



# Gazeta

Domingo

Goiânia, 9 de julho de 2023

Ano 18 - Edição 5402

R\$1 do Estado

gazetadoestado.com.br

gazetadoestado

62 3249-8883



## EDUCAÇÃO

# Escola pública bilíngue é cenário de documentário sobre adolescência

Conflitos comuns ao fim do Ensino Médio são contados em um cenário ao mesmo tempo familiar e inusitado em Salut, Mes Ami.e.s!

Divulgação



PÁGINA 03

## ELES PENSAM

# Campanha quer ouvir o que os jovens do mundo pensam

Tânia Rêgo/Agência Brasil



PÁGINA 03

## ALTA SIGNIFICATIVA

# Registrado aumento de intolerância religiosa em 2023

Eric Ty Odé



PÁGINA 02

## AUTOESTIMA

# Técnicas capilares devolvem alegria para mulheres com alopecia

Divulgação



PÁGINA 04



## EDUCAÇÃO

# Escola pública bilíngue é cenário de documentário sobre adolescência

Conflitos comuns ao fim do Ensino Médio são contados em um cenário ao mesmo tempo familiar e inusitado em *Salut, Mes Ami.e.s!*

**DA REDAÇÃO** - A passagem da adolescência para a vida adulta, o fim da escola, a descoberta dos primeiros relacionamentos, a dúvida sobre qual carreira seguir e a separação dos amigos. Todos esses conflitos comuns ao fim do Ensino Médio são contados em um cenário ao mesmo tempo familiar e inusitado em *Salut, Mes Ami.e.s!*, filme de Liliane Mutti que chegou à final da mostra competitiva do Festival de Cinema Itinerante da Língua Portuguesa.

É familiar por se passar em um brizolão do Rio de Janeiro, apelido dado pelos cariocas aos Centros Integrados de Educação Pública (Cieps), modelo de escola pública de tempo integral implementado pelo ex-governador Leonel Brizola e eternizado pelo projeto arquitetônico de Oscar Niemeyer e pelo ideal pedagógico de Darcy Ribeiro. E é inusitado por esta ser a única escola pública bilíngue francófona da América Latina.

O documentário observa a turma do terceiro ano do Ciep 449 Governador Leonel de Moura Brizola, em Niterói, na região metropolitana do Rio, e exalta a escola pública enquanto espaço de cuidado, socialização e encontro de classes, logo após o retorno das aulas presenciais com o abrandamento da pandemia de covid-19. As máscaras ainda estão no rosto dos estudantes e professores, demarcando o tempo em que a história é contada, mas as falas e planos trazem uma adolescência ao mesmo tempo atemporal e contemporânea.

Inspirada em *High School* (1968), de Frederick Wiseman, a equipe de produção chegava antes e saía depois dos estudantes do Ciep durante um mês, em abril de 2022, acompanhando o reencontro dessa turma com a escola, já com a despedida no horizonte logo adiante. Se em 1968 a adolescência retratada em seu rito de passagem tinha o espírito de mudança daquele tempo, a diretora do filme define a de nosso tempo como uma antítese.

"Essa juventude de 2022 é uma juventude minada. É uma juventude que pega

Divulgação



um governo de trevas, que pega uma pandemia", diz Liliane Mutti.

"Quando você é adolescente, você precisa conviver com o outro. Todo mundo precisa, mas o adolescente precisa construir sua identidade, se apaixonar. É uma transição da infância para a vida adulta, e foi muito cruel aquilo [pandemia] com eles. Essa juventude está muito destrocada, mas alguém precisa olhar para ela. Eu fiquei muito comovida", revela.

### ALEGRIA

O encontro desses personagens que poderiam ser melancólicos nas salas e corredores da escola produz cenas de farta alegria, cantoria e coreografias. Os cochichos entre os jovens - captados sem muitos esclarecimentos - mostram uma adolescência que, para além de reivindicar mudanças comportamentais na sociedade, já as produzem, tratando de relações bissexuais e homossexuais com a mesma naturalidade que as heterossexuais.

"Quando eles falavam da questão de gênero, eu quis trazer para o filme, porque eles tinham a consciência de que estavam sendo filmados. Para mim, era muito claro que era o que eles escolheram contar. Essa juventude se mostra e tem consciência do poder disso. Eles não são vítimas, são muito autores. E era quase uma unanimidade como essa questão vinha", conta a diretora.

"Eu acredito nessa educação que acontece também nos corredores. Acredito nessa educação viva, do cotidiano. Para mim, isso é um tema da escola e para a escola. E esse é um filme de escola. Eu quis mostrar essas questões que aparecem no individual, mas que, em um cruzamento, você vê algo que é geracional", acrescenta.

Filha de uma professora e diretora de escola pública, Liliane Mutti propõe com o filme um encantamento

com uma educação não apenas pública e gratuita, mas comum, no sentido de atrair todas as classes sociais para o mesmo espaço. A oferta de ensino bilíngue fez com que o Ciep de Niterói reunisse não apenas pessoas que não podiam pagar mensalidades, mas alunos que deixaram escolas particulares em busca desse projeto de ensino.

"O projeto dos Cieps foi muito sabotado por uma questão de classe e por uma questão racial. Não se queria que essas pessoas tivessem direito, e isso é muito violento. O filme tem um otimismo porque mostra que, além de ser possível, eu escolhi colocar em evidência, porque a gente não pode perder o sonho da escola pública e também tem que tratá-lo como concreto. O desafio do Ministério da Educação é fazer uma escola pública que não seja um remendo, é fazer uma escola pública em que a classe média e a classe alta queiram estudar, de tão boa que ela é", opina.

### EDUCAÇÃO PÚBLICA

Mesmo assim, a diretora conta que o material das filmagens poderia ter gerado um filme oposto, denunciando a precarização da educação pública, que só não é pior pela atuação dos servidores que se dedicam a ela.

"Essa escola está de pé, do jeito que ela está resguardando a essência dos Cieps, graças às professoras e aos professores, graças ao diretor", observa.

A participação do filme no Festival de Cinema Itinerante da Língua Portuguesa vai garantir sua exibição em salas de cinema do continente africano após a etapa competitiva realizada em Portugal. Depois desse momento, Liliane pensa em fazer um percurso em escolas públicas do Brasil, levando o filme a seu verdadeiro público-alvo: os adolescentes.

COM INFORMAÇÕES DE INÍCIUS LISBOA/ABR

## ELES PENSAM

# Campanha quer ouvir o que os jovens do mundo pensam

Tânia Rêgo/Agência Brasil



Organizações buscam opinião da juventude para subsidiar políticas

"Poderia ter mais aulas de educação sexual nas escolas. Entendi o que era abuso sexual e que eu sofria isso dentro de casa, quando assisti a uma palestra no 3º ano. Aquilo mudou minha vida e me ajudou a denunciar o infeliz do padrasto com o qual fui obrigada a conviver". O depoimento é de uma jovem que colaborou com a campanha 1.8 Bilhão de Jovens pela Mudança, liderada pela Organização Mundial da Saúde (OMS).

"Estrada e transporte. Tenho que andar muitos quilômetros para ir à aula. Quando chove, a lama bate no joelho. Já fiquei mais de uma semana sem conseguir ir à escola na temporada de chuva", diz outro jovem.

Os pedidos desses dois jovens são algumas das demandas coletadas pela campanha da OMS, organizada pela Partnership for Maternal, Newborn & Child Health, maior aliança global em defesa da saúde de mulheres, crianças e adolescentes (PMNCH, na sigla em inglês).

O número de 1,8 bilhão é referência ao contingente da população entre 10 a 24 anos vivendo no planeta, segundo o Fundo de População das Nações Unidas. A iniciativa quer ouvir pessoas entre 16 e 24 anos em todo o mundo.

"Nunca tivemos tantos jovens habitando a Terra juntos, ao mesmo tempo que nunca tivemos tanta negligência com o bem-estar da juventude, seja em qual país for. Os índices de depressão, desnutrição, evasão escolar e outros problemas que afetam a saúde física e mental da juventude são altíssimos. Ninguém melhor que o próprio jovem para dizer quais são as necessidades deles que precisam ser atendidas pelo poder público", explica Bethânia Lima, relações públicas e líder mobilizadora da campanha no Brasil.

O questionário receberá as respostas dos brasileiros até 31 de julho. Os organizadores esperam conseguir as opiniões de pelo menos 50 mil pessoas aqui no país e 1 milhão em todo o mundo.

A campanha é totalmente online por meio de um site. O jovem não precisa se identificar completamente. Bastam

informações como idade, região e identidade de gênero. As respostas são protegidas por leis de proteção de dados. Por isso, a Agência Brasil não teve acesso aos nomes dos autores dos depoimentos do início da reportagem.

### DESAFIOS

Números mostram os desafios presentes no cotidiano da população jovem. O Atlas da Violência 2021, elaborado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) e o Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP), aponta que a juventude representa mais da metade das mortes violentas no país. Dos mais de 45 mil homicídios ocorridos em 2019, 51% vitimaram jovens entre 15 e 29 anos. "São 23.327 jovens que tiveram as vidas ceifadas prematuramente, em uma média de 64 jovens assassinados", detalha o levantamento.

A violência sexual é outra preocupação presente na vida de parte dos jovens brasileiros. Um em cada sete adolescentes sofreu algum tipo de violência sexual, o que inclui desde assédio a estupro. As informações são referentes aos estudantes do 9º ano do ensino fundamental, universo que inclui alunos de 13 a 15 anos, das capitais brasileiras. Desse, 5,6% tiveram relação sexual forçada. Os dados fazem parte da edição mais recente da Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar (PeNSE), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

"Quero não ser assassinada, discriminada, rejeitada ou excluída por ser uma mulher trans. Quero segurança, inclusão, menos preconceito e violência, direito de viver", pede uma das jovens que já participaram da campanha global.

"Não quero ser afetada por operações nas fa-

velas. Ano passado perdi o Enem. Teve operação, mataram traficantes e moradores, e eu não consegui sair daqui para ir fazer", conta outra colaboradora da pesquisa.

O mercado de trabalho é outro desafio para a juventude. O estudo Empregabilidade Jovem Brasil, feito pela Subsecretaria de Estatísticas e Estudos do Trabalho, do Ministério do Trabalho e Emprego, faz uma radiografia desse cenário. Dos 35 milhões de jovens de 14 a 24 anos, 5 milhões não trabalham.

Rafael Moraes tem 19 anos e é formado em administração de empresas. Para ele, um olhar de governos para o bem-estar do jovem passa por abrir portas no mercado de trabalho.

### POLÍTICAS PÚBLICAS

O Brasil é um dos países relevantes para a campanha. "Além da diversidade e da perspectiva continental, os desafios e demandas que a juventude brasileira possui precisam ser pautados, discutidos e, sobretudo, atendidos. Essa é uma oportunidade global para fazer isso. Por isso, é urgente e necessário que os jovens do Brasil se juntem à campanha. Essa é a maior pesquisa de opinião para juventude já realizada", destaca Bethânia Lima. "Jovens, respondam, representem, engajem, falem suas necessidades, assim teremos insumos e dados para encaminhar para autoridades nacionais e cobrar políticas públicas que potencializem a construção de um mundo melhor", incentiva.

Os dados coletados pela campanha vão ser divulgados em um painel virtual para o mundo todo, nos dias 11 e 12 de outubro.

COM INFORMAÇÕES DE BRUNO DE FREITAS MOURA/ABR

## AUTOESTIMA

## Técnicas capilares devolvem alegria para mulheres com alopecia

Fotos: divulgação

De acordo com a Sociedade Brasileira de Dermatologia, essa faixa etária compõe 25% da população brasileira afetada pela alopecia

DA REDAÇÃO - Atualmente, aproximadamente 42 milhões de indivíduos no Brasil são afetados pela alopecia, condição mais conhecida como calvície. Uma observação particularmente notável é a prevalência desta condição entre os jovens, especificamente entre 20 e 25 anos, que também estão enfrentando essa problemática da queda capilar.

Segundo estimativas da Sociedade Brasileira de Dermatologia (SBD), essa faixa etária compõe 25% da população brasileira afetada pelo problema. As mulheres representam 40% dos pacientes, com um crescimento de 10% nos últimos três anos, conforme os dados do Censo 2022 da Sociedade Internacional de Cirurgia de Restauração Capilar (ISHRS).



Estresse e ansiedade, além de fatores genéticos, estão entre as principais causas da alopecia feminina. Esta condição fisiológica começa a atingir mulheres a partir dos 15 anos e se tornou uma das principais queixas em consultórios dermatológicos e clínicas especializadas. De fato, 40% das pacientes desses estabelecimentos são mulheres, cujo número cresceu 10% nos últimos três anos, conforme apontado

por uma pesquisa da ISHRS. Celebidades, como a cantora sertaneja Maraísa, da dupla com Maiara, e Jada Smith, esposa do ator Will Smith, já se pronunciaram publicamente sobre possuírem essa condição e compartilharam as soluções que encontraram para lidar com o problema. A questão da alopecia também foi apresentada na novela "Vai Na Fé", da TV Globo, onde a personagem Marlene, interpre-

tada pela atriz Elisa Lucinda, é mãe da protagonista, que sofre com a condição.

Segundo o tricologista Ademir C. Leite Jr, os pacientes geralmente buscam a ajuda de um profissional especializado apenas quando a alopecia se torna perceptível, o que, segundo ele, ocorre quando aproximadamente 25% a 30% da densidade capilar normal do indivíduo já está comprometida.

Embora a alopecia areata

seja uma condição incurável, tratamentos podem ser recomendados, embora não obrigatórios. Devido à natureza recorrente da doença, ela pode reaparecer, no entanto, como está relacionada à aparência física, o tratamento pode prevenir o surgimento de novos distúrbios psicológicos. O tratamento, que varia de caso para caso de acordo com a gravidade, é conduzido por um dermatologista e pode incluir injeções de cortisona, aplicação de cremes corticosteroides ou pomadas no couro cabeludo para estimular os folículos a produzirem fios.

Jada Smith, que assumiu sua condição publicamente, foi alvo de piada durante a cerimônia do Oscar 2022. Já Jovenília Bezerra Carvalho, de 66 anos, relata que desde a adolescência tinha pouco cabelo e que, com o passar do tempo, seu cabelo ficou cada vez mais escasso, afetando sua autoestima. Foi então que ela descobriu as "laces inteligentes", que a ajudaram a recuperar a confiança e a voltar

a frequentar locais públicos.

As "laces inteligentes" mencionadas por Jovenília são perucas feitas de fios artificiais desenvolvidas no Japão e recentemente introduzidas no Brasil. Segundo Eliana Martins, proprietária do Salão Vitrine da Mulher, em Goiânia, que é um dos poucos lugares no Brasil que comercializam essas peças, essas perucas se destacam pela leveza, naturalidade, maleabilidade e facilidade de cuidado.

"Ela é a solução ideal para quem está passando por quimioterapia ou sofre com alopecia, pois são fáceis de usar e manter. Dão movimento ao cabelo e é difícil perceber que não é cabelo de verdade", diz Eliana. Além disso, essas perucas podem ser lavadas em casa com shampoo neutro e secar naturalmente, não necessitando de cola ou touca para serem usadas. "Praticidade e naturalidade são as principais características dessas peças", conclui.

COM INFORMAÇÕES DE FERNANDA CAPPELLESSO

## INOVAÇÃO CIRÚRGICA

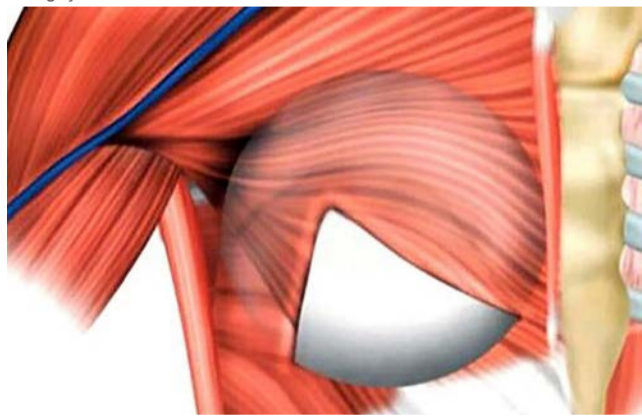
## O R24R é um inovador implante mamário de silicone que permite retomar as atividades do dia a dia apenas 24 horas após a cirurgia

Imagine submeter-se a um procedimento de implante de silicone nos seios e, meras 24 horas depois, já estar apta para o retorno às suas atividades cotidianas, ao invés de passar por um período de repouso de 30 dias? Este sonho tornou-se realidade graças à evolução e aplicação da técnica conhecida como R24R, realizada pelo renomado cirurgião mineiro, Dr. André Oliveira.

Desenvolvida em 2002 pelo cirurgião norte-americano John Tebbetts e publicada na principal e mais influente pesquisa de cirurgia plástica do mundo, a R24R despertou interesse e inspirou cirurgiões de renome internacional a compreender e aplicar os protocolos pré-operatórios criados por Tebbetts.

Esta verdadeira revolução no campo da cirurgia plástica tem duração de uma hora e permite ao paciente

Divulgação



Inovação cirúrgica é introduzida em Uberlândia pelo especialista em cirurgia plástica, Dr. André Oliveira

receber alta hospitalar no mesmo dia. Após três semanas, o paciente já está liberado para atividades físicas. Surpreendentemente, após apenas 30 minutos, já é possível levantar os braços. A técnica é recomendada para pacientes que desejam aumentar os seios, para aqueles com seios pequenos e pouca flacidez, e para pacientes com rotinas agitadas.

Dr. Oliveira atribui essa recuperação acelerada à combinação de técnicas avançadas, como o funil de Keller - um dispositivo em forma de funil feito de ácido hialurônico que facilita a inserção da prótese sem manipulação direta pelo cirurgião ou contato com a pele - e o sutiã interno, que é uma técnica de reforço para o sulco mamário, proporcionando

firmeza à parte inferior da mama, entre outras técnicas modernas,

O especialista em cirurgia plástica enfatiza que a essência do procedimento reside na colocação de implantes mamários no "dual plane", ou seja, abaixo do músculo da região. Ele reforça que, para garantir 100% de eficácia, é crucial que o paciente siga as orientações médicas pós-operatórias. Caso contrário, os resultados desejados podem ser comprometidos.

Dr. André Oliveira ressalta que a técnica é acompanhada por 14 passos específicos que devem ser seguidos rigorosamente pela equipe cirúrgica. Entre eles, destacam-se a prevenção de incisões ao redor do mamilo ou através da axila, áreas com maior incidência de contratura muscular, pois a incisão da bolsa pode ser diretamente contaminada por bactérias; o cuidado extremo para es-

tancar qualquer sangramento durante a cirurgia, a fim de minimizar a presença de sangue ao redor dos implantes, pois este pode servir de alimento para bactérias

Ao ser questionado sobre a principal vantagem desta técnica, Dr. André Oliveira enfatiza que a recuperação rápida e o menor impacto ao corpo são, indiscutivelmente, os maiores benefícios. Ele lembra que, com a técnica tradicional, as mulheres eram submetidas a quase 30 dias de repouso absoluto, um período de tempo praticamente inviável no ritmo acelerado do mundo moderno.

Com a aplicação correta da técnica e a conscientização do paciente para seguir todas as instruções, é possível sair do hospital no mesmo dia, levantando os braços e sendo capaz de retornar ao trabalho no dia seguinte.

André Oliveira, além de um grande empreen-

dedor do segmento da beleza é um cirurgião plástico renomado e especializado em instituições de relevância e credibilidade. Ele concluiu a residência médica em cirurgia plástica na Universidade Federal de Uberlândia (UFU), realizou cirurgia geral na UFTM - Uberaba, e se especializou no Hospital Albert Einstein - SP e no Instituto Ivo Pitanguy - RJ.

Titular da SBPCP (Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica), ele tem 6 anos de experiência e já realizou mais de 1 mil cirurgias plásticas. Para ele ser um cirurgião plástico está além de exercer a medicina. Ele destaca que é uma posição na qual se sente honrado por ter a oportunidade de transformar vidas todos os dias.

COM INFORMAÇÕES DE FERNANDA CAPPELLESSO

Gazeta

Alameda do Contorno, 1508, Qd. 37, Lt. 05,  
Santo Antônio, CEP: 74.853-120, Goiânia-GODIRETOR PRESIDENTE  
Adão dos Reis Gonçalves  
adao@gazetadoestado.com.brVICE PRESIDENTE  
Nana Gonçalves  
nana@gazetadoestado.com.brCOMERCIAL  
Tel: (62) 3249-8883  
comercial@gazetadoestado.com.brPUBLICAÇÃO LEGAL  
Tel: (62) 3249-8883  
editais@gazetadoestado.com.brREDAÇÃO  
redacao@gazetadoestado.com.brDISTRIBUIÇÃO  
go@gazetadoestado.com.br  
df@gazetadoestado.com.brDIREÇÃO GRÁFICA  
Érika Sandra  
kasacoza@gmail.comDIAGRAMAÇÃO  
Gabriela NunesDIREÇÃO DE JORNALISMO  
Adão Gonçalves  
MTB 3719/GOEDITOR DE REPORTAGEM  
Eube Messias  
MTB 3720/GO  
eube.messias@gazetadoestado.com.br



## Bora viajar

■ Maria Reis

mariareisjornalista6@gmail.com | 62 9 8124-8466

Série: Descobrindo o Brasil  
Campos do Jordão



**C**ampos do Jordão é um destino perfeito para quem ama curtir o friozinho das montanhas. Assim, a cidade que fica localizada em São Paulo é repleta de atrações para todos os gostos, seja uma viagem romântica, com a família ou com os amigos. A cidade tem pontos turísticos imperdíveis, famosa pelo seu tradicional Festival de Inverno.



Além da Temporada de Inverno, Campos do Jordão está respirando a 53ª edição do tradicional Festival de Inverno, que termina no dia 30 de julho, com programação gratuita. Segundo o presidente da Associação Comercial e Empresarial (ACE), de Campos do Jordão, Guilherme Centofante, os empresários e comerciantes estão otimistas em relação ao movimento para esta temporada: a expectativa é que cerca de 1,5 milhão de turistas passem pela cidade no período 'acreditamos que teremos um incremento entre 10% a 12% nas vendas em relação à temporada de inverno do ano passado', diz. O maior evento de música clássica da América Latina, que segue até 30 de julho, conta com atrações musicais gratuitas, entre o Auditório Cláudio Santoro, Parque Capivari e Palácio Boa Vista. A programação completa e mais informações sobre o Festival podem ser obtidas pelo site: [www.festivalcamposdojordao.org.br](http://www.festivalcamposdojordao.org.br).



**CAMPOS DO JORDÃO A SUÍÇA BRASILEIRA** - Essa incrível pequena região é uma das mais altas cidades do Brasil e apresenta arquitetura alemã. A cidade de Campos do Jordão ganhou a fama de Suíça Brasileira pela beleza existente em cada construção. Mas não é só o estilo suíço que se vê por aqui. É possível observar arquiteturas em estilo alemão, holandês, italiano... Estar em Campos do Jordão é como dar um pulo e cair na Europa. Além de boa música, Campos do Jordão conta com atrações para todos os gostos: A alta gastronomia, os tradicionais chocolates e passeios em meio à natureza atraem turistas de todos os cantos.

**VILA CAPIVARI** - A Vila Capivari é o centrinho de Campos do Jordão. Desse modo, um passeio pelas lindas ruas de Capivari apreciando a bela arquitetura, culinária local e tomar um chocolate quente é parada obrigatória para quem visita a cidade.

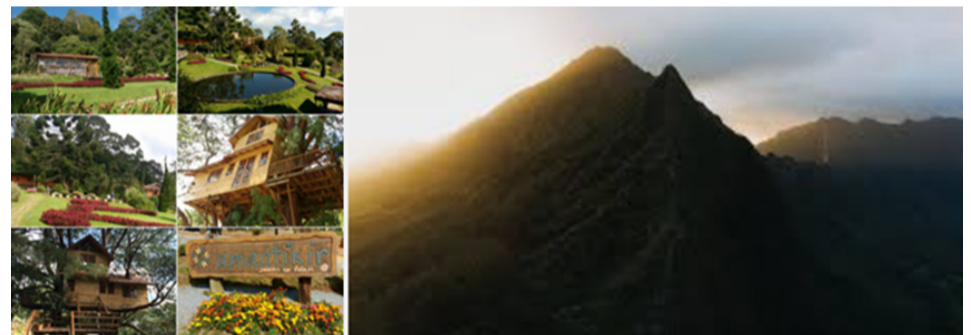
**PALÁCIO BOA VISTA** - Residência de inverno do governador de São Paulo, o Palácio Boa Vista é um ótimo passeio para quem gosta de história e cultura. Assim, a bela construção eclética fica aberta aos visitantes que podem fazer um tour guiado pelo local, mergulhando no passado através dos objetos expostos que reconstruem a vida cotidiana.



**ZOOM AVENTURA NO HORTO** - O circuito de arborismo da Zoom Aventura no Horto em Campos do Jordão tem 15 travessias, sendo 14 pontes, e 1 tirolesa de 130 metros. É um circuito divertido e bonito que proporciona uma vista incrível da área de visitantes do Parque Estadual.

**MORRO DO ELEFANTE** - É um dos pontos turísticos mais visitados em Campos do Jordão. Assim, com aproximadamente 1.800 metros de altitude, o Morro do Elefante possui um mirante com uma vista panorâmica para a cidade. Ainda mais, o ponto turístico possui esse nome devido a sua forma lembrar um elefante.

**MUSEU FELÍCIA LEIRNER** - É um museu a céu aberto. Assim, as obras da artista Felícia Leirner esculpidas em bronze, cimento branco e granito ficam harmonicamente distribuídas em meio a natureza em uma área de 35 mil m<sup>2</sup> de Mata Atlântica.



**PARQUE AMANTIKIR** - O Parque foi criado em 2017, e vem encantando cada vez mais os turistas com seus 28 lindos jardins (incluindo dois labirintos de grama), na qual abrigam mais de 700 espécies de plantas.

**PARQUE PICO DE ITAPEVA** - É aquele passeio para quem curte a natureza. Assim, o ponto alto do passeio é a vista incrível que se tem do Pico de Itapeva, na qual possui 2.030 metros de altitude. Contudo, além da vista no mirante você ainda vai encontrar um lindo campo de lavandas e um café.

**PARQUE ESTADUAL HORTO FLORESTAL** - É o parque mais antigo do estado de São Paulo. Além de lindas paisagens com cachoeiras, lagos e animais, o local é ideal para passar um dia tranquilo em meio à natureza. Ainda mais, o ponto turístico possui muitas atividades e diversão para seus visitantes.

**COMPLEXO PEDRA DO BAÚ** - O Complexo Pedra do Baú é formado por 3 pedras: a Pedra do Baú, Baúzinho e Ana Chata. Assim, a Pedra do Baú é a mais alta, com 1.950 metros de altitude. É uma das vistas mais incríveis da região da Serra da Mantiqueira, sendo um programa imperdível para os aventureiros e amantes da natureza. A pedra fica localizada em São Bento do Sapucaí, contudo, o acesso mais fácil se dá por Campos do Jordão. Por outro lado, a Ana Chata é a pedra mais baixa, com 1.670 metros de altitude.

**DESTINO CERTO**

**COMO CHEGAR A CAMPOS DO JORDÃO** - Distância mais curta de São Paulo a Campos do Jordão: O trajeto possui 172 quilômetros, leva cerca de 2h20 para ser concluído e possui pedágios. Campos do Jordão oferece inúmeras opções de restaurantes, bares, pizzarias e hamburguerias e ótimas acomodações em pousadas, hotéis e chalés, para todos os gostos e bolsos.

**CHOCOLATES** - Os chocolates artesanais de Campos do Jordão são famosos e se destacam pelo sabor mais encorpado, pela maior pureza e, também, pelos diferentes formatos. A cidade abriga fábricas capazes de agradar e fazer parte do passeio de 10 entre 10 viajantes, que podem visitar as lojas das fábricas de chocolate, entre elas, a Fábrica de chocolate Araucária; Cacau Show: Sabor Chocolate.

## AUTOCONHECIMENTO

# Oficina prepara artistas para atuarem em hospitais

Projeto entrará em cena em casa de saúde de Anápolis

Divulgação



**DA REDAÇÃO** - No intuito de levar alegria e sensibilidade ao ambiente hospitalar, o projeto Blitz da Alegria já está preparando artistas para realizarem as ações de palhaçaria, na Santa Casa de Misericórdia, em Anápolis, até novembro deste ano. Neste contato inicial do projeto com os participantes, o autoconhecimento das personalidades, emoções e potenciais foi uma das preocupações. Realização da Amora Produções Culturais com patrocínio da Blau Farmacêutica, uma das principais indústrias farmacêuticas da América Latina, focada na produção de medicamentos de alta complexidade para o segmento institucional, com forte presença hospitalar, através da Lei Federal de Incentivo à Cultura, do Governo Federal, o projeto teve início no último sábado (1°).

Mais de 60 pessoas se inscreveram e 40 selecionados fizeram a oficina com o idealizador do projeto, o professor e ator Gilbert Diniz. Uma jornada de autoconhecimento e despertar de habilidades, proporcionou a cada um dos participantes construir o seu palhaço, figura central do projeto. "Após outras formações sobre a palhaçaria, esta foi a primeira que foi além das técnicas, nos fez olhar para dentro e descobrimos este personagem a partir de nossas histórias de vida", apontou Bruno Queiroz, de 36 anos, que é ator e militar.

"Antes de tudo é preciso estar bem para que faça as outras pessoas bem, dessa forma trabalhamos com o aspecto principal para que consigamos levar nosso melhor em ambientes como o hospitalar", aponta Gilbert. A experiência dos participantes com o teatro, circo ou voluntariado, somou-se com suas histórias de vida, profissões e memórias. Um cuidado entre o estado de espírito de quem colocar o seu nariz de palhaço para entrar em cena e estará diante o imprevisível e a interação com os mais diversos contextos dos pacientes, profissionais e familiares.

O próximo passo do pro-

jeito é a seleção dos 12 artistas que vão receber um treinamento intensivo para atuar como palhaço doutor dentro do ambiente hospitalar e realizarão mais de 90 horas de visitas, recebendo uma bolsa auxílio de 1,5 mil reais cada artista. "Este suporte financeiro propõe algo além do próprio projeto, de forma que os artistas possam criar oportunidades para a sustentabilidade do seu trabalho", destaca a produtora da Amora, Francielle Daltrozo.

### INVESTIMENTO

Anápolis está entre os seis municípios no Brasil que contam com plantas industriais da Blau, que se destaca como uma das principais empresas farmacêuticas na América Latina, presente em sete países. A diretora executiva de Gente & Gestão e ESG, Lucilene Scurato, aponta que a seleção dos projetos é norteada por preocupações sociais, ambientais e bem estar para a comunidade onde a Blau está inserida. "Estamos em duas frentes em favor da vida: levar medicamentos de alta complexidade para os hospitais, e o apoio a este projeto, para levar alegria, acolhimento e humanização", destaca Lucilene.

### PATROCÍNIO

A patrocinadora do projeto é a Blau Farmacêutica, que possui uma planta em Anápolis e tem como objetivo ajudar na promoção de um mundo mais saudável e sustentável por meio de projetos como a Blitz da Alegria. Ao apoiar e incentivar ações como essa, a companhia vai além dos medicamentos de alta complexidade para as áreas de imunologia, hematologia, oncologia, nefrologia e infectologia, atuando em diversas classes terapêuticas.

A Blau possui presença continental, atualmente, em 7 países da América Latina – Brasil, Argentina, Colômbia, Chile, Equador, Peru, Uruguai – e nos Estados Unidos, e possui um moderno complexo industrial farmacêutico, composto por cinco plantas no Brasil.

ça, e segue focada em dar suporte a instituições e projetos filantrópicos, de várias formas. Em março deste ano, a indústria levou os pilotos da StockCar Allam Khodair e Diego Nunes, da equipe Blau Motorsport, para fazer uma visita ao Hospital ACCG Santa Casa de Anápolis.

### IDEALIZAÇÃO

Gilbert Diniz é ator e diretor, com formação de atores pelo TEPA/RS. Fundador e diretor do Núcleo Cênico Gilbert Diniz - escola de formação de ator/clown BH/Betim-MG. Participou de treinamentos com Jeremy James (Theatre Du soleil), Philippe Gaulier (Paris 2005/06), Thomas Leabhart (Paris 2010), Hilary Chaplain (Nova York/USA) e Escola de clown de Barcelona (Barcelona/ ES 2010), através do prêmio bolsa residência artística (FUNARTE). A proposta do Blitz da Alegria surge da pesquisa e experiência do ator e diretor, Gilbert Diniz, que coordenou ações como o "Clínica do Riso", que em 2005 iniciou parcerias com a Prefeitura de Betim (MG) e expandiu para a Capital mineira em 2008, contando com os atores da Companhia Nós Dois. Entre os anos de 2009 e 2010, surgiu outro projeto desta ideia que é o Plantão do Riso, em parceria com o Sesc nas cidades mineiras de Betim e Contagem.

A Blau é uma empresa farmacêutica líder no segmento institucional e pioneira em biotecnologia, com portfólio de marcas próprias de medicamentos de alta complexidade focado em segmentos relevantes da indústria, como imunologia, hematologia, oncologia, nefrologia e infectologia, atuando em diversas classes terapêuticas.

A Blau possui presença continental, atualmente, em 7 países da América Latina – Brasil, Argentina, Colômbia, Chile, Equador, Peru, Uruguai – e nos Estados Unidos, e possui um moderno complexo industrial farmacêutico, composto por cinco plantas no Brasil.

COM INFORMAÇÕES  
DA FRESH PR



## A Página Bonita mostra com classe, cuidados para sua saúde e beleza



De cara nova: o Boticário apresenta nova linha Match Nutrição Regeneradora, reforçando ciência e formulações inovadoras no mercado de haircare Além do lançamento de Match

Nutrição Regeneradora, marca expert em cabelos traz um repack completo com novas embalagens e formulações de ativos, que garantem resultados comprovados cientificamente

Na América Latina, o Brasil é líder da categoria de cabelos, seguido pelo México e Argentina, respectivamente - a previsão é que até 2026 o segmento movimente US\$ 895,73 milhões<sup>1</sup>. É com esse potencial de crescimento da categoria que Match, marca de cabelos de O Boticário, amplia seu portfólio com o lançamento de Match Nutrição Regeneradora, linha que nutre e regenera todas as camadas dos fios, entregando fios quatro vezes mais fortes e resultados cientificamente comprovados. Além da novidade no portfólio, **Match** traz também uma evolução completa da marca - desde embalagens a novas formulações, trazendo ao consumidor final os melhores ativos disponíveis no mercado, por meio de um aprimoramento em laboratório, que garante resultados comprovados cientificamente.

O portfólio completo e repaginado conta com sete linhas, sendo divididas em três plataformas essenciais para os cabelos: nutrição (Match Nutrição Profunda e Nutrição Regeneradora), hidratação (**Match Hidratação e Brilho**, **Hidratação Antifriz**) e para todos os fios (**Match Liso Prolongado**, **Loiro Reparado e Oleosidade Controlada**).

Para **Match Nutrição Regeneradora**, o cuidado atende aos fios que estão enrijecidos por ressecamento. A ação acontece desde o córtex capilar, com regeneração através da reposição de aminoácidos, passando por todas as camadas dos fios. A linha completa é composta por shampoo, condicionador, máscara e óleo nutritivo com formulações que combinam óleos vegetais, com agentes fito adaptógenos, propriedades antioxidantes que se adaptam aos fios e prometem hidratar e nutrir os cabelos opacos com excelência, resgate do movimento e a elasticidade ideal.

**Compostos híbridos:** multibenefícios e personalização ao tratamento capilar Com as diversas mudanças de hábitos e rotina dos tempos atuais, o cuidado focado nos cabelos passou por muitas descobertas e adaptações. Hoje em dia, os apaixonados pela prática procuram, cada vez mais, por itens que os ajudem a manter cuidados e entreguem os melhores benefícios aos fios, sem demandar tempo extra em suas rotinas.

A linha **Match Nutrição Regeneradora**, as novas embalagens de **Match** e os itens híbridos estão disponíveis em todas as lojas físicas do país, no e-commerce da marca, além do app do Boticário, para as versões Android e iOS e via revendedores pelo Encontre Boticário. Também é possível fazer pedidos pelo WhatsApp por meio do número 0800 744 0010 – contato oficial e seguro – diretamente na plataforma do dispositivo. Basta o cliente contatar a marca por esse número para verificar a disponibilidade na região dele.

### Linha Match Nutrição Regeneradora

- Shampoo - R\$39,90
- Condicionador - R\$43,90
- Máscara Capilar - R\$66,90
- Óleo Bifásico Nutritivo - R\$69,90

Todos os produtos da nova Linha Match Nutrição Regeneradora contam com uma combinação de óleos de sementes negras do argan, de girassol e de linhaça, que nutrem e regeneram os fios, preenchendo as lacunas ressecadas. Além de compostos naturais, fito adaptógenos, com propriedades antioxidantes, que se adaptam às necessidades dos fios, e ativos aprimorados em laboratório, que garantem resultados comprovados cientificamente. A ação acontece desde o córtex capilar, com regeneração através da reposição de aminoácidos, passando por todas as camadas dos cabelos, incluindo a lipídica, onde envolve e protege a fibra capilar, mantendo sua nutrição.

### Híbridos

- Match Acidificante Lab TriDose - R\$59,90
- Match Leave in Lab Reconstitutor - R\$47,90



## Corte

■ **Maria Reis**

mariareisjornalista6@gmail.com

### Dois tempos

1. O mês de julho é tradicionalmente conhecido pela temporada de férias no Rio Araguaia, e um projeto que nasceu e floresceu às suas margens, o Estrelas do Araguaia que está completando 20 anos de história, em 2023, promove eventos que movimentam as praças e praias públicas dos municípios de Itacaiú, Aruanã, Cangas, Cocalinho e Bandeirantes durante todo o mês. Outro destaque é o acampamento em Bandeirantes abastecido com energia solar, cujo projeto foi assinado por Silvío de Castro, que conta com placas solares e zero palha e madeira nos ranchos, além de não utilizar combustíveis fósseis.

2. A programação está recheada de apresentações culturais com artistas goianos e recreação para as crianças com temática sobre a preservação ambiental e distribuição de brindes. A cantora Maíra e a banda Malue se apresentarão pela primeira vez. Os veteranos Marcelo Barra, Maria Eugênia, Grace Carvalho, Claudia Vieira, Sérgio Pato, Groove Quintal e Stereo For retornam ao projeto, que busca conscientizar as pessoas sobre a importância da preservação do Rio Araguaia e o seu bioma, com atividades voltadas para a temática ambiental, como palestras e o engenheiro ambiental Nelson Siqueira Neto.

Divulgação



### MOSTRA INDIVIDUAL

A Vila Cultural Cora Coralina, unidade da Secult Goiás, abriu a exposição "Phobator", da artista Daniela Ktenas, com 35 obras, entre pinturas, bordados e esculturas. A mostra fica disponível até o dia 24 de julho, na sala São Sebastião Barbosa, com visitação de segunda a sábado, das 9h às 17h. Aos domingos, a exposição fica aberta ao público na parte da manhã, das 9h às 12h. A entrada é gratuita

Divulgação



### PEÇAS EXCLUSIVAS

A Cartier realizou coquetel de inauguração de um espaço exclusivo com peças especiais com poucas unidades no Brasil, que foram expostas para que os clientes experimentassem os modelos, no piso III do Flamboyant Shopping. Os anfitriões da noite foram Maxime Tarneaud, presidente da Cartier Brasil e Flávio Lima, CEO da Danglar, que na foto aparece com Abadia Haick e Dener Mallard Junior

Divulgação



### HORIZONTE

Raymundo de Sousa ganhou como Melhor Ator, do filme "Horizonte", no Festival CineSatyros, em São Paulo. Na foto, Ronaldo Bettini (Distribuidor), Raymundo de Sousa (ator premiado) e Dostoiowski Champangnatte (Roteirista e Produtor)

Divulgação



### ESPAÇO VIVA

As empreendedoras Pollyanna Moreira, Shelly Lopes, Tatiane Sousa Lopes, Valéria Lustosa, Ana Luísa Ferreira de Carvalho Guimarães, Jacqueline Santos e Suzy Maia celebram o sucesso do Espaço Viva, no Mega Moda Park, que oferece serviços de estética, bem estar e beleza

Divulgação



### DIVAS

Em primeiro lugar, elas têm a classe, Lucilene De Pádua Dutra e Wanira Mendonça Godoi, do time das mulheres elegantes que retratam a classe e acontece nos melhores salões da capital

Divulgação



### ESTAMPA

O apresentador Rodrigo Faro é o novo garoto-propaganda da Sallo Jeans, uma das marcas masculinas mais vendidas em multimarcas nas regiões Norte e Centro-Oeste do País. Batizada de SoulBlue, a coleção alto verão reúne as principais tendências do mercado, com destaque para tecidos em linho, seda e estampas

## Vitrine

■ **VOCÊ SABIA?** O limão possui ácido cítrico que age eliminando toxinas gordurosas.

■ **LIVRO** - A PAULUS Editora apresenta a obra infantil "A invenção da liberdade", escrita por Ana Rapha Nunes e Walmir Faria com ilustrações de Juliana Góes. A narração é repleta de cores, invenções, e muita imaginação que conduz pequenos e grandes leitores a

conhecerem a história de uma princesa cativa e o sonho da liberdade.

■ **CINEMA** - Os filmes, A Pequena Sereia; Homem-Aranha: Através do Aranhaverso; Transformers: O Despertar das Feras; The Flash; Elementos; Que horas Eu Te Pego?; Indiana Jones e a Relíquia do Destino; Ruby Marinho: Monstro Adolescente, e Os Aventureiros: A Origem, estão em cartaz nas salas

de cinema do Aparecida Shopping.

■ **SPACE JUMP** - Reinaugurado em Goiânia, o maior parque de trampolim em shopping. A nova estrutura do Space Jump, instalada no Shopping Estação Goiânia, no Setor Central, possui cerca de 1600 metros quadrados de área útil e conta com as mais variadas arenas de trampolins. Ingressos pelo site spacejump.com.br.

Divulgação



■ **ATRAÇÃO NO DEU PRAIA** - A 5ª edição do Festival Deu Praia, de 11 a 23 de julho, no Centro Cultural Oscar Niemeyer, traz entre outros artistas, o cantor Seu Jorge para o seu palco, além de uma programação ampla e multicultural, entre elas: seis quadras de areia para esportes como beach tennis, futevôlei, vôlei; Mega WOD - Aula Show de Boxe com Acelino Popó Freitas; Workshop de defesa pessoal feminina, campeonato de crossfit, aula de yoga e outras