

Concertos para vizinhos

Recém-chegada a Brasília, a pianista norte-americana Jennifer Heemstra ganhou apoio de moradores do Lago Sul

» *PEDRO ALMEIDA

Onde as palavras falham, a música fala. Há seis meses em Brasília, a pianista clássica norte-americana Jennifer Heemstra, que ainda não domina o português, encontrou nas teclas do piano uma forma de dialogar com a nova vizinhança. De portas abertas, Jen recebe os vizinhos para concertos intimistas na própria sala de estar, no Lago Sul.

Nascida na cidade de Grand Rapids, em Michigan, nos Estados Unidos, Jennifer Heemstra estudou piano na Universidade Estadual do Michigan e, posteriormente, concluiu um mestrado em música no Cleveland Institute of Music. Como solista e musicista de câmara, se apresentou nos Estados Unidos, Europa, Ásia, Emirados Árabes e, agora, no Brasil. O amor pela música, evidente na devoção acadêmica, se alinhou, também, ao interesse por causas sociais. Além das teclas brancas e pretas, Jennifer comanda duas ONGs: a Kolkata Classics, que atua em Kolkata, na Índia, com aulas de música clássica para crianças e acesso à saúde voltado para mulheres vítimas de tráfico; a Pitch Pipe Foundation leva a melodia para os veteranos de guerra dos Estados Unidos.

Recém-chegada a Brasília, a artista se diz apaixonada pela beleza da cidade e pelo frescor do ar da capital. As plantas exóticas em meio ao concreto e o calor e a receptividade dos moradores a encantaram logo na chegada. Nos primeiros dias de casa nova, ela foi convidada pelos vizinhos a assistir uma apresentação musical natalina no Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB). A generosidade do convite e a musicalidade dos brasileiros tornaram aquela experiência impactante e um marco do novo começo.

Jen viu as ondas sonoras emitidas pelo piano dela se dissiparem nas barreiras invisíveis da pandemia. As possíveis praças e salas de concerto da cidade estavam fechadas. Diante da impossibilidade de se apresentar, a pianista resolveu reinventar a própria sala de estar. Em posse de alguns equipamentos de show, Jen montou um cenário profissional em casa, centralizou o piano na sala e convidou o amigo Patrick Yim, que veio do Havaí para acompanhá-la ao violino.

Os vizinhos foram, então, convocados para prestigiar o novo projeto. Uma hora antes do horário

Arquivo pessoal



A musicista convidou o amigo havaiano Patrick Yim para acompanhá-la ao violino

Arquivo pessoal



Concerto na casa de Jennifer Heemstra: uma ação cultural para reunir a comunidade

marcado, o jardim estava aberto com drinques e petiscos para que Jen conhecesse os novos amigos de rua. Se o inglês dos moradores, por vezes, não era o melhor, a música serviria de linguagem universal. E a conversa com notas rendeu de forma harmoniosa. Em duas semanas, a dupla se apresentou seis vezes. Em um segundo momento, Jen promoveu mais um ciclo de apresentações com o duo de violinistas Luciana Caixeta e Ricardo Palmezano.

Para completar, fez uma versão da apresentação voltada somente para as crianças do bairro. Atualmente, com a melhora da pandemia, a artista já voltou a se apresentar em salas de concerto, mas mantém uma periodicidade de uma ou duas apresentações por mês em casa para reunir os, agora, amigos da rua.

Uma das moradoras da rua é a brasileira Núbia Holanda Cavalcante, taquígrafa da Câmara dos Deputados. Ela relata que gosta de receber bem os novos vizinhos. Ao ver o marido de Jennifer, que chegou primeiro, fazia questão de cumprimentá-lo. Nas conversas ao portão, ele destacava as qualidades da esposa musicista, que estava por vir.

Burocracia

Quando Jennifer chegou, Núbia foi visitá-la. A vizinha e o marido convidaram o casal de estrangeiros para entrar e bater um papo. A visita rendeu ótimas conversas e deu início à amizade. Antes mesmo de Jennifer anunciar o primeiro concerto para a rua, Núbia teve o privilégio de conseguir ouvi-la ensaiar na própria casa. Quando o convite veio, foi impossível recusar. O emocionante concerto cumpriu o papel de unir a rua e quebrar o marasmo pandêmico. Núbia relata se inspirar na força de vontade de Jennifer. A taquígrafa relata que a pianista, apesar das adversidades burocráticas brasileiras e dos diversos “não” recebidos, não impediram o projeto.

Jennifer e Núbia provam que uma vizinhança unida é aquela que dialoga. Seja em qual língua for; inglês ou português. Contanto que os sons vibrem pelo ar, há a possibilidade de amizades incriveis. No caso da vizinha na quadra 26 do Lago Sul, fala-se música.

*Estagiário sob a supervisão de José Carlos Vieira

A história por trás dos vinhos em Brasília

Conheça quem é o empresário que faz essa bebida cair no gosto dos brasilienses e propaga a cultura do vinho no Brasil e no mundo

APRESENTADO POR



Feche os olhos e imagine-se com uma bela taça na mão. Agora você escuta o som do vinho tocando no copo. Balance, sente o aroma, experimenta os sabores e faz um brinde às coisas boas da vida. Se você já aprecia essa bebida que caiu no gosto dos brasilienses ou tem curiosidade de provar, vai adorar conhecer quem está nos bastidores do crescimento dessa cultura na cidade.

Quem tem o costume de ler o verso dos rótulos de vinho, já observou que há uma importadora para aquela garrafa. Caso não tenha percebido, talvez você já seja cliente fiel da Del Maipo e não saiba. O nome da empresa é uma homenagem ao vale chileno Del Maipo, de onde vieram as primeiras garrafas vendidas pela importadora em Brasília.

IMPORTADORA COM DNA BRASILIENSE

O Distrito Federal tem acesso a uma variedade enorme de vinhos das mais diversas nacionalidades nas prateleiras de mercados, lojas e restaurantes, o que pode ser atribuído ao brasiliense Cyro Torres Júnior.

Nascido no quadradinho em 1973, pai de 3 filhas e 1 filho, ele se emociona ao falar da cidade. Tem uma veia empreendedora forte. Era dono de uma loja de bebidas, comidas finas e iguarias. Até que, aos 30 anos, sentiu necessidade de diversificar. Viajou para uma feira de vinhos no Chile, no Vale Del Maipo, provou um determinado rótulo e decidiu importar o primeiro container para testar no mercado.

“Foi amor ao primeiro gole”, lembra

Júnior. “O vinho não é uma bebida, é um estado de espírito, história, é o momento, um sorriso, um choro, uma amizade, é tudo. Não é somente sobre pedir uma bebida e beber para atingir grau de felicidade, é um almoço, um jantar, é 100% história. É algo que mexe muito com a memória afetiva das pessoas.”

Júnior gostou tanto da experiência que decidiu investir no ramo da importação de vinhos. Fundou em 2003 a Importadora Del Maipo Wine & Gourmet, pioneira em Brasília e uma das principais fora do eixo Rio-São Paulo.

Na época em que a importadora começou, o mundo do vinho era muito restrito no Brasil e em Brasília: havia só 3 a 4 marcas conhecidas. Os restaurantes não tinham vinhos ou taças. A Del Maipo foi construindo essa cultura aos poucos, trazendo cada vez mais rótulos. Com o tempo, migrou do mercado do varejo para focar em importação e distribuição, chegando atualmente entre os 10 maiores do Brasil.

De 2003 para cá, Júnior vem se aprofundando e estudando muito. Cursos de Gastronomia, atuou como colunista de vinhos em importantes revistas e jornais entre 2004 e 2009, e hoje é um dos diretores da Associação Brasileira de Sommeliers (ABS) de Brasília, instituição em que se formou. A participação do diretor de importação da Del Maipo em eventos internacionais já ultrapassou a marca de 150 feiras e fez aumentar sua paixão pelo mundo das uvas fermentadas.

CRESCIMENTO FORA DA CURVA

Dois aspectos favoreceram muito a expansão da cultura do vinho entre os brasilienses e o crescimento exponencial da Del Maipo. O primeiro é o fato de Brasília ser uma cidade multicultural, que mistura pessoas do mundo todo, em função das embaixadas, e também de vários estados brasileiros, com gosto apurado. Um mercado de pessoas viajantes, que pedia mais variedade de opções da bebida. O segundo foi a chegada do sócio Gilberto Avelar

Fotos: Divulgação



em 2015, um vendedor nato e pessoa muito querida na cidade, seu amigo há mais de 30 anos.

De olho nas necessidades dos clientes, Gilberto foi levando a Del Maipo cada vez mais longe, crescendo não só em Brasília, mas expandindo por todo o país e nos Estados Unidos. Assim foram criando novos serviços, como montagem de cartas de vinhos para restaurantes, treinamento para equipes de garçons, entre outros.

Com seu falecimento, quem assumiu o posto de diretor comercial na empresa foi seu filho, Bernardo Avelar, braço direito de Júnior, que chegou na cidade há 2 anos. O sócio traz novas percepções

à empresa e une a cultura do vinho em Brasília com a modernidade e agilidade necessárias para atender com excelência uma clientela consciente de seus gostos, que cresce a cada dia.

DE BRASÍLIA PARA O MUNDO

“Hoje estamos presentes em 25 estados brasileiros e importamos cerca de 2 milhões de garrafas ao ano e produtos do mundo inteiro, do novo e velho mundo, desde rótulos de vinhos mais baratos, comercializados por R\$ 30 em mercados, até um valor infinito”, revela o fundador da Del Maipo, reforçando que Brasília continua sendo

seu mercado favorito. Já são mais de 700 clientes ativos, entre supermercados, restaurantes, lojas, açougues e padarias. “Hoje é mais fácil para a gente contar nos dedos quais lugares ainda não têm produtos nossos.”

Os queridinhos dos brasilienses Bernardo conta orgulhoso que o crescimento da empresa se deve ao entendimento da mentalidade do brasiliense e do que o público estava em busca. Para isso, houve um acompanhamento da demanda e adaptação da oferta para as preferências da clientela.

O público brasiliense é seletivo, na avaliação de Bernardo, por ter mais acesso a viagens ao exterior e outras capitais. “Brasília é o primeiro lugar em consumo de vinhos de qualidade no Brasil. Tem um público de classe média, que consome muito”, ressalta. De acordo com o novo sócio, o vinho mais consumido em nosso país é o chileno (cabernet sauvignon), seguido dos rótulos argentinos (malbec).

Entre os mais exigentes, há uma boa aceitação dos blends do Velho Mundo: Portugal, França e Itália. No Novo Mundo, o tipo de vinho monovarietal (feito com uma única variedade de uva) é o que faz mais sucesso, revela Bernardo.

IMPACTO NA ECONOMIA LOCAL

Hoje os sócios empregam mais de 70 funcionários registrados. O impacto do trabalho deles na economia e na cultura do DF também se dá nos treinamentos de equipes de atendentes. Milhares de pessoas já foram treinadas em cursos, degustações, atendimento em lojas, festas e restaurantes. São cerca de 300 por mês.

UM CONVITE PARA VOCÊ

Que tal agora você começar a olhar o verso dos rótulos de garrafas de vinho que compra em Brasília?

Você vai se surpreender como esse ator dos bastidores está presente na sua vida. Prestígie a economia da nossa cidade.