



# HOJE EM DIA

FIQUE POR DENTRO COM TODOS OS CANAIS DO HOJE EM DIA

- ON-LINE
- HOJEEMDIA.COM.BR
- FACEBOOK.COM/JORNALHOJEEMDIA
- INSTAGRAM @JORNALHOJEEMDIA
- TWITTER @JORNALHOJEEMDIA
- WHATSAPP – 31.98372-1031

11°C A 24°C  
POUCAS NUVENS



SEXTA  
BELO HORIZONTE/MG

5 JUN 26



GM/DIVULGAÇÃO

Um dos carros mais extravagantes já vendidos é derivado de um veículo militar. GMC mostra ao mercado conceito que antecipa nova versão do jipão Hummer. HD AUTO – P.9

HOJEEMDIA.COM.BR - ANO XXXVIII - Nº 13.197  
ASSINATURA/RELACIONAMENTO COM O ASSINANTE: (31) 3253-2205 - DIGITAL.HOJEEMDIA.COM.BR  
WHATSAPP: (31) 98371-5903 - E-MAIL: ATENDIMENTO@HOJEEMDIA.COM.BR

# COPA DO MUNDO PÕE COMÉRCIO À ESPERA DAS CIFRAS

Jogos devem injetar R\$ 4,32 bilhões no varejo brasileiro, aponta Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. Setores de bares, restaurantes e vestuário lideram estimativa de ganhos. Em lojas populares no Centro de Belo Horizonte, as réplicas de camisas da Seleção são as mais buscadas e custam até R\$ 150. PRIMEIRO PLANO – P.

VALERIA MARQUES



Segundo o comerciante Frank Flávio dos Santos, as vendas ganham força principalmente nos fins de semana: "Graças a Deus a galera está animada", diz o empreendedor, animado

REPRODUÇÃO/GOOGLE STREET VIEW



CEMIG FARÁ LEILÃO DE IMÓVEIS COM POSSIBILIDADE DE PAGAMENTO EM ATÉ 60 MESES. BENS VÃO DE LOTES VAGOS EM DIFERENTES CIDADES DO ESTADO A UM PRÉDIO COMERCIAL EM JUIZ DE FORA (FOTO). LANCES ATÉ 3 DE JULHO. PRIMEIRO PLANO – P.7



**EDITAL DE LEILÃO**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE**  
**CAXAMBU/MG**

**FERNANDO**  
LUIZ FERREIRA DE OLIVEIRA

Edital de Leilão 01/2026- Processo 01/2026-Leiloeiro Fernando C. Moreira Filho, JUCEMG 445, torna público LEILÃO ONLINE através do site [www.fernandoleiloeiro.com.br](http://www.fernandoleiloeiro.com.br) em 30/06/2026, a partir das 14:00 horas (horário de Brasília/DF), seus bens inservíveis: veículos, máquinas e bens diversos. Local de visitação: Rua Américo de Macedo, nº 134, Centro, Caxambu/MG. Retroescavadeira e placa vibratória-Avenida João Pessoa, nº 367, Centro, Caxambu/MG. Período de visitação: 08/06/2026 a 29/06/2026, no horário de 08:00 às 11:00 e de 13:00 às 16:00 horas. O edital e demais informações estão disponíveis no site do leiloeiro, na plataforma [www.mgl.com.br](http://www.mgl.com.br), ou pelo telefone **0800 242 2218**.

**EDITAL DE LEILÃO**  
**CISMEM-Consórcio Intermunicipal de Gestão e**  
**Saúde da Microrregião do Médio Mucuri-Águas**  
**Formosas/MG**

**LUCAS RAFAEL**  
ANTUNES MOREIRA

Edital de Leilão 01/226- Processo 07/2026-Leiloeiro Lucas Rafael Antunes Moreira, JUCEMG 637, torna público LEILÃO ONLINE através do site [www.lucasleiloeiro.com.br](http://www.lucasleiloeiro.com.br) em 06/07/2026, a partir das 09:00 horas, (horário de Brasília/DF), seus bens inservíveis: ônibus. Local de visitação: Rua Alvim Couto, nº 30, Centro, Cep: 39.880-000, Águas Formosas/MG. Período de visitação: 29/06/2026 a 03/07/2026, no horário de 08:00 às 11:00 e de 13:00 às 16:00 horas. O edital e demais informações estão disponíveis no site do leiloeiro, na plataforma [www.mgl.com.br](http://www.mgl.com.br), ou pelo telefone **0800 242 2218**.

**METROPOLITANA**  
**GERENCIAMENTO S/A**  
CNPJ Nº 10.394.595/0001-60  
**EDITAL DE CONVOCAÇÃO**

Fica convocada a Assembleia Geral Extraordinária para 16/06/2026, em primeira convocação às 18h30min. e, em segunda convocação, às 19h00min., na Rua Aquiles Lobo, 504 - 13º andar, Bairro Floresta, Belo Horizonte/MG, para deliberar sobre a eleição suplementar de membro da Diretoria Executiva da Metropolitana Gerenciamento S/A com mandato a partir da data da posse até 31 de dezembro de 2027. Belo Horizonte, 02 de Junho de 2026. Rubens Lessa Carvalho - Presidente.

**CONSÓRCIO ÓTIMO DE**  
**BILHETAGEM ELETRÔNICA**  
CNPJ Nº 10.426.715/0001-64  
**EDITAL DE CONVOCAÇÃO**

Fica convocada a Assembleia Geral Extraordinária para 16/06/2026, em primeira convocação às 17h30min. e, em segunda convocação, às 18h00min., na Rua Aquiles Lobo, 504 - 13º andar, Bairro Floresta, Belo Horizonte/MG, para deliberar sobre a eleição suplementar de membro da Diretoria Executiva do Consórcio Ótimo com mandato a partir da data da posse até 31 de dezembro de 2027. Belo Horizonte, 02 de Junho de 2026. Rubens Lessa Carvalho - Presidente.

**MINERAÇÃO MORRO DO IPÊ S.A.**  
CNPJ/MF nº 22.902.554/0001-17 - NIRE 31300114970

**ATA DA ASSEMBLEIA GERAL EXTRAORDINÁRIA REALIZADA EM 13 DE MAIO DE 2026**

**1. DATA, HORA E LOCAL:** Assembleia realizada em 13 de maio de 2026, às 15:00 horas, por vídeo conferência, nos termos da Cláusula 8, Parágrafo 2º, do estatuto social da Mineração Morro do Ipê S.A., com sede na Cidade de Brumadinho, Estado de Minas Gerais, na Rodovia Fernão Dias, BR 381 (parte), KM 520, Área Rural, CEP 32.499-899 (Companhia). **2. MESA:** Os trabalhos foram presididos pela Sr. Manuel Fares Hermeto, nomeado pelo único acionista presente, e secretariados pela Sra. Natália Prado Izar, nomeada pela presidente da assembleia ora nomeada. **3. CONVOCAÇÃO E PRESENÇA:** A convocação foi dispensada nos termos do artigo 124, parágrafo 4º da lei 6.404, de 15 de dezembro de 1976 ("Lei das Sociedades por Ações"), tendo em vista a presença do único acionista da companhia, detentor das ações correspondentes à totalidade do capital social da Companhia, conforme lista de presença constante do Anexo I desta ata e conforme indicado no livro de presença de acionistas. **4. ORDEM DO DIA:** (i) Tomar conhecimento da renúncia do Sr. **JAYME NICOLATO CORREA** ao cargo de Diretor Presidente da Companhia; e (ii) deliberar sobre a eleição do Sr. **EDUARDO MACHADO ORBAN** ao cargo de Diretor Presidente da Companhia; e (iii) consignar a composição consolidada da diretoria da Companhia. **5. DELIBERAÇÕES:** Dando início aos trabalhos, o único acionista da Companhia aprovou que a ata da assembleia seja lavrada em forma de sumário dos fatos ocorridos, conforme faculta o artigo 130, §1, da Lei das Sociedades por Ações. Em seguida, o único acionista, sem qualquer ressalva ou restrição: 5.1. Tomou conhecimento da renúncia apresentada pelo Sr. **JAYME NICOLATO CORREA**, brasileiro, casado, engenheiro, portador do RG nº MG- \*\*75.22\*, expedido pela PC/MG, e inscrito no CPF/MF sob o nº \*\*\*.333.406\*\*, ao cargo de Diretor Presidente da Companhia, para o qual foi eleito em Assembleia Geral Extraordinária realizada em 30 de setembro de 2022 e reeleito na Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária da Companhia realizada em 30 de abril de 2025, de acordo com a carta de renúncia assinada pelo diretor renunciante datada de 12 de maio de 2026, a qual foi arquivada na sede da Companhia. 5.1.1. A Companhia outorga a mais ampla, rasa, irrevogável e irretroatável quitação ao Sr. **JAYME NICOLATO CORREA**, para nada mais reclamar ou receber, no presente ou no futuro, sob quaisquer títulos ou pretextos, em relação a quaisquer atos ou fatos decorrentes ou relacionados ao exercício do cargo de Diretor Presidente da Companhia. 5.2. Aprovou a eleição do Sr. **EDUARDO MACHADO ORBAN**, brasileiro, casado, engenheiro, residente e domiciliado na Alameda Jurema, nº 141, ALP 10, Bairro Alphaville, CEP 06540-055, na Cidade de Santana de Parnaíba, Estado de São Paulo, inscrito no CPF/MF sob o nº \*\*\*.511.597\*\*, portador RG nº \*\*\*7453\* expedido pela SSP/ES, para assumir o cargo de Diretor Presidente da Companhia a partir de 13 de maio de 2026 (inclusive). 5.2.1. O Sr. **EDUARDO MACHADO ORBAN**, ora eleito, fica investido em seu respectivo cargo, a partir de 13 de maio de 2026 (inclusive), com mandato de 1 (um) ano a partir da sua eleição na presente data, estendendo-se automaticamente até a data da posse de seu substituto, conforme termo de posse a ser arquivado na sede da Companhia, sendo permitida a reeleição nos termos do estatuto social da Companhia. 5.2.2. O Sr. **EDUARDO MACHADO ORBAN** declarou, por ocasião da assinatura do respectivo termo de posse, sob as penas da lei, que não está impedido de exercer a administração da Companhia, em virtude de condenação por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, crime contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra as normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, a fé pública ou a propriedade, ou a pena criminal que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos, ou ainda em razão de impedimentos previstos em lei especial, e que atende aos requisitos de reputação ilibada estabelecidos pelo artigo 147, §3º, da Lei das Sociedades por Ações, não ocupa posição em outra sociedade que possa ser considerada concorrente da Companhia, não possui interesse pessoal conflitante com os interesses da Companhia e está ciente de que a sua competência dentro da Companhia estará limitada em todo e qualquer aspecto ao que dispuserem o estatuto social e as políticas e diretrizes aprovadas pela Companhia, incluindo, sem limitação, as disposições sobre a competência da diretoria da Companhia, bem como que irá aderir e anuir ao procedimento arbitral de resolução de controvérsias previsto na Cláusula 22 do estatuto social da Companhia. 5.3. Consignou que, em razão do disposto nos itens 5.1 e 5.2 acima, a diretoria da Companhia será, a partir de 13 de maio de 2026 (inclusive), composta pelos seguintes diretores, todos com endereço profissional na Rodovia Fernão Dias, BR 381 (parte), KM 520, Zona Rural, na Cidade de Brumadinho, Estado de Minas Gerais, CEP 32.499-899, conforme abaixo: **A) Sr. EDUARDO MACHADO ORBAN**, brasileiro, casado, engenheiro, inscrito no CPF/MF sob o nº \*\*\*.511.597\*\*, portador RG nº \*\*\*7453\* expedido pela SSP/ES, na qualidade de Diretor Presidente, com mandato até 13 de maio de 2027, estendendo-se automaticamente até a data da posse de seu substituto; **B) Sr. THIAGO SEMIÃO ROLDÃO**, brasileiro, casado, administrador, portador do RG nº MG- \*\*74.327\*, expedido pela SSP/MG, e inscrito no CPF/MF sob o nº \*\*\*.632.326\*\*, na qualidade de Diretor Financeiro, com mandato até a realização da Assembleia Geral Ordinária que examinar, discutir e votar a respeito das contas dos administradores e das demonstrações contábeis do exercício de 2025, estendendo-se automaticamente até a data da posse de seu substituto; **C) Sr. DAVID WILLIAM DE LEMOS PIRES**, português, solteiro, engenheiro, inscrito no Registro Nacional Migratório sob o nº \*\*01707\* e no CPF/MF sob o nº \*\*\*.117.056\*\*, com passaporte português sob o nº \*\*41309\*, na qualidade de Diretor Operacional, com mandato até 1º de abril de 2027, estendendo-se automaticamente até a data da posse de seu substituto; e **D) Sr. ROBERTO EMIL KARLBURGER JUNIOR**, brasileiro, casado, engenheiro, portador do documento de identidade nº \*\*241866\* expedido pelo IFRJ, inscrito no CPF/MF sob o nº \*\*\*.984.177\*\*, na qualidade de Diretor Sem Designação Específica, com mandato até 1º de abril de 2027, estendendo-se automaticamente até a data da posse de seu substituto. **6. ENCERRAMENTO:** Nada mais havendo a tratar, foram encerrados os trabalhos e lavrada a presente ata na forma de sumário dos fatos ocorridos, conforme faculta o §1º do art. 130 da Lei das Sociedades por Ações, a qual, lida, conferida e achada conforme, foi assinada eletronicamente via plataforma DocuSign. **ASSINATURAS:** Mesa: Manuel Fares Hermeto (Presidente); Natália Prado Izar (Secretária). **Acionista Presente:** Ipê Mineração Fundo de Investimento em Participações Multiestratégia Responsabilidade Limitada, neste ato representado pela procuradora Sra. Natália Prado Izar, Brumadinho, 13 de maio de 2026. Esta ata é cópia fiel da original lavrada em livro societário próprio. **Manuel Fares Hermeto** - Presidente; **Natália Prado Izar** - Secretária. JUCEMG nº 13923152 em 02/06/2026. Marinely de Paula Bomfim - Secretária-Geral.



**ANUNCIE**  
**AQUI**

**(31) 3253-2205**

**HOJE EM DIA**

**ANUNCIE AQUI**  
**(31) 3253-2205**

**SELEÇÃO DE**  
**PACIENTES**  
**ODONTOLÓGICOS EM NÚCLEO DE PÓS-GRADUAÇÃO**

- Endodontia (canal)
- Ortodontia (aparelhos)
- Implantodontia (implantes)

**Rua dos Pampas, 484 (Prado) - BH/MG**  
**(31) 3236-8125 / (31) 989-799-512**  
**posodontologiaprado@funorte.edu.br**

**PÓS-GRADUAÇÃO**  
**FUNORTE**  
**BELO HORIZONTE**

**HOJE EM DIA**

**EDIMINAS S/A**  
Editora Gráfica Industrial de MG

**GERAL:**  
(31) 3253-2205

**IRACEMA BARRETO**  
Editora-Chefe

**ANA PAULA LIMA**  
Editora-Executiva

**REDAÇÃO**  
(31) 3253-2226 - 3253-2229  
Rua dos Pampas, 484, Prado  
CEP: 30.411-030  
Belo Horizonte-MG

**MERCADO LEITOR**  
[circulacao@hojeemdia.com.br](mailto:circulacao@hojeemdia.com.br)

**PUBLICIDADE LEGAL**  
**EDITAIS E BALANÇOS**  
[fonados@hojeemdia.com.br](mailto:fonados@hojeemdia.com.br)  
(31) 3253-2210

**COMERCIAL**  
Júnior Lopes  
(31) 98466-5199  
(31) 3191-5929  
[comercial@hojeemdia.com.br](mailto:comercial@hojeemdia.com.br)

**RELACIONAMENTO**  
**COM O CLIENTE**  
(31) 3253-2225  
[atendimento@hojeemdia.com.br](mailto:atendimento@hojeemdia.com.br)

**ANJ ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNALIS**  
[www.anj.org.br](http://www.anj.org.br)



# VES TIBU LAR 2026.1 Digital

Aulas nos formatos

**EAD**  
**Presencial**  
**Digital**

Escolha o que mais  
combina com você

**INSCRIÇÕES**  
**ABERTAS**

**FUNORTE:**

sua carreira,

seu futuro

funorte.edu.br  
38 998782438



**FUNORTE**  
CENTRO UNIVERSITÁRIO





# RÉPLICAS A R\$ 150

## COPA DO MUNDO ANIMA O COMÉRCIO E 'TURBINA' VENDA DE CAMISAS DA SELEÇÃO

FOTOS/VALÉRIA MARQUES/ HOJE EM DIA



| **BERNARDO HADDAD**  
| @\_bezao

A poucos dias do início da Copa do Mundo, comerciantes já apostam no maior torneio de futebol do planeta como oportunidade para aumentar as vendas. Em lojas populares no Centro de Belo Horizonte, as camisas da Seleção Brasileira vestem manequins e enfeitam as vitrines como chamarizes para estimular o gasto dos consumidores. E tem funcionado, segundo os lojistas.

Torneio de futebol que começa no próximo dia 11 deve injetar R\$ 4,32 bilhões no varejo brasileiro,

6,5% a mais do que na última edição, aponta projeção feita pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC).

O Brasil entra em campo dois dias depois (13) da abertura dos jogos o que, segundo o estudo, vai impulsionar o ramo de produtos alimentícios e bebidas - quase 70% das vendas estimadas, totalizando R\$ 3,97 bilhões. Na sequência, vestuário e acessórios aparecem com projeção de segundo maior impacto, com faturamento de R\$ 803,7 milhões.

A projeção anima o comércio. Na rua dos Cae-

tés, no hipercentro de Belo Horizonte, o comerciante Frank Flávio dos Santos, de 28 anos, afirma que as vendas já começaram a ganhar força, principalmente nos fins de semana. Segundo ele, as réplicas de camisas da Seleção Brasileira são os itens mais procurados. "Graças a Deus a galera está animada. No fim de semana vendendo de 10 a 15 camisas por dia", comemora.

Os preços variam conforme a qualidade do produto. As chamadas versões "segunda linha" custam cerca de R\$ 60. Já os modelos considerados "mais próximos" da ver-

são oficial chegam a R\$ 150. Há ainda versões intermediárias vendidas por cerca de R\$ 80.

Em outra loja da região central, o empreendedor Vitor Alexandre, de 20 anos, diz que a Copa deste ano representa uma das épocas mais importantes para o comércio. "A Copa é como se fosse um Natal para a gente. A galera vem toda animada comprar camisa para a família inteira".

Segundo Vitor, a loja, que é da família há cerca de 20 anos, decidiu investir em diferentes modelos de camisas e aumentar o estoque por causa da expectativa de crescimento

nas vendas. A estimativa é que o movimento fique até sete vezes maior do que em períodos comuns.

"Durante a Copa, as vendas são cinco, seis, talvez até sete vezes maiores do que estamos acostumados. A Copa é a salvação do comércio. Não é normal esse movimento que estamos tendo. As outras coisas já foram maravilhosas e esperamos que esse ano seja ainda melhor", conta.

Assim como em outros estabelecimentos, os preços variam conforme o modelo. As peças mais simples podem ser encontradas por cerca de R\$ 50, enquanto as réplicas de

maior qualidade custam entre R\$ 130 e R\$ 150.

O valor das versões vendidas no comércio popular chama atenção principalmente quando comparado ao preço das camisas oficiais da Seleção Brasileira. Nas lojas autorizadas, os modelos originais custam de R\$ 249,99 a R\$ 749,99, dependendo da tecnologia e do acabamento.

A versão "Authentic", igual à usada pelos jogadores em campo, é comercializada por cerca de R\$ 749,99. Já os modelos voltados para torcedores variam entre R\$ 249,99 e R\$ 449,99.

## Torneio impulsiona aumento do consumo



Outro levantamento - da Data-Makers - indica que 71% dos brasileiros pretendem aumentar os gastos durante a Copa do Mundo, com foco em comida, bebida e apostas esportivas. E que 43% dos torcedores planejam adquirir roupas e acessórios temáticos relacionados à competição.

Na capital mineira, levantamento da Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL/BH) reforça a projeção da CNC. Mais da metade dos consumidores (56,4%) pretendem acompanhar os jogos do mundial. Destes, (66%) deve assistir às partidas em casa, com estímulo a compras para encontros e confraternizações. Já 26,6%

pretendem ir a bares e/ou restaurantes.

A categoria com maior intenção de gasto durante o campeonato é a de alimentos e bebidas, mencionada por 59,9% dos entrevistados. Já os gastos com roupas e acessórios temáticos foram citados por 13,3% dos respondentes.

Para orientar os donos

de bares e restaurantes da a aproveitar o potencial do Mundial, a Abrasel lançou a cartilha Copa do Mundo Lucrativa, guia com estratégias para converter o aumento do fluxo de clientes em mais vendas, maior tíquete médio e fortalecimento do relacionamento com o público.

### + SAIBA MAIS

#### ESTREIA DA SELEÇÃO NA COPA

O Brasil estreia na Copa do Mundo de 2026 dia 13 de junho, às 19h, contra a seleção de Marrocos. A partida será válida pelo Grupo C e ocorrerá no MetLife Stadium, em Nova Jersey, nos Estados Unidos. A Seleção enfrenta ainda Haiti e Escócia pela primeira fase da competição.

#### CONFIRA OS JOGOS DA SELEÇÃO:

Brasil x Marrocos

Data: 13 de junho

Horário: 19h (horário de Brasília)

Local: MetLife Stadium, em Nova Jersey (EUA)

Brasil x Haiti

Data: 19 de junho

Horário: 21h30 (horário de Brasília)

Local: Lincoln Financial Field, na Filadélfia (EUA)

Brasil x Escócia

Data: 24 de junho

Horário: 19h (horário de Brasília)

Local: Hard Rock Stadium, em Miami (EUA)

**VES  
TI  
BU  
LAR** **2025** **A GENTE FORMA. VOCE TRANSFORMA!**

**Inscrições:**  
Vestibular  
Digit@l  
escaneie

38 9 9997-7213  
funorte.edu.br

**FUNORTE**  
CENTRO UNIVERSITÁRIO

o Qrcode

## ▶ ATIVOS

# VENDA FACILITADA

## CEMIG REALIZA LEILÃO DE LOTES E PRÉDIOS COMERCIAIS COM PAGAMENTO EM ATÉ 60 MESES

REPRODUÇÃO/GOOGLE STREET VIEW

## | DOHOJEEMDIA

portal@hojeemdia.com.br

A Companhia Energética de Minas Gerais (Cemig) realizará um leilão de imóveis em Minas Gerais com possibilidade de pagamento em até 60 meses. As propriedades vão de lotes vagos a um prédio comercial. Os interessados poderão dar lances até às 16h do dia três de julho, uma sexta-feira, pela plataforma Superbid Exchange.

As negociações acontecem de forma totalmente online. Para participar, é necessário fazer um cadastro na plataforma e enviar todos os documentos citados no edital, bem como analisar as condições previstas.

Os imóveis estão localizados em municípios das regiões Norte de Minas, Sul de

Minas, Central e Vales do Jequitinhonha e do Mucuri, e em Juiz de Fora, na Zona da Mata - como é o caso de um prédio comercial. Localizado na Rua Osório de Almeida, 102, no bairro Poço Rico, o local está sendo negociado pelo preço mínimo de R\$ 2.025.000,00.

No Vale do Mucuri, outro complexo comercial também está disponível para compra. O imóvel possui 3.564 m<sup>2</sup>, fica no Centro de Nanuque, e está com o preço inicial de R\$ 1.207.500,00. Já em Itanhandu, no Sul de Minas, um lote de 8.505 m<sup>2</sup>, de frente para a rodovia MG-158, está sendo leiloado a partir de R\$ 876 mil.

Em Três Marias, na região Central de Minas, serão leiloados oito lotes urbanos, sendo quatro imóveis com 937 me-



Em Juiz de Fora, prédio comercial à Rua Osório de Almeida está à venda

tros quadrados, cada, e dois imóveis com 2.232 metros quadrados, cada. Os demais lotes possuem área de 1.299 e 1.778 metros quadrados. Os valores iniciais giram em torno de R\$ 170 mil.

## IMÓVEIS RURAIS

Em Cristália, no Norte de Minas, estão sendo leiloados, separadamente, dois lotes rurais, um de 60 hectares e outro de 50 hectares de área, ambos na Fazenda Santa Cruz Rocinha.

Em Itamarandiba, no Vale do Jequitinhonha, a oferta de imóveis rurais, um lote com 35 hectares na Fazenda Santa Quitéria e um conjunto de dois lotes com 79 hectares na Fazenda Conjunto Cachoeira, também faz parte do leilão.

VES  
TI  
BULAR

2025

A GENTE FORMA.

VOCE

TRANSFORMA!



38 9 9997-7213



funorte.edu.br



**FUNORTE**  
CENTRO UNIVERSITÁRIO

Inscrições:

Vestibular  
Digit@l  
escaneie



o Qrcode

## O MARKETING ELEITORAL E AS ELEIÇÕES DE 26

Eleição não se improvisa. Vitória ou derrota estão diretamente ligados à leitura correta de cenário, planejamento cirúrgico e um marketing moderno. Zuza Nacif, um dos mais conceituados marqueteiros do país, com diversas campanhas majoritárias e proporcionais em Minas e em outros estados, incluindo disputas nacionais, dispõe de alguns relevantes pontos acerca das eleições deste ano.

**1. Teremos nas eleições presidenciais deste ano mais uma vez o "quem ganha em Minas ganha no Brasil"?**

Minas Gerais continua sendo o Estado que mais se aproxima de um retrato do Brasil. É um dos maiores colégios eleitorais do país, faz divisa com diversos estados e reúne características econômicas, sociais e culturais muito diferentes dentro do próprio território. Você encontra um pouco de cada Brasil dentro de Minas.

Por isso, historicamente, o Estado costuma antecipar tendências nacionais. Não é uma regra matemática, mas existe uma lógica por trás dessa percepção. O eleitor mineiro geralmente é mais moderado, menos ideológico e costuma decidir seu voto olhando muito para questões práticas da vida cotidiana.

Quem consegue dialogar com essa diversidade normalmente aumenta bastante suas chances de sucesso de também falar com o restante do Brasil.

**2. Como você enxerga o cenário da eleição para o governo do Estado? Há espaço para um candidato considerado "outsider"?**

Eu acredito que existe espaço para renovação, mas não necessariamente para alguém completamente desconectado da polí-

O eleitor mineiro geralmente é mais moderado, menos ideológico e costuma decidir seu voto olhando muito para questões práticas da vida cotidiana, diz Duda Nacif

tica, mas com experiência em gestão. Minas é um Estado muito complexo. Administrar Minas exige conhecimento da máquina pública, capacidade de articulação e construção de alianças.

O que eu percebo é um certo desgaste dos modelos tradicionais e também da polarização excessiva. Existe uma demanda por lideranças que consigam unir diferentes setores e apresentar um projeto de Estado.

Nos últimos anos vimos muitas lideranças individuais ganhando projeção, mas a política continua sendo uma atividade coleti-



A IA pode acelerar a produção de conteúdo, mas ela não substitui autenticidade

FÁBIO CALDEIRA

FABIO.SILVA@HOJEEMDIA.COM.BR

va. Quem conseguir montar um bom grupo com experiência e comprometido com as demandas do mineiro terá maiores chances de vencer, mesmo que seja desconhecido.

**3. Em tempos de IA, que importância terão as redes sociais nas eleições deste ano?**

As redes sociais continuam sendo centrais para qualquer campanha, mas é importante separar redes sociais de Inteligência Artificial. Muita gente trata os dois temas como se fossem a mesma coisa, mas não são.

A grande contribuição da IA está no planejamento. Ela ajuda a analisar pesquisas, identificar tendências, organizar informações, construir estratégias de hipersegmentação e, claro, de produção de conteúdo. Já nas redes sociais, o que continua fazendo diferença é a capacidade de gerar conexão, relevância e confiança.

A IA pode acelerar a produção de conteúdo e aumentar a produtividade das equipes, mas ela não substitui autenticidade. Aliás, esse pode ser um dos grandes desafios das próximas eleições. Quanto mais conteúdo automatizado existir, mais valor terão os candidatos e campanhas que conseguirem transmitir proximidade, verdade e identidade própria. No fim das contas, a tecnologia muda, mas as pessoas continuam votando em quem conseguem compreender, confiar e se identificar.

Doutor em Direito pela UFMG e Analista Político

**VESTIBULAR 2025**

**A GENTE FORMA. VOCE TRANSFORMA!**

Inscrições:  
Vestibular Digit@l  
escaneie

38 9 9997-7213

funorte.edu.br

**FUNORTE**  
CENTRO UNIVERSITÁRIO

o Qrcode

ACOMPANHE HOJEEMDIA.COM.BR/HD-AUTO

MARCELO RAMOS - ESPECIAL PARA O HOJE EM DIA  
miramos@hojeemdia.com.br

GM/DIVULGAÇÃO

# NOVO GIGANTE

GMC APRESENTA CONCEITO QUE ANTECIPA NOVA GERAÇÃO DO HUMMER



GMC Hummer X Truck Concept chega para revelar como será nova geração do grandalhão americano e apresentar novos conceitos de produção

**MARCELO JABULAS**  
@garagemdojabulas

Um dos carros mais extravagantes já vendidos é derivado de um veículo militar. Estamos falando do Hummer H1, que era a versão civil do Humvee, sigla para High Mobility Multi-purpose Wheeled Vehicle. É o jipão da Guerra do Golfo, que virou arroz de festa em filmes de combate e como qual a GM viu que poderia ganhar muita grana colocando-o na praça.

Durante décadas, o nome Hummer esteve associado a excessos. Veículos enormes, motores gigantes, consumo elevado e uma preocupação ambiental próxima de zero ajudaram a transformar o utilitário em símbolo de uma era em que eficiência não era exatamente uma priorida-

de. Agora, os tempos mudaram. E a GMC quer mostrar que até mesmo um Hummer pode falar sobre sustentabilidade.

A prova disso é o GMC Hummer X Truck Concept, estudo apresentado pela General Motors durante a inauguração de seu novo centro de design avançado em Pasadena, na Califórnia. O modelo não tem previsão de produção, mas serve para demonstrar como a marca imagina os utilitários elétricos do futuro.

A primeira surpresa é que o conceito parece ter passado por uma dieta rigorosa. Comparado ao atual Hummer EV, que mais se aproxima de um prédio residencial sobre rodas, o Hummer X adota proporções menos exageradas. Ainda assim, continua lon-

ge de ser pequeno: são 5,26 metros de comprimento, 2,03 metros de largura e mais de 31 centímetros de distância livre do solo.

— Uma das novidades mais interessantes é a tecnologia Flex Fab. O sistema elimina grande parte das tradicionais ferramentas de estampagem e utiliza um processo semelhante à impressão 3D para fabricar componentes metálicos. A promessa é reduzir desperdícios, simplificar a produção e permitir personalizações com mais facilidade. Segundo a GM, mais da metade da estrutura do conceito foi produzida dessa maneira.

O visual acompanha a proposta. Em vez de esconder parafusos e soldas, o Hummer X faz questão de exibi-los. As superfícies planas e o aspecto quase indus-

O recurso mais curioso é um drone integrado capaz de voar à frente do carro para mapear obstáculos e transmitir imagens em tempo real.

trial dão ao conceito uma aparência de protótipo permanente, como se ele tivesse acabado de sair de uma oficina experimental e decidido permanecer assim.

Naturalmente, um veículo com o nome Hummer não poderia abandonar a vocação para trilhas. O conceito utiliza pneus de até 35 polegadas, amortecedores especiais, rodas com sistema beadlock (com travas

entre o talão e o pneu, que permite rodar com baixa pressão), para-lamas removíveis e ângulos generosos para enfrentar terrenos difíceis. Tudo isso para garantir que o proprietário consiga chegar aos lugares mais remotos possíveis — desde que exista uma estação de recarga em algum ponto do caminho.

O interior segue a mesma linha futurista. O pai-

nel utiliza telas configuráveis e empilháveis, enquanto o sistema HUMMER HUB conecta o veículo a aplicativos e outros usuários. O recurso mais curioso é um drone integrado capaz de voar à frente do carro para mapear obstáculos e transmitir imagens em tempo real. Afinal, aparentemente olhar pela janela já não é suficiente para explorar uma trilha.

Mesmo sem qualquer confirmação de produção, o Hummer X mostra algumas tendências que provavelmente aparecerão nos próximos veículos da GM. Talvez não sejam novidades de estilo ou marketing, mas a evolução do processo fabril, com uso de impressão de peças, que já é comum em protótipos, inclusive na filial brasileira.

acompanhehojeemdia.com.br

opinio@hojeemdia.com.br

Os artigos não refletem, necessariamente, a opinião do jornal Hoje em Dia

## NR-1 ENTRA EM VIGOR E EXPÕE MODELOS DE GESTÃO QUE AINDA OPERAM PELA PRESSÃO

ADRIANA S. CARREIRA\*

A entrada em vigor da nova NR-1 marca um ponto de inflexão para as empresas brasileiras. Mais do que uma atualização normativa, a exigência de identificação e gerenciamento dos fatores de risco psicossociais relacionados ao trabalho impõe uma reflexão necessária: até que ponto determinados modelos de gestão ainda sustentam resultados à custa do desgaste emocional das pessoas?

Durante muito tempo, pressão excessiva, cobrança permanente, metas desproporcionais e desgaste emocional foram tratados como efeitos naturais de ambientes de alta performance. Esse entendimento, no entanto, já não se sustenta. A partir da atualização da norma, fatores relacionados à organização do trabalho, às práticas de liderança e às condições em que as atividades são executadas passam a integrar, de forma expressa, a agenda de prevenção e gerenciamento de riscos ocupacionais.

O tema ganha relevância em um cenário corporativo sensível. O Censo de Saúde Mental 2025 da Vittude, realizado com mais de 170 mil profissionais de 35 grandes empresas, apontou que 14,75% dos entrevistados relataram ideação suicida dentro do ambiente organizacional, um dos maiores índices já registrados em pesquisas corporativas de larga escala no Brasil. O dado não deve ser lido de forma simplista, mas reforça a urgência de tratar saúde mental no trabalho com método, responsabilidade e governança.

Na prática, isso significa que temas como microgestão, sobrecarga, ausência de autonomia, metas abusivas e monitoramento excessivo deixam de ser apenas questões de clima ou cultura interna. Passam a representar riscos corporativos mensuráveis, com impactos diretos sobre produtividade, absenteísmo, turnover, passivos trabalhistas e reputação institucional. Sob a perspectiva de compliance, esse não é apenas um problema comportamental. É uma falha de governança.

O problema não está na existência de metas. Empresas precisam de direcionamento, acompanhamento e resultados. O ponto crítico surge quando a pressão deixa de ser instrumento de gestão e passa a ser o principal mecanismo de controle. Quando isso acontece, a organização perde a capacidade de diferenciar disciplina de abuso, cobrança legítima de constrangimento e gestão próxima de super-controle.

Muitas companhias ainda confundem acom-

Sobrecarga, metas abusivas e monitoramento excessivo deixaram de ser apenas questões de clima ou cultura interna

panhamento com vigilância permanente. Esse modelo costuma produzir efeitos conhecidos: lideranças exauridas, equipes menos engajadas, aumento de afastamentos e perda de talentos. O crescimento do turnover e o desgaste das lideranças já fazem parte da realidade corporativa há anos. A NR-1 não criou esse problema. Ela tornou inviável continuá-lo ignorando.

A tendência é que compliance, RH, jurídico, segurança do trabalho e medicina ocupacional passem a atuar de forma muito mais integrada. A identificação dos fatores de risco psicossocial deve estar conectada ao GRO, com base em evidências, indicadores, escuta qualificada, canais de denúncia efetivos e análise contínua das práticas de gestão. Não basta aplicar questionários ou criar ações pontuais de bem-estar. A norma exige método, documentação e capacidade real de corrigir práticas que geram adoecimento.

As empresas que enxergarem a NR-1 apenas como mais uma obrigação regulatória vão continuar tratando o sintoma. A mudança é mais profunda: ela desloca a saúde mental do campo exclusivamente individual para o campo da responsabilidade organizacional. Talvez esse seja o principal impacto prático da norma: obrigar as empresas a revisarem práticas que, durante anos, foram normalizadas no ambiente corporativo. Performance sustentável não se constrói pela pressão permanente. Constrói-se por modelos de gestão capazes de equilibrar resultado, responsabilidade e respeito às pessoas.

\*Superintendente de Compliance na Actionline

## GREENWASHING VIROU RISCO DE NEGÓCIO

EVANDRO GRILI\*



Durante algum tempo, o principal risco associado ao greenwashing (prática de divulgar uma imagem sustentável sem respaldo concreto nas ações da empresa) parecia ser reputacional. Uma organização exagerava suas credenciais ambientais, sociais ou de governança, era questionada publicamente e administrava o desgaste de imagem. Esse cenário ainda existe, mas já não resume o problema.

A distância entre o que uma empresa comunica e aquilo que consegue demonstrar passou a produzir consequências mais amplas. Pode afetar relações comerciais, acesso a crédito, confiança de investidores, valor de marca e exposição regulatória. Em alguns casos, compromete até a participação em cadeias produtivas mais exigentes.

Esse talvez seja um dos efeitos mais concretos do amadurecimento da agenda ESG. O mercado passou a distinguir melhor compromisso de discurso. Declarações genéricas sobre sustentabilidade, diversidade ou governança já não produzem o mesmo efeito quando não vêm acompanhadas de dados, processos, indicadores e comprovação.

O greenwashing nasce justamente nesse intervalo. Nem sempre aparece como fraude deliberada. Muitas vezes surge da falta de governança sobre a comunicação empresarial. A empresa assume compromissos antes de estruturar processos, anuncia metas sem indicadores ou divulga ações pontuais como se fossem políticas consolidadas.

O problema é que essa distância ficou mais visível. Mercado, consumidores, imprensa, reguladores e sociedade passaram a observar com mais atenção a consistência das promessas corporativas. Quanto maior a exposição pública de uma agenda sustentável, maior precisa ser a capacidade de demonstrar que ela existe para além do discurso.

Essa mudança altera a natureza do risco. O greenwashing deixa de ser apenas falha de comunicação e passa a ser problema de gestão. Sem clareza sobre processos, metas, responsabilidades e evidências, a comunicação deixa de

fortalecer a reputação e pode produzir o efeito inverso.

Há também um componente econômico relevante. Empresas inseridas em cadeias produtivas mais sofisticadas são cada vez mais demandadas a comprovar práticas ambientais, sociais e de governança. Fornecedores precisam atender critérios contratuais, apresentar documentos, demonstrar rastreabilidade e evidenciar padrões mínimos de integridade. Nesse ambiente, prometer mais do que se consegue entregar pode significar perda de oportunidades. O mesmo vale para crédito e investimento. Instituições financeiras e investidores têm incorporado critérios socioambientais e de governança em suas análises. Ainda que esse processo não seja uniforme, a direção é clara: empresas com práticas frágeis, pouca transparência ou discurso inconsistente tendem a enfrentar análises mais rigorosas.

Isso não significa que as empresas devam comunicar apenas quando tiverem agendas perfeitas. Essa exigência seria irreal. Sustentabilidade corporativa é processo, não fotografia. O ponto é comunicar com precisão, reconhecer limites, apresentar evolução real e evitar transformar intenção em promessa consolidada.

A agenda ESG continuará sujeita a críticas, revisões e ajustes. Mas a cobrança por coerência dificilmente voltará ao estágio anterior. O mercado aprendeu a perguntar não apenas o que a empresa diz, mas como ela prova.

Por isso, combater greenwashing não é apenas proteger imagem. É proteger valor, acesso a mercados, relações comerciais e confiança institucional. Em um ambiente empresarial mais atento à rastreabilidade e à transparência, coerência deixou de ser virtude abstrata. Tornou-se condição de competitividade.

\*Advogado especialista em meio ambiente e sustentabilidade. Sócio e diretor-executivo do Brasil Salomão e Matthes Advocacia.

**HOJE EMDIA**

IRACEMA BARRETO  
Editora-Chefe

ANA PAULA LIMA  
Editora-Executiva

REDAÇÃO  
(31) 3253-2226 - 3253-2229  
Rua dos Pampas, 484, Prado  
CEP: 30.411-030 - Belo Horizonte-MG

EDIMINAS S/A  
Editora Gráfica Industrial de MG

COMERCIAL  
Júnior Lopes  
(31)98466-5199  
(31) 3191-5929  
comercial@hojeemdia.com.br

PUBLICIDADE LEGAL  
EDITAIS E BALANÇOS  
fonados@hojeemdia.com.br  
(31) 3253-2210

GERAL:  
(31) 3253-2205

RELACIONAMENTO COM O CLIENTE  
(31) 3253-2225  
atendimento@hojeemdia.com.br

MERCADO LEITOR  
circulacao@hojeemdia.com.br

ANJ ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNALIS  
www.anj.org.br

## QUEREMOS OS IDOSOS FORA DAQUI

TIO FLÁVIO\*

Conheço pessoas de noventa anos que levam mais tempo para atravessar um corredor do que eu levo para atravessar uma avenida inteira. Não é falta de disposição, é apenas o corpo avisando que já percorreu um longo caminho. Com o passar dos anos, a vida vai diminuindo de tamanho, não porque se torne menos importante, mas porque algumas coisas passam a ocupar um espaço muito maior. Uma cadeira preferida, uma janela conhecida, o lugar à mesa, o banco da praça, o trajeto até o jardim, o rosto de quem cumprimenta pelo nome.

Talvez seja por isso que uma notícia vinda da Lapa, bairro tradicional da zona oeste de São Paulo, tenha me deixado pensando durante dias. Não pelas disputas jurídicas, nem pelas discussões sobre zoneamento urbano, mas pela mensagem que parecia ecoar por trás de tudo aquilo: queremos os idosos fora daqui.

O assunto envolve instituições de longa permanência para idosos instaladas em antigos casarões da região. Há anos existe uma disputa entre essas casas e parte dos moradores do bairro. Nas últimas semanas, a discussão ganhou um novo capítulo. Com o apoio de alguns políticos e lideranças locais, entre elas uma instrutora de Pilates na faixa dos cinquenta anos e presidente de uma associação de moradores, avançaram ações que resultaram na cassação de alvarás de algumas instituições. A consequência pode ser a retirada de dezenas de idosos dos lugares onde vivem atualmente.

Em meio às reportagens, uma expressão chamou minha atenção: os idosos poderiam ser levados para outro lugar, "longe dali". Passei mais tempo pensando nessas duas palavras do que em toda a discussão sobre legislação, zoneamento ou ocupação urbana. "Longe dali" não tem nada de ex-



traordinário. Milhares de pessoas mudam de cidade, de bairro ou de casa todos os dias. O que causa desconforto não é a expressão em si, mas a facilidade com que ela pode ser utilizada para definir o destino de pessoas que passaram anos construindo vínculos, acumulando lembranças, criando rotinas e aprendendo a chamar determinado lugar de casa. Nessas circunstâncias, ela deixa de ser apenas uma indicação geográfica e passa a significar o rompimento de vínculos que levaram anos para ser construídos.

O curioso é que a velhice nos ensina justamente o valor da permanência. Quando somos jovens, mudamos de endereço, de emprego, de cidade e até

de amigos com relativa facilidade. Os anos passam e aquilo que parecia pequeno ganha importância. O quarto conhecido oferece segurança. A rotina oferece tranquilidade. Os rostos familiares ajudam a organizar o mundo.

Quem convive com idosos sabe disso e conhece uma senhora que gosta de sentar sempre na mesma cadeira ou usar os mesmos talheres e xícara, um senhor que decorou o caminho até o refeitório, alguém que espera todos os dias pelo mesmo horário de visita ou alguém que precisou de meses para se acostumar com aquele ambiente e que agora escuta que poderá ser levado para outro lugar porque sua presença passou a incomodar.

É impossível não pensar em como algumas discussões conseguem apagar as pessoas que estão no centro delas. Fala-se dos imóveis, dos alvarás, da valorização da região e do perfil do bairro. Em determinado momento, os idosos desaparecem da conversa e restam apenas os prédios.

Marco Aurélio escreveu, há quase dois mil anos, que aquilo que não é bom para a colmeia não pode ser bom para a abelha. A frase continua atual porque raramente temos dificuldade para enxergar aquilo que nos favorece. O problema surge quando uma abelha passa a acreditar que toda a colmeia deve se adaptar aos seus interesses.

Chama a atenção que uma das vozes mais atuais desse movimento seja justamente uma mulher que já atravessou a marca dos cinquenta anos. Não por causa dela, mas porque existe algo profundamente humano nessa cena: o envelhecimento costuma ser sempre um acontecimento dos outros. Aos cinquenta, olhamos para quem tem oitenta. Aos sessenta, olhamos para quem tem noventa. Quase sempre encontramos alguém mais velho para nos convencer de que ainda não chegamos lá.

Enquanto a discussão continua na Lapa, imagino uma senhora olhando pela janela que vê todos os dias ou um senhor caminhando devagar pelo corredor que já aprendeu a chamar de seu. Depois de uma vida inteira de mudanças, despedidas, perdas e recomeços, eles aguardam que alguém decida se podem continuar exatamente onde estão.

\*Palestrante, professor e criador do movimento voluntário Tio Flávio Cultural Para falar comigo: [www.tioflavio.com.br](http://www.tioflavio.com.br) e no instagram @tioflavio

# VES TI BU LAR

# 2025

# A GENTE FORMA. VOCE TRANSFORMA!



**Inscrições:**

Vestibular  
Digit@l  
escaneie



o Qrcode

 38 9 9997-7213

 [funorte.edu.br](http://funorte.edu.br)

 **FUNORTE**  
CENTRO UNIVERSITÁRIO

ACOMPANHE HOJEEMDIA.COM.BR/HORIZONTES

EDITOR: RENATO FONSECA  
rfonseca@hojeemdia.com.br

# PASSEIO COM VACINA

## MERCADO CENTRAL VAI CONTAR COM PONTO DE VACINAÇÃO CONTRA A GRIPE NESTA 6ª

VALÉRIA MARQUES



### DOHOJEEMDIA

portal@hojeemdia.com.br

Quem passar pelo Mercado Central nesta sexta-feira (5) terá mais uma oportunidade de se proteger contra a gripe sem precisar mudar a rotina. Como parte da estratégia da Prefeitura de Belo Horizonte para ampliar o acesso à vacinação e facilitar o cuidado com a saúde, a PBH vai promover uma ação especial de imunização no local, oferecendo a vacina gratuitamente para toda a população a partir de 6 meses de idade.

A aplicação das doses será realizada das 8h às 17h, no Espaço Cultural 2 do Mercado Central, na Avenida Augusto de Lima, número 744, no Centro.

A iniciativa integra as ações do município para aumentar

a cobertura vacinal e levar a imunização a locais de grande circulação de pessoas.

“O Mercado Central é um ponto que reúne muitas pessoas, especialmente em um feriado prolongado. Já estamos percebendo uma queda na temperatura, o que favorece ainda mais a circulação de vírus respiratórios, pois as pessoas tendem a ficar mais próximas em ambientes fechados. Essa é uma ótima oportunidade para quem ainda não se vacinou”, disse a diretora de Promoção à Saúde e Vigilância Epidemiológica, Tatiani Fereguetti.

Além da ação no Mercado Central, a vacina continuará disponível nos centros de saúde e no Serviço de Atenção à Saúde do Viajante, que funcionarão em horário especial devido ao ponto facultativo. Os horá-

Além da ação no Mercado Central, a vacina continuará disponível nos centros de saúde e no Serviço de Atenção à Saúde do Viajante, que funcionarão em horário especial devido ao ponto facultativo

rios de atendimento e os endereços das unidades podem ser consultados no Portal da PBH.

A vacina distribuída pelo SUS é trivalente, ou seja, protege contra os três principais subtipos do vírus da gripe em circulação (incluindo H1N1 e H3N2). A imunização é a forma mais eficaz de prevenir formas graves da doença e, até mesmo, a morte.

### DOCUMENTAÇÃO

Para receber a dose, basta apresentar um documento de identificação com foto e, se possível, o cartão de vacina. As puérperas devem apresentar também a certidão de nascimento do bebê, o cartão da gestante ou o registro do hospital onde ocorreu o parto.

\*Com informações da PBH