



AS DIVERSAS FACETAS DE UM ARTISTA

Nelson Freitas abre sua agenda de trabalho e conta todos os desafios pelos quais têm se aventurado durante a pandemia, entre eles a criação de um canal no YouTube. **P.2**

Zona Oeste

A versatilidade é uma das características do ator Nelson Freitas, que já passou por diversos gêneros da dramaturgia: humor, drama, época, além de saber cantar e dançar. Nessa pandemia, ele, que mora na Barra, optou por se dedicar aos projetos pessoais, como o cinema. Atualmente, está fazendo campanha para que todos apoiem o short movie *I'm Sorry Honey*, do qual faz parte do elenco e aborda um tema que cada vez mais ganha espaço na mídia e na sociedade: a violência doméstica.

Nelson Freitas conta toda a sua rotina em meio à pandemia: curta, longa, vídeos educativos e até canal no YouTube

Nelson Freitas já circulou por vários gêneros da dramaturgia e agora faz campanha para divulgar o curta *'I'm Sorry Honey'*

Ele joga nas onze quando o assunto é a vida artística

“A história do curta é sobre um relacionamento abusivo com um fim trágico e que acontece muito mais do que imaginamos. De acordo com pesquisas que fizemos com algumas instituições, a incidência de violência doméstica contra a mulher aumentou barbearamente na pandemia, e os registros são apenas das pessoas que tiveram a coragem de denunciar. Meu personagem é o Rick, o vetor dessa agressividade toda. Ele já começa o filme tentando minimizar a importância da sua mulher, interpretada pela atriz Susy Rego, com as amigas, que é a violência psicológica. Geralmente, a violência física está muito atrelada a essa violência psicológica. Não existe em nenhum momento, agressão física para com ela, mas o final é trágico e retrata a infeliz realidade”, detalha.

O vídeo concorreu a quatro prêmios, na maior competição de curta-metragem do mun-



Criei canal para soltar a minha voz rouca, cantando sucessos antigos clássicos, standards e falar sobre as músicas, seus compositores e intérpretes”

do, o *My Rode Reel*, da Austrália. Além disso, está filmando em algumas cidades do Brasil o longa de ação *Tração*, de André Luiz Camargo, que envolve corrupção e competições de motos. Na trama, ele interpreta um empresário rico. E ainda tem o filme *Nina*, de Samuel Machado. A obra, filmada na Bahia, está sendo finalizada.

Ele pensa que acabou? É claro que não. O ator também está na pré-produção do filme *A Parada*, escrita por Marcelo Vindicatto, dirigida pelo José Lavigne e com supervisão de Cacá Diegues; e está gravando a série educativa *Têlos*, idealizada pela startup de educação, homônima, da empresária Gabriella de Castro. A ideia é ajudar alunos do Ensino Médio, universitários e recém-formados, através dos conteúdos de temas abordados como empreendedorismo, marketing digital, investimentos e tecnologia. E mais, na pandemia ele ainda criou um canal no YouTube.

“Costumo dizer que criei o canal para soltar a minha voz rouca cantando sucessos antigos clássicos, standards e falar sobre as músicas, seus compositores e intérpretes. O YouTube é um terreno, por mim, ainda pouco explorado, e estou começando a entender a ferramenta, o algoritmo e levar um pouco de leveza e alegria para quem me segue nas redes sociais e é isso que estamos precisando nesse momento tão difícil e inusitado em que vivemos”, finaliza.



FOTOS ALLE VIDAL / DIVULGAÇÃO

Aproveitar um happy hour em casa vai ficar ainda mais fácil e divertido. O Outback Steakhouse, que tem lojas na Zona Oeste, apresenta mais uma das suas inovações e já tem em seu delivery um kit completo para montar os drinks mais pedidos do menu do restaurante — o que promete conquistar e animar a galera.

“Criamos um box que chegará ao cliente com um copo com temas da Austrália, um flyer com QR Code que dará os direcionamentos da montagem do drink, as frutas, as essências e os destilados já porcionados. O cliente poderá fazer o mix em casa e terá um drink perfeito”, explica Renata Lamarco, diretora de Marketing do Outback Brasil.

A plataforma *Drinks Outback* traz quatro bebidas diferentes, dois compostos pelo gin Tanqueray London Dry e dois à base de vodka Ketel One. A novidade tem como inspiração o conceito do it yourself — faça você mesmo! — e o objetivo é permitir que o cliente aproveite os drinks sem precisar sair de casa.

As opções com gin são o Passion G&T (R\$ 38,90), que é composto por um bag com mix de maracujá e outro com laranja, uma garrafinha de gin Tanqueray London Dry, já com a quantidade exata para preparar o drink, e água tônica para fechar com cha-

Restaurante lança experiência ‘faça você mesmo’ para que clientes aprendam seus drinks em casa

Kit completo com destilado, essências e frutas poderão ser pedidos pelos fãs via delivery. Combinações são as mesmas disponíveis nos Outbacks

ve de ouro e trazer toda a frescância que a bebida pede. O outro sabor marcante é o Mango G&T (R\$ 38,90), que traz um bag com mix de manga, um bag com laranja e canela, além da garrafinha com Gin Tanqueray London Dry e uma água tônica.

Os apaixonados por vodka terão o Brazilian Beach Cocktail (R\$ 29,90), uma saborosa mistura de kiwis e morangos, inspirada nas famosas praias brasileiras. O kit traz um bag



BRUNO MARÇAL / DIVULGAÇÃO

Uma das misturas exclusivas do Outback oferecida pelo delivery é a Brazilian Beach Cocktail



São quatro opções de bebidas exclusivas para que os clientes encomendem e façam em casa, para curtir sozinhos ou com a família

com mix de frutas e uma garrafinha contendo vodka Ketel One. Quem prefere ainda misturas com frutas vermelhas, também vai poder degustar a Aussie Caipiroska Frutas Vermelhas (R\$ 29,90) que combina framboesa, morango e amora, enviadas em um bag contendo o mix de frutas vermelhas, e uma garrafinha de vodka Ketel One.

“A tendência do ‘it yourself’ é bem forte, principalmente em tempos de quarentena e delivery em que as pessoas têm muita vontade de inovar em casa, fazer mixes diferentes, testar. Por isso, estamos sempre inovando e pensando na nova jornada do cliente, que hoje está mais em casa, mas não abre mão de curtir momentos que combinem com o Outback como: diversão, quebra da rotina, celebração, etc. E entregar drink pelo delivery é diferente, pois oferecemos uma experiência divertida e surpreendente que convida o cliente para participar do processo, isso está totalmente ligado aos nossos assets de marca”, finaliza.

Além das instruções de preparo, o cliente também poderá acessar, por meio de um QR Code, um vídeo que ensinará a fazer a combinação de ingredientes. Os kits estão disponíveis exclusivamente para pedidos via delivery ou para pedidos to-go, no iFood.