

Ge

Vida nova no Viaduto Otávio Rocha

Após três anos de revitalização, um dos cartões-postais de Porto Alegre registra a abertura de novos negócios. Ao todo, 29 operações dão fôlego a um dos espaços mais tradicionais da Capital

Página Central



➔ EDITORIAL

A cidade está cheia de bons rolês

Muito se fala que não tem nada para fazer em Porto Alegre. Mas discordo completamente dessa percepção: a nossa Capital é repleta de negócios que valem a pena o teu tempo.

Na Página 3 desta edição, contamos uma novidade sobre uma das à la minutas mais clássicas de Porto Alegre. A À La Minuta da Terezinha, estará, em breve, em novo ponto, ampliando a operação. Caso ainda não tenha experimentado, vale muito conhecer e provar uma das melhores batatas fritas da cidade. Mas não são só clássicos, Porto Alegre também é feita de novos negócios — e a Página Central desta edição é uma prova disso. Nos últimos meses, as novas operações do Viaduto Otávio Rocha, que passou por uma ampla obra de revitalização que levou cerca de três anos, começaram a abrir as portas.

Agora, os passeios — nomeados com as estações do ano — estão com diversos espaços prontos para receber o público. Arte, moda, loja de vinhos, de discos de vinil, bar, cafeteria: os segmentos são variados, mas, em comum, está o objetivo de reconstruir um importante espaço econômico e cultural da cidade.

Portanto, não faltam lugares para conhecer, o que acontece é que, muitas vezes, não ampliamos nossos horizontes. Não precisa ser blasé ou ter medo de cair no hype, aproveita o fim de semana e vai dar um rolê pela cidade. Almoço em um lugar clássico, fim de tarde em uma operação que é novidade. Porto Alegre e principalmente os empreendedores e empreendedoras que constroem a economia da Capital merecem o nosso prestígio. Não faltam boas opções.

ISADORA JACOBY
@isajacoby

➔ PITCH STOP

Por que não escalar o negócio: confira o terceiro episódio do videocast Pitch Stop

Há quem acredite que optar por não escalar uma empresa pode ser um caminho na contramão dos bons resultados. Mas negócios que carregam essa premissa como um pilar mostram o poder de manter negócios artesanais e intencionais. A terceira parada do Pitch Stop, novo videocast do GeraçãoE, debate os desafios de decidir o quanto crescer na hora de tocar um negócio. Para mostrar o que acontece Além do Pitch, Isadora Jacoby recebe Matheus Dreher, à frente da Dreher, e André Passow, fundador da Magian Cacao.

Confira os principais insights do episódio:

1. Produção em pequena escala: mesmo em diferentes segmentos, os convidados compartilham visões similares sobre os desafios da

produção em pequena escala, seja com roupas ou chocolates. Matheus aborda o modelo da Dreher, focado em peças de jeans sob demanda e workwear de alta durabilidade, produzidas em um ateliê com maquinário antigo garimpado. Já André apresenta o modelo de negócio da Magian, focada na produção de chocolates bean-to-bar com moagem em moinhos de pedra e rastreabilidade total do cacau.

2. Valor agregado, insumos e comércio justo: um dos desafios das indústrias menores é manter a competitividade e educar o consumidor mostrando o valor agregado dos produtos. André destaca que paga até 200% a mais pelo cacau fino em comparação à grande indústria, premiando produtores parceiros pelo manejo correto



ARTUR KOCH/JC

e sustentável. Matheus aponta que o preço reflete o tempo de confecção manual e traz para a produção local o conceito japones wellmade (bem feito).

3. Definição de sucesso: optar por não escalar um negócio é também entender que o

sucesso não está somente em números gigantes. Ambos redefiniram o conceito de sucesso: para eles, o foco principal é manter a qualidade de vida, autonomia e propósito, em vez da busca contínua por faturamento em massa.



Matheus Dreher

"A minha escolha foi crescer lentamente. Eu acho que tem que ter claro o que tu quer: se é um projeto a curto prazo, a médio prazo ou a longo prazo. O meu era a longo prazo, então eu estava seguro."



André Passow

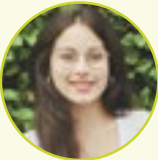
"Várias vezes pessoas próximas chegaram: 'o que tu tá esperando? Vamos fazer isso crescer, vamos ficar rico'. Mas daí eu fico pensando: eu amo velejar, a nossa casa e fábrica é na beira do rio, estou com a minha família. Talvez se eu fosse escalar, eu teria que sair dali. E ali eu tenho tudo, estou muito feliz."



ISADORA JACOBY
Editora-assistente
@isajacoby



JÚLIA FERNANDES
Repórter
@eujuliafernandes



MANUELA CASSANO
Estagiária
@manu.cassano



GUSTAVO MARCHANT
Estagiário
@marchxnt

Editor-chefe:
Guilherme Kolling

Projeto gráfico:
Luís Gustavo
Van Ondheusden

Clássica à la minuta abrirá em casarão de 200 m²



Robson Capitanio comanda a À La Minuta da Terezinha ao lado dos pais, Rudinei e Terezinha Capitanio

À La Minuta da Terezinha segue na Cidade Baixa, mas em novo espaço

➔ NOVIDADE

JÚLIA FERNANDES
juliaf@jornaldocomercio.com.br

Bife, feijão, arroz, ovo e batata frita. A combinação simples que não tem erro está presente no cardápio da maioria dos restaurantes. Mas há aqueles especiais, que são conhecidos pela sua à la minuta, e esse é o caso da **À La Minuta da Terezinha**. Operando há mais de 13 anos na Cidade Baixa, o negócio se prepara para mais uma mudança de endereço. O restaurante, localizado na rua General Lima e Silva há três anos, irá ocupar a esquina da mesma rua, na altura da Lobo da Costa, nº 209. Em um casarão de 200 m² com mais de um século, a À La Minuta da Terezinha contará com uma cozinha maior, dois salões, além de um estoque para os produtos.

A troca de endereço vem acompanhada de outra transformação: a mudança de nome. O novo restaurante, além de levar o nome da Terezinha Capitanio, uma das proprietárias do negócio, leva o nome do seu esposo, Rudinei Capitanio, que também comanda o restaurante e a chapa da operação. A expectativa é de que o À La Minuta da Terezinha e do Nei abra as portas no início de outubro. "Por questões burocráticas, meu pai, quando abriu, fez toda papelada no nome da minha mãe. Quando

saía a nota para os clientes vinha o nome Terezinha, e daí pegou", explica Robson Capitanio, um dos filhos do casal, sobre a mudança do nome.

A obra, que começou há cerca de seis meses, foi toda pensada para receber a tradicional à la minuta da Cidade Baixa. "Aqui, vai ser uma parede onde o pai quer dar destaque às batatas que usamos", aponta Robson, falando sobre o processo das batatas fritas do restaurante, que são feitas da forma tradicional, descascadas na mão e fritadas na hora do pedido. "Nunca utilizamos as congeladas", garante.

O local contará com o bufê de saladas, em frente à cozinha da produção, assim como no restaurante atual. No andar térreo, além da cozinha, operará um dos salões do local, com capacidade para 70 pessoas. **Ao todo, o novo restaurante comporta até 120 pessoas.** "O segundo andar vai funcionar também, mas no início a ideia é abrir o primeiro andar somente para entender a demanda" explica Robson.

Apesar da mudança de endereço, o foco do negócio segue sendo as à la minutas. De acordo com Robson, a ideia é permanecer com o mesmo cardápio para seguir mantendo a qualidade das entregas. O empreendedor comenta que a necessidade do novo espaço veio pela alta demanda, principalmente, aos fins de semana. "Quando a gente se mudou para o endereço atual, a gente não imaginava que ficaria tão pequeno", comenta Robson. Segundo ele, o restaurante vende por dia 150 à la minutas, podendo chegar a 300 unidades aos fins de semana. "O meu pai segue o modelo antigo, o caderninho. Ele conta pela quantidade de ovos", comenta Robson.

A ideia de crescer também veio de Rudnei. "Começamos a ver que a cozinha estava apertada, que os clientes estavam desconfortáveis", comenta Robson, sobre os desafios da operação atual. "No fim, ele quer que a gente prospere. Estou feliz de contribuir com eles nessa subida", destacou.



O novo ponto fica na rua Lobo da Costa, nº 209, ainda na região

MURAL

➔ A **Ultragaz** está com inscrições abertas, até 11 de outubro, para o Programa Estágio 2027.1, com 30 vagas em 16 cidades do País. As oportunidades estão distribuídas pelos municípios de São Paulo, Caucaia, Belém, Recife, Salvador, Aracaju, Curitiba, São Francisco do Conde, Canoas, entre outras, contando com bolsa-auxílio de R\$ 3 mil. Com vagas para áreas corporativas, comerciais e operacionais, os benefícios incluem assistência Médica, Assistência Odontológica e Seguro de Vida. Mais informações em tinyurl.com/bf4terx4.

➔ Com inscrições abertas até o dia 4 de outubro, a **Randoncorp**

está com vaga remota aberta para Analista de Estratégia de Crédito Pleno. Visando a atuação na área de gestão e monitoramento do risco de crédito, as atribuições incluem a realização de análises quantitativas e qualitativas para avaliação da qualidade da carteira e suporte à tomada de decisão e monitoramento de evolução dos indicadores de risco de crédito. Para a vaga é necessária graduação concluída em Administração, Economia, Estatística, Engenharia, Matemática, Ciências Atuariais, Sistemas de Informação ou áreas correlata. Mais em tinyurl.com/5n8tywu3.

EVENTOS

➔ O Tecnopuc realiza, de 20 a 22 de outubro, a nona edição do **Tecnopuc Experience**. Integrado à Semana Acadêmica da Pucrs, o evento promove uma imersão completa em ciência, inovação e negócios. A programação conta com mais de 100 horas de conteúdo e passa de 100 palestrantes distribuídos em seis palcos simultâneos, incluindo workshops, pitches e acessibilidade em Libras. Os dois primeiros dias são focados em convidados e na comunidade Tecnopuc, encerrando no último dia com o tradicional festival de portas abertas ao público geral. Mais informações sobre o Tecnopuc Experience em bit.ly/4AUmW9N.

➔ Focado em fortalecer o mercado digital, o **Sul Digital Xperience (SDX)** chega à sua quarta edição movimentando o Teatro CIEE-RS Banrisul entre os dias 20 e 22 de outubro. A ideia do evento é discutir os reais desafios de fazer um negócio crescer hoje, colocando na mesa temas como Inteligência Artificial, Growth, análise de dados, automação e Branding. O formato deste ano chama a atenção por permitir que o público monte sua própria jornada de aprendizado, sendo possível intercalar grandes debates estratégicos com sessões mais técnicas e práticas. Mais informações sobre o evento em bit.ly/4d7iJoN.

Confira estas e outras oportunidades no QR Code ao lado



A Mercopar, maior feira de inovação industrial da América Latina, chega neste ano à sua 35ª edição, reunindo 528 expositores. Com foco em inovação industrial, tecnologia, automação e geração de negócios, o evento será realizado de 20 a 23 de outubro no Centro de Feiras e Eventos Festa da Uva, em Caxias do Sul (RS). As inscrições para visitantes são gratuitas e podem ser feitas no site mercopar.com.br.

Loja colaborativa reúne artistas locais

Localizada no Passeio Primavera, na loja 28, a **Casa Jambu (@casajambu.poa)** reúne mais de 30 artistas. De acordo com uma das empreendedoras à frente do projeto, Bruna Kuhn, a iniciativa nasceu no Brique da Redenção, onde os mesmos profissionais expõem e comercializam seus trabalhos autorais. "Nosso coletivo nasceu na Redenção, e a ideia é que essa loja funcione de maneira rotativa", explica, afirmando que todo o mês a loja receberá produtos e artistas novos.

Quadros, peças em cerâmica, placas decorativas em metal, ilustrações, arte em vinil, entre tantos outros itens decorativos

formam o acervo do local. Além disso, a loja recebe pequenos eventos com artistas convidados, que compartilham com o público um pouco do seu trabalho.

Sobre a escolha do lugar para dar start no projeto coletivo, Bruna acredita que ocupar um espaço central e de fácil acesso ao público contribui na inserção da arte no cotidiano das pessoas. "Achamos que seria interessante. Seria uma oportunidade de trazer vida para o viaduto, além de ser um lugar onde muitas pessoas circulam. Essa é a ideia da Casa Jambu, trazer a arte para o cotidiano das pessoas, mostrar que é possível essa aproximação."

FERNANDA BIGIO DAVOGLIO/ ESPECIAL/JC



Bruna Kuhn é uma das artistas à frente da Casa Jambu

Viaduto Otávio Ro empreendedora no

Após revitalização que durou mais de três anos, o viaduto voltou a ganhar movimento com a presença de novos negócios

➔ NOVIDADE

JÚLIA FERNANDES
E JAMIL AIQUEL

O Viaduto Otávio Rocha, conhecido como Viaduto da Borges, foi concebido para conectar as Zonas Leste e Sul da cidade à região central de Porto Alegre em 1932. Desde então, passou a cumprir uma função que vai além da mobilidade urbana, tornando-se parte da história e da vida cultural da Capital.

Após três anos de revitalização, o viaduto voltou a ganhar movimento em 2026. Conheça os novos negócios que abriram as portas em um dos cartões-postais da cidade.



Operação para toda hora

A **Arcos Coffee to Wine (@arcospoa)**, que fica na loja 26, tem a proposta de atender o público em diferentes momentos do dia. Para os passeios diurnos, o estabelecimento oferece serviço de cafeteria. À noite, o local opera como wine bar, com rótulos gaúchos e uma carta de drinks.

Fábio Rhode é um dos sócios do local e já acumula experiência no segmento. "Tudo começou porque eu trabalhava no restaurante do meu sócio, o Ponto Zero, no Rio Branco", explica. "A ideia era colocar alguns produtos a mais", explica.

Para uma operação que funciona ao longo de todo o dia, foi necessário incorporar um mix diversificado de produtos ao menu. **Sanduíches, quiches, bolos e tortas, entre outras opções, compõem o cardápio.** Entre os destaques está o pão de queijo na chapa, feito com queijo colonial. Para quem quer curtir um happy hour, o local oferece opções para compartilhar e acompanhar as bebidas, como tábuas de queijos e charcutaria, além de burratas. "Trabalhamos com produtores locais, dos vinhos aos produtos de charcutaria", destaca.

FERNANDA BIGIO DAVOGLIO/ ESPECIAL/JC



Fábio Rhode comanda a Arcos Coffee to Wine

Bar abre segundo espaço na Capital

FERNANDA BIGIO DAVOGLIO/ ESPECIAL/JC



Clauciane Santos comanda o Povoada Gastrobar, inspirado em religiões de matriz africana

Referenciando a cultura afro-brasileira com elementos da culinária gaúcha, o **Povoada Gastrobar (@povoadacentro)** opera há quatro anos na Cidade Baixa. As empreendedoras à frente da marca escolheram o Viaduto Otávio Rocha para ampliar a operação.

Ocupando a loja 7 da estrutura, o novo ponto segue a mesma pegada do primeiro espaço, homenageando as religiões de matriz africana. "Quando surgiu a oportunidade da gente instalar o Povoada aqui no Centro, principalmente nesse lugar tão importante para a nossa cidade, não pensamos duas vezes. **Acreditamos que aqui, a partir do viaduto, é onde começa a Cidade Baixa. Sendo**

assim, é um segmento do trabalho que já realizamos lá", afirma Clauciane Santos, uma das sócias.

O Povoada foi um dos primeiros bares a abrir no local, há quase dois meses. O cardápio conta com pratos e releituras do que já é servido no primeiro bar. "A gente trabalha com uma linha de boteco, mas com produtos daqui do Sul. Então, por exemplo, temos croquete de costela, bolinho de salsichão, o charque acebolado", comenta Clauciane, destacando a boa recepção do negócio. "Está sendo muito legal. Os vizinhos estão muito receptivos, e estava todo mundo ansioso com a abertura, porque todo mundo tem uma história com o viaduto."

cha fomenta cena o Centro da Capital



FERNANDA BIGIO DAVOGLIO/ ESPECIAL/JC

Após reforma, Viaduto passou a ser ocupado por diversos negócios



FERNANDA BIGIO DAVOGLIO/ ESPECIAL/JC

Tato Borges está à frente do Vão Arte e Drinks, espaço que abriga trabalhos de 17 artistas

Espaço une moda, arte e bar

Pensando em aproveitar ao máximo o novo público do viaduto, o **Vão (@vaor-teddrinks)** aposta em um formato híbrido, mesclando o conceito de loja colaborativa com um bar. Localizado na loja 18 do viaduto, o ambiente abriga trabalhos de 17 artistas contemporâneos, reunindo fotógrafos, ceramistas e artistas gráficos de várias partes do País.

O empreendimento é responsabilidade de Tato Borges e sua esposa Any Malesky, que atuam como produtores de eventos e do ecossistema digital. O desafio de estruturar a iniciativa em um local tão compacto demandou um planejamento atento do casal. "Visualizamos e pensamos bem

em tudo que pudesse caber nesses 10 metros quadrados", detalha o empreendedor. Para complementar a vivência de quem aprecia as obras, o balcão disponibiliza petiscos, cervejas, vinhos e drinks.

Morador da região, Tato avalia os primeiros dias de portas abertas, destacando o retorno positivo de quem passa pelo local.

"Moro aqui no Centro já há um bom tempo e está bem diferente. Já é um outro público. Temos recebido um público muito cativo, é uma galera interessada, afim de consumir arte. O viaduto ficou tanto tempo fechado e, agora, com esse clima mais florido, está outro jeito", reflete.

Ponto aposta em shows ao vivo e jazz

O bar **Compasso (compasso.poa)** surge com o objetivo de movimentar a cena artística da região central, com funcionamento diário. Localizado na loja 26 do viaduto, o empreendimento aposta em uma agenda cultural frequente, garantindo shows ao vivo pelo menos três vezes na semana e transitando por ritmos variados. Um dos destaques é o evento de jazz às terças-feiras, que, segundo o empreendedor, rapidamente cativou sua clientela e já se consolidou na programação do bar.

Um dos sócios do negócio é David Cunha, que ressalta a importância de ocupar e revitalizar esse ponto histórico. "Agora estamos vendo vida aqui. Não é só um bar que está abrindo. São quase 30 lojas aqui

embaixo do viaduto. Tem uma diversidade muito grande de empreendimentos, tem loja de discos, galeria de arte, cafeteria e bares, também vai ter comida. É uma das coisas mais importantes, culturalmente falando, acontecendo na cidade. São muitas lojas, muita gente envolvida em lugar tão central, histórico, bonito".

Na parte gastronômica, as opções de bebida variam entre cervejas, vinhos e uma seleção de 10 sabores de cachaça. Para comer, as requisitadas empanadas argentinas dividem as mesas com pizzas e porções de carne de panela. Como a previsão de contrato é iniciar as atividades às 10h, em breve o cardápio ganhará expansões. "Com certeza novidades virão por aí", garante David.

JAMIL AIQUEL/ESPECIAL/JC



David Cunha, à frente do bar Compasso, celebra a diversidade de negócios da região

Praticidade para a rotina

JAMIL AIQUEL/ESPECIAL/JC



Carolina Kader, do Pila, quer atender diferentes demandas

Criado para acompanhar o ritmo acelerado do ambiente urbano, o **Pila (@pila.poa)** busca entregar praticidade a qualquer hora do dia. O foco do estabelecimento são sanduíches de minibaguets montados na hora, elaborados com ingredientes regionais e frios. Além das refeições, o espaço conta com sucos, chope, drinks próprios e café passado.

A empreendedora por trás da operação é Carolina Kader. Ela reforça que o endereço foi pensado para abraçar as dinâmicas de quem transita pela região, seja no trajeto da rotina

profissional ou nos momentos de lazer. "O Pila é comida para quem vive a cidade. Então, se a pessoa está passando rapidinho de manhã pelo Centro, de tarde ou de noite, depois do rolê, passa aqui e pega um sanduba", resume.

O nome do local carrega uma forte identidade regional, já que a palavra faz referência à gíria que os gaúchos usam para chamar o dinheiro. Essa brincadeira se estende à nomenclatura das receitas da casa, cujos valores giram, segundo a empreendedora, em torno dos "vinte e poucos pila".

Inteligência Artificial nas empresas: antes da ferramenta, o problema

➔ ARTIGO

A Inteligência Artificial chegou às empresas em um momento de grande pressão. Em um mundo cada vez mais competitivo, a sensação de urgência tornou-se permanente. Foi nesse ambiente que muitas empresas passaram a investir em IA. Não necessariamente porque tinham clareza sobre o problema que desejavam resolver, mas porque o cenário competitivo transmitia uma mensagem quase incontornável: quem não investisse em IA ficaria para trás.

O resultado é uma série de projetos tecnicamente sofisticados, mas construídos sobre dados frágeis, sem governança,

propósito claro ou envolvimento das pessoas que deveriam utilizá-los. Um estudo do Massachusetts Institute of Technology (MIT), citado em meu livro "Tomada de Decisão Baseada em Dados: Transformando Evidências em Vantagem Competitiva", em parceria com Betovem Coura e Bruno Pimenta, dimensiona esse desafio.

Apesar de investimentos entre US\$ 30 bilhões e US\$ 40 bilhões em IA generativa, 95% das empresas analisadas não conseguiram gerar retorno mensurável. Mais de 80% já haviam experimentado ferramentas como ChatGPT ou Copilot e cerca de 40% afirmavam ter implantado alguma solução baseada



VERA BERMUDO

CFO, escritora e cofundadora da plataforma educativa Wakaro

em IA, mas apenas cerca de 5% conseguiram integrá-las efetivamente aos fluxos do negócio. A conclusão é simples: adoção não significa transformação. A maioria das empresas começou pela ferramenta, poucas pelo problema. Essa diferença muda o jogo. Quando a tecnologia vem antes da estratégia, surgem projetos sem hipótese clara de valor, sem indicadores de sucesso e sem conexão com os processos críticos da organização. A IA se torna símbolo de modernidade antes de se tornar mecanismo real de geração de valor.

Também é preciso lembrar que dados de baixa qualidade são como petróleo bruto arma-

zenado em barris enferrujados. Eles podem ter grande potencial, mas precisam ser organizados e contextualizados antes de gerar valor. Uma IA alimentada por informações incompletas, inconsistentes ou desatualizadas apenas acelera decisões equivocadas. E o caos.

A pergunta correta, portanto, não é "como podemos mostrar que usamos IA?", mas "qual problema relevante do negócio queremos resolver?". A resposta exige qualidade de dados, governança, participação das equipes e métricas capazes de demonstrar impacto.

Leia o artigo completo em geracaoe.com

LISTA: Conheça mais negócios que ocupam o Viaduto Otávio Rocha

➔ NEGÓCIOS

JÚLIA FERNANDES

juliaf@jcrs.com.br

Muitos negócios já estão funcionando e ajudando a movimentar o viaduto, enquanto outras novidades se preparam para abrir as portas. Na parte superior, o Viaduto Otávio Rocha é conhecido como Viaduto das Quatro Estações. Essa inspiração se estende aos quatro passeios localizados na parte inferior da estrutura, que recebem os mesmos nomes e ajudam a identificar os diferentes conjuntos de lojas instalados sob seus arcos.

Neste período inicial, os estabelecimentos funcionam com horários flexíveis. A ideia é que, após a inauguração oficial, todas as lojas operem das 10h às 22h. Confira o que terá nos passeios Verão, Outono, Primavera e Inverno:

Passeio Verão

• **Ladrilho - Loja 1** - Espaço dedicado ao universo dos jogos de tabuleiro e RPG, com proposta de reunir jogadores e curiosos em torno de partidas, encontros e novas histórias. A experiência será acompanhada por opções de petiscos, criando um ambiente voltado à convivência e ao entretenimento. - Em breve.

• **Livraria Clareira - Loja 3** - Livraria com curadoria de títulos e proposta voltada à formação de leitores e à criação de uma comunidade em torno dos livros. Além da venda de obras, o espaço pretende receber clubes

de leitura e atividades ligadas à literatura. - Em breve.

• **Povoada Gastrobar - Loja 7** - Gastrobar afrocentrado que une gastronomia, cultura popular, diversidade e ocupação da cidade. O cardápio aposta na tradição dos quitutes acompanhados por cervejas e cachaças artesanais, além de vinhos e espumantes gaúchos. A programação cultural e o caráter de espaço de convivência também fazem parte da proposta. - Em funcionamento.

• **Barroca Loca - Loja 9** - Loja de bijuterias e acessórios que aposta em peças criativas e cheias de personalidade, ampliando a presença de moda e produção autoral entre as operações instaladas no viaduto. - Em funcionamento.

• **Vira Temaki - Loja 9** - Operação de gastronomia japonesa com cardápio centrado em temakis, pokes e ceviches, oferecendo opções práticas para refeições e lanches no passeio, além de chopes e drinks. - Em funcionamento.

• **Pila - Loja 11** - Bar com proposta descontraída, reunindo sanduíches, drinks e cervejas em um espaço pensado para encontros e para o movimento de fim de tarde e noite no Centro Histórico. - Em funcionamento.

• **Du Nordeste - Loja 13** - Operação gastronômica dedicada aos sabores e referências da culinária nordestina, ampliando a diversidade regional presente entre os novos negócios do viaduto. - Em breve.

Passeio Outono

• **Lord Batataria - Loja 8** - Inspirada na culinária holandesa, a batataria terá como protagonistas batatas fritas e assadas, servidas com diferentes ingredientes, acompanhamentos e combinações. - Em breve.

• **Bancaberta - Loja 10** - Espaço dedicado à produção editorial e artística independente, com curadoria de livros, gravuras, zines, revistas e outros trabalhos de pequenas editoras, coletivos e artistas. A proposta também envolve atividades culturais e a aproximação entre público e produção autoral. - Em funcionamento.

• **AkiSuco - Loja 12** - Operação especializada em bebidas frescas, com sucos naturais, vitaminas, smoothies e drinks. A proposta amplia as opções de consumo rápido e refrescante para quem circula pelo viaduto. - Em breve.

• **Coral Fermentaria - Loja 14** - Delicatessen especializada em fermentação natural, com produção própria e 100% vegetal. O cardápio reúne pães, doces, quiches, salgados, conservas, kombuchas, cremes vegetais e sanduíches probióticos e orgânicos, além de cafés especiais. - Abertura programada para o dia 03/10.

• **DNA POA - Loja 16** - Bar que aposta em drinks com identidade própria, chopp e ambiente de inspiração rústica. - Em breve.

Passeio Primavera

• **Vão Arte e Drinks - Loja 18** - Espaço híbrido que combina

loja colaborativa e bar. Reúne trabalhos de 17 criadores contemporâneos, entre fotógrafos, ceramistas e artistas gráficos, aproximando a produção artística do público em um ambiente que também oferece bebidas e funciona como ponto de encontro. - Em funcionamento.

• **Harlem & Melendê - Loja 22** - Encontro entre dois brechós e projetos de moda que compartilham uma proposta baseada em autenticidade, afeto e consumo consciente. As peças passam por processos de seleção e curadoria, valorizando a reutilização e a possibilidade de dar novas histórias às roupas. - Em funcionamento.

• **Armazém Otávio - Loja 24** - Espaço voltado a doces e café, com proposta de transformar a pausa para um café em uma experiência dentro do novo circuito de gastronomia e convivência do local. - Em breve.

• **Arcos | Coffee to Wine - Loja 26** - Espaço que acompanha diferentes momentos do dia: funciona como cafeteria, com cafés especiais e chás autorais, e assume a proposta de wine bar ao entardecer. A carta inclui vinhos gaúchos, acompanhados por tapas e outras opções para compartilhar. - Em funcionamento.

• **Casa Jambu - Loja 28** - Criada por um coletivo de artistas, a Casa Jambu é dedicada à produção artística local e independente. Reúne ateliê, galeria e loja colaborativa, com exposição e comercialização de trabalhos autorais, além de ofici-

nas, cursos, encontros e outras atividades relacionadas às artes visuais. - Em funcionamento.

• **Vinil Social Clube - Loja 32** - Espaço dedicado à cultura do disco de vinil, combinando música, convivência e comercialização de discos. A proposta inclui ainda venda de chope, transformando a loja em um ponto de encontro para colecionadores, ouvintes e interessados em música. - Em funcionamento.

• **Inclusive Wine - Loja 34** - Negócio que preza a valorização de vinhos brasileiros, com uma proposta que também incorpora diversidade e acessibilidade. - Em funcionamento.

Passeio Inverno

• **O Arvo - Loja 21** - Nova operação de um bar já conhecido no Centro Histórico, com proposta de reunir música, atrações e eventos em um ambiente descontraído. O cardápio inclui cervejas, chopp, drinks e petiscos, reforçando o perfil de encontro e vida noturna do passeio. - Em breve.

• **Compasso - Loja 23** - Bar que combina gastronomia e programação musical, com pizzas e petiscos acompanhados por vinhos, cervejas e drinks. Shows e apresentações ao vivo integram a proposta do espaço, pensado como ponto de encontro no novo circuito do viaduto. - Em funcionamento.

• **Açores - Loja 25** - Bar que integra o conjunto de novas operações gastronômicas e de convivência do Passeio Inverno. - Em breve.

Marca de vinhos inclusivos escolhe o viaduto para abrir primeira loja física

A Inclusive Wine, que operava de forma online desde 2021, é novidade no Centro

➔ **NOVIDADE**

JÚLIA FERNANDES
juliaf@jornaldocomercio.com.br

Inaugurada em 2021, a **Inclusive Wine**, marca gaúcha de vinhos, acaba de ganhar seu primeiro ponto físico. Comercializando seus produtos somente por meio do e-commerce e de empórios desde o início da operação, a marca encontrou no Viaduto Otávio Rocha uma oportunidade e um motivo para apostar em um novo formato. "Quando vi o projeto do viaduto pensei 'tem tudo a ver com a marca', porque falamos da democratização do vinho, para beber na calçada, com um valor acessível", afirma Renan Perovano, o empreendedor por trás da **Inclusive Wine**.

A marca ganhou destaque no mercado ao lançar o primeiro rótulo com acessibilidade para pessoas com deficiência auditiva e visual do Brasil. Além disso, com a proposta de valorizar a população LGBTQIAPN+, os rótulos da Inclusive Wine contam com uma identidade visual que traz as cores da bandeira da comunidade.

Na nova loja, Renan conta com mais um sócio, seu esposo, Ricardo Lasevitz. Ambos formados em Direito, encontram na sociedade uma possibilidade de explorar outro jeito de trabalhar. "Estamos nos divertindo, porque nós dois somos advogados, então ficamos na caixinha do Direito. É muita burocracia. Apesar de toda a preocupação e dos processos que existem por trás da marca, conseguimos tocar de maneira mais leve", explica.

Democratizar o acesso ao vinho

O negócio do casal ocupa a loja 34 do viaduto, no Passeio Primavera. Em um espaço de 9 m², os dois tocam o bar e a loja de vinhos. Os clientes são convidados a ocupar as mesinhas espalhadas na frente do estabelecimento, na calçada. "Sempre digo que 80% do vinho que consumimos é brasileiro, e não temos botecos de vinho", comenta Renan, sobre o acesso mais difícil à bebida.

Os clientes podem consumir

os rótulos da Inclusive Wine em dois formatos: comprando a garrafa ou a taça que custa a partir de R\$ 20,00. "Vendemos em taça para as pessoas terem a oportunidade de conhecer mais de um produto. Elas podem experimentar, inclusive, vinhos que já foram premiados", destaca.

A diversidade na marca vai além da identidade visual e do valor. Desde o início, todas as espumantes são produzidas em uma vinícola comandada por mulheres na Serra Gaúcha. "A nossa linha conta com quatro espumantes que são produzidas em Garibaldi, na vinícola Courmayeur, conduzida por 10 mulheres", detalha Renan. Atualmente, são seis rótulos. Nos tintos, o Pinot Noir e o Merlot são as opções, custando R\$ 79,00. A Moscatel Rosé, Brut Rosé, Prosecco e Brut Branca são as opções de espumante que saem por R\$ 69,00.

A escolha dos produtos também acompanha o comportamento dos consumidores ao longo do ano. Durante os meses mais frios, os tintos ganham espaço, enquanto as temperaturas mais altas devem aumentar a procura por espumantes, brancos e rosés. Os rosés, segundo Renan, são os carros-chefes da marca no e-commerce, mas o consumo presencial trouxe a possibilidade de experimentar antes de escolher. "Estou entendendo qual é a demanda e fiz uma escolha estratégica. Está calor? Tem espumante para beber gelado, vinho branco, vinho rosé. Estou tentando trazer mais parte dessa cultura para a calçada", explica Renan.

Aberta em 25 de agosto, a loja faz parte das 29 operações que ocupam o projeto de revitalização do Viaduto Otávio Rocha. Para Renan, a relação entre a proposta da marca e o espaço foi percebida desde o primeiro contato com o projeto. Mais do que um endereço comercial, o viaduto representa a possibilidade de colocar em prática a ideia de transformar o vinho em uma bebida também associada à calçada e à convivência.

"Tinha esse medo, como todo empreendedor, mas depois pensei que não tem outro lugar para eu estar que não seja esse", conta. Capixaba, Renan mora há 13 anos em Porto Alegre e diz ter desenvolvido uma relação de carinho com a cidade. "Brinco que defendo Porto Alegre mais que gaúcho. Morava em um lu-



Renan Perovano e Ricardo Lasevitz são sócios na loja da Inclusive Wine no Viaduto Otávio Rocha

gar que era muito de sol, sempre sol, que é o Espírito Santo. Aqui, essa questão de mudar as temperaturas, mudar as roupas, as comidas, eu valorizo muito isso."

A experiência do primeiro mês reforçou a aposta. Em uma festa realizada recentemente no Passeio Primavera, mais de 100 garrafas foram comercializadas em um único dia. Para o empreendedor, o movimento também mostra que existe interesse pela experiência de consumir no espaço público. "As pessoas sentam aqui, fazem essa conexão. Os vizinhos estão bem felizes que o viaduto está vivo", afirma. A operação ainda passa por ajustes. Como a inauguração oficial do Viaduto Otávio Rocha não ocorreu, alguns lojistas enfrentam processos burocráticos para obter autorizações específicas. Por enquanto, a Inclusive Wine funciona de forma mais flexível, geralmente das 15h às 22h. A previsão do projeto, porém, é que as lojas funcionem das 10h às 22h, garantindo atendimento aos turistas durante todo o dia.

Do online para o físico

Para Renan, a mudança do digital para o presencial já apresenta resultados. O e-commerce, que concentrava a operação desde 2021, passou a funcionar mais como um portfólio, enquanto a prioridade está na loja física.

A principal diferença, segundo ele, está na relação direta com o consumidor, já que no comércio on-line a marca muitas vezes não sabe quem está do outro lado da compra. No viaduto, Renan consegue explicar os tipos de uva, os métodos de

produção e ouvir as histórias dos clientes. "As pessoas querem sentar aqui dentro, trocar ideias, fazer network. É uma experiência totalmente contrária. Aqui tem uma cara, tem alguém falando sobre a marca", contextualiza.

A convivência com os outros estabelecimentos também tem sido parte da experiência. "Não adianta eu querer fazer o meu evento na calçada. A gente faz

de forma coletiva, colaborativa também", afirma.

Com o primeiro mês de operação concluído, Renan diz que a intenção é consolidar o espaço como um ponto de encontro para quem quer conhecer e consumir vinhos brasileiros. "Não imagino ela fora daqui. Eu tinha essa ideia de democratizar o vinho dessa forma. Estou feliz e me sentindo acolhido."



Os rótulos da marca são acessíveis para pessoas com deficiência



O espaço de 9 m² pretende operar a favor da democratização do vinho

Loja leva nostalgia ao Viaduto por meio da venda de discos de vinil

Ocupando a banca 32, a Vinil Social Clube pretende integrar música, cerveja e convivência no mesmo espaço

➔ **NOVIDADE**

JÚLIA FERNANDES
juliaf@jornaldocomercio.com.br

O Viaduto Otávio Rocha ganhou recentemente um novo ponto dedicado à música. Há cerca de um mês, o espaço passou a abrigar o **Vinil Social Clube**, loja que reúne discos de diferentes épocas e estilos e aposta no formato analógico não apenas como produto, mas como experiência. Por trás da novidade estão o empreendedor Tiago Ruiz e o produtor cultural e DJ Manoel Canepa, que uniram projetos que já tinham o vinil como ponto de partida.

A escolha do endereço não foi por acaso. Para Tiago, o viaduto tem uma relação histórica com o comércio de discos na Capital e, por isso, a presença de uma nova loja especializada no local ajuda a manter essa tradição. "Escrevi na inscrição que o viaduto é um lugar histórico para o vinil, que tem que ter vinil ali", conta.

A ideia do Vinil Social Clube surgiu a partir dessa tentativa de transformar uma atividade que já fazia parte da rotina dos dois em um negócio com endereço fixo. Tiago é o idealizador da Discoteca do Zezé, acervo e comércio de discos que, desde 2022, participa de feiras da Capital e mantém uma banca fixa aos fins de semana no Brique da Redenção. Manoel, por sua vez, é responsável pelo Gira Discos, projeto que há alguns anos utiliza o vinil como ponto de partida para iniciativas culturais, além de atuar como DJ e produtor de eventos.

"Eu não tinha com quem curtir. Comprava discos pela internet e não tinha com quem compartilhar isso", conta o empreendedor. Foi justamente essa possibilidade de encontrar outras pessoas com interesses semelhantes que ele descobriu nas feiras e que agora pretende reproduzir na loja.

Da banca à loja

A relação de Tiago com os discos começou muito antes de



Tiago Ruiz é um dos sócios do Vinil Social Clube, novidade que reúne discos de diferentes épocas e estilos

ele transformar a paixão em fonte de renda. Ele conta que tinha uma coleção de cerca de 500 discos e, inicialmente, pensava em se desfazer dela. A primeira experiência em uma feira, porém, mudou os planos.

"Na primeira feira, já fiz um monte de amizade. Adorei vender, adorei o comércio, adorei o contato com pessoas que têm interesse na mesma coisa que eu", lembra o empreendedor, sobre o primeiro contato com o mercado. A partir dali, em vez de vender apenas o que já tinha, começou a comprar novos discos. Procurou outras feiras e, pouco tempo depois, conseguiu um espaço fixo no Brique da Redenção.

O modelo funcionava, mas tinha limitações. Como a banca dependia dos eventos de fim de semana e ficava sujeita às condições climáticas, havia períodos sem vendas. Foi nesse contexto que surgiu a oportunidade de ocupar uma das lojas do viaduto. Tiago decidiu então convidar pessoas próximas do circuito de discos para formar uma sociedade.

Manoel foi um dos convidados. Os dois já se conheciam justamente por causa das feiras. Ele estava entre os organizadores de uma das primeiras feiras de vinil em que Tiago participou.

Um acervo para descobrir

Situada na loja 32 do Viaduto, no Passeio Primavera, a Vinil Social Clube reúne cerca de 1 mil discos. O número pode parecer grande, mas é considerado pequeno pelo próprio Tiago, diante do acervo de estabelecimentos especializados que existem na região. A limitação é principalmente física.

"A gente consegue colocar mais ou menos essa quantidade nas caixas principais e daria para botar mais umas 3 mil unidades nas caixas de baixo, só que é difícil para a galera movimentar", explica. A decisão de não ocupar completamente o espaço também está relacionada à experiência de quem visita a loja. A ideia é permitir que o cliente consiga manusear as capas e procurar os discos com calma.

A coleção percorre diferentes estilos, como música popular brasileira, rock, pop e samba, atendendo a públicos de diferentes idades. Logo na entrada, uma coleção quase completa de Alcione chama a atenção. Entre os discos está A Voz do Samba, primeiro álbum da cantora, que traz a faixa Não Deixe o Samba Morrer. Preso à capa, um pequeno bilhete registra uma curiosidade sobre a música que ficou no topo das paradas musicais durante 22 semanas seguidas.

Os bilhetes, aliás, aparecem em vários discos da loja e são

uma das marcas pessoais de Tiago. Em cada um, ele registra impressões sobre o álbum. "São bilhetinhos extremamente pessoais, bem sinceros às vezes. Se não gosto, eu também escrevo", afirma.

Os preços, assim como os estilos musicais, variam bastante. Há discos a partir de R\$ 10,00 enquanto exemplares mais raros chegam à casa dos quatro dígitos. O Clube da Esquina, de Milton Nascimento, por exemplo, já chegou a ser anunciado por R\$ 1.250,00. Além de vender os próprios discos, a loja atua como intermediária em negociações entre colecionadores.

Experiência converte em vendas

Mais do que apenas vender discos, a proposta é oferecer um ambiente acolhedor onde as pessoas possam ouvir os discos, pegar as capas na mão, conversar sobre música e explorar o ambiente. Tiago valoriza o ritmo de cada cliente, deixando-o à vontade para descobrir o acervo. "O cliente precisa curtir a música no tempo dele. Quando ele me olha, se tiver um contato visual, eu abordo porque também quero vender naturalmente. Mas gosto de deixar a pessoa se sentir bem, confortável, não ficar em cima", comenta.

Para o empreendedor, essa

experiência também ajuda a explicar o interesse renovado pelo vinil entre pessoas que não viveram o auge deste formato. Enquanto para ele existe uma relação de nostalgia e memória afetiva, entre os clientes mais jovens, segundo ele, o interesse estaria ligado à possibilidade de ter um contato físico com a música. "Para a galera nova, vejo que eles têm essa carência do contato físico material com a música. Não é só performance, mas a função de experienciar, de colocar o disco, de ter a capa na mão", afirma.

O espaço também busca aproximar os DJs locais. A loja mantém parcerias com artistas da cidade convidando os profissionais para tocar no próprio estabelecimento. Para Tiago, a relação funciona como uma forma de fomentar a discotecagem em vinil e, ao mesmo tempo, criar uma rede em torno do negócio.

Para complementar a experiência, o estabelecimento fechou uma parceria com a Steilen Berg, cervejaria artesanal da Zona Sul de Porto Alegre. A aproximação também nasceu do circuito das feiras de vinil. A ideia é aproximar música, cerveja e convivência no mesmo espaço, ampliando a proposta da Vinil Social Clube para além da compra e venda dos LPs.