

Edição de março da revista TAM Nas Nuvens desvenda os Rumos do Saber

Publicação tem reportagem sobre a Harvard Business School; mostra as experiências de pessoas que optaram por períodos sabáticos em suas carreiras; e refaz os caminhos de grandes pensadores do século 18 na Europa em busca de conhecimento

São Paulo, março de 2014 – Começa a ser distribuída nas aeronaves da TAM a edição de março da TAM nas Nuvens, revista customizada da companhia aérea, produzida pela New Content, que neste mês tem como tema central os “Rumos do Saber” - destacando diversas oportunidades e possibilidades para as pessoas que pretendem estudar principalmente no exterior. Com periodicidade mensal, tiragem total de 150 mil exemplares e disponível nas versões português/inglês e português/espanhol, a revista é gratuita para todos os viajantes da empresa aérea.

A matéria de capa desta edição destaca o curso de MBA da Harvard Business School, de Boston, nos Estados Unidos, considerado o melhor do mundo na área de negócios pelo jornal britânico Financial Times. Para compor o conteúdo dessa reportagem, a equipe da redação da TAM nas Nuvens foi até Harvard, participou de uma aula de marketing digital ministrada pelo brasileiro Thales Teixeira e contou um pouco da rotina, desafios e aprendizados de alguns dos estudantes do curso.

A reportagem avalia que o método de ensino adotado pela instituição é responsável pelo sucesso do MBA no mundo inteiro. Na aula, um exercício feito com base em uma situação real de uma empresa coloca os alunos no papel de gestores que precisam tomar decisões. A eficácia do método é tão grande que os estudos passaram a ser vendidos a outras instituições de ensino. Hoje, acredita-se que 80% dos exercícios utilizados em MBAs de todo o mundo tenham sido produzidos em Harvard.

Experiências “sabáticas” e tours do saber

Outra reportagem de destaque da edição aborda as aventuras e experiências de quatro profissionais brasileiros que viveram um ano sabático. Com uma grande pausa na carreira, eles decidiram viajar em busca de novos conhecimentos, ideias e vivências. Como resultado,

encontraram motivos, inspiração e coragem para mudar ou simplesmente ajustar seus rumos nos campos profissional e pessoal.

A TAM nas Nuvens de março também percorreu os caminhos feitos por grandes pensadores do século 18 no continente europeu. Chamado de Grand Tour no passado, o roteiro era uma das alternativas de jovens intelectuais daquela época para aprender sobre arte, música, filosofia, arquitetura e cultura clássica. Com o mesmo propósito, a equipe de reportagem passou por Paris, Genebra, Florença e Roma para falar sobre as particularidades, histórias e instituições de ensino de cada um desses locais.

Uma viagem pelo Brasil, mais especificamente na cidade de Teresópolis, região Serrana do Rio de Janeiro, completa a revista. Lá, ocorrem as aulas para Cervejeiro Artesanal, único curso do mundo onde o aluno pode estudar com um copo dessa bebida gelada na mão sem ser repreendido pelo professor. Além de apresentar a inusitada aula, a matéria traz o passo a passo para se produzir a bebida.

## SOBRE A TAM NAS NUVENS

A Revista TAM Nas Nuvens, distribuída mensalmente nas aeronaves da TAM, é uma publicação bilíngue (português/inglês e português/espanhol) que traz em seu conteúdo editorial uma abordagem diferente e original dos temas turismo, negócios, comportamento, cultura e lazer. A publicação tem tiragem de 150 mil exemplares mensais, sendo 130 mil em português/inglês e 20 mil em português/espanhol. Seu público é de mais de 2,6 milhões de leitores.

## SOBRE O GRUPO NEW CONTENT

Fundado em 2007 pelos sócios Giovanni Rivetti, Roberto Feres, Edoardo Rivetti e Raphael Alcântara, o Grupo New Content é primeira holding brasileira de empresas 100% dedicadas à produção Branded Content. Os sócios são pioneiros na produção de conteúdo customizado e estão há mais de 16 anos no mercado. Focado na criação de estratégias de conteúdo para mídias proprietárias, o grupo produz publicações impressas, vídeos para web, obras audiovisuais, conteúdo mobile e ações

para redes sociais. Atualmente, a lista de clientes atendidos inclui TAM, Grupo Amil, Grupo Boticário, Bradesco, Google, Vivo e Unilever.

O grupo também conta com a divisão New Content Shop, voltada especialmente para o atendimento de marcas do segmento varejista. A equipe tem como foco comunicar preços e produtos sempre com alta qualidade, estética e linguagem específica. O Boticário, The Beauty Box, Eudora e Fast Shop são algumas das marcas atendidas pela divisão. No início do segundo semestre de 2013, a New Content Shop foi uma das vencedoras da categoria “Lançamento do Ano” do prêmio Anatec, com o case “Viva Linda com o Boticário”, revista direcionada às consumidoras da marca.

Outros prêmios recentemente conquistados pelo Grupo New Content foram o bronze na categoria PR do Wave Festival 2013, com o trabalho “Corrente da Felicidade”, ação promovida para a marca Kibon em atendimento à Unilever Global; e três troféus de Prata no Content Marketing Awards (CMA), para o case da Kibon que foi premiado no Wave e também para as publicações “TAM nas Nuvens”, produzida para a TAM, e “One Health Magazine”, versão iPad criada para a One Health.