apesar de esse ser um dos principais itens de medição utilizado pelas pesquisas mercado. Há que se contabilizar quantos profissionais serão recontratados, como operadores, motoristas e guias de turismo, mesmo que alguns trabalhem de forma autônoma. Mas só a partir do aumento de profissionais novamente atuando é que teremos motivos para celebrar a tal retomada.

Tudo isso sem esquecer que é no dia a dia que poderemos praticar a nossa consciência coletiva, interrompendo qualquer processo que venha nos impedir de trabalhar e voltar a contribuir fortemente com o desenvolvimento da economia mundial.

Jornalista e Guia de Turismo, Bichucher é ex-coordenador de Operações Turísticas da Secretaria Municipal de Turismo do Rio de Janeiro e ex-presidente da LIGUIA

Visite
Vassouras
www.VISITEVASSOURAS.com

Vale
do Café RJ

Foto - Humberto Moraes

PREFEITURA MUNICIPAL DE VASSOURAS

SEDET
SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO E TURISMO

EU **VASSOURAS**

CONVITE FEITO, CONVITE ACEITO

Christovam Chevalier

Dos meus 17 anos de carreira como jornalista, 14 deles foram dedicados ao colunismo. Comecei a trabalhar em coluna em 2004, quando ingressei no Jornal do Brasil para ocupar a vaga de repórter na coluna da jornalista Marcia Peltier. Na época, conciliava o batente com a escrita da minha monografia e trabalhar em coluna não estava nos meus planos. Para ser sincero, achava esse ofício uma arte menor no jornalismo. O que eu queria era ser repórter de Cultura e vi na ocasião a oportunidade para trabalhar no jornal que fizera a minha cabeça.

Aquele período na coluna da Peltier foi de muito aprendizado. Com a ida dela para o Jornal do Comércio, continuei no Jotinha, como o chamávamos. Estava prestes a ir para o Caderno B quando o celular toca (sim, naquele tempo ainda recebíamos ligações) e, do outro lado da linha, a jornalista Anna Ramalho tinha um convite. A coluna assinada por ela no JB, a "Ui!", passaria a ser diária, e ela precisava de um repórter. E lá fui eu trabalhar com a Ramalho, como a chamo até hoje. Essa fase foi de muito aprendizado e também de muito prazer. A equipe contava ainda com um estagiário, o querido Bruno Ryfer, hoje fotógrafo respeitadíssimo.

Num dado momento, Anna foi convidada por Amauri Mello a assinar uma coluna na editoria Cidade. E lá fomos nós cuidar da "Coisas do Rio". A trabalhadora não era, como diria a própria Ramalho, "bolinho não". Fazíamos ainda a "Ui!" e isso significava que tínhamos duas colunas diárias. Às sextas-feiras, dia do chamado "Pescocão", fechávamos quatro colunas. Perdi a conta das vezes em que deixei a redação de madrugada.

Em 2010, com os atrasos nos pagamentos dos funcionários, pedi meu boné no JB. Toca o celular (sim, como disse, o celular ainda tocava naquele tempo), e o jornalista Mario Toledo, então editor dos jornais de Bairros de O Globo, me chamava para ingressar naquela casa. Minha função era a de subeditor da inesquecível Scarlet Moon. Scarlet lutava já contra uma doença degenerativa e precisava de uma força na "Abalo", coluna que assinou durante longos anos no caderno Zona Sul. A vida é mesmo irônica. Eu era convidado a trabalhar com... minha mãe. Cabe aqui o parêntesis: ela foi contra eu ser jornalista. "Você tem que ganhar dinheiro. Vai estudar Marketing!", aconselhava. A paixão pelo jornalismo falou mais alto, mas, hoje, vejo que ela tinha razão.

Com sua morte em 2013, Adriana Oliveira, nova editora do Bairros, convidou-me a assumir a coluna do caderno Zona Sul. E, assim, nasceu a "Parada Obrigatória", coluna que assinei entre 2013 e 2018 e na qual dei, sozinho, grandes notícias do segmento cultural. Ainda hoje, me param na rua para reclamar do fim daquele espaço. Mas os tempos são outros...

Estamos agora em 2021. O telefone não toca, mas o Whatsapp apita. E traz áudio do professor Bayard Boiteux me convidando a assinar uma coluna nesta revista que você tem diante dos olhos. Na hora, pensei nesses 14 anos trabalhando com coluna. Foi um tempo de muita dedicação, é vero, e muito desgaste físico e emocional. Fiz então a contraproposta: porque não colaborar como cronista? Ele topou, e aqui estou.

O público conhece o Christovam jornalista e o poeta, autor de quatro livros, sendo o "Inventário de esperanças e outros poemas" (7 Letras, 2021) o mais recente. Agora, será conhecida a faceta do cronista. Espero não decepcioná-los.

Christovam Chevalier é carioca, poeta, jornalista e autor



"OS PRÓXIMOS MESES SERÃO CRUCIAIS PARA REAQUECER O TURISMO NO RIO", DIZ ROBERTA WERNER



DIRETORA DO RIO CONVENTION BUREAU FALA DAS ESTRATÉGIAS PARA A RETOMADA PÓS-PANDEMIA

Um dos setores mais afetados pelo coronavírus, o turismo, no Rio de Janeiro começa a ser retomado no segundo semestre com o avanço da vacinação no Brasil e em outros países. O aumento nas reservas de passagens aéreas e a expectativa da realização do Réveillon e do Carnaval, na cidade, animam o setor e toda a cadeia produtiva que depende do turismo. Os longos meses de pandemia têm sido de desafios e aprendizagem para o Rio Convention & Visitors Bureau, fundação privada de promoção do Rio. Em entrevista à Revista da Associação dos Embaixadores do Rio, a diretora-comercial Roberta Werner conta como a entidade vem trabalhando em vários projetos para incentivar, de forma responsável, as viagens de lazer e negócios no RJ.

O setor turístico vem sofrendo um forte impacto desde o ano passado e ainda busca se recuperar. Como o Rio CVB planeja essa retomada?

RW: Percebemos que os visitantes estão mais confiantes para realizar viagens, tanto que as reservas de passagens do setor aéreo já mostram uma recuperação importante. Nesse sentido, os próximos meses serão cruciais para reaquecer o mercado. As principais cidades turísticas já estão trabalhando neste sentido e o Rio de Janeiro certamente não ficará para trás. Nossa prioridade é unir o setor turístico nacional para trazer mais viajantes neste momento, a fim de que todos saiam fortalecidos. Se um estrangeiro for a um congresso em São Paulo, por exemplo, ele pode prorrogar a viagem para um período de descanso aqui no Rio. O Rio Convention & Visitors Bureau acredita que há espaço de crescimento para todos os destinos turísticos no país, mas quer que o Rio de Janeiro seja a porta de entrada para receber esses visitantes. É bom lembrar que a economia da cidade depende bastante do setor. Então quando falamos em retomada do turismo, falamos também de recuperação econômica do Rio de Janeiro.



Como hotéis, restaurantes e atrações turísticas vêm se preparando para receber os visitantes de maneira segura neste momento de reaquecimento?

RW: Os primeiros passos já foram dados no sentido de trabalhar junto com mantenedores e parceiros a adoção de protocolos sanitários rígidos. Todos os associados do Rio Convention & Visitors Bureau respeitam as medidas recomendadas pelas autoridades sanitárias para evitar a proliferação do coronavírus, com cuidados extras com higienização, ventilação dos ambientes e aglomerações, além da obrigatoriedade no uso de máscaras e álcool em gel. Com a ampliação da vacinação, nossa expectativa é a melhor possível. Basta ver o processo que já está em andamento na Europa e nos Estados Unidos, onde a imunização está bem mais avançada. Nesses países, as medidas restritivas já foram afrouxadas e a previsão é que a ocupação alcance os índices de antes da pandemia ainda este ano.



O turismo é um instrumento essencial para combater a desigualdade e o caminho para isso é priorizar a educação



Roberta Werner

Diretora do Rio Convention Bureau

O Rio Convention está promovendo ações para atrair os viajantes de volta?

RW: Estamos sempre buscando, com o apoio dos mantenedores, a promoção do Rio de Janeiro como o melhor destino turístico de lazer e negócios do país. Acredito que, com a chegada da pandemia, essa tarefa se tornou ainda mais relevante diante do forte impacto no setor. Nesse sentido, temos investido em uma série de iniciativas para fortalecer a indústria de turismo receptivo na cidade. Lançamos, recentemente, um mapa guia gratuito para visitantes, além de um material promocional para auxiliar na divulgação do Rio de Janeiro. Além disso, estamos investindo em várias frentes, como a promoção de eventos. Em 2020 e 2021, mais da metade dos eventos foram cancelados ou realizados de forma virtual. Agora é a hora da retomada. Nossa prioridade é construir um calendário robusto de eventos mês a mês. O Rio Convention acredita que a cidade tem um potencial enorme para o turismo de negócios, isso sem falar em todo o atrativo turístico que pode ser aproveitado pelos participantes durante as viagens.

E quais são os principais pontos dessa campanha para incentivar o turismo?

RW: Temos assinado uma série de parcerias e acordos de cooperação com importantes entidades para diversificar o perfil dos eventos e dos turistas que visitam o Rio. Entre as nossas prioridades, estão o plano de incentivo ao turismo religioso, que tem como marco o aniversário de 90 anos do Cristo Redentor, em outubro; parcerias com Comitê Olímpico Brasileiro e com o Comitê Paralímpico Brasileiro, a fim de fomentar a captação de competições relevantes para o Rio de Janeiro, aproveitando o legado olímpico; e fortalecer o Rio como principal destino LGBTQIA+. Somos uma cidade que abraça e respeita a todos. Por isso, estamos trabalhando para promover a inclusão e a representatividade no setor.

Qual é o principal desafio ainda enfrentado pelo setor?

RW: Acredito que a capacitação de profissionais especializados é fundamental, pois temos uma desigualdade muito grande em nossa sociedade e isso, atinge diretamente o turismo. São poucas as empresas que investem em formação profissional. Temos uma responsabilidade muito grande de investir na área acadêmica e de fomentar cada vez mais a preparação dos trabalhadores desta área. O turismo é um instrumento essencial para combater a desigualdade e o caminho para isso é priorizar a educação, desde os primeiros anos da escola até a capacitação profissional.

PREMIAÇÃO DOS EMBAIXADORES DE TURISMO DO RJ HOMENAGEIA PERSONALIDADES QUE PROMOVEM O ESTADO DO RIO EM MEIO À PANDEMIA

Em janeiro de 2021, foram anunciados os 29 novos nomes que já receberam o título de “Embaixador de Turismo do Rio de Janeiro”, da Associação dos Embaixadores de Turismo do Rio de Janeiro, por meio de cerimônia virtual. O Prêmio é uma homenagem aqueles que se destacam ao enaltecer, em suas carreiras, o Estado do RJ.

“A Associação dos Embaixadores de Turismo nasceu quando Saturnino Braga era prefeito do Rio e Alfredo Laufer, presidente da Riotur. A cidade passava por um momento muito difícil. Não havia recursos e por isso, precisávamos encontrar formas empreendedoras de divulgar o destino, por seu potencial turístico indisputável”, explica Bayard Boiteux, idealizador do projeto.

Ainda segundo Bayard, o principal intuito da Associação é homenagear pessoas, cariocas/fluminenses ou não, que defendem com unhas e dentes o espírito do RJ. “Os indicados devem prestar serviços relevantes para o estado no dia a dia de sua vida laboral. Construímos um dos grupos mais ecléticos do turismo, que junta todos os segmentos da sociedade, além de possibilitar um trabalho efetivo de promoção do Rio de Janeiro. Selecionamos pessoas com diferentes credos, opções sexuais e políticas para termos um grupo heterogêneo”.

Claudio Castro, Presidente da Associação, diz que os Embaixadores são pessoas de todo o mundo que defendem, divulgam e amam o Rio de Janeiro, praticando a carioquice, no seu melhor sentido, no decorrer de suas vidas profissionais.

A escolha dos homenageados foi feita pelo júri, presidido pelo professor Carlos Serpa, Presidente da Fundação Cesgranrio, composto por Bayard Boiteux, Cocco Barçante, Cláudia Januzzi, Claudio Castro, Clovis Casemiro, Cristiane Michelin, José Hilário, Liberado Júnior, Marcos Neves, Paulo Atzingen, Sergio Chamone e Viviane Fernandes.

No total, 29 foram agraciados. Adriana Souza (Chef do Restaurante Empório), Alexandre Cavalcanti (American Airlines), Antônio Florêncio Queiroz (Presidente da Fecomércio RJ), Antônio Henrique Borges Paula (Bacharel em Turismo e autor de várias publicações), Bruno Teixeira (Blumar), Claudio Crispi (Médico Ginecologista), Claudio Nascimento (Fundador e Coordenador da Parada LGBTI de Copacabana), Christa Bohnhof - Grünh, Eduardo Wanderley (Petrogold), Evandro Júnior (Artista Plástico), José Augusto Wanderley

(La grande vallée - Pequeno Príncipe), Leandro Christo (Holeiteiro), Luiz Fernando Gomes (Pousada Lacanta), Margareth Dalcolmo (Médica e Pesquisadora), Mariluce Mariá (Artista Plástica e Idealizadora do projeto Favela Arte), Maria Angélica Rocha (Secretária Municipal de Turismo e Marketing de Nova Friburgo), Monalisa Fagundes (Jornalista Portal Rotas do RJ), Orlando Giglio (Iberostar), Paolo Miraglia (Cônsul Itália), Patrick Sabatier (L'Óreal), Paulo Faustino (Jornalista), Paulo Roberto dos Santos (Fazenda Florença), Roberto Cohen (Cerimonialista), Rosa Leal (Influencer), Rosa Masgrau (Mercados & Eventos), Solange Mano (Ceramista), Sônia Araripe (Jornalista Plurale), Suzi Clementino (Restaurante I Piatti) e Urubatan Helou (Braspress).

A solenidade, apresentada por Viviane Fernandes, contou com a participação de Ana Botafogo, Embaixadora de Turismo e primeira bailarina do Theatro Municipal, que fez a leitura dos dez mandamentos dos Embaixadores, e da cantora Patrícia Mellodi, com um belíssimo show.

O evento, realizado anualmente, é uma iniciativa da Fundação Cesgranrio e do Portal Consultoria em Turismo Bayard Boiteux.



YEDDA MARIA TEIXEIRA: PELO SEGUNDO ANO CONSECUTIVO, EVENTO É REALIZADO POR MEIO VIRTUAL



Cuidou com um carinho nunca visto e por isso, veio a inspiração para este tão importante prêmio de nossa área de Turismo e de Hotelaria



Bayard Do Coutto Boiteux
Criador do prêmio



O Prêmio Yedda Maria Teixeira, criado por Bayard Boiteux, aconteceu em maio e, pela segunda vez, foi transmitido via Youtube. O evento contou com o apoio da empresa Sérgio Castro Imóveis e do Portal Consultoria em Turismo. Joana Teixeira, nora de Yedda Maria Teixeira, organizou o cerimonial nos mínimos detalhes e Viviane Fernandes, conduziu a apresentação.

Dedicação extrema à qualificação da hotelaria carioca. Assim, era Yedda Maria Teixeira (1915 - 2014). Pensando nisso, Boiteux explica que Yedda foi exemplo para todos e renunciou ao seu profissionalismo para dar assistência à filha, que tinha necessidades especiais. "Cuidou com um carinho nunca visto e por isso, veio a inspiração para este tão importante prêmio de nossa área de Turismo e de Hotelaria".

Neste ano, a Comissão Julgadora, presidida por Claudio Castro, Presidente da Associação, foi composta por dezesseis mulheres. As juradas são Alzira Magalhães, Ana Cristina Rosado, Andréa Lopes, Andrea Nakane, Alicinha Silveira, Bettina Chateaubriand, Cecília Aparecido, Constança Carvalho, Hanna Cantora, Isis Penido, Joana Teixeira, Luciana Delamare, Maria Luiza Nobre, Monalisa Fagundes, Sheila Grosman e Solange Mano.

Na ocasião, onze homenageados ganharam o reconhecimento em suas categorias. Arte (Helena Maria Hampshire Pinheiro), Educação (Escola Técnica Cieth- Marcos Neves); Empreendedorismo (Sítio Humaytá - José Adolfo Pompermaier e Gilson Gomes); Gastronomia (Dan Farah); Jornalismo (André Trigueiro); Menção Especial (Thiago Gomide e Sylvia de Castro); Personalidade do Ano (Luiza Helena Trajano); Promoção (Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo de Vassouras - Wanderson Farias); Resiliência (Ação da Cidadania- Daniel Souza); Solidariedade (projeto Mulheres da Parada- Leticia da Hora); e Turismo (Leônidas Oliveira). A cantora Patrícia Mellodi encerrou a solenidade.



JANTAR VIRTUAL INÉDITO NO RIO DE JANEIRO REÚNE, EM JUNHO, 35 ASSOCIADOS

Reunir associados em um bate papo, com direito a jantar preparado e entregue em casa pelo Capitu Bar Restaurante, de Renan Ferreira, vice-presidente de Gastronomia da Associação, foi a grande inovação do semestre.

Alicinha Silveira, Ana Cristina Rosado, Andreia Repsold, Bayard Boiteux, Constança Carvalho, Cláudio Gutierrez, Chico Vartulli, Franklin Toscano, Hanna Cantora, Marco Rodrigues, Margareth Dalcolmo, Marcelo Tesserolli, Rawlson de Thuin, Roberta Werner, Roberto Hirth, Sérgio Costa e Silva, Sônia Baghetti, Tânia Badin, Thiago Oliveira, Vanda Klabin, Viviane Fernandes e Yvone Bezerra de Mello participaram da mesa virtual. Na ocasião, saborearam um menu especial: salmão ao forno confitado com tomates cerejas, alcaparras e ervas especiais, purê de batata baroa da terra e arroz de brócolis. Brownie no travesseiro de brigadeiro compôs a sobremesa.

Como diz o idealizador do evento, Bayard Boiteux, Vice-Presidente Executivo da Associação, foi um momento de congraçamento com os associados. Segundo ele, a diretoria resolveu fazer eventos presenciais somente após a imunização, no Brasil. "Sem dúvida alguma, uma forma inusitada, porém frutos interessantes. O afeto estava no ar. Rimos um pouco, ouvimos as cantoras, mas sobretudo, demonstramos a solidariedade pelo Rio de Janeiro. Outros virão e um deles será o café da manhã do corpo consular".

Para Marco Rodrigues, a ideia criativa desse jantar, agregou em torno de uma imensa e generosa mesa. "Feliz em ter participado deste banquete festivo e de alto astral". Sérgio da Costa e Silva afirmou que o jantar precisa ser feito novamente, mas presencialmente. "Assim que estivermos libertos das ameaças da Covid, precisamos repetir". E para completar Ana Tesserolli declarou que foi um momento especial com o marido, com amigos queridos e ainda elogiou a iniciativa. Em um clima de muitas alegrias, os presentes ainda assistiram a um show de MPB, conduzido pelas cantoras Juliana Muniz e Patricia Mellodi. Músicas como "Carinhoso" e "Aquele Abraço", estiveram no repertório.



O afeto estava no ar. Rimos um pouco, ouvimos as cantoras, mas sobretudo, demonstramos a solidariedade pelo Rio de Janeiro. Outros virão e um deles será o café da manhã do corpo consular



Bayard Boiteux

Vice-Presidente Executivo da Associação e idealizador do evento

INSTITUTO PRESERVALE E ASSOCIAÇÃO DOS EMBAIXADORES DE TURISMO LANÇAM PROJETO "GENTE QUE FAZ"

O Instituto Preservale e a Associação dos Embaixadores de Turismo do Rio de Janeiro lançaram o "Gente que Faz". O projeto tem como objetivo mostrar experiências que deram certo e que possam inspirar outras pessoas, além de alguma forma, criar um benchmarking. O produto, que será apresentado até o mês de agosto, traz uma série de lives com os Embaixadores do RJ e com os integrantes da Preservale. A direção é de Fábio Rocha e a produção de Bayard Boiteux.

No total, dez nomes já participaram. São eles: Patrick Sabatier (Diretor de Relações Institucionais e da Comunicação L'Óreal), Adriana Souza (Chef Empório Sacra Família), Maria Luiza Nobre de Almeida (Pianista, Empresária e Gestora), Clovis Casemiro (Coordenador no Brasil da IGLTA), Arnaldo Bichucher (Coordenador de Operações Turísticas da Secretaria Municipal de Turismo do RJ) Hélio Suzano (Vice-Prefeito Secretária de Cultura e Turismo de Valença), Nestor Rocha (Presidente do Instituto Preservale Fazenda São Luiz da Boa Sorte), Eduardo Wanderley (CEO do Grupo PetraGold), Fabiana Bentes (Jornalista), Wanderson Farias (Secretário de Desenvolvimento Econômico e Turístico de Vassouras).

As lives são feitas via Instagram





PETRÓPOLIS

COMO A CIDADE É PERCEBIDA PELOS BRASILEIROS?

Para identificar como o município é percebido pelos brasileiros, o Instituto de Pesquisas e Estudos de Turismo (Ipetur) realizou um estudo que ajudará as iniciativas privadas e públicas na formação de produtos. Para isso, lançou a pesquisa “Como Petrópolis é percebida pelos brasileiros?”, de forma virtual, com o apoio do Portal Consultoria em Turismo e da empresa Sérgio Castro Imóveis. A enquete, que foi dirigida pela turismóloga Viviane Fernandes, teve como público-alvo cidadãos de nacionalidade brasileira. No total, 500 pessoas, maiores de 18 anos, responderam ao questionário.

Segundo os dados, 53,15% são mulheres e 45,95%, homens. Dos entrevistados, 45% residem na Região Sudeste, 20% no Norte e 25% no Nordeste. Os demais moram no Centro-Oeste e no Sul. No quesito escolaridade, 6,36% completaram o Ensino Médio, 8,18% com Ensino Superior Incompleto, 32,73% são formados em alguma carreira e 52,73%, têm pós-graduação. Finanças. 4,73% ganham renda familiar mensal de até

R\$ 1.300, 8,57% de até R\$ 2.060, 24,76% de até R\$ 5.200, 20% de até R\$ 7.800, 20% de até R\$ 15.000 e 21,90% acima de R\$ 15.000.

Sobre a cidade de Petrópolis, 99,10% ouviram falar sobre o lugar e 93,69% visitaram, restando 6,31%, que disseram não conhecer. Quem já visitou, jamais esqueceu, principalmente dos museus, importantes para o enriquecimento da cultura. Trinta por cento dos respondentes se referiram ao Museu Imperial, 13% ao Museu do Artesanato e 18% à Casa de Santos Dumont e 39% aos outros.

Os participantes citaram onde pretendiam ficar durante o passeio: 38,74% em hotéis, 1,80% em hostel, 7,21% em Airbnb e 12,61% em casa de amigos. Dos 39,64% decidiram o destino somente quando viajaram. Os 99% almejam voltar e 1%, não, o que demonstra uma satisfação acima da média com o produto. Em relação às Informações turísticas: 68% procuraram e 32% acharam insuficiente. Quando o assunto foi o passeio à cervejaria, 90,9% sabiam e 9,91% não. . A margem de erro é de 3,5%.



DE QUAL FORMA O RIO DE JANEIRO É PERCEBIDO PELO BRASIL COMO DESTINO LGBTI?

PESQUISA DO IPETUR INDICA O RIO DE JANEIRO COMO DESTINO LGBTI FRIENDLY

A pesquisa “De qual forma o Rio de Janeiro é percebido pelo Brasil como destino LGBTI?” foi realizada entre abril e maio de 2021, através do Ipetur - RJ (Instituto de Pesquisas e Estudos do Turismo), dirigido por Viviane Fernandes. A enquete priorizou um público-alvo formado por 700 pessoas, que responderam a um questionário online.

A principal questão era se o Rio de Janeiro era visto como um destino LGBTI friendly e 86,59% dos respondentes disseram que sim. Em suas viagens, 69,83% vão por conta própria e 20,11% recorrem a uma agência. E ainda nesse quesito, 29,05% embarcam sozinhos, 29,05% com a família e 25,14% na companhia dos amigos. Durante a estadia, 66,48% dos entrevistados falaram que têm o costume de se hospedar em hotéis, enquanto 15,64% em Airbnb, 6,70% ficam na casa de amigos e 5,59% em hostel. Em relação à busca por points LGBTI em viagens, 76,97% informaram que procuram.

Com relação ao destino, 7,26% ainda não visitaram. E 79,12% disseram que ainda viajarão para a Cidade Maravilhosa. Para os que visitaram o Rio de Janeiro, apenas 30% avaliam que os recursos humanos do local estão bem treinados para o segmento LGBTI. Coordenada por Clóvis Casemiro, ex-vice-presidente da Diversidade da Associação dos Embaixadores de Turismo do RJ, a pesquisa teve o apoio da Escola Técnica de Turismo CIETH, da Sérgio Castro Imóveis e do IGLTA. A margem de erro é de 3,5%.

A MARGEM DE ERRO É DE

3,5%



Foto: Jan Vašek (Pixabay)

INOVAÇÃO NO TURISMO

Marcelo Tesserolli

De acordo com os estudiosos da área, inovar significa criar algo novo, melhor: um método, um produto, um serviço. Atualmente, a inovação está relacionada com a efetiva comercialização no mercado da intenção de criar o novo processo, produto ou serviço. Senão, é simplesmente uma boa ideia, que ainda precisa ser refinada.

A inovação pode ser classificada de acordo com o impacto que ela causa e as alterações que sugere. Dentre os tipos de inovação, podemos citar a incremental e a disruptiva. A primeira é caracterizada pela busca de melhorias em etapas e contínuas (constantes), aperfeiçoando algo que já existe. A inovação disruptiva é um processo radical e acontece quando há quebra de paradigmas e, dessa forma, resultados muito superiores aos da concorrência. Geralmente, cria algo tão revolucionário que acaba criando novos segmentos de mercados fornecedores e consumidores. No Brasil o turismo vem apresentando, ao longo dos últimos anos, inovações em várias frentes, com destaque para o tripé transportes, hospedagem e agenciamento.

No setor de transportes, as principais inovações na aviação estão relacionadas com o nível de serviço prestado aos clientes (com o aparecimento das empresas low cost e a automatização dos processos de checkin e despacho de bagagens, além da utilização de robôs em diversos processos internos, como por exemplo, na manutenção dos aviões) e as características das aeronaves mais rápidas, luxuosas e com maior capacidade de passageiros (por exemplo, o A380 pode ser configurado para até mais de 800 lugares). A empresa Buser inovou no setor de transportes rodoviários ao oferecer uma nova opção segura e com qualidade para compra de passagens de ônibus. Através da sua plataforma digital de fretamento colaborativo, os clientes podem comprar passagens de ônibus cerca de 60% mais baratas e com seguro.

Na hospedagem, a hotelaria vem aplicando diversas inovações, sobretudo nos serviços prestados aos seus clientes e na melhoria da gestão dos seus processos internos. Hotéis super segmentados

para nichos específicos de mercado, automatização dos processos de checkin e checkout, melhores equipamentos (hardware e software, OIT - internet das coisas) disponíveis nos apartamentos e utilização de eletrônicos para reconhecimento dos hóspedes são algumas das melhorias inovadoras aplicadas neste segmento. Além disso, novos players entraram no jogo oferecendo serviços diferenciados por preços mais em conta, como por exemplo a Airbnb, que viabiliza o aluguel de imóveis particulares para utilização de turistas.

Em busca de competitividade, as agências de turismo vêm criando novos modelos de negócios digitais, mais flexíveis e dinâmicos, com menor custo fixo e alta especialização em nichos de mercado. Além da realização de parcerias entre empresas, para otimização de custos e esforços de divulgação e comercialização.

Mas sem dúvida, as inovações mais impactantes vêm sendo notadas nas formas de divulgar, comercializar e, atualmente, consumir o produto turístico. A pandemia acelerou a tendência de virtualização dos processos formais e informais. Home office, aulas online, reuniões à distância, viagens virtuais, dentre outras atividades presenciais corriqueiras, estão se tornando habituais e as pessoas cada vez mais predispostas a consumir remotamente.

Não sabemos ainda como será o turismo pós-pandemia e suas consequências. Entretanto, turismo é uma atividade realizada por pessoas que se deslocam por diversas motivações. E o contato físico e o calor humano são itens fundamentais e insubstituíveis para a qualidade da experiência da viagem. Cabe, então, aos gestores e operadores do trade implementarem processos inovadores que mantenham a viabilidade do seu negócio e garantam a melhor qualidade possível da viagem para os viajantes, sem nunca deixar de lado a humanização, cada vez mais relevante no ambiente digital e automatizado dos dias de hoje.

Marcelo Tesserolli é CEO da Rio Private Tour e Embaixador de Turismo do Rio

SAÚDE MENTAL E EXISTÊNCIA

Priscila Valério

Arrumar as malas sem destino certo ao vencer um fato marcante como a pandemia, não estava no roteiro de ninguém. Porém, após um ano e meio desde o início da propagação do novo coronavírus, é inegável que tudo saiu do lugar e rumou por caminhos desconhecidos e notoriamente cheios de descobertas. A impressão que o ser humano transmite é que nada que foi posto na mala, às pressas, serviu. No caminho, sentimos frio, calor intenso, saudade, carência afetiva, rupturas, mudanças avassaladoras, revelações, distanciamento social, lágrimas, luto, privações e uma imensa oportunidade de implementar uma vida nova. Sob o efeito da dor, o SER pode sucumbir ou se superar em meio ao caos. Enxergar novas possibilidades e formas de viver.

O impacto trazido pela pandemia, projeta para um marco importante em que as pessoas lentamente começam a se preocupar com a saúde mental nas empresas, na família e individualmente. E mesmo que para alguns pareça que deu tudo errado, se olhar a situação com um pouco mais de profundidade, verá que é possível extrair ganhos de autoconhecimento e inteligência emocional para o resto da vida.

O EXTRAVIO DA MALA E A VIDA

Quem já teve a mala extraviada, sabe a tremenda dor-de-cabeça que é recuperá-la e o sentimento de frustração ao chegar no destino e não conseguir acessar os pertences para que se sinta mais confortável. Tendemos a não lidar bem com a perda, ter dificuldade de aceitar quando sai do planejado, quando sentimos desconforto. Bem mais que uma mala, a pandemia levou o emprego de muitas pessoas, sonhos, evidenciou a fragilidade humana diante da finitude, desestruturou o que parecia firme.



Foto: Katyveldhorst (Pixabay)

Colocou à prova o sentido de vida, a vontade de se reinventar, abandonar trajetos que não levavam mais a lugar algum, chacoalhou e deu um novo sentido para quem percebeu o seu recado.

O suposto extravio da mala foi apenas o começo de um caminho sem volta. Afinal, a mala inicial perdeu o sentido, faz tempo. A essa altura, a viagem é mais importante ao destino e tudo que parecia caos, observado com cautela, inteligência e sabedoria, pode ser um trajeto de grandes aprendizados.

SAÚDE MENTAL EM RISCO

A nossa mente pode ser uma grande aliada nesse momento ou a pior inimiga. E vou lhe dizer o por que: quando ouço das pessoas que estão com dificuldades de desfrutar in-

teresses rotineiros, dificuldade para concluir e organizar pensamentos, sono reduzido ou interrompido, apreensão e angústia, agitação, sentimento de incapacidade e improdutividade, por exemplo, busco conduzi-las por uma reflexão peculiar sobre a vida que levavam antes da pandemia. Será mesmo que esses sintomas surgiram agora? Será que as causas estavam adormecidas e embaladas pelo sono do auto engano e que a vida anterior era "maravilhosa"? E, agora em que nos vemos obrigados a estar na própria companhia, pensar, tirar daqui e acolá, mexer, mudar de lugar, tocar em feridas emocionais e buscar novas formas de contentamento, todas essas insatisfações, certo desespero e incômodo para lidar, se fazem necessários para o amadurecimento emocional.

O ISOLAMENTO E A LACUNA QUE NÃO SE PREENCHE COM O PASSADO

Nenhuma viagem é como a outra e no trajeto inicial, logo pudemos perceber que teríamos que romper com a maneira que levávamos a vida, principalmente o brasileiro, que adora aglomeração. Distanciar-se do que fomos um dia é uma tarefa um tanto difícil. Exige uma postura de desapego, abertura ao novo, aprender a lidar com o imprevisto, poucas opções em meio à pandemia, desatar nós de um velho enredo conhecido em que o personagem principal precisou sair de cena, de maneira brusca para vivenciar uma realidade sem máscara. Talvez, nada do que tenha sido a vida anterior, sirva para implementar o presente. Ainda tateando, reconhecendo o terreno, assustados com tantas revelações que ao mesmo tempo podem ser motivadoras de continuidade, mas de outro jeito.

NO CAMINHO, UMA FLOR DE ESPERANÇA

Existir é uma questão que envolve certa complexidade. Estar na vida de fato, contribuindo com a própria existência de modo enriquecedor, pressupõe ligar alguns pontos, lidar com variáveis, interpretar rotas desconhecidas e desbravar estradas potenciais. Potencial de oportunidades, de aceitação do inusitado, quando tudo sai da rota. Enxergar esperança em novos plantios para resultados futuros. Por vezes, uma estrutura diferente necessita fundir-se com uma estrutura aparente, que esconda todos os dissonâncias e disfuncionalidades e a partir disso, fazer surgir uma empreitada iluminada e mais significativa. Honremos os que se foram através da força motriz de solidariedade, enfrentamento de adversidades e intencionalidade para a compreensão que viver vale a pena.

Priscila Valério é Psicóloga, Pós-Graduada

em Filosofia Especialista em Liderança e Gestão de Pessoas



CAMPANHA DO AGASALHO
AQUECER É AÇOLHER 2021
PRAZO: 22 DE JULHO
PONTOS DE ARRECADAÇÃO DAS 10H ÀS 18H

MATRIZ:
 Rua da Assembléia, 40 - 11º, 12º, 13º andares e cobertura - Centro

FILIAL PORTO MARAVILHA:
 Rua Sacadura Cabral, 301 - Gamboa

FILIAL LARANJEIRAS:
 Rua das Laranjeiras, 490 - Laranjeiras

FILIAL LEBLON:
 Av. Ataulfo de Paiva, 19 Loja B - Leblon

FILIAL SHOPPING PAÇO DO OUVIDOR:
 Rua do Ouvidor, 161 - 3º andar - Centro

APOIO:
 **SergioCastro**
 A EMPRESA QUE RESOLVE.

ASSOCIAÇÃO DOS **EMBAIXADORES DE TORCIDA DO RIO DE JANEIRO**



COCCO BARÇANTE INAUGURA “TERRITÓRIOS AFETIVOS”

A 31ª EXPOSIÇÃO DO ARTISTA VISUAL
E ESTILISTA ACONTECE ATÉ O DIA 28
DE AGOSTO, NO CENTRO CULTURAL
CORREIOS, RJ

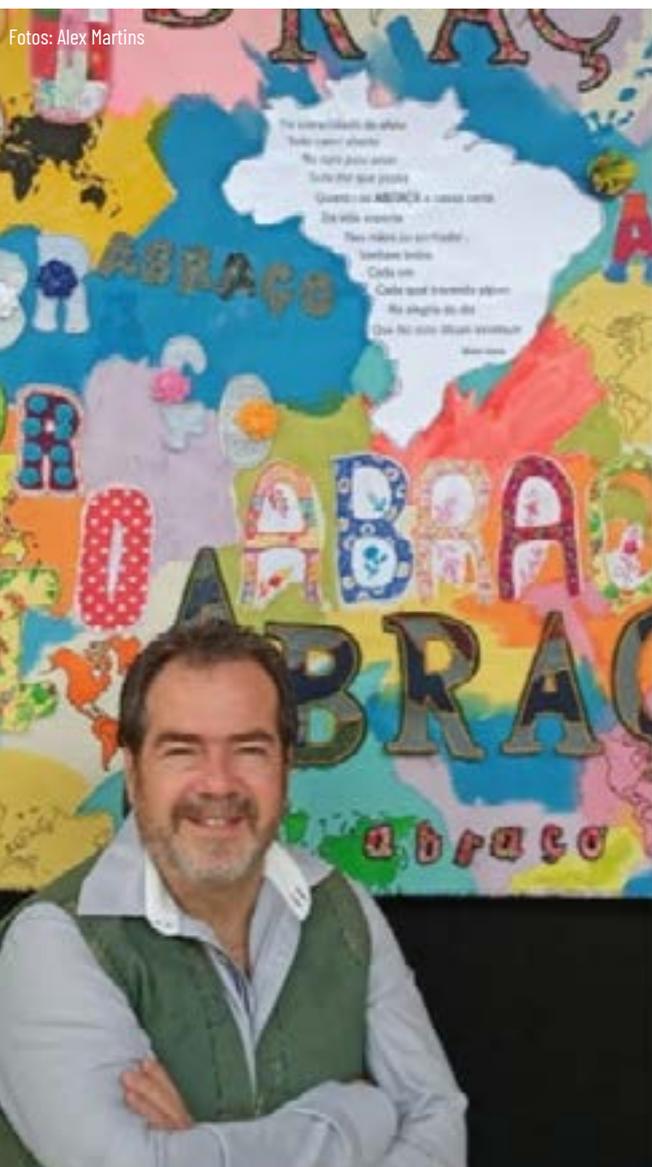
Cocco Barçante, artista visual e estilista, inaugura mais uma de suas exposições. A 31ª terá como sede o Centro Cultural Correios, no Rio de Janeiro, e conta com o apoio da Associação dos Embaixadores de Turismo do RJ e com a curadoria da professora Lucimar Cunha. O evento aborda a relação das pessoas e dos territórios onde vivem e fala da paixão pelo artesanato, pois tudo é representado por meio da linguagem artesanal.

Na ocasião, três salas são apresentadas ao público. Em Mosaico Afetivo, por exemplo, é possível conferir o distanciamento e a relação com as pessoas e seus territórios. Nesta, haverá 300 fotos, em preto e branco,

estampadas em tecido e bordadas, à mão, em cores. As fotografias destacam pessoas oferecendo ou recebendo abraços. Entre elas, Isabelita dos Patins, Bayard Boiteux e Viviane Fernandes.

Em Meu Brasil, nosso Brasil, a relação de afetividade no país, pela percepção de Barçante, durante sua vida. Já em Rio de Janeiro, Diversidade, as transformações territoriais que surgiram, além da comemoração dos 90 anos do Cristo Redentor. Conta que o RJ sempre foi e será a sua inspiração no que diz respeito aos contrastes sociais.

Cocco, com suas parceiras artesãs, mostrará a situação dos refugiados do mundo como um todo. Segundo ele, a exibição vem antes da pandemia e esse conceito fica mais evidente e mais forte nesse cenário pandêmico. “As possibilidades de nós todos podermos caminhar pelo mundo, de percebermos essa importância simples, que hoje em dia, a gente percebe: o nosso livre arbítrio, as escolhas de ir e vir”, acrescenta.



Para quem quiser prestigiar, basta comparecer ao local, de terça a sábado, do meio-dia às 19h, até 28 de agosto.

O endereço é Rua Visconde de Itaboraí, número 20, Centro do RJ.

A entrada é gratuita.

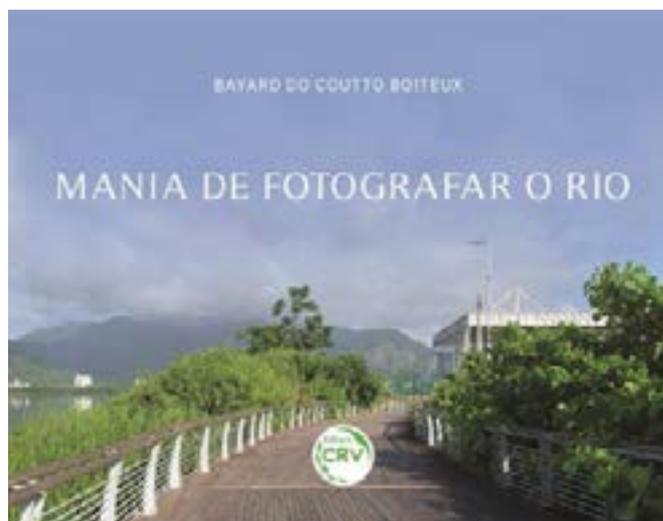


MANIA DE FOTOGRAFAR O RJ LIVRO DE BAYARD DO COUTTO BOITEUX GANHOU LANÇAMENTO VIRTUAL

O livro "Mania de Fotografar o Rio", de Bayard Do Coutto Boiteux, ganhou lançamento virtual. A transmissão foi realizada, via Youtube, por meio do canal da Associação dos Embaixadores de Turismo do RJ. A obra, que retrata o Estado do Rio de Janeiro, através do olhar fotográfico, tem como objetivo fazer com que as pessoas se sintam, ainda mais, estimuladas a conhecer as belezas, as culturas e os costumes do lugar.



O livro está disponível no site da Editora CRV.



CRÔNICA

O VERDE QUE ME FAZ VIVER E ME TRAZ ESPERANÇA

Bayard Do Coutto Boiteux

Moro com muito orgulho na cidade, que tem a maior floresta urbana do mundo. Passear na floresta da Tijuca, de carro, subindo por São Conrado, traz para minhas narinas protegidas pela máscara da humanidade, uma sensação tão agradável, que fecho os olhos. Abro as janelas e sinto que sou invadido por uma imensidão verde e de um ar tão puro, que parece fazer cócegas na minha alma. Como é um dia de semana, bem cedo, o movimento é pequeno e quase não encontro ninguém no caminho. Uma seleção de músicas me faz sonhar ainda mais com tanta beleza natural.

Avisto, no caminho, um lugar que não conheço: Mirante das Canoas. Aqui, começa uma sensação de bem estar. Não há ninguém no local e tiro por alguns minutos minha máscara, enquanto subo as escadas que me levam ao mirante. Ele está um pouco descuidado, embora limpo. As grades estão quebradas e fico preocupado, mas consigo ver a bonita praia de São Conrado e seus prédios altos, brancos, que de certa forma enfeiam a paisagem e a complementam. Meu companheiro de saídas para fotografar me propôs uma nova parada: a rampa da Pedra Bonita, de onde é possível fazer uma experiência única de voo em asa delta ou parapente. Conseguimos estacionar por vinte reais e prosseguimos, com esforço, pois a subida é íngreme até o ponto de saltos. Os instrutores fazem uma fila com seus clientes. Aos poucos, os saltos vão acontecendo e proporcionam fotos inusitadas. Eu já saltei uma vez há 15 anos e hoje não teria coragem. Há duas pistas e na debaixo, uma pequena arquibancada permite assistir os vôos coloridos e extasiados.



Foto: Filipo tardim (commons.wikimedia.org)

Seguimos para a Cascatinha Taunay. Deixamos o carro na praça do Alto da Boa Vista, a Afonso Viseu e caminhamos até a Cascatinha. Dia lindo, vemos alguns animais correndo e o ar nos faz enlouquecer de tanta liberdade para respirar e viver. Não encontramos nenhum guarda municipal, mas os banheiros estão limpos e com papel higiênico. Lembro dos passeios com meu pai e com a tia Solange, na sua Kombi. Estamos com fome e o restaurante mais próximo, o bar da pracinha, com mesas ao ar livre nos convida. Opto por um vinho branco nacional Miolo, enquanto espero o almoço. Rapidamente, nosso filé à Osvaldo Aranha chega e nos deliciamos, sabendo que atrás de toda esta tranquilidade, há uma pandemia que nos assola e que pôde ser esquecida durante algumas horas.

Bayard Do Coutto Boiteux é professor universitário, pesquisador, guia de turismo, escritor, além de funcionário público. Responde atualmente pela gerência de educação do Instituto Preservar e a vice presidência executiva da Associação dos Embaixadores de Turismo do RJ.



COLUNA CHRISTIANE MICHELIN

LOCANDA DELLA MIMOSA PARA QUEM QUER SOFISTICAÇÃO E BOA MESA

Nasci em Petrópolis, onde, quando o dia amanhece ensolarado e termina da mesma forma, nós, das bandas de cá, estranhamos. O normal é termos as quatro estações em 24 horas, com um destaque especial para o ruço. Sim, nevoeiro para petropolitano raiz é ruço, que vem de rocio, daqueles que não nos permitem ver a casa do outro lado da rua. Moro no Quitandinha, pertinho do Palácio que já foi Cassino e Hotel e hoje pertence ao SESC. Várias vezes, ao descer minha rua, por conta do tal ruço no final da tarde ou no comecinho da manhã, erro o rumo... não consigo enxergar meu portão. Aliás, vocês sabiam que as charmosas pontezinhas vermelhas que pontuam os rios da cidade são vermelhas como um alerta a motoristas e transeuntes que em dias embaçados quase não as conseguem ver? Mas, não pensem vocês, caros leitores, que estou a reclamar... Que nada! Isso tudo faz de mim quem sou. É um privilégio abrir a janela e me deparar, todos os dias, com os ciclos da natureza dependurados nos galhos de uma paineira que cobre nossa ladeira de folhas, depois flores, depois paina... É uma possibilidade única a de testemunhar a renovação diuturna acontecendo diante do nosso nariz. Ah... e por falar em nariz, os aromas da Serra também são bem diferentes dos da cidade grande... Quando chove, brota do chão aquele cheiro molhado, de grama, e quando faz frio, a fumaça das lareiras enche o ar de pensamentos – alguns luxuriantes, acompanhando o bailado sinuoso que traça suas curvas inspirada nas curvas voluptuosas das montanhas e outros que nos remetem à gula, afinal, acho que todos concordam que o frio a desperta de forma incontrolável. E por falar em gula, vamos a um dos assuntos que me traz a estas páginas... a boa mesa!

Depois de passar por algumas mudanças de mãos, tendo sido fundado pelo estrelado chef Danio Braga, o restaurante da pousada Locanda Della Mimosa continua referência. Estivemos lá no último domingo. Optei pelo cherne, um peixe de carne alva, sabor agradável e baixo teor calórico, o que sempre me atrai na hora da escolha, embora, depois da primeira garfada, pouco se me dá o número de calorias, se o preparo incitar minhas pupilas gustativas, meu desejo e me levar a pensamentos pecaminosos voltados às balanças... O cherne em questão veio com uma crocante crosta de ervas – gosto da combinação de texturas – acompanhado por um alligot de cará que, para quem não sabe, é um purê acrescido de queijo o suficiente para lhe dar uma textura puxa-puxa. O molho pareceu-me suspeito. Era de mostarda, mesclando pasta e grãos. Sim, a princípio realmente duvidei da combinação, posto que a mostarda, com sabor geralmente marcante, poderia agredir a delicadeza do cherne, mas, não. Deu muito certo. O marido optou por um risoto de cogumelos que nos surpreendeu

pela presença de uma gema que explodia seu precioso líquido à primeira garfada. Encerramos compartilhando um creme brulee de doce de leite com sorvete de capim limão que estava equilibrado. Depois, uma surpreendente combinação de abacaxi, maracujá e, novamente, capim limão, em um chá perfumado e instigante que deixou na boca a sensação de uma prazerosa refeição.



Serviço - Locanda Della Mimosa

Endereço: R. Mimosas, 30 - Fazenda Inglesa, Petrópolis

Tel.:(24) 2233-5405

Foto: <http://locanda.com.br/>

CRINGE É DESRESPEITAR O OUTRO

Andréa Nakane

Nos últimos tempos, as redes sociais têm sido invadidas por assuntos e modinhas que rapidamente se tornam o centro das atenções e de repente estão todos falando, debatendo ou se manifestando sobre o tema, muitas vezes sem buscar algum tipo de conhecimento menos superficial, para, assim contribuir de forma concreta com o tititi instaurado.

A bola da vez é a expressão “cringe”, sobretudo no Brasil, que tem nas redes sociais um consumo que beira a algo assustador. O termo originário de um verbo em inglês remete a algo no sentido de ser considerado ultrapassado, que significa “ficar com vergonha” ou “se encolher” por considerar algo constrangedor.

A repercussão do termo “cringe” no país aumentou depois que a podcaster Carol Rocha publicou, no Twitter, uma pergunta sobre o que os jovens da Geração Z “acham um mico” nos Millenials. Na sequência, ela comentou: “acho que falar mico já passou, é cringe né?”.

Iniciou-se assim uma onda de total desrespeito de uma geração mais nova, atacando, gratuitamente outra que lhe antecedeu e gerando comentários inadequados, vexatórios e sobretudo desumanos.

O atual momento da sociedade está sendo anunciado como uma fase singular em toda a sua história das relações humanas, e que certamente não será mais vislumbrado em nenhum outro período da humanidade, já que ele está configurado no agrupamento de seis gerações e toda sua extraordinária diversidade de competências e é lógico, também de vulnerabilidades.

As gerações tradicionalistas, baby boomers, X, Y, Z e Alpha (ainda chegando) atuam no mercado, lado-a-lado e com isso há a formação de equipes transgeracionais, que a princípio, poderiam ser consideradas imbatíveis, já que mesclam um rol de habilidades e atitudes correlacionadas aos seus perfis, demonstrando toda a pluralidade convergente possível de formação.

Mas o que está sendo presenciado não é bem isso... muitos ambientes sociais e até mesmo corporativos estão tendo uma série de problemas, justamente por não conseguirem extrair toda essa potencialidade e estão tendo que lidar com situações de conflitos e pouco entrosamento entre esses grupos.

Aí vem uma brincadeira indelicada e potencializa ainda mais lenha na fogueira. O mundo já passa por tantas balbúrdias e situações graves e a gente ainda vai se estressar com esse tipo de comunicação? Todas as gerações possuem suas particularidades, seus gostos e preferências... e está tudo bem... não cabe a ninguém, seja de qual geração for, espezinhar ou debochar da outra. Onde está a empatia? Respeito é bom, todo mundo gosta e deve sempre ser estimulado.



Todas as gerações
possuem suas
particularidades, seus
gostos e preferências... e
está tudo bem



Cada qual oriunda de seu tempo, com pilares que se fortalecem quando agrupados a outros, transformando algo isolado em uma força, além do limite imaginável, valorizando cada um, em seu distinto e legítimo momento de vida.

Pura demonstração que a diversidade é palavra de ordem nessa nova sociedade global em construção, com lugares para todos, sem exceção nenhuma, sobretudo de idade. Esse é o poder Transgeracional em ação!

O Turismo já entendeu há muito essa riqueza e trabalha com todos e para todos. Temos produtos e serviços para todos, sem exceção. O Turismo trabalha com riquezas de cunho humano, cultural, natural, patrimonial, entre outros, que alimenta a alma de belezas e histórias que comovem e emocionam. Independe da faixa etária, e mesmo assim, formata condições para que todos possam usufruir de tal preciosidade. Pois o que está acima de tudo é respeito ao turista, ao consumidor e a toda a cadeia envolvida.

Será que a gente como sociedade também não consegue compreender isso e aplicar no dia a dia... a gente está aqui para ser feliz e contribuir para a felicidade do outro... qualquer outro comportamento é dispensável e como diria a minha geração, é cafona demais!

Ser respeitoso e ético jamais será considerado “Cringe”!!!!

Andrea Nakane é Relações Públicas,
Mestre em Hospitalidade e Doutora em
Comunicação



**Le Canton**

APROVEITE O FRIOZINHO DA SERRA EM FAMÍLIA

Atrações, experiências
gastronômicas e medidas
de prevenção para você
aproveitar o **mês de agosto**
em segurança.



**MEDIDAS DE
PREVENÇÃO**



**PROGRAMAÇÃO PARA
TODAS AS IDADES**



**CAFÉ DA MANHÃ,
ALMOÇO E JANTAR**



**COM CUPOM
LC5OFF**

Programação sujeita a alterações de acordo com os decretos da prefeitura de Teresópolis**

SEJA SÓCIO DO LE CANTON VACATION CLUB EM (21) 98802-3287



PARA MAIS INFORMAÇÕES OU RESERVAS ENTRE EM CONTATO:

(21) 3613-9500 📞 (21) 99596-1051 | RESERVAS@LECANTON.COM.BR
LECANTON.COM.BR |   /LECANTON | TERESÓPOLIS, RJ



ASSOCIAÇÃO DOS
EMBAIXADORES
DE TURISMO DO RIO DE JANEIRO