

AVANTGARDE 18

UNIVERSE

2
AG



LIFESTYLE
CARROS
TECNOLOGIA
ESTILO
VIAGEM
CULTURA
E MAIS

ANO 6 • 2025
NÚMERO 18

PERSISTIR É UM ATO DE CORAGEM



20 ANOS **AVANTGARDE** INFINITAS JORNADAS

AV. RAJA GABAGLIA, 4343 - SANTA LÚCIA
CEP 30350.577 - BELO HORIZONTE - MG

2



Foto: Kleber Schmidt

NEW



AVANTGARDE

SÓCIOS-DIRETORES
Fernando Duran Lima
Rodrigo Freitas Ferreira

CONTATO
universe@avantgarde.com.br
avantgarde.com.br



CAPA

Rolls-Royce Cullinan Series II
FOTO: Divulgação



BRAND RELIGION
BRANDED CONTENT

PROJETO GRÁFICO E CRIAÇÃO
Carla Marin

EDITORA DE JORNALISMO
Fernanda Ribeiro

JORNALISTAS E COLABORADORES

Aline Gonçalves
Ana Helena Miranda
Elvira Santos
Felipe Boutros
Gustavo Greco
Juliana Franqueira
Mariana Peixoto
Natália Dornellas

FOTÓGRAFOS
Bruno Soares
Guto Carneiro
Jomar Bragança
Luisa Macedo
Luiza Bongir
Nani Rodrigues
Rafael Strabelli
Shayan Asgharnia

CONSULTORIA
Mile Marketing

TRATAMENTO DE IMAGEM

Rafael Barbosa

REVISÃO
Elvira Santos

IMPRESSÃO
Bigráfica

Informações e opiniões expressas na revista
são de responsabilidade de seus autores.

CONTATO
content@brandreligion.com.br • [31] 98347-8210

AVANTGARDE

UNIVERSE

Mantenha seu cadastro
atualizado e não perca
nenhuma edição da
Avantgarde Universe!

Mudou de endereço?
Não está recebendo a
revista corretamente?

Entre em contato
com a Avantgarde:

31 3264 9797

31 99601 8904 WhatsApp

AVANTGARDE 13
UNIVERSE





Recentemente saiu uma lista da Billboard em que “Blackbird”, canção composta por Paul McCartney em 1968 e que está no álbum branco dos Beatles, ainda hoje é uma das canções mais tocadas no mundo. Com sua letra e melodia simples, mas com um significado forte – que fala em como você pode ser livre –, essa canção foi uma das utilizadas pelo Conselho Global de Saúde Cerebral em 2020, quando reuniu um grupo de especialistas para examinar as evidências sobre a influência da música na saúde cerebral. A conclusão, que está no relatório intitulado “Música em nossas mentes: O grande potencial da música para promover a saúde cerebral e o bem-estar mental”, foi que ela tem a capacidade de estimular diferentes áreas do cérebro de uma forma coordenada e em tempo real.

Uma conclusão à qual chegaram os irmãos César Menotti e Fabiano, nossos entrevistados desta edição, que há tempos levam alegria às pessoas com sua música. Alegria também tem nos dado o cinema nacional. O que dizer de “Ainda Estou Aqui”, que não apenas vem atraindo um grande público como também conseguiu um feito inédito para o Brasil ao ganhar o Oscar 2025 na categoria Melhor Filme Internacional? Para quem gosta de carros, dois lançamentos estão deixando os apaixonados com um grande sorriso: o fantástico Pagani Utopia Roadster e o Rolls-Royce Cullinan Series II, versão atualizada do SUV da marca com mais tecnologia e a mesma pose de sempre.

Esta edição traz, ainda, uma conversa com Luis Fernando Porto, que levou sua paixão por carros para os negócios, além de matérias sobre tendências, novidades ao redor do mundo, um passeio pela linda Sicília, uma degustação por sabores ancestrais e a economia prateada. Para quem gosta de esportes tem *wakeboard* em águas mineiras. Tem ainda a história do majestoso Cognac Louis XIII, moda, saúde, tecnologia e arte. Para ler tudo isso, é fácil! Escolha sua música preferida, sente-se num lugar tranquilo e divirta-se!

Equipe Avantgarde Universe

Pensar, ler

e

ouvir

8
TENDÊNCIA
UM NOVO CONSUMIDOR

28
DESIGN
ECONOMIA PRATEADA

14
CARROS
PAGANI UTOPIA ROADSTER
FANTÁSTICO

32
GENTE
LUIS FERNANDO PORTO

18
CARROS
ROLLS-ROYCE CULLINAN SERIES II
MAIS TECNOLÓGICO

36
ENTREVISTA
OS MENOTTIS

22
HISTÓRIA
O MAJESTOSO
COGNAC LOUIS XIII

42
MODA
COMO SAINT LAURENT

56
LIFESTYLE
UM GIRO PELO MELHOR DO MUNDO

50
DECORAÇÃO & ARQUITETURA
ARTE QUE TRANSFORMA

68
CULTURA
DICAS DA CULTURA POP

80
GASTRONOMIA
CRISTAIS QUE REFRESCAM

58
SAÚDE
BONS SONHOS



CULTURA
OS TRIUNFOS DE
“AINDA ESTOU AQUI”

GASTRONOMIA
SABORES ANCESTRAIS

ESPORTE
WAKEBOARD
EM ÁGUAS MINEIRAS

VIAGEM
SICÍLIA:
A GRANDE BELEZA

OBJETO DE DESEJO
ORIGINAL ORIGINÁRIO



Um novo
CONSUL

EM MEIO A CRESCENTES DESAFIOS SOCIOECONÔMICOS, POLÍTICOS E AMBIENTAIS, ENTENDER QUEM SERÁ O CONSUMIDOR DOS PRÓXIMOS ANOS É UM EXERCÍCIO CRUCIAL PARA MARCAS DE TODOS OS SEGMENTOS. PARA A WGSN, A AUTORIDADE GLOBAL EM PREVISÃO DE TENDÊNCIAS DE CONSUMO, A GRANDE REESTRUTURAÇÃO ESTÁ A CAMINHO.

consumidor

POR Fernanda Ribeiro, com informações da WGSN
ILUSTRAÇÕES Arquivo

2025 será um ano em que teremos enormes mudanças na indústria, na comunidade e no planeta. Viajaremos para novas cidades – físicas e digitais –, mas sem esquecer a força do local. Nos concentraremos em uma economia regenerativa e ecossistemas de negócios, ao mesmo tempo em que entenderemos que crescimento não é necessariamente uma palavra ruim.

De acordo com WGSN, atividades ao ar livre, gastos com experiências e consumo de produtos que tenham preocupação com a saúde mental são algumas das tendências apontadas. Os consumidores estão buscando pequenas doses de alegria no cotidiano. A intenção é fugir de sentimentos negativos, como angústia, anseio e nostalgia.

Se em 2024 observou-se um aumento significativo da chamada “funflation” (diversão x inflação), tendência em que os consumidores priorizam gastos com experiências, como shows, entretenimento e gastronomia, em detrimento de itens não essenciais, como produtos e bens materiais, em 2025 as marcas terão que pensar diferente e investir na imaginação estratégica como forma de trazer soluções inovadoras para orientar a tomada de decisão em situações complexas e incertas. Para isso, a WGSN identificou os quatro principais perfis de consumidores para 2025: neoniilistas, redutores, protetores do tempo e os pioneiros. Em qual você se encaixa?

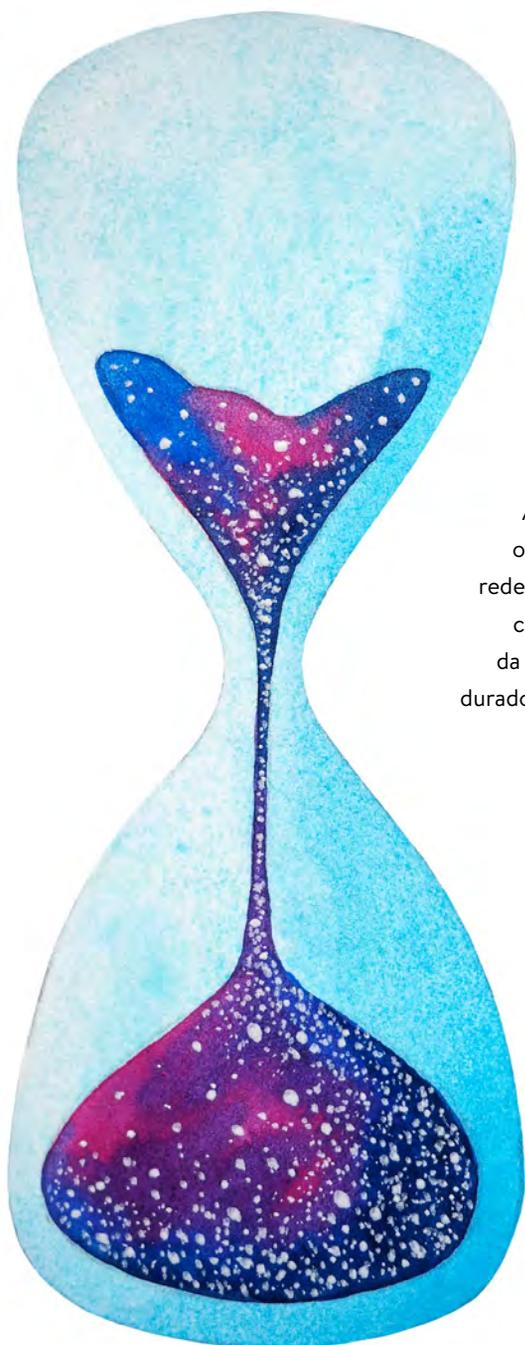
A vibrant illustration of several birds in flight against a bright blue sky with soft white clouds. The birds are stylized with patterns of white dots and lines on their wings and bodies. One large blue bird is in the foreground, flying towards the left. Behind it, a pink bird flies towards the right. In the lower right, a yellow bird is visible. The overall mood is cheerful and optimistic.

Conforme os consumidores buscam novas formas de diversão e escape do cotidiano, as colaborações serão essenciais para construir e fortalecer relações emocionais e duradouras.

Os neonilistas

Impulsionados por crescentes preocupações com a inflação, as mudanças climáticas e a capacidade dos governos ou instituições de resolver esses problemas, mais de 50% dos jovens entre 16 e 25 anos se sentem ansiosos, impotentes, desamparados e culpados pelas mudanças climáticas, enquanto mais de 45% dizem que seus sentimentos sobre isso afetam negativamente sua vida diária. Para os neonilistas, abrir mão de responsabilidades pode ser uma fonte de alegria. Livres das exigências da sociedade, eles escolhem viver de acordo com as próprias regras e definir as próprias métricas de sucesso e felicidade.





Os protetores do tempo

A pandemia e a ascensão das redes sociais fizeram esse grupo perceber que o tempo é seu recurso mais valioso. Eles estão confrontando as pressões das redes sociais, investindo seu tempo em coisas que agregam valor ao seu mundo, como rituais diários e experiências significativas. A qualidade em detrimento da quantidade é fundamental para esses consumidores, que buscam memórias duradouras em vez de bens materiais. Para resumir, os protetores querem investir seu precioso tempo em coisas que tornarão suas vidas mais ricas.

Os redutores

Depois de adotar a conveniência digital e a vida remota durante a pandemia, esse grupo quer reduzir o tempo de tela e reconstruir seu senso de comunidade, valorizando o tangível em detrimento do digital. Chamados de redutores, eles estão fortemente cientes de seu impacto no mundo e se interessam por empresas e marcas sustentáveis, éticas e que remuneram seus funcionários de forma justa. Seu forte senso de comunidade significa que eles priorizam a gentileza e a integridade. Se eles virem algo errado, farão a coisa certa – e vão esperar o mesmo de você.



Os pioneiros

Enquanto outros grupos estão trabalhando para ajustar seu impacto no mundo, os pioneiros estão tentando mudá-lo completamente. Eles são os pensadores do futuro que constroem mundos, sejam eles lugares urbanos com melhor funcionamento, como cidades inteligentes, ou espaços metaversos mais seguros. Os pioneiros são líderes, movidos pela necessidade de causar impacto. Eles se arriscam e buscam inspiração, vivem com um pé no mundo físico e outro no digital.



Pagani Utopia Roadster

Quando o *fantás*



POR Felipe Boutros
FOTOS Divulgação

trico se torna realidade



HORACIO PAGANI É UM VISIONÁRIO: DE VARREDOR DE OFICINA A CHEFE DE ENGENHARIA DA LAMBORGHINI, ESSE ÍTALO-ARGENTINO SEMPRE TEVE A UTOPIA COMO META. AO LONGO DE SEUS QUASE 70 ANOS, TORNOU VÁRIAS REALIDADE. A MAIS RECENTE É O PAGANI UTOPIA ROADSTER, DERIVAÇÃO ABERTA DE SEU SEU TERCEIRO CARRO DE PRODUÇÃO EM SÉRIE. O MODELO CHEGOU UM ANO APÓS O LANÇAMENTO DO UTOPIA (FECHADO).



No entanto, não se tratou de uma adaptação do modelo de teto fixo para uma variante descapotável. Na verdade, as duas opções de carroceria foram desenvolvidas em paralelo. A Pagani apenas ajustou as datas de estreia para que uma versão não sublimasse a outra.

À primeira vista, o Utopia deixa claro que se trata de uma evolução de seus antepassados Huayra e Zonda. A identidade está nas formas, como a frente curta, bem afilada, cabine e cofre posicionados perfeitamente na distância entre-eixos e o balanço traseiro curto, que indicam que depois do eixo posterior só há espaço para as ponteiras do escapamento.

E, claro, não podemos esquecer das portas tipo borboleta. Isso mesmo: não é tesoura e nem asa de gavota. É borboleta.

Do Huayra, o deus inca dos ventos, o Utopia herdou seu engenhoso sistema aerodinâmico ativo. Ele conta com duas asas traseiras que atuam como *flaps* de um avião. Elas se erguem de acordo com a necessidade para aumentar ou reduzir o arrasto sobre cada uma das rodas traseiras de forma independente a fim de entregar mais desempenho.

Mas não é só isso: todas as curvas, coletores e saídas de ar foram praticamente desenhadas pelo túnel de vento. Os engenheiros da Pagani otimizaram três décadas de conhecimento em seu novo *hypercar*. Coletores frontais, direcionamento do fluxo de ar para os freios, coletores traseiros e vincos: tudo foi aprimorado para que o Utopia Roadster, assim como o Utopia (fechado), tivessem a melhor performance.

FIBRA DE CARBONO É MATO

Antes de construir seu primeiro carro, Horacio Pagani resolveu se dedicar à fabricação de peças de fibra de carbono. Ele ficou tão bom nisso que ainda hoje produz componentes com o composto para equipes de Fórmula 1 e concorrentes como a Ferrari.

O Pagani Utopia é repleto de fibra de carbono. Mas esse *hypercar* utiliza diferentes combinações dela com outros materiais. A fibra utilizada em toda a carroceria tem uma especificação diferente da utilizada no monocoque (que é a estrutura em peça única que forma o habitáculo e onde são conectados os subchassis dianteiro e traseiro), que utiliza tecnologia aeroespacial.

Ou seja, o Utopia entrega rigidez torcional absurda, mas sem comprometer o peso final. O resultado é um carro com peso seco de 1.280 kg. Apenas para situar, ele é mais leve que um Toyota Corolla.

PURISTA

Em um momento em que até os supercarros se renderam à eletrificação, a Pagani ainda se dá o direito de utilizar apenas motores a combustão. Esses que tradicionalmente são oferecidos pela Mercedes-AMG.

E, diferentemente da maioria dos esportivos da Estrela das Três Pontas, que são equipados com motores V8 (ou quatro cilindros híbrido), Utopia e Utopia Roadster utilizam um fascinante bloco V12 biturbo 6.0. Esse “reator nuclear” feito à mão e com *setup* exclusivo para a Pagani entrega nada menos que 864 cv e absurdos 112 kgfm de torque.

O Utopia é tão forte e potente que a Pagani convocou a britânica Xtrac para desenvolver as transmissões. Elas podem ser automatizadas (com troca manual) ou puramente manual. Nesse caso, é preciso um pé de bailarino para fazer as trocas sem carbonizar a embreagem. Nos dois casos, a caixa conta com sete marchas.

E não podemos esquecer da tração. Como um bom supercarro purista, e projetado para iniciados, a tração é traseira. Assim, a combinação de camadas e camadas de fibra de carbono, uma aerodinâmica de aviação (literalmente) e um conjunto mecânico avassalador, o Pagani Utopia Roadster atinge a velocidade máxima de 349 km/h.

Ele poderia ir além, como a versão fechada (que acelera até 355 km/h), mas os engenheiros decidiram limitar a máxima para não sacrificar a estrutura. Afinal, apesar da altíssima rigidez do monocoque, a falta de conexão fixa entre as colunas A e B (natural em todo conversível) impõem alguns limites. No entanto, a marca não revela a aceleração de 0 a 100 km/h. A imprensa europeia crava que ele cumpre a tarefa entre 2,8 e 3,1 segundos. Seja como for, é rápido demais.



UTOPIA DE DENTRO PARA FORA

O mercado de super e *hypercars* se modernizou bastante. Além de um desempenho assustador, esses automóveis devem entregar o máximo de luxo e comodidade possível. Por dentro, o Utopia Roadster é um verdadeiro pecado da ostentação. Seu interior combina alumínio, fibra de carbono e couro para todos os lados. Como é de praxe, o trambulador da transmissão fica à mostra, assim como a grelha das posições de marcha e o eixo que aciona as luvas da caixa. A pedaleira (fixa no assoalho) também deixa suas engrenagens visíveis, enquanto a tapeçaria de couro esconde a estrutura em carbono.

E para os moderninhos, é bom ficar sabendo que há uma porta USB e outra USB-C no nível inferior do console. Afinal, um carro tão bonito e tão esmerado não merece ser maculado com um cabo trançado pelo interior.

Por manter o espírito da velha guarda, seu quadro de instrumentos é analógico. Mas um grande computador de bordo com todas as leituras desse bólido está bem ao centro do *cluster* para que o motorista tenha noção de tudo a todo instante.

Ficou interessado? Saiba que a Pagani estipulou produção de apenas 130 unidades para o Utopia Roadster. Cada uma vendida a 3,1 milhões de euros, que corresponde a nada menos que R\$ 18,7 milhões. E estamos falando de conversão direta, sem tributos de importação e demais custos. E aí, cabe na sua garagem? 7



POR Felipe Boutros
FOTOS Divulgação

NA REALEZA, A SUCESSÃO DE UM MONARCA É IMEDIATA. E NA ROLLS-ROYCE NÃO É MUITO DIFERENTE. A MARCA BRITÂNICA ACABA DE LANÇAR O CULLINAN SERIES II, A SEGUNDA GERAÇÃO DO SUV SUPERLATIVO, PENSADO PARA QUEM FAZ QUESTÃO DO MÁXIMO.



Rolls-Royce Cullinan Series II

jóia lapidada



Lançado em 2018, o Cullinan marcou uma quebra de paradigma na marca de Goodwood. Ele foi o primeiro SUV (muitas vezes tido como um veículo rude) de um fabricante que fez história com seus sedãs de chefes de Estado e grandes personalidades. Para batizar seu inédito e gigantesco utilitário-esportivo, a marca escolheu o nome Cullinan, em referência ao opulento diamante utilizado na confecção de joias da coroa britânica, incluindo a grande gema do cetro real.

Na época, céticos afirmaram que um SUV ornado com a efígie Spirit of Ecstasy era uma heresia à marca fundada por Frederick Henry Royce e Charles Stewart Rolls. Mas o Cullinan se tornou o carro-chefe da marca e elevou a produção anual para mais de 6 mil unidades, motivando o desenvolvimento de uma nova geração.



O Cullinan Series II acaba de ser apresentado. O modelo manteve a linguagem de estilo inaugurada nos anos 2000 com o Phantom, mas incorporou elementos modernos que se harmonizam perfeitamente com os “dogmas” da Rolls-Royce.

As formas superlativas de um SUV de quase 5,50 metros foram mantidas na segunda geração, o que faz com que as gigantescas rodas de 23 polegadas se encaixem em perfeita proporção. O modelo permaneceu fiel a antigas regras péticas, preservando detalhes característicos, como a ampla área envidraçada, o teto elevado e as portas traseiras com abertura suicida. Na parte frontal, a clássica grade filetada preserva a história da marca, assim como a icônica estatueta lançando-se ao voo sobre o capô.

No entanto, a assinatura em LED, o novo para-choque e os faróis revelam as novas propostas da marca para o futuro. O Cullinan Series II é tradicionalista, mas também disruptivo – aliás, essa é uma das melhores definições para o SUV.

Afinal, ele entrega toda a sofisticação, o prestígio e a exclusividade de um Rolls-Royce, mas, ao mesmo tempo, é um veículo para uso em qualquer situação. É um SUV *off-road*, capaz de transpor obstáculos severos e enfrentar condições de aderência impensáveis para um sedã de luxo.

Seu conjunto mecânico conta com um motor V12 biturbo 6.75 de 850 cv e 86 kgfm de torque, combinado com uma transmissão automática de oito marchas e tração integral. Trata-se de um dos SUVs mais potentes do mercado. Tudo isso somado a um sofisticado sistema de suspensão independente, com cinco pontos de fixação para cada roda, garantindo tanto robustez quanto a maciez obrigatória em um Rolls-Royce.

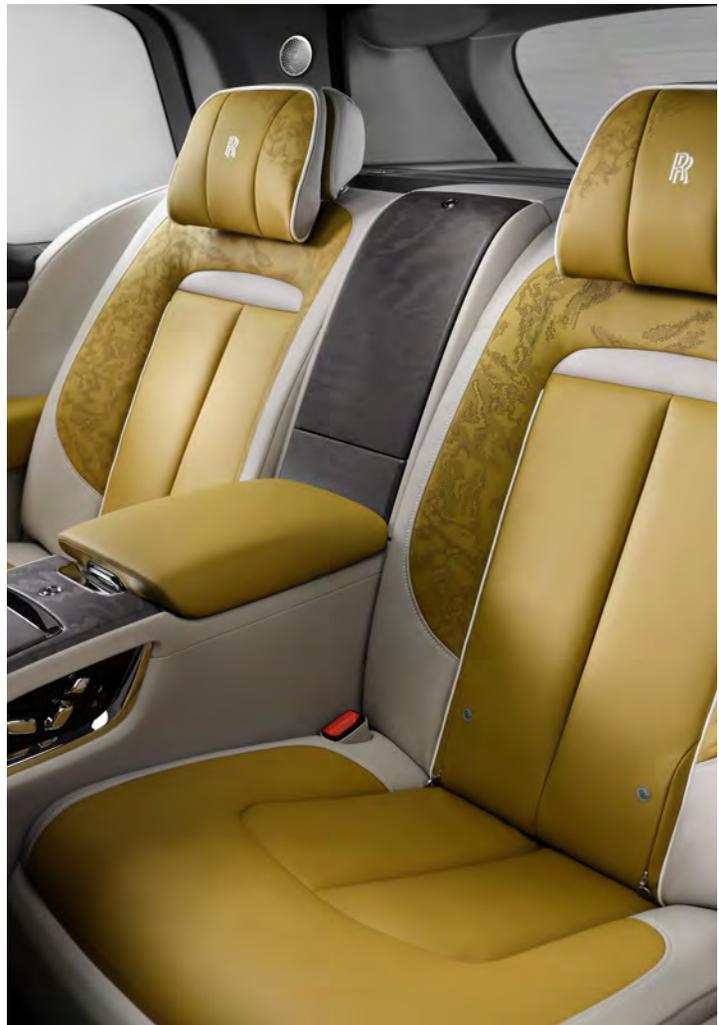


Assim, o Cullinan Series II é capaz de ser um velocista, com aceleração vigorosa, um valente *off-road* e, ao mesmo tempo, uma limusine presidencial. Mas para falar desse tema é preciso embarcar no Rolls-Royce. O SUV esbanja refinamento em seu interior.

O acabamento é impecável. Nele se utiliza couro de altíssimo padrão, além de tecidos e tapeçarias extremamente sofisticados, com um espantoso preciosismo nos detalhes. Para se ter uma ideia, todo o acabamento é costurado à mão por artesãos, utilizando 18 quilômetros de fios em cada unidade.

O couro dos bancos tem perfurações com distâncias entre 0,8 e 1,2 milímetro entre um furo e outro. São mais de 100 mil microperfurações, feitas com extrema precisão, para oferecer o máximo de conforto, refrigeração e a melhor experiência a bordo.

Além disso, é um carro que oferece um pacote de conteúdos extremamente sofisticado. Tudo o que se pode imaginar em eletrônica está disponível nesse SUV britânico: quadro de instrumentos digital, sistema multimídia, conexão com *smartphones*, carregamento por indução e climatização eletrônica individual, além de ajustes e controles na segunda fileira de bancos e itens como teto solar panorâmico, sistema especial de iluminação no teto e apliques de madeira nobre. A eletrônica avançada também se faz presente no pacote de assistentes de condução de última geração, garantindo uma direção extremamente segura e estável o tempo todo.



A segunda fileira do Cullinan Series II é uma verdadeira cabine de primeira classe e permite as mais diversas personalizações. Tudo isso para estimular seus seletos compradores a desembolsarem uma pequena fortuna: entre US\$ 443 mil e US\$ 608 mil – valores que, em uma conversão direta, correspondem a R\$ 2,5 milhões e R\$ 3,5 milhões. Sem os impostos, claro! 7



POR Fernanda Ribeiro
FOTOS Divulgação



m

EM 1957, QUANDO A RAINHA ELIZABETH II VISITOU O PALÁCIO DE VERSALHES, FOI SERVIDO A ELA UM ORGULHO DOS FRANCESES: O LOUIS XIII. UNS ANOS ANTES, EM 1951, QUANDO ASSUMIU NOVAMENTE COMO PRIMEIRO-MINISTRO BRITÂNICO, WINSTON CHURCHILL CELEBROU O FEITO COM UMA GARRAFA DESSE MAJESTOSO CONHAQUE QUE TEM NOME E HISTÓRIA DE REI.

Cognac Louis XIII

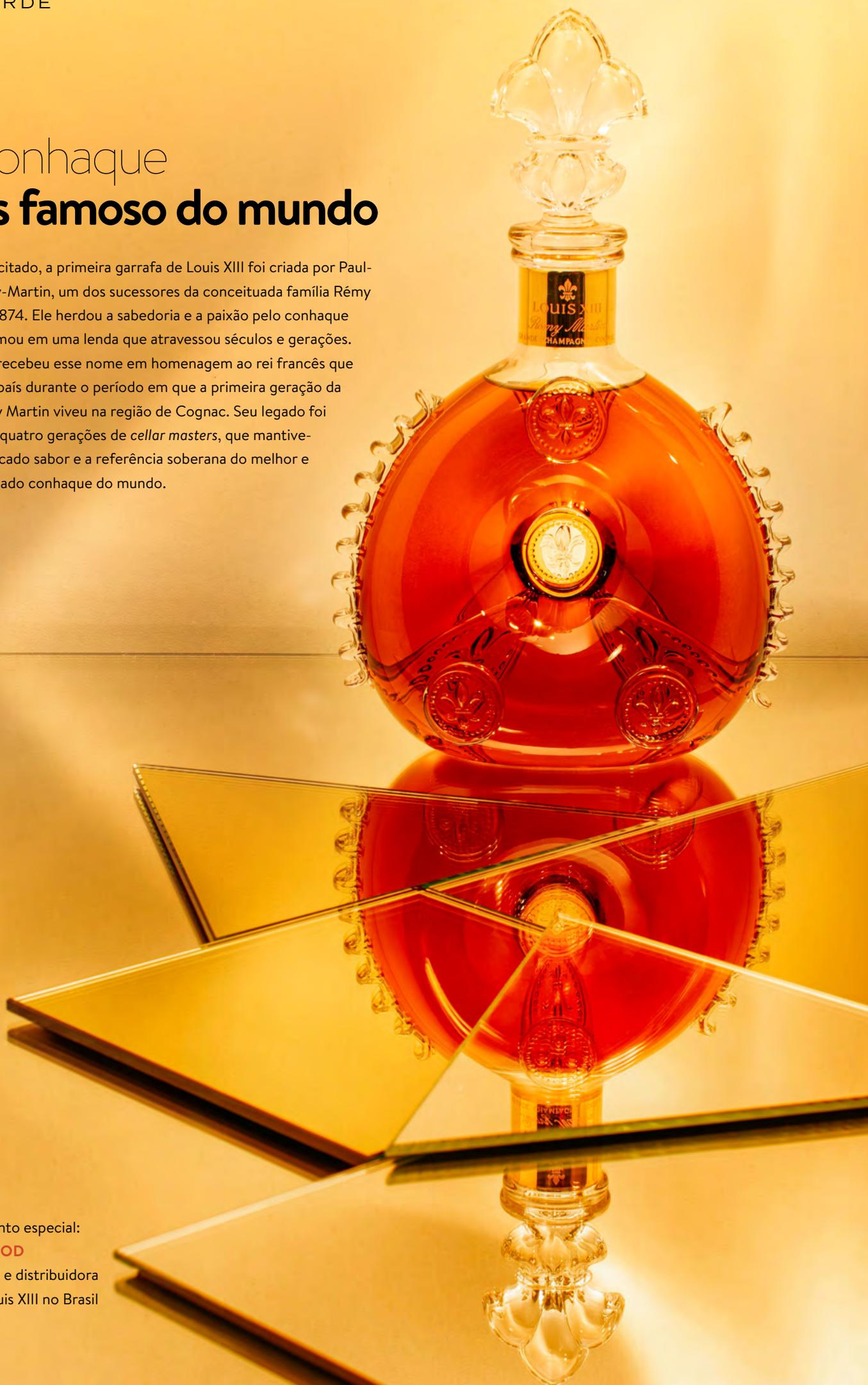
majestoso

Diz a lenda que a primeira garrafa do Louis XIII foi adquirida por Paul-Émile Rémy Martin I em 1874, de um camponês que a encontrou durante a guerra de Jarnac (França), em 1569. O “jarro” icônico é uma verdadeira obra de arte que foi reproduzida na sequência. Hoje são necessários 21 artesãos para produzi-la. Cada garrafa, de cristal Baccarat, é manualmente assoprada, numerada, elegantemente decorada e vedada com uma flor de lis, figura associada à monarquia francesa. Por fim, o pescoço da garrafa é decorado com um gargalo de ouro de 24 quilates, que coroa e exalta a grandeza de Louis XIII. A garrafa vem em uma caixa, também exclusiva, carinhosamente chamada de cofre.

Mas antes de chegarmos a essa jóia engarrafada é preciso fazer uma viagem no tempo e chegar a 1724, quando a marca foi fundada na cidade de Cognac, na região de Charente, no Sudoeste da França. Na época, a empresa era conhecida como Rémy Martin & Co., e já demonstrava sua vocação para a produção de conhaques de alta qualidade. Seu fundador, o jovem empreendedor chamado Rémy Martin, tinha apenas 20 anos na época. Ele era filho de um produtor de vinho da região de Cognac e decidiu seguir os passos de seu pai, dedicando-se à produção e comercialização do *eaux-de-vie* (águas de vida, em português), um destilado de uva usado para formar o *blend* ou mistura dos conhaques. Com sua visão empreendedora e habilidades de destilação, Rémy Martin conseguiu criar uma marca de renome internacional, que se mantém até os dias de hoje.

O conhaque mais famoso do mundo

Como já foi citado, a primeira garrafa de Louis XIII foi criada por Paul-Émile Rémy-Martin, um dos sucessores da conceituada família Rémy Martin, em 1874. Ele herdou a sabedoria e a paixão pelo conhaque e o transformou em uma lenda que atravessou séculos e gerações. O Louis XIII recebeu esse nome em homenagem ao rei francês que governou o país durante o período em que a primeira geração da família Rémy Martin viveu na região de Cognac. Seu legado foi passado por quatro gerações de *cellar masters*, que mantiveram o sofisticado sabor e a referência soberana do melhor e mais prestigiado conhaque do mundo.



Agradecimento especial:

INTERFOOD

Importadora e distribuidora exclusiva Louis XIII no Brasil

Seu processo de envelhecimento varia de 40 a 100 anos, o que garante o sabor e a complexidade do produto. Para manter os padrões de perfeição da Maison Rémy Martin, os destiladores do Louis XIII são mestres na busca da preservação do poderoso aroma das uvas. No início de cada ano, cerca de mil amostras são apresentadas ao controle de degustação. Dessas, 12 são aprovadas, o que reitera ainda mais a preocupação em mantê-lo no mais alto nível de requinte.

Hoje a Rémy Martin é conhecida por sua linha de conhaques *premium*, que são considerados verdadeiras obras de arte no mundo dos destilados. A marca tem diversos produtos icônicos, cada um com suas características únicas e sabores distintos, sendo o Louis XIII o mais famoso.



Ficha técnica do Louis XIII

País: França

Região: Cognac, Grande Champagne

Produtor: Rémy Martin

Tipo conhaque: um excepcional *blend* de 1.200 *eaux-de-vie*, que significa “água da vida” – destilados envelhecidos de vinho branco que quando mesclados dão origem ao conhaque.

Teor alcoólico: 40%

Temperatura de serviço: entre 15 °C e 18 °C

Conteúdo: 700 ml

Amadurecimento: envelhecidas de 40 a 100 anos

Elaboração: as 1.200 *eaux-de-vie* que compõem o Cognac Louis XIII são destiladas duas vezes, sempre em contato com as borras das uvas, e somente o coração (melhor parte da destilação) é utilizado. Os jovens destilados irão envelhecer por até 100 anos em barricas do tipo *tierçon* (barris muito raros e antigos, com centenas de anos de idade) e somente depois, talvez, farão parte da composição. De cada 1.000 *eaux-de-vie*, envelhecidas e avaliadas pelo *cellar master*, somente 12 são escolhidas para o especial destino.

Curiosidades

O nome é uma homenagem ao rei francês Louis XIII, que foi o primeiro monarca a reconhecer o conhaque como categoria própria.

Cada garrafa do conhaque Louis XIII é numerada e registrada.

O Louis XIII pode ser tomado como aperitivo ou digestivo, antes ou depois das refeições.





O Cognac Louis XIII é muito apreciado acompanhando charutos, e pode ser combinado com frutas secas, patês de caça, *foie gras* trufado, *tarte tatin*, chocolate amargo...

Consolidada no mercado de bebidas de luxo, a Remy Martin hoje pertence ao grupo Rémy Cointreau. De acordo com a lei francesa, para receber a denominação Cognac V.S.O.P. (*Very Superior Old Pale*), o *brandy* deve ser produzido na região francesa de Cognac, a partir de vinhos de variedades específicas de uvas (98% dos conhaques utilizam a uva uni blanc), ser duplamente destilado com uma graduação alcoólica máxima de 72% ABV e envelhecido por no mínimo quatro anos em barris de carvalho francês.



O Cognac Remy Martin V.S.O.P é também considerado um *fine champagne*. Isso significa que as aguardentes vínicas que o compõem são provenientes apenas de vinhos dos *terroirs* Grand Champagne e Petite Champagne, os mais prestigiados crus da região de Cognac. São combinadas mais de mil *eaux-de-vie* diferentes para a composição desse *blend*, as quais passam entre quatro e quinze anos em barris de carvalho francês.

Economia *prate*

AO COMPLETAR 50 ANOS, COM CABELOS PRATEADOS, PASSO A FAZER PARTE DE UMA FAIXA ETÁRIA QUE ATRAI CRESCENTE ATENÇÃO DAS MARCAS. A ECONOMIA VOLTADA A BENS E SERVIÇOS PARA PESSOAS ACIMA DE 50 ANOS DESPONTA COMO UM DOS SEGMENTOS DE MERCADO MAIS PROMISSORES NO BRASIL. EM UM PAÍS QUE ENVELHECE RAPIDAMENTE, A POPULAÇÃO MADURA É ESTIMADA, PELO IBGE, EM MAIS DE 37 MILHÕES DE PESSOAS.

O relatório “A Nova Economia da Longevidade”, do MIT, estima que o mercado global da economia prateada movimentará cerca de oito trilhões de dólares, com previsão de crescimento anual de 5%.

ada

De acordo com o Banco Mundial, a população brasileira com mais de 65 anos deve dobrar até 2045, chegando a 23% do total. Além disso, dados da Fundação Getúlio Vargas (FGV) apontam que pessoas acima dessa idade compõem 17% da faixa dos 5% mais ricos do Brasil. Uma pesquisa do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) revela que 41% desse público gastam mais com objetos de desejo do que com itens essenciais, e 66% priorizam “aproveitar a vida”. Esse crescimento demográfico e econômico exige que as marcas compreendam profundamente os desejos e comportamentos dessa população, cada vez mais ativa, conectada digitalmente e economicamente relevante.

Esterreótipos e etarismo

Se eu pedir para você descrever uma pessoa com mais de 60 anos, provavelmente você cairá em um estereótipo equivocado. Segundo a consultoria estratégica Eixo, a imagem da população madura está desatualizada em nosso imaginário, principalmente quando olhamos para como as marcas se relacionam ou não com esse grupo. No geral, pensamos em pessoas com pouca autonomia e pouco desejo, que dependem de parentes e mais jovens para estar atualizadas sobre o mundo e, com isso, fazer suas escolhas de consumo.

A pesquisa realizada pela Eixo alerta também sobre o etarismo, preconceito em relação às pessoas maduras – os idosos, em vez de respeitados como sábios, passam a ser desvalorizados, sob uma ótica distorcida de baixa produtividade. E afirma que envelhecer, para o homem, não é o mesmo que para a mulher (o grisalho galanteador *versus* a coroa escanteada). Socialmente, espera-se que a mulher drible o envelhecimento e siga uma vida dedicada ao cuidado.

Na prática, o consumidor prateado é conectado e receptivo às inovações. A conectividade abriu novos canais de diálogo entre marcas e esse público, possibilitando vendas diretas e experiências digitais.

As prioridades de consumo desse grupo incluem saúde, bem-estar e lazer. Ele investe em produtos e serviços que garantam qualidade de vida, como suplementos, academias, viagens e experiências culturais. Mas quatro em cada dez consumidores brasileiros acima de 55 anos ainda sentem falta de produtos e serviços voltados para eles (pesquisa Eixo).

O dinheiro prateado

A importância desse mercado já influencia as estratégias de grandes marcas e pequenos negócios. O setor de beleza, por exemplo, lança linhas de cosméticos para peles maduras, com formulações adaptadas e comunicações que valorizam uma estética adequada. Empresas de tecnologia incluem funcionalidades de acessibilidade em dispositivos, como assistentes pessoais e comandos de voz, promovendo maior segurança digital para esse público.

Serviços inovadores, como aplicativos de monitoramento de saúde, programas de assinatura para alimentação saudável e turismo intergeracional, mostram como as empresas podem se conectar de maneira relevante com consumidores maduros. Segundo o Sebrae, empresas que desenvolvem serviços para esse público ganham vantagem competitiva.

O relatório “A Nova Economia da Longevidade”, do MIT, estima que o mercado global da economia prateada movimentará cerca de oito trilhões de dólares, com previsão de crescimento anual de 5%. No Brasil, os desafios incluem adaptações no mercado de trabalho para incluir pessoas dessa faixa etária, além de produtos e ambientes acessíveis que respeitem o potencial da longevidade.

O futuro do consumo prateado estará em marcas que promovam saúde, sociabilidade e um propósito claro. A ausência de imagens nesta matéria é intencional: uma provocação para que você reavalie como pessoas 50+ devem ser representadas. 7

“Tenho muito prazer em associar os negócios com a minha paixão, que é o carro.”



POR Mariana Peixoto
FOTOS Divulgação

Luis Fernando Porto

apaixonado

por

carros

QUANDO COMPLETOU 18 ANOS, LUIS FERNANDO PORTO MUDOU-SE PARA BELO HORIZONTE. NASCIDO EM PATOS DE MINAS, NO TRIÂNGULO MINEIRO, CHEGOU À CAPITAL PARA ESTUDAR ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS NA UNIVERSIDADE FUMEC. TINHA UM FIAT 147 E VIVIA NUMA REPÚBLICA NO CENTRO DE BH. AOS 21, ANTES MESMO DE SE FORMAR, MONTOU SUA PRIMEIRA EMPRESA, E TRINTA E DOIS ANOS MAIS TARDE, ELE É VICE-PRESIDENTE DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO E ACIONISTA DE REFERÊNCIA DA LOCALIZA, A EMPRESA DE LOCAÇÃO DE CAPITAL ABERTO MAIS VALIOSA DO MUNDO E A MAIOR DA AMÉRICA LATINA EM TODOS OS RANKINGS.

Esse patamar foi alcançado após a fusão da Localiza e da Unidas, concluída em julho de 2022. “Tenho muito prazer em associar os negócios com a minha paixão, que é o carro”, afirma Luis Fernando, de 53 anos. O negócio e a paixão vêm de família. Seu pai, Arlindo Porto, antes de abraçar a trajetória pública – foi prefeito de Patos, vice-governador de Minas (na segunda gestão de Hélio Garcia), ministro da Agricultura (no primeiro governo de Fernando Henrique Cardoso) e senador – tinha uma concessionária Fiat na cidade. “Fui criado dentro do negócio”, conta ele.

Com uma frota pequena, Luis Fernando abriu, em 1993, a Locarvel. Dois anos mais tarde fundou, com outros sócios, uma revenda de carros multimarcas. Os negócios foram diversificando rapidamente: CarnaBelô, fazenda de café, oficina de lanternagem, empresa de vigilância eletrônica. “Isso aconteceu até 1999. Nessa época, resolvemos focar só em dois negócios: a locadora, de que eu tomava conta, e as lojas de carro, que o Sérgio (Augusto de Resende, conselheiro da Localiza) administrava. Foi a partir daí que começamos uma expansão nacional”, continua Luis Fernando.

EXPANSÃO NACIONAL

Presente em diversos estados, a Locarvel, a partir de 2008, passou a ser chamada Localiza. O negócio foi crescendo com abertura de capital. Em 2016, houve a primeira fusão, com a paranaense Ricci Locadora. Àquela altura o grupo se tornou a maior locadora do Brasil em gestão de frotas. Uma nova fusão, agora com a Unidas, colocou-o como a segunda maior locadora do país.

Já em 2020 foi anunciada a fusão Localiza/Unidas, que o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) levou dois anos para aprovar. Hoje, com uma frota de mais de 600 mil carros, a Localiza está com mil lojas em 450 cidades do Brasil, tem franquias em seis países da América Latina e, desde o final de 2023, conta com operação própria no México.

A despeito da internacionalização e da presença massiva no território nacional, Luis Fernando afirma que existe muito mercado a ser explorado no Brasil. “É um país muito grande, de difícil logística e com uma malha aérea pequena. Então a gente ainda tem um foco muito grande na expansão e consolidação do mercado brasileiro.”

“Estamos sempre criando facilidades para melhorar a experiência do cliente.”

Além disso, o empresário comenta, o mercado de mobilidade se desenvolveu muito de uma década para cá. “Quando comecei, 30 e poucos anos atrás, tinha muita gente que nem sabia que havia jeito de alugar carro. Especialmente nos últimos 10 anos foram desenvolvidos vários produtos, aliados à tecnologia, para facilitar a retirada e a devolução do carro. Também temos produtos de locação para pessoa física e jurídica.”

Em 2020, durante a pandemia, foi lançado o Localiza Meo, programa de aluguel de carro. “Ele permite que a pessoa tenha um carro por um longo período com custos iguais, ou menores, do que ter a posse do veículo. A lógica é você ter um carro sem precisar comprá-lo e com todos os serviços agregados. Ou seja, não precisa pagar manutenção nem IPVA, que estão incluídos no preço. E ainda sabe seu custo mensal, porque ele tem parcela fixa. É um mercado que está se desenvolvendo rapidamente no Brasil, como acontecia em alguns países da Europa e nos Estados Unidos.”

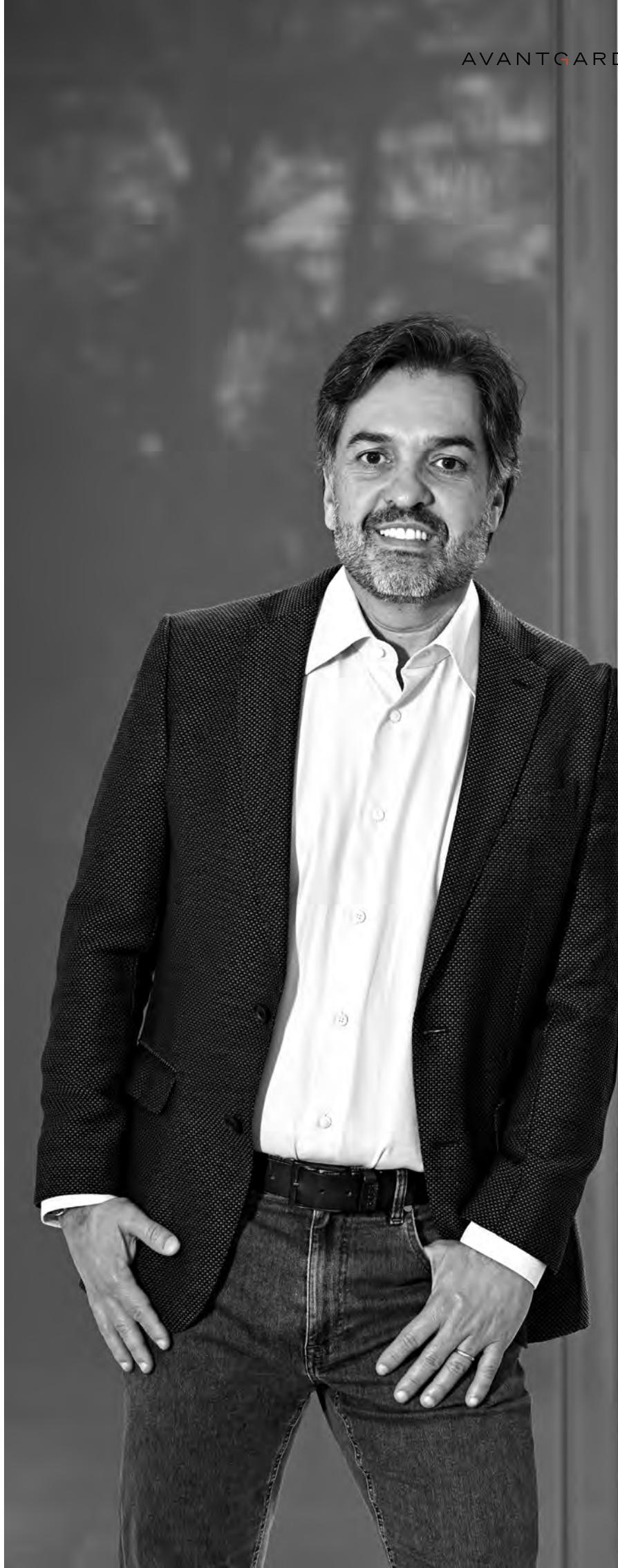
De acordo com ele, a tecnologia sempre foi um ativo muito importante na trajetória da Localiza. “Com ela, estamos sempre criando facilidades para melhorar a experiência do cliente”. Um exemplo recente, diz Luis Fernando, foi a abertura de uma loja da empresa no Aeroporto Internacional de Belo Horizonte, em Confins. “O cliente já pega ou entrega o carro no estacionamento, sem necessidade de pegar uma van (como era até então).”

Paralelamente, Luis Fernando é também sócio de concessionárias de caminhão e de carros de luxo com 20 lojas em cinco estados. “O que quero é perpetuar todos os negócios e ver a Localiza conquistando mais mercados e clientes como empresa de vanguarda que é.”

FILANTROPIA

Desde que migrou para o conselho da empresa ele passou a dedicar uma parte ainda maior de seu tempo para a filantropia. Atua ativamente no conselho de três instituições: Instituto Mano Down, que promove a autonomia e inclusão de pessoas com síndrome de Down; Sistema Divina Providência, que abrange 17 obras assistenciais, atendendo anualmente 165 mil pessoas em situação de vulnerabilidade social (atualmente ele preside o conselho de administração); e Movimento Bem Maior, organização social com atuação nacional que reúne investidores, outras organizações e uma rede de parceiros. Também ajuda financeiramente mais de 30 instituições do gênero.

“Quero fazer dos institutos e ONGs um negócio tão grande e representativo quanto são meus negócios (de mobilidade). O que sei é administrar, então o que faço é, a custo zero, melhorar a governança dessas instituições. Minha ambição é, hoje, construir e ajudar”, finaliza Luis Fernando. 7



Os Menottis

Sobrenome:

Silva

POR Mariana Peixoto
FOTOS Rafael Strabelli e Divulgação

O SOBRENOME É O BRASILEIRÍSSIMO SILVA. ELES JÁ MORARAM EM VÁRIOS LUGARES DO PAÍS, INCLUSIVE EM CALIFÓRNIA. NÃO A DOS ESTADOS UNIDOS, MAS UM RINCÃO PARANAENSE DE NÃO MAIS DO QUE NOVE MIL HABITANTES. FOI JUSTAMENTE ALI QUE NASCEU FABIANO. MAS FOI SEU IRMÃO CAÇULA, QUE VEIO AO MUNDO EM ITAPIRA, INTERIOR DE SÃO PAULO, QUE ACABOU NOMEANDO UMA DAS MAIS CELEBRADAS DUPLAS SERTANEJAS DO BRASIL.





#OS MENOTTI

Antonio José da Silva, o Toninho do Ouro, como era conhecido o administrador de garimpos que rodou o país com sua família, resolveu homenagear o amigo Menotti no nascimento de seu terceiro filho: César Menotti, nome composto. Nesse ir e vir pelo Brasil, os Silva – seu Antonio, dona Elsi e os filhos, Fábio, Fabiano e César Menotti – acabaram chegando a Minas Gerais.

Moraram em Ponte Nova, depois em Contagem e, mais tarde, chegaram a Belo Horizonte, onde a família se estabeleceu. Com o dinheiro curto, os filhos sempre trabalharam. A carreira artística, estimulada pelo pai, era um sonho. Primeiramente como trio e depois como dupla, assim que Fábio, o primogênito, desistiu de cantar.

As coisas começaram a mudar no início da década de 2000. As noites de terça-feira no Observatório, casa noturna em Nova Lima, eram de César Menotti e Fabiano. O público, majoritariamente universitário. Não demorou para que eles estreassem em disco (em 2004) e despontassem como pioneiros do chamado sertanejo universitário. Neste ano, seguem comemorando as duas décadas de carreira na turnê “XX Anos Intensidade”.

Parte dessa história é contada por César, 43 anos, e Fabiano, 47, que o Brasil inteiro conhece como Os Menotti, na entrevista a seguir.

Vocês estão entre os artistas que estabeleceram o segmento sertanejo universitário no Brasil, duas décadas atrás. De lá pra cá, a música sertaneja ficou mais pop. De que maneira as mudanças os afetaram?

César – Nós sempre gostamos de inovar o repertório e explorar as sonoridades. Já misturamos diversos ritmos, temos projeto com pop e rock, ou seja, isso faz parte do nosso trabalho. Acredito que tem espaço para cada um no mercado. O importante é agradar o público com a nossa identidade, que ele conhece de verdade.

Ainda que vocês tenham canções autorais, boa parte do repertório de sucessos é de outros compositores. Por quê?

Fabiano – O trabalho como compositor exige dedicação, tempo, atenção e criatividade. Nem sempre conseguimos tirar esse tempo, então contamos com parceiros talentosíssimos que escrevem as lindas canções que cantamos.

Qual foi o momento que definiu a carreira de vocês, o divisor de águas?

Fabiano – O Observatório (casa noturna no Vila da Serra, em Nova Lima) foi muito importante para nós, porque foi ali que ficamos conhecidos como uma dupla de um ritmo “novo”, que foi o universitário. A nossa agenda cresceu muito, foi um passo importante para que tudo acontecesse dali para a frente.

Por falar na casa noturna, em 2023 vocês voltaram para o projeto “Os Menotti no Observatório”. Como foi?

César – Olhar para trás é gostoso demais. Quando gravamos, um filme passou pela nossa cabeça. Revivemos aquelas noites de terça-feira em que tocávamos para os universitários (no início da década de 2000).

A entrada das mulheres no sertanejo mudou o público de vocês?

Fabiano – Mudou para melhor, com certeza. A música tem que ser um espaço de todos e temos a honra de compartilhar o palco com muitas artistas.





Quais são os novos nomes do sertanejo que vocês acham que estão fazendo algo de original?

Fabiano – Tem muitos talentos incríveis surgindo e ganhando espaço no mercado, mas escolhemos a Ana Castela, uma menina que surpreende sempre, uma estrela.

“É aqui eu que amo, é aqui que eu quero ficar” são versos que todo belo-horizontino conhece. Por que não há lugar melhor do que BH?

César – BH se tornou a nossa casa, é uma cidade que nos proporciona tudo de que precisamos. Acho que não me acostumaria em outro lugar.

Vocês são mineiros por adoção. Que influência Minas Gerais tem na música de vocês?

César – Com certeza teve bastante influência, nossa carreira foi iniciada no estado. Os palcos de Minas Gerais nos ensinaram muito sobre cantar, tocar, sentir o público.

Quais as maiores dificuldades e prazeres de trabalhar em família?

Fabiano – É a mesma pessoa ali no trabalho, nos eventos de família, nas visitas em casa. A minha convivência com o meu irmão é uma bênção, graças a Deus somos muito unidos e nos damos bem.

Vocês têm uma vida discreta. O que gostam de fazer em BH quando estão de folga?

César – Quando não estamos cantando estamos com a família, trabalhando na fazenda ou em outros negócios, produzindo. Mas priorizamos sempre a qualidade de vida com nossas esposas e filhos.

Não fosse seu Antonio, o pai de vocês, não haveria uma carreira musical?

César – Seu Antonio foi nosso grande incentivador, de tudo nesta vida. Não tem como falar como as coisas aconteceriam, mas não conseguimos imaginar aquela época sem nosso pai.

Vocês foram criados com dinheiro do garimpo. Que lembranças mais importantes trazem desse período da vida?

César – Éramos tão jovens, foi um período divertido para a gente, aquelas aventuras de fazer acampamento, balsa no rio. Foi muito gostoso para nós.



Fabiano, você é também pecuarista. Como conciliar as duas carreiras?

Fabiano – Quando não estou cantando, estou cuidando da fazenda. O gado, a plantação e trabalhar com as atividades rurais me deixam muito contente e orgulhoso. Assim que pude, que tive condição, decidi fazer aos poucos uma fazenda. É uma paixão.

Já você, César, é um apaixonado por carros. Como essa história começou?

César – Com um Voyage 1989, meu primeiro carro. Era apaixonado por ele. O Fabiano me ajudou a comprar, deu o celular dele como entrada e a gente foi pagando parcelas de R\$ 200 por semana. Como garantia, meu irmão ainda deixou o carro dele na casa do antigo dono até eu terminar o pagamento. Sou muito grato por isso. Hoje tenho alguns carros de coleção, RAM, elétricos.

Soube que você não comprou uma Ferrari, ainda no início da carreira, porque seu pai não deixou. Os carros de luxo ainda são um sonho?

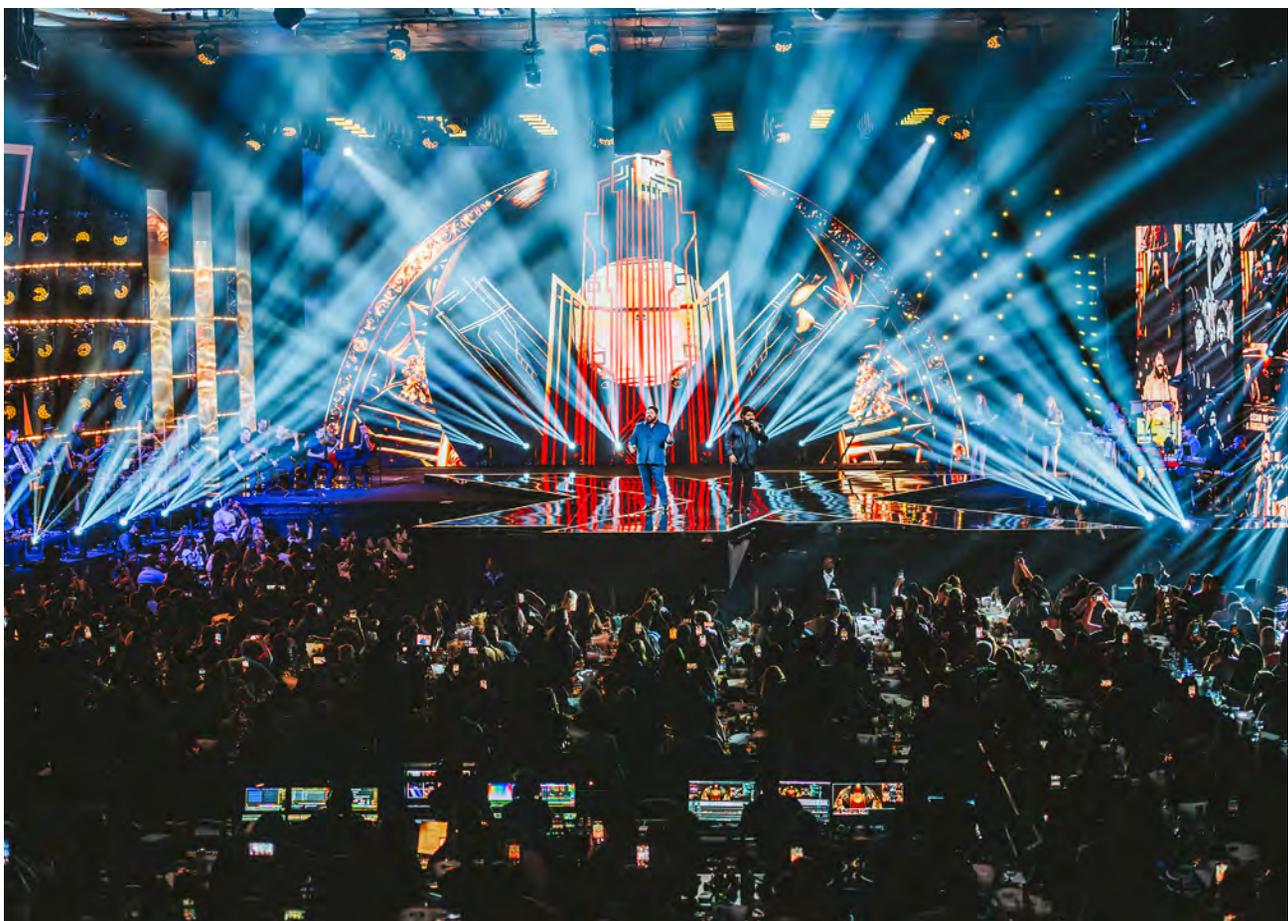
César – Aquele dia foi um grande aprendizado, viu? Felizmente eu compreendi o que o meu pai quis me ensinar naquele momento, e com o tempo amadureci minhas vontades. Gosto bastante de carros clássicos e de algumas novidades do mercado.

Quais as lembranças que vocês têm de quando eram vendedores do Portal Auto Shopping?

Fabiano – Guardamos essa experiência em nosso coração, com muito carinho. Foi ali que conciliamos a música com a vida profissional, e as coisas foram acontecendo, as pessoas incentivando nosso sonho. Ali também tivemos oportunidade de nos desenvolver e aprender.

Fabiano, daqui a pouco será a vez da Julia, sua filha, que recentemente gravou com você “Nuvem de Lágrimas”. Como ela começou a cantar?

Fabiano – A Jju é apaixonada por música, bem pequena ela já demonstrava o interesse por sons e ritmos. Eu tento ensiná-la a cantar músicas boas, curtindo o momento sem nenhum tipo de pressão. É como um *hobby* para ela, ainda criança. Ou seja, tem muito tempo ainda pela frente até decidir ter uma carreira... ▢





SUA CASA CONECTADA

PROJETO: FLÁVIA ROSCOE

A HIFICLUB, COM MAIS DE 25 ANOS DE EXPERTISE, É A SUA PARCEIRA IDEAL PARA **SOLUÇÕES EM AUTOMAÇÃO, REDE ESTRUTURADA, SEGURANÇA, SONORIZAÇÃO, PAINEL DE LED E HOME CINEMA.**

TRANSFORME SEUS AMBIENTES COM TECNOLOGIA DE PONTA E SOFISTICAÇÃO.



📍 hificlubbrasil
🌐 www.hificlub.com.br
📍 R. Padre José de Menezes 11
Luxemburgo - BH - MG

📧 vendas@hificlub.com.br
☎️ BH - 31 2555 1223
BH - 31 99590 4324
EMPRESA DO GRUPO FOCO BH

25
ANOS



UM FLERTE COM O JAPONISMO PARA CRIAR
UM CENÁRIO EM QUE O SMOKING ANUNCIA A
CHEGADA DO NOVO TERNO. AS CALÇAS TÊM BOCA
AMPLA, TRAZENDO DE VOLTA UM CLIMA 70'S.

Como
•
Saint
Laurent

POR Natália Dornellas
FOTOGRAFIA Guto Carneiro
STYLIST Pamela Fogaça
BELEZA Carol Almeida
MODELOS Isabela Eing e Maicon Arenhardt



Smoking Saint Laurent



Smoking Saint Laurent



Casaco Vitor Verbinato,
cinto Bottega Veneta





Ele: *smoking* Dolce & Gabanna, gravata Gucci
Ela: *smoking*, camisa e gravata Saint Laurent





Look total Dolce & Gabanna,
colares Ju Gastin, cinto Saint Laurent

POR Ana Helena Miranda
FOTOS Jomar Bragança

arte que transforma

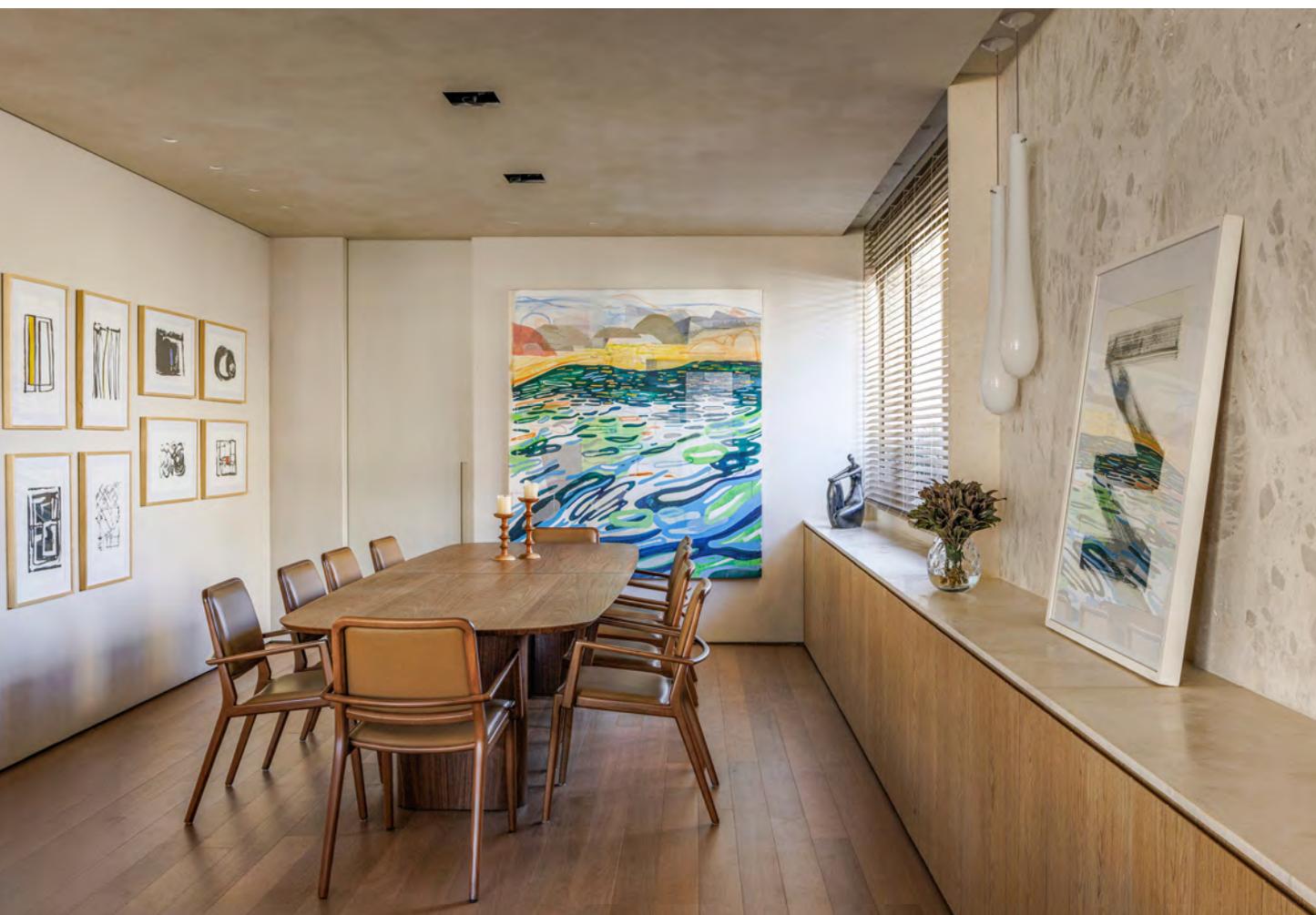


COM 350 M², ESSE APARTAMENTO NO BAIRRO DE LOURDES, EM BELO HORIZONTE, COM VISTA PARA O MINAS TÊNIS CLUBE E O EDIFÍCIO NIEMEYER, DESTACA-SE PELA CÛRADORIA IMPECÁVEL DE ARTE E *DESIGN*.



“A ciência descreve as coisas como são; a arte, como são sentidas, como se sente que são”, já dizia Fernando Pessoa. O projeto do apartamento Beta, assinado pelo escritório Arca Arquitetos, capitaneado por Rafaela Mertens, Silvana Mertens e Eduarda Rennó, mistura o tangível e o intangível por meio de soluções arquitetônicas inteligentes e obras de arte capazes de despertar os mais diversos sentidos.

O grande desafio encontrado pelo escritório foram os dois pilares estruturais no centro do *living*, composto por estar, TV, jantar e varanda. “Optamos por transformá-los, portanto, em protagonistas, integrando-os a um bar com vegetação exuberante, que funciona como um pequeno oásis no coração do apartamento”, explica a arquiteta Rafaela Mertens. Para trazer a luz natural para o *living*, totalmente integrado, foram retiradas as divisórias de vidro bronze da varanda. O piso de madeira tauari traz acolhimento ao ambiente, enquanto móveis que têm a ergonomia e estética como prioridades garantem o conforto de quem usufrui do espaço. A privacidade da sala de TV é garantida por um painel de madeira que pode ser escondido durante o dia a dia e aparecer somente quando necessário.

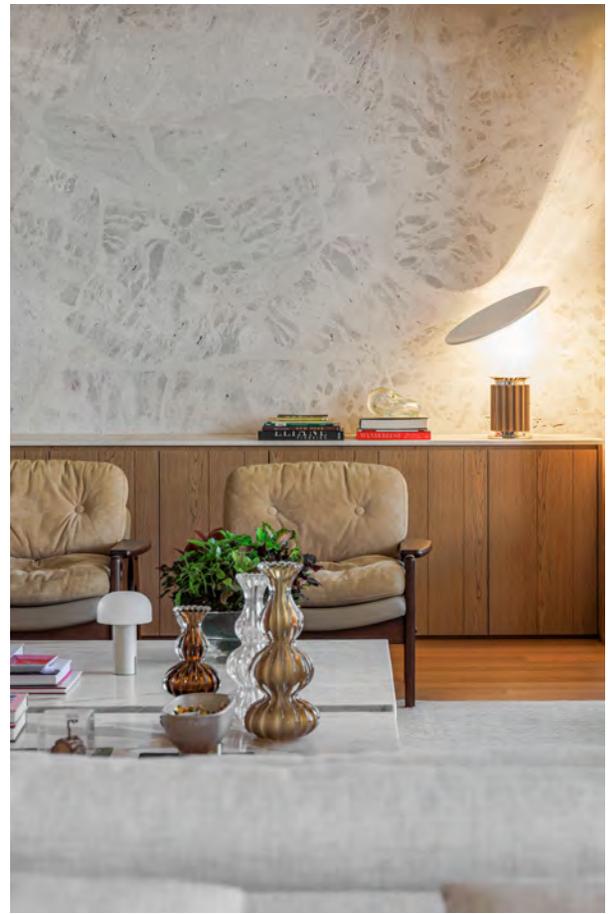




No quesito intangível, os sentimentos são despertados por meio de uma curadoria exímia de obras de arte. “A seleção das obras foi um capítulo à parte, no qual participamos da cuidadosa curadoria para harmonizar os ambientes com artistas renomados. Com ajuda de galeristas, selecionamos obras de Sérgio Lucena, Amílcar de Castro, Edgar Racy, Leonora Weissmann e Lucas Dupin, que dialogam perfeitamente e trazem cores e texturas ao espaço, transformando-o em uma galeria viva e elevando a experiência de morar”, explica Rafaela.

O resultado é um projeto que trabalha o racional e o sentimento de maneira contínua e nos faz perceber como a arquitetura nada mais é do que uma arte que nos faz profundamente humanos. ▮





Um burco

POR Fernanda Ribeiro
FOTOS Divulgação/ Reprodução

Um giro pelo melhor do mundo

O maior prédio do mundo

No final do ano passado a construtora New Murabba informou que já começou a ser erguido o maior prédio do mundo, em Riad, na Arábia Saudita. Com um formato cúbico, o Mukaab não será o prédio mais alto — título que permanece com o Burj Khalifa, de Dubai, com 828 metros. No entanto, seus 400 metros de altura, largura e profundidade garantem a maior área de base (aproximadamente dois milhões de metros quadrados) e o maior espaço interior do mundo (64 milhões de metros cúbicos de volume), que vai abrigar uma verdadeira minicidade: mais de 100 mil apartamentos residenciais, nove mil quartos de hotel, cerca de 930 mil metros quadrados de lojas e 1,4 milhão de metros quadrados de escritórios, atrações turísticas, áreas de lazer e centros culturais.



Via Montenapoleone: cara e exclusiva

Não é em Nova York, Londres ou Paris. A rua de compras mais cara do mundo é a Via Montenapoleone, de Milão. Divulgada pela empresa americana de consultoria imobiliária Cushman & Wakefield, a lista analisou 138 ruas comerciais no mundo e elencou as 49 com o aluguel mais caro.

Pela primeira vez a via italiana foi contemplada. Os lojistas chegam a pagar 20 mil euros por metro quadrado anualmente, um aumento de 11% em relação a 2023, segundo o ranking. Por lá é possível encontrar grifes de luxo como Hermès, Gucci, Fendi, Dolce & Gabbana e Valentino.





A volta por cima da Universal Genève

Há 30 anos a Universal Genève, uma das marcas mais respeitadas da relojoaria suíça, encerrava suas atividades, para a tristeza dos amantes da precisão e do bom gosto. Agora, sob o comando de Georges Kern, CEO da Breitling, e com o suporte do fundo Partners Group, a marca promete recuperar sua posição entre gigantes como Rolex e Patek Philippe. Fundada em 1894 e conquistando uma reputação invejável ao longo do século 20, sendo responsável por inovações como o primeiro cronógrafo, em 1919, a Universal Genève parou suas atividades depois que foi vendida e caiu no ostracismo. O relançamento começa com o Polerouter, um modelo desenhado por Gérald Genta em 1954 para os pilotos da Scandinavian Airlines System (SAS). Apenas três peças foram produzidas inicialmente: uma de aço, uma de ouro rosa e uma de ouro branco, esta última com uma pulseira artesanal de Laurent Jolliet que será leiloada pela Phillips.



Cheiro de rock

Você sabia que o *rock'n'roll* tem um cheiro? É o que dizem os Rolling Stones ao lançar o RS N° 9, o primeiro perfume da banda britânica, em parceria com a Nirvana Brands e a Bravado da Universal Music Group e, segundo eles, “a fragrância perfeita para aqueles que se atrevem a ser diferentes”. Os frascos trazem o icônico logotipo da língua e dos lábios e o perfume tem “notas de bergamota, couro, almíscar elétrico, patchuli e oud com um toque selvagem de *bourbon*”. A inspiração, de acordo com nota da assessoria, veio do espírito do Soho londrino de 1962 – ano em que a banda fez seu primeiro show. O RS N° 9 chega em uma produção limitada com apenas 999 frascos numerados, cada um custando 99,99 dólares. Disponível em lojas exclusivas em Londres, Tóquio e *online*.



Armani Ristorante

Nova York acaba de ficar mais deliciosa e, por que não, charmosa, com a abertura do novo Armani Ristorante, de Giorgio Armani. Localizado na esquina da Madison Avenue com a 65th Street, o restaurante reflete a essência do estilista, transitando entre o clássico e o moderno. Comandado pelo chef executivo Antonio D'Angelo, oferece pratos italianos contemporâneos com toques de ousadia. Entre as recomendações da casa destaca-se o *cannelloni di genovese*, um prato especial para D'Angelo. Para a sobremesa, o menu oferece opções como o suflê de limão ou um bolo de café com mascarpone, refletindo a paixão do chef por combinar experimentação e tradição.

POR Elvira Santos
IMAGENS Arquivo

Otorrinolaringologia
com dr. Dr. Alexandre Rattes

Bons sonhos

NADA COMO UM DIA APÓS O OUTRO – COM UMA BELA NOITE NO MEIO. POR “BELA”, ENTENDA-SE: UM BOM PERÍODO DE DESCANSO PARA O CORPO E A MENTE, EM QUE SE PODE DESFRUTAR DO SONO DOS JUSTOS, ARREMATADO, COMO DIZIA O CLÁSSICO RECLAME, POR UM ALEGRE DESPERTAR. É NESSE TEMPO QUE O ORGANISMO RECUPERA ENERGIA E PASSA POR PROCESSOS VITAIS COMO A REGULAÇÃO HORMONAL, O FORTALECIMENTO DO SISTEMA IMUNOLÓGICO E A CONSOLIDAÇÃO DA MEMÓRIA.

A suspensão, interrupção ou inibição dos processos do sono têm consequências negativas na saúde como um todo. Não se trata de quanto se dorme, mas de como. “Quem quiser viver mais tem que dormir melhor”, ensina o otorrinolaringologista Alexandre Rattes, com seus mais de 30 anos de experiência no assunto.

O ronco, além de concorrer para a má qualidade do sono alheio, é um sintoma de problemas respiratórios. Literalmente, ele é um sinal sonoro de que a passagem de ar está total ou parcialmente bloqueada, o que provoca vibrações que causam o(s) ruído(s) característico(s). Nem sempre isso significa um problema mais sério. Pode acontecer devido a uma posição corporal inadequada, relaxamento excessivo de músculos na região da garganta ou congestão nasal, por exemplo.

Essas interrupções são potencialmente mais graves quando acontecem diversas vezes durante a noite, caracterizando a chamada síndrome de apneia obstrutiva do sono (AOS). Rattes conta que cada vez mais se descobrem sequelas relacionadas a esse distúrbio, desde fadiga devido ao esforço que o paciente faz para respirar enquanto dorme até o desenvolvimento de doenças degenerativas e cardiovasculares.

Segundo o especialista, as paradas respiratórias noturnas podem levar o nível de oxigenação sanguínea a cair para menos de 50%, quando o ideal é que esteja sempre acima de 90%. “O coração e o cérebro são afetados”, afirma. Somado à baixa oxigenação, o esforço necessário para respirar altera a frequência cardíaca, causando arritmia, infarto ou acidente vascular encefálico.

A apneia é causada ou agravada por diversos fatores. Excesso de peso e consumo de álcool e medicamentos para dormir (que provocam relaxamento muscular) são causas comuns. A idade também influi, já que com o passar dos anos perde-se tônus e os músculos da face se tornam naturalmente mais flácidos. Mas independentemente dela há condições fisiológicas, como amígdala aumentada e má-formação da mandíbula, que podem afetar inclusive crianças e torná-las suscetíveis ao surgimento do distúrbio.

O diagnóstico leva em consideração os sintomas e os resultados de exames físicos e testes que indicam alterações durante o sono. Os mais modernos contam com recursos de inteligência artificial para, além de monitorar a intensidade e frequência de episódios de apneia, interpretar os dados obtidos e apontar riscos de arritmia. “O resultado é bem mais rápido, objetivo e com índice alto de exatidão”, detalha Alexandre Rattes. Ele explica também que atualmente já se pode realizar esse exame em casa, sem que o paciente tenha que ir até uma clínica, evitando que a troca de ambiente altere os parâmetros do sono para análise.

A AOS pode ser tratada com mudanças de hábitos, medicamentos, uso de máscara que aumenta a pressão do ar e facilita a passagem até os pulmões – sempre com acompanhamento de fisioterapeuta – ou cirurgia, dependendo do fator (ou fatores de origem).

Paradas respiratórias breves podem acontecer dezenas, centenas de vezes durante o sono. Como são curtas, nem sempre o paciente se dá conta delas. Por isso é importante dar atenção a outros efeitos de noites mal dormidas:

- Dor de cabeça matinal – por falta de oxigenação cerebral.
- Fadiga e sonolência diurna – quando o sono não é reparador a pessoa se sente desanimada e sem energia. Isso não é apenas incômodo, mas também perigoso, com risco de o paciente dormir ao volante, por exemplo.
- Falhas de memória e dificuldade de atenção – acontecem quando a privação do sono impede que o cérebro realize suas funções noturnas.
- Alterações no humor – irritabilidade, estresse e depressão, também decorrentes de privação de sono.

Dicas para dormir bem

- ★ Manter horários fixos para dormir e acordar. A disciplina condiciona o cérebro a funcionar regularmente.
- ★ Usar a cama apenas para dormir. Evite usá-la para comer, trabalhar ou qualquer atividade.
- ★ Evitar quebrar o ritmo cerebral com sonecas diurnas.
- ★ Evitar estímulos visuais e excitação cerebral (celular, games, etc) no horário de dormir.
- ★ Consumir cafeína (em café, chás, refrigerantes e bebidas estimulantes) até 8 horas antes do horário de dormir. O intervalo mínimo entre a última refeição e o sono deve ser de 1h30.
- ★ Fazer atividades físicas regulares.

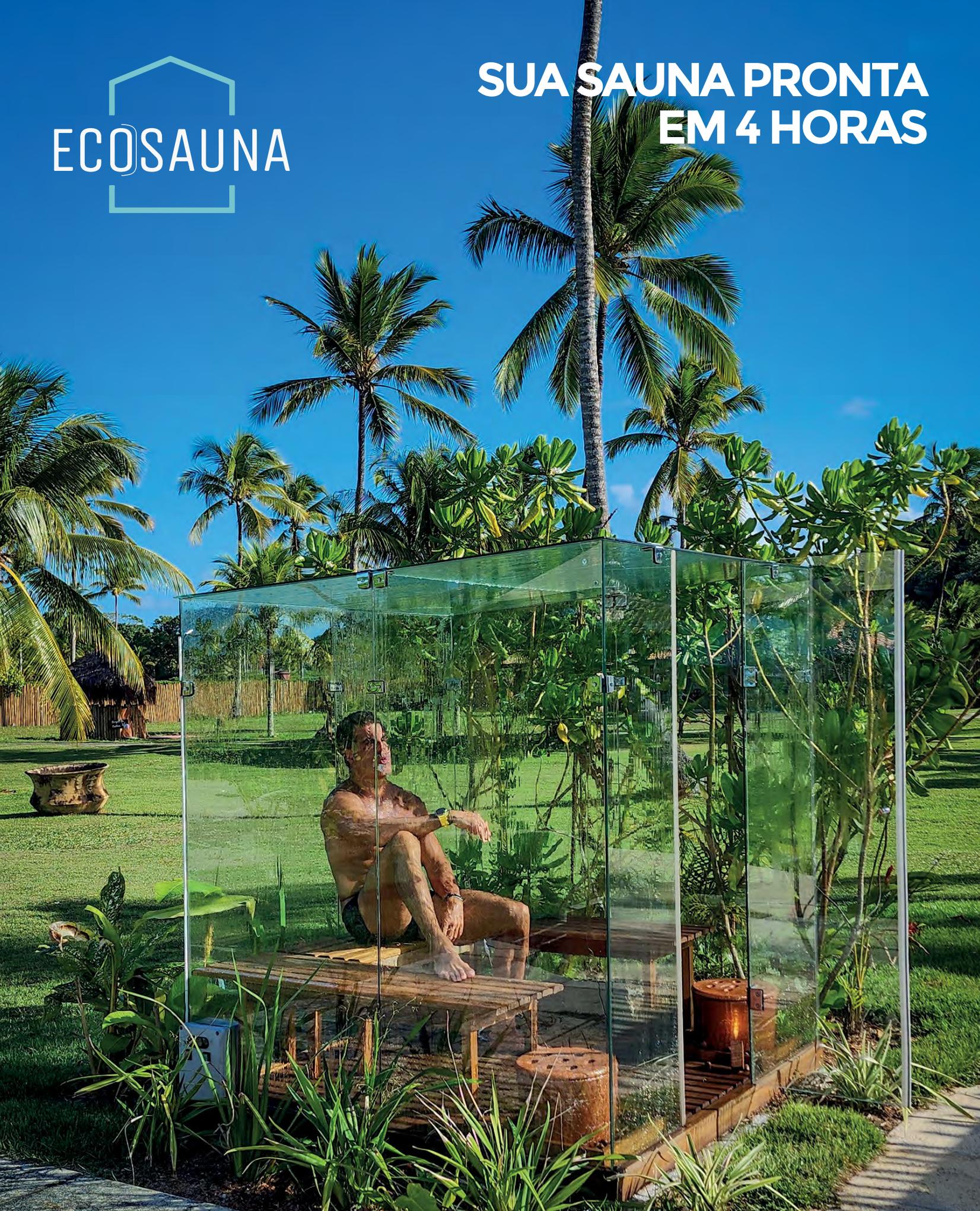
CLÍNICA ALEXANDRE RATTES

Av. do Contorno, 4.747
Salas 1014 a 1016 • Edifício Lifecenter
Funcionários • Belo Horizonte • MG
[31] 3282-3640 (fixo e Whatsapp)

“Quem quiser viver mais tem que dormir melhor.”



**SUA SAUNA PRONTA
EM 4 HORAS**



WWW.ECOSAUNA.COM.BR



031 99555-2742

“Ainda Estou Aqui”

mais

do que um

filme



POR Mariana Peixoto
FOTOS Divulgação, Shayan Asgharnia

O OSCAR É AMERICANO, MAS O MUNDO NÃO. O OSCAR DE MELHOR FILME INTERNACIONAL, O PRIMEIRO QUE O BRASIL RECEBEU EM QUASE 100 ANOS DA PREMIAÇÃO DA ACADEMIA DE ARTES E CIÊNCIAS CINEMATOGRAFICAS DE HOLLYWOOD, DIZ MUITO SOBRE “AINDA ESTOU AQUI”, DE WALTER SALLES. MAS DIZ MAIS AINDA SOBRE OS RUMOS DA INDÚSTRIA DO CINEMA E, SOBRETUDO, SOBRE OS DIAS QUE VIVEMOS.



Dez anos atrás a Academia dava início a seu período de maior crise. Na edição do Oscar de 2015 nenhum ator negro foi nomeado, bem como nenhuma mulher nas categorias de Direção, Roteiro e Fotografia. Tampouco havia uma protagonista feminina entre os longas indicados a Melhor Filme. Naquele ano foi criada a campanha #OscarSoWhite, cuja demanda principal era a falta de diversidade entre os indicados. Isso refletia o elenco de votantes, majoritariamente homens anglo-saxões.

A Academia pareceu não se abalar, tanto que na edição seguinte, nova hashtag: #OscarStillSoWhite, pois os intérpretes negros continuaram ausentes das indicações. A discussão sobre a inclusão racial afetou os números. Já descendente desde o ano anterior, a audiência televisiva caiu ainda mais naquele ano. “Se não me sinto representado, qual a razão de assistir a uma cerimônia passadista?”, muitos devem ter pensado.

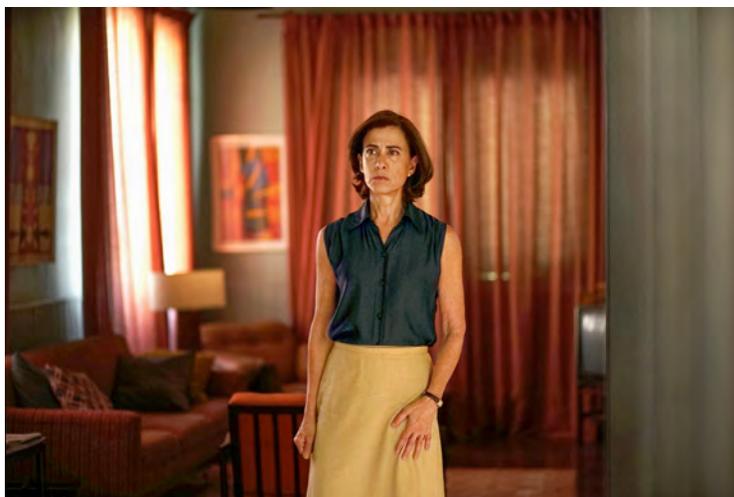
UM NOVO OSCAR?

A hegemonia branca das edições anteriores acarretou polêmicas e boicotes. A Academia de Hollywood fez seu mea-culpa: mudou as regras, chamou novos votantes, tentando garantir a diversidade. O Melhor Filme da edição de 2017, “Moonlight: Sob a Luz do Luar”, cala fundo na questão racial.

As coisas pareciam evoluir, até que houve um baque maior, muito maior. A indústria e o mundo fora das câmeras nunca mais foram os mesmos. Em 5 de outubro de 2017 o “New York Times” deu início à série de reportagens que denunciava o produtor Harvey Weinstein. Quase uma centena de mulheres que atuavam na cadeia cinematográfica denunciaram por assédio sexual e estupro o todo-poderoso, cujos filmes receberam mais de 300 indicações ao Oscar e levaram 81 estatuetas.

Em um curto espaço de tempo, outros denunciados se juntaram a Weinstein. Kevin Spacey, o mais célebre deles, viu sua carreira também virar pó. A reação ao escândalo sexual veio a cavalo. A hashtag #MeToo passou a dominar postagens nas redes sociais.

A proliferação das denúncias fez com que as poderosas de Hollywood (Nicole Kidman e Natalie Portman entre elas) lançassem o movimento Time’s Up (o tempo acabou), para combater o assédio. A mudança, que veio a partir de Hollywood, foi para a vida real, afetando o comportamento de homens e mulheres tanto no trabalho quanto nas relações sociais.



A REINVENÇÃO DO OSCAR

Para o Oscar, o grande marco do período foi em 2019, quando “Parasita”, uma produção sul-coreana, recebeu seis indicações e quatro prêmios, incluindo Melhor Filme. Ou seja, a partir daquele momento, uma produção em língua não inglesa poderia realmente ganhar em um mercado que tradicionalmente privilegiou os próprios pares.

A história poderia ter evoluído a partir daquele momento, mas eis que 2020 trouxe ao mundo contemporâneo algo inimaginável. Uma pandemia que fechou tudo, afetou economias, matou 15 milhões de pessoas (segundo a Organização Mundial de Saúde, até o final de 2021), foi usada como moeda política, dividindo ainda mais o planeta. O cinema, mais do que qualquer área artística, saiu em frangalhos após o período de isolamento social.

Não foi só o fechamento que afetou o segmento. O *streaming* explodiu durante a crise sanitária. Era possível ver grandes filmes na sala de casa. E a prática não mudou após o fim da pandemia. Muita gente desaprendeu a ir ao cinema. Hollywood só começou a se recuperar em 2023, com o efeito “Barbenheimer”, referência aos filmes “Barbie” e “Oppenheimer”, *blockbusters* absolutamente distintos, que estrearam simultaneamente. Cada um deles ultrapassou, globalmente, a marca de US\$ 1 bilhão de bilheteria.

“Ainda Estou Aqui” chegou ao fim de 2024, ou seja, antes da corrida do Oscar se tornar um fato, como o quinto título mais visto no país.

O OSCAR E O BRASIL

Mas o que isso tudo tem a ver com a história de Eunice Paiva, a mulher que no início da década de 1970 se viu obrigada a se tornar chefe de família porque seu marido desapareceu nos porões da ditadura militar (1964-1985) no Brasil? Absolutamente tudo.

Se “Ainda Estou Aqui” tivesse sido lançado uma década atrás talvez não tivesse recebido a mesma atenção – tanto aqui quanto fora. Além dos méritos inconteste da produção, o filme, distribuído pela Sony Pictures Classics, realizou uma intensa campanha de divulgação no exterior, em especial para os membros da Academia. A carreira do filme começou efetivamente em 1º de setembro de 2024, quando “Ainda Estou Aqui”, em sua *première*, no Festival de Veneza, foi ovacionado pela plateia durante 10 minutos.

Mas há uma questão menos tangível. O drama inspirado no livro homônimo de Marcelo Rubens Paiva captura o *zeitgeist*, mesmo contando uma história de décadas atrás. Acompanhar uma tragédia familiar durante um período de exceção cala fundo não só em nós, brasileiros, tenhamos ou não vivido durante a ditadura, quanto em outros países e realidades. “A arte pode durar ao longo da vida, mesmo em momentos difíceis como pelo qual essa maravilhosa Eunice Paiva passou. E a mesma coisa está acontecendo agora no mundo, com tanto medo. Esse é um filme que nos ajuda a pensar em como sobreviver a tempos

difíceis como esses”, disse Fernanda Torres em seu discurso de agradecimento, no início de 2025, ao receber o Globo de Ouro de Melhor Atriz.

Não custa lembrar que a campanha de “Ainda Estou Aqui” para o Oscar ocorreu paralelamente à eleição e posse de Donald Trump. Mas não só: 2024 ficou marcado como o ano do maior número de conflitos ativos desde o fim da Segunda Guerra Mundial, em 1945 – cinquenta e seis ao redor do planeta, inclusive com duas guerras, no Oriente Médio e na Ucrânia. É só ligar os pontos para compreender como o drama baseado na história de uma família classe média no Rio de Janeiro no início da década de 1970 tocou plateias de todo o mundo.

O CINEMA DE WALTER SALLES E AS FERNANDAS

Histórias com apelo universal são uma marca na filmografia de Walter Salles. “A Tolstói: ‘Se queres ser universal, pinte a tua aldeia’”, afirmou o cineasta em entrevista recente. Ainda que muita gente, em especial a geração mais jovem, tenha sido apresentada à obra do diretor carioca por meio de “Ainda Estou Aqui”, ele está longe de ser um forasteiro na Academia de Hollywood. Até o filme mais recente, seu primeiro longa de ficção em 12 anos, “Central do Brasil” (1998) era a produção mais popular de Salles no Brasil.

Ter mãe e filha, Fernanda Montenegro e Fernanda Torres, na disputa pelo Oscar pelas mãos do mesmo cineasta – e com 26 anos de diferença – foi a cereja do bolo. “Central” concorreu a dois Oscars; “Diários de Motocicleta” (2004), outro longa de Salles, também a dois. Acabou levando o de Melhor Canção Original, para “Al Otro Lado del Río”, do uruguaio Jorge Drexler.

A relação de Salles e Torres também vem de outra época. “Nanda é uma cúmplice e coautora desde ‘Terra Estrangeira’”, disse o cineasta sobre a atriz. “Ainda Estou Aqui” é, na verdade, o terceiro filme dele de que ela participa.

Segundo longa de ficção de Salles, aqui dividindo a direção com Daniela Thomas, “Terra Estrangeira” (1995) tem uma trama que dialogava com a época em que o filme foi feito. Rodado em preto e branco, era ambientado no Brasil do início da década de 1990, no caos da era Collor. Um jovem, Paco (Fernando Alves Pinto), sem qualquer perspectiva após a morte da mãe, decide viajar para Portugal levando uma misteriosa encomenda. Em Lisboa, conhece a brasileira Alex (Fernanda Torres) e seu namorado, Miguel (Alexandre Borges). Eles se envolvem em um esquema de contrabando, que vira um pesadelo em Portugal.

Pouco depois, Fernanda voltaria a protagonizar um novo longa de Salles, mais uma vez codirigindo com Daniela Thomas. “O Primeiro Dia” (1998) é talvez um de seus filmes menos conhecidos. Lançado pouco depois de “Central do Brasil”, trazia o clima de incerteza que rondava o mundo no final do milênio. Em 31 de dezembro de 1999, João (Luiz Carlos Vasconcelos) foge da prisão. Nas últimas horas antes da passagem do ano, ele é perseguido nos becos e favelas de Copacabana. Nesse mesmo momento, Maria (Fernanda Torres), em franca depressão após ser abandonada pelo marido, caminha a esmo pelo Rio. Esses dois personagens improváveis se encontram no telhado de um prédio, quando os fogos do *réveillon* têm início. Maria quer fugir da vida; João quer se esconder também da vida. É ali que eles vão se encontrar.

Até “Ainda Estou Aqui”, o filme mais popular de Salles internacionalmente era “Diários de Motocicleta”, em que ele recuperou a jornada que o então jovem Ernesto Che Guevara empreendeu pela América Latina em seus anos de formação. Teve 12 milhões de espectadores. Mas é uma produção internacional, sem participação de nenhuma produtora brasileira. Já o filme que conta a trajetória de Eunice Paiva é Brasil do início ao fim.



“AINDA ESTOU AQUI” E OS BRASILEIROS

O sucesso do filme, para além de glórias e prêmios, trouxe a reboque duas questões. Fez com que a ditadura militar ganhasse um novo ponto para reflexão. Ainda que a cinematografia brasileira já tenha se debruçado muito sobre o tema – de filmes clássicos como “Pra Frente, Brasil” (1982), de Roberto Farias, “Cabra Marcado pra Morrer” (1984), de Eduardo Coutinho, e “Que Bom te Ver Viva” (1989), de Lúcia Murat, a produções mais contemporâneas, das quais “Marighella” (2021), de Wagner Moura, é o melhor exemplo –, a história de Eunice Paiva e seus cinco filhos, após o desaparecimento de Rubens, marido e pai, apresentou o tema de uma forma muito pessoal a uma geração que só ouviu falar de estado de exceção pelos livros de história.

Mais que isso: levou o brasileiro de volta ao cinema para ver os próprios filmes. “Ainda Estou Aqui” chegou ao fim de 2024, ou seja, antes da corrida do Oscar se tornar um fato, como o quinto título mais visto no país. Foi o único longa nacional na lista das 10 maiores bilheterias do ano passado. É a produção de maior público nesta década no Brasil. É muita coisa, se considerarmos que depois da pandemia nenhum filme nacional chegou próximo de bater a barreira de três milhões de espectadores no país. Hoje já são dois – o filme de Salles e a comédia “O Auto da Compadecida 2”. O caminho está aberto para outras histórias que falem da gente.

Em conversa com a imprensa brasileira um dia depois de receber o Oscar, Walter Salles comentou essa questão: “Acho que aconteceu alguma coisa com esse filme que eu não tinha experimentado antes. Muitas gerações de brasileiros foram ao cinema. E para muitas das gerações mais novas, a ditadura militar era uma abstração. Ver o filme possibilitou viver a extraordinária história daquela família confrontada com uma perda imensa, cometida por um Estado autoritário. Permitiu, também, entender que Eunice, frente àquilo, poderia ter se dobrado e não se dobrou, e articulou formas de resistência. Talvez a combinação dessas duas coisas fez com que as pessoas se apossassem do filme e, a partir dele, compartilhassem pedaços das suas próprias memórias.” 7



dicas da cultura pop

para os amantes de filmes, séries, música, livros e afins

TODO COMEÇO DE ANO O ASSUNTO É O OSCAR, PRINCIPALMENTE QUANDO QUEREMOS ATUALIZAR O QUE VER NOS CINEMAS. MAS SE VOCÊ QUER FICAR POR DENTRO DE SÉRIES PARA MARATONAR COM GOSTO, OUTRA PREMIAÇÃO IMPORTANTE É O EMMY AWARDS, A MAIOR DA TV NORTE-AMERICANA. PEGANDO CARONA NA ÚLTIMA CERIMÔNIA, VOU INDICAR ALGUNS DOS MAIORES VENCEDORES DA 76ª EDIÇÃO.



Xógum: A Gloriosa Saga do Japão

E eu já começo com o principal destaque da premiação. “Xógum: A Gloriosa Saga do Japão”, que brilhou nas categorias de drama, conquistando incríveis 18 prêmios no total. Baseada no livro homônimo de James Clavell, que por sua vez se inspirou na história real do navegador inglês William Adams, a série se passa no Japão de 1600, no início da guerra civil que deu origem ao Xogunato Tokugawa, um regime militar que governou o país entre 1603 e 1868. Nela, acompanhamos a história do marinheiro britânico Jack Blackthorne (Cosmo Jarvis), que após naufragar no litoral japonês se depara com o início de uma guerra civil. Para sobreviver em um país desconhecido, é usado como peão pelo líder japonês Lord Toranaga, que tenta chegar ao topo da cadeia governante, ou *shogun*. Em exibição na Disney +

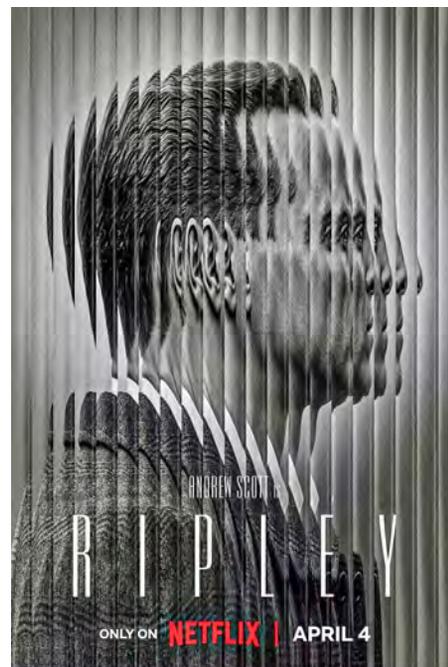


O Urso

A segunda temporada de “O Urso” também acumulou vários prêmios. Lançada em 2022, a série acompanha Carmen Berzatto, um renomado chef de cozinha em Nova York que, ao receber a notícia de que seu irmão tirou a própria vida, decide assumir uma caótica lanchonete italiana em Chicago, que é herança de família. O segundo ano da “dramédia” teve nada menos do que 23 indicações na principal premiação da TV norte-americana. “O Urso” pode ser vista na Disney+.

Ripley

A produção também levou quatro prêmios no total, incluindo Melhor Direção em Minissérie para Steven Zaillian e Melhor Cinematografia em Minissérie, destacando-se nas categorias técnicas, e é uma das minhas preferidas. Baseada no *best-seller* de Patricia Highsmith, a série acompanha a história de Tom Ripley (Andrew Scott), um vigarista que sobrevive de pequenos e grandes golpes na Nova York dos anos 1960. Um dia, Ripley acaba sendo encurralado e é obrigado a fazer um serviço para um homem muito rico: viajar para a Itália e convencer seu filho a voltar para casa. Mas aceitar o trabalho foi apenas o começo de uma teia de intrigas. Detalhe importante: a série é toda exibida em preto e branco, contribuindo para a sensação de filme *noir*. “Ripley” pode ser vista na Netflix.



Hacks

Depois de perder para “Ted Lasso” e “O Urso” nos anos anteriores, finalmente “Hacks” levou a Melhor Série de Comédia deste ano no Emmy. Lançada em 2021 pela HBO, “Hacks” segue a história de Deborah Vance (Jean Smart), uma comediantes de *stand up* de Las Vegas que está sentindo a passagem do tempo. Disposta a renovar suas piadas para manter sua residência no Palmetto Casino, ela recorre à ajuda de Ava Daniels (Hannah Eibinder), uma jovem comediantes controversa. “Hacks” pode ser vista no Max.

POR Juliana Franqueira
FOTOS Bruno Soares

QUEM ACOMPANHA A TRAJETÓRIA DOS EVENTOS DE WAKEBOARD SABE QUE SE TRATA DE UMA JORNADA DE GRANDES CONQUISTAS, QUE SE CONFUNDE COM A HISTÓRIA DO ESPORTE NO BRASIL E EM MINAS GERAIS.



POR AQUI, O CLUBE SERRA DA MOEDA, ÀS MARGENS DA CHARMOSA LAGOA DOS INGLESES, NO ALPHAVILLE, EM NOVA LIMA, É PALCO DE UM DOS EVENTOS ESPORTIVOS MAIS BADALADOS DO PAÍS E QUE, DESDE 2009, VEM COLOCANDO O ESTADO NA CENA MUNDIAL DA MODALIDADE: O BRASIL WAKE OPEN, QUE ALÉM DA ETAPA DO CAMPEONATO BRASILEIRO, RECEBE TAMBÉM O MUNDIAL (PRO WORLD).

wake

em águas mineiras

A etapa mineira, considerada a maior e mais competitiva do campeonato nacional, tornou-se também referência internacional com a participação dos principais atletas do mundo, como os australianos e campeões mundiais Nic Rapa e Harley Clifford, o japonês Shota Tezuka, que não perde uma etapa por aqui, e a argentina e campeã mundial Eugênia de Armas, primeira mulher a acertar uma dupla cambalhota. E desde as primeiras provas tem sido esse sucesso, como lembra o *wakeboarder* mineiro Felipe Penna, ex-presidente da Associação Brasileira de Wakeboard (ABW). “Em 2000, quando o campeonato brasileiro foi realizado no clube pela primeira vez, já demonstrou potencial e a fama logo se espalhou. A partir daí, foi um círculo virtuoso de patrocínio, público e de envolvidos na execução”. Em 2005, o empresário Bruno Dib, diretor da Agência Dibbra, foi convidado por Felipe para assumir a produção do evento, e desde então é o responsável por sua realização. “Faço cada evento como se fosse o primeiro”, explica Bruno, que atribui o sucesso da etapa a inúmeros fatores: “As belezas naturais de Nova Lima e região, a hospitalidade do povo mineiro, a participação efetiva de amigos, patrocinadores, entusiastas do esporte, mas também um trabalho sério, uma equipe comprometida com a ética e visão a longo prazo”.

Em 2022, a edição trouxe pela primeira vez para o Brasil uma etapa oficial do Pan-Americano de Wakeboard (IWWF Panam), que serviu de classificatória para os Jogos Pan-Americanos do Chile 2023. O evento foi um marco e fortaleceu o esporte nas Américas. Um passo importante em direção à meta da Federação Mundial, de tornar o *wake* um esporte olímpico. Em 2024, o circuito brasileiro contou com quatro etapas: Nova Lima, Manaus, Brasília e Ibiúna, uma a mais que nos anos anteriores, o que trouxe um incentivo a mais para os atletas, já que a menor nota era descartada. Em 2025, o circuito volta a figurar com três etapas: Nova Lima, Ibiúna e Brasília, sem descarte de notas.

O sucesso da etapa mineira do Wake Open soma as belezas naturais de Nova Lima e região, a hospitalidade do povo e a participação efetiva de amigos, patrocinadores, entusiastas do esporte a um trabalho sério e uma equipe comprometida com a ética e a visão a longo prazo.





EDIÇÃO COMEMORATIVA – 25 ANOS

Este ano, o Brasil Wake Open completa 25 anos e a edição comemorativa, a ser realizada entre 16 e 18 de maio, no Clube Serra da Moeda, trará muitas homenagens, além de convidados especiais, revela Bruno. Para quem marcar presença no evento durante o dia, a melhor pedida é se sentar no extenso gramado, à sombra das árvores, para assistir ao show de manobras que movimentam as águas calmas da lagoa. Vale experimentar a gastronomia e as diversas atrações que o evento oferece. Quando a noite cai, a tão esperada festa do sábado ganha os holofotes. A balada, que chega com o frescor da noite, traz uma vasta programação musical, bebidas e muita gente bonita. “Além de toda a infraestrutura que o evento oferece, os atletas e o público têm uma experiência completa que agrada a todos. É muito prazeroso passar o dia assistindo ao campeonato e depois poder se divertir numa festa. O ambiente eclético é totalmente propício para receber uma etapa tão importante como essa”, vibra Vinícius Barrado, ex-presidente da ABW.

ATLETAS MINEIROS

É importante lembrar que Minas se destaca pela formação de ídolos como Gustavo Pena, Tereza Lobato, a Teca (oito vezes campeã brasileira, medalha de prata nos Jogos Sul-Americanos do Chile e bronze na Colômbia), e Henrique Daibert, o Ganso (campeão mundial de Cancun 2019, vice-campeão latino-americano da Colômbia 2021 e bicampeão brasileiro 2023 e 2024). Inclusive, Ganso é instrutor na BH Wake School, no Clube Serra da Moeda. “O wake está crescendo muito e até pouco tempo atrás tínhamos poucos atletas dedicados à carreira profissional. Então este é o meu foco: treinar atletas para a competição”, finaliza.

O EMBRIÃO DO WAKEBORD

Tudo começou no surfe, e para os amantes dessa modalidade, lidar com a falta de ondas sempre foi motivo de crise e improviso. No início da década de 80, em diversos lugares do mundo e até no Brasil, para solucionar o problema, algumas pessoas passaram a colocar alças para prender os pés em pranchas de surfe. Há relatos de surfistas sendo rebocados por um cabo de esqui aquático atrás de barcos e até mesmo sendo puxados por carros na beira d’água. Em 1984, o surfista norte-americano Tony Finn deu o pontapé inicial e desenvolveu o *skurfer*. A prática combinava elementos do surfe, do esqui aquático e do *snowboard*. Tony queria proporcionar aos praticantes a sensação de surfar, mas sem depender das condições do mar. No caso, uma lancha era usada e o surfista era embalado pelas marolas do barco. Foi o primeiro *shape* de prancha desenvolvido especificamente para a hidrodinâmica de ser puxado por um barco, permitindo a realização de manobras como cavadas e batidas ao estilo surfe. Inclusive, em 1988, o Clube de Campo de São Paulo sediou o 1º Festival Unidade de Skurfer, onde o lendário surfista da praia da Enseada no Guarujá, o Paulinho Toy, se tornou o primeiro e único campeão brasileiro de *skurfer*. Nesse ponto, adaptações e soluções inéditas borbulhavam e logo foram colocadas fixações nas pranchas que elevaram o nível do esporte e o deixaram mais fluido e dinâmico. Na época, em geral, as pranchas tinham um *shape* parecido com o de surfe, mas em 1993 Jimmy Redmon inovou e desenvolveu o *design* de duas rabetas e um *shape* simétrico que passou a ser o padrão no esporte. Desde então, o *wakeboard* tem experimentado um crescimento constante de praticantes no mundo.

WAKE BRASILEIRO

Aqui no Brasil, desde sua chegada, em 1990, e sua oficialização com a fundação da ABW, em 1997, deslizar sobre as águas em alta velocidade, desafiando a gravidade e executando manobras acrobáticas, tornou-se uma opção tentadora. Especialmente em regiões com acesso a lagos, rios e mares que sejam propícios para a prática. Podemos dizer que o *wake* tem, inclusive, um forte representante da modalidade que vem de uma tribo indígena, no Amazonas. O nome dele é Jair Paulino, ou Jajá, que começou no esporte ainda pequeno. Hoje, aos 18 anos, é campeão mundial na categoria Junior Men e conquistou o campeonato brasileiro em 2023. Segundo o pai de Jajá, Jairo de Souza, o filho é “o único indígena no mundo que anda de *wake*”. Sua trajetória é contada no documentário “Jajá do Wake – A Promessa do Wakeboard no Brasil”, produzido pelo Project Sports e disponível no Youtube. Mas o *wake* nacional tem um outro nome do qual se orgulhar. Ele é uma potência e uma referência no esporte, afinal são quase vinte anos no cenário competitivo. Atualmente é o presidente da ABW, cargo em que já esteve quatro vezes, sendo que a primeira foi aos 18 anos.



O paulista Marcelo Giardi (Marreco) foi dez vezes campeão brasileiro profissional, campeão do Pan-Americano do Rio, em 2007, e prata em 2011, no México, e 2024, na Colômbia, na categoria Over 30 Masters. Inclusive, a família toda leva muito a sério o esporte. Mariana Nep, companheira de Marreco, foi medalhista nos Pan-Americanos do Peru e da Colômbia, bicampeã mundial master, campeã latino-americana em 2021 e pentacampeã brasileira. E para encantar os corações, a filha do casal, Maria, é bicampeã brasileira mirim e vice-campeã mundial Under 9. Maria é a nossa maior prova de que o esporte no Brasil está no caminho certo, com um futuro promissor. Marreco conta que no ano passado o *wake* competitivo se mostrou em plena expansão, inclusive com mais crianças nas disputas. “Batemos recorde de inscritos nas etapas de Minas, São Paulo e Brasília, com todas as vagas preenchidas. E o mais legal é que os atletas estão acompanhando todo o circuito brasileiro”, comemora Marreco, que já está na expectativa pela etapa mineira. Segundo ele, trata-se do campeonato mais esperado do ano e um dos mais legais do mundo. “Fora que a lagoa é perfeita pra andar de *wake*”, conclui. ▢

Marcelo Giardi, o Marreco, e sua família: campeões



PNEUPAM



PNEUS ORIGINAIS ALINHADOS À ESTRUTURA DIFERENCIADA



BRIDGESTONE HANKOOK PIRELLI Continental GOODYEAR YOKOHAMA



PNEUS ORIGINAIS DE
ULTRA PERFORMANCE

DESMONTADORAS
AUTOMÁTICAS ITALIANAS

ALINHAMENTO
TÉCNICO

BALANCEADORA TOUCH
SCREEN A LASER



PNEUPAM CASTELO
Av. Tancredo Neves, 3.049, Castelo. BH/MG

PNEUPAM MINEIRÃO
Av. Abraão Caram, 690, São José (Pampulha). BH/MG

31 3491-5000

@pneupam pneupam.com.br



Fitas de chuchu fermentadas

Sabores *ancestrais*

TROQUE AS ESFERAS E AS MOLÉCULAS SUPERMODERNAS POR SALMOURA, CONSERVAÇÃO EM GORDURA E FERMENTAÇÃO... ESSAS TÉCNICAS MILENARES ESTÃO GANHANDO CADA VEZ MAIS DESTAQUE NA ALTA GASTRONOMIA, EM UMA TENDÊNCIA QUE UNE TRADIÇÃO E INOVAÇÃO DE FORMA SABOROSA.

O movimento ocorre a partir da busca por sabores autênticos e complexos e processos mais sustentáveis, o que tem levado muitos chefs ao encontro do passado. Ao incorporar itens da tradição em suas criações, eles oferecem experiências gastronômicas memoráveis.

Os especialistas, assim, acabam por preservar a cultura alimentar e transmiti-la para as novas gerações de maneira original ou combinada com ingredientes e técnicas modernas – usando novas ferramentas e equipamentos para otimizar processos antigos, por exemplo.

Na Ásia, a fermentação é o maior expoente dessa tendência. Na Europa, chefs têm usado com frequência defumação a frio e conservação em gordura. Já os latino-americanos optam até mesmo pela nixtamalização (processo de cozimento do milho em água com cal) e a moagem em pedra.

O resultado, além da conexão com as raízes, pode ser bom até para a saúde, já que alguns dos processos são comprovadamente benéficos. É o caso da fermentação, por exemplo, com estudos que mostram que os alimentos feitos por meio dela auxiliam na diversidade microbiana intestinal.

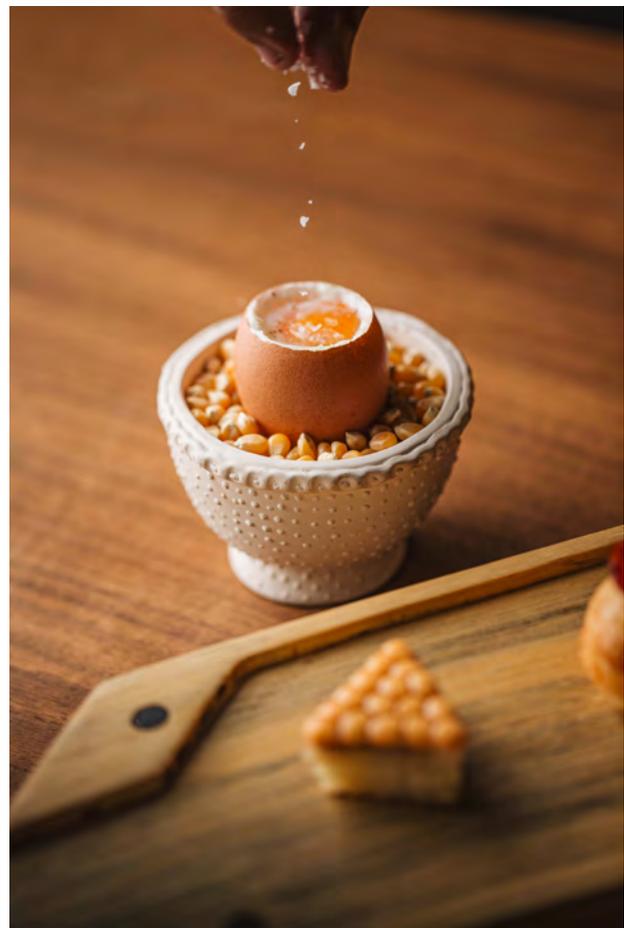
A fermentação não é apenas um método de conservação, mas também uma ferramenta gastronômica e nutricional poderosa.

Alguns dos nomes mais destacados nos cenários internacional e nacional são adeptos. O italiano Massimo Bottura, por exemplo, é muito conhecido por sua criatividade, mas não abre mão de usar técnicas como fermentação e conservação em gordura para reinterpretar clássicos italianos no Osteria Francescana. René Redzepi, chef do Noma, está sempre em busca de inovação, mas muitos dos ingredientes locais e sazonais que usa são submetidos a processos de fermentação e de defumação.

Aqui no Brasil, Alex Atala não incorporou apenas os ingredientes da Amazônia: usa métodos indígenas em seus pratos, como na fermentação do tucupi. Já Jefferson Rueda, do A Casa do Porco, é conhecido por sua paixão pela carne suína e por utilizar técnicas de conservação antigas, como a salmoura e a defumação. Mesmo caso de Helena Rizzo, do Maní, e de Ivan Ralston, do Tuju.

Em Minas Gerais, não faltam defensores, a exemplo do premiado chef Caio Soter, do Pacato, que apresenta criações como ovo quente com manteiga fermentada por 40 dias e leitão caipira com *aligot* de baroa e molho de doce de leite fermentado com cachaça.

As delícias do Pacato





Curso de fermentação com Carolina Dini

Outro nome significativo no uso gastronômico da fermentação em BH é o Carolina Dini, do perfil @cebolanamanteiga, que oferece cursos e consultorias e já publicou livros a respeito da técnica. “Meu interesse pela fermentação surgiu a partir da minha curiosidade pela transformação dos alimentos e do convívio com pessoas que estudavam o tema. Sempre achei fascinante como diferentes culturas ao redor do mundo desenvolveram técnicas de fermentação para preservar, enriquecer e modificar sabores. Com o tempo, fui aprofundando meus estudos e experimentos, percebendo como a fermentação não é apenas um método de conservação, mas também uma ferramenta gastronômica e nutricional poderosa”, afirma.

Carol cita uma das primeiras fermentações que a marcaram, do inusitado limão-capeta. “O resultado foi incrível: os limões ganharam complexidade de sabor, ficaram mais macios e passaram a agregar um toque cítrico intenso a diversos pratos. Esse tipo de fermentação, conhecido como lactofermentação, usa apenas sal e tempo para transformar os alimentos”, explica.

A especialista conta que usa principalmente a fermentação selvagem, que é aquela que ocorre sem o uso de culturas iniciadoras comerciais. Outras fermentações tradicionais, como *missô*, *shoyu* e *tempeh*, estão no seu portfólio. “Fermento uma grande variedade de ingredientes, mas tenho um carinho especial pelos vegetais, especialmente os sem amido, como repolho, cenoura e nabo. Eles desenvol-

vem sabores complexos, textura agradável e ainda ganham benefícios probióticos. Também gosto muito de fermentar leguminosas e grãos, porque são base para preparações”, explica. “A fermentação tem um potencial enorme para transformar cozinhas profissionais, trazendo complexidade de sabor, novas possibilidades de conservação e aproveitamento de ingredientes. Esse é um campo que só tende a crescer e inovar”, afirma.

Especialista na ciência da carne, o mineiro Mário Portella, por sua vez, destaca-se no cenário nacional pela charcutaria e também acredita que a tendência não é passageira. Mário trabalha com métodos como defumação e carne de lata, entre outros. “São técnicas que vieram justamente para conservar a carne em uma época em que não tinha refrigeração. Hoje todo mundo tem geladeira em casa, porém continuamos usando as técnicas pelo sabor que trazem e pela característica que muda no alimento”, analisa ele, que trabalha principalmente com carne suína.

Inspirado pela mãe, Mário começou a cozinhar cedo e observa as transformações que fizeram a alta gastronomia retomar suas raízes. “A gastronomia passou por um momento de tecnologia uns anos atrás, e a comida começou a perder muito, quase a ponto de ser apresentada em comprimidos. Acho que isso acabou mobilizando esse avanço: fez as pessoas enxergarem que estavam distantes do alimento”, analisa. Para ele, foi assim que se chegou ao momento do resgate. “Valorizar o produto, o produtor e assim todo o ciclo”, conclui. 7

cristais

que refrescam

Um brinde
à beleza

O VERÃO É TEMPO DE ENCONTROS DESCONTRAÍDOS. MAS ISSO NÃO DEVE SIGNIFICAR DESLEIXO OU FALTA DE APREÇO NA HORA DE RECEBER OS CONVIDADOS!



Uma das apostas mais recentes para as “mesas quentes” são os cristais. Isso mesmo. Até bem pouco tempo ligados somente ao vinho, hoje são peças-chave para elevar a experiência com diversas bebidas, desde água com gás até cervejas artesanais, agregando suas características tão apreciadas, como transparência, brilho e resistência.

A dica é investir em peças com *design* moderno, que traz mais vigor à mesa. Ele pode estar presente em taças alongadas para a efervescência da água com gás, por exemplo; em versões coloridas, para os sucos naturais e *drinks* elaborados. Nesse caso, as taças com recortes sofisticados também são uma pedida.

As formas geométricas sempre são uma maneira interessante de explorar os cristais na mesa, bem como as estampas tropicais, uma novidade recente, e aquelas com detalhes em ouro – o dourado clássico que sempre encanta. De toda forma, é importante escolher cristais de alta qualidade. A seguir, veja algumas opções. Cheers!



Taças com recortes geométricos Baccarat

Fundada em 1764, na França, ou seja, com mais de 250 anos de tradição e cristais de altíssima qualidade, a Baccarat oferece uma ampla variedade de taças. Atenta à contemporaneidade (é assim que ela se mantém por tanto tempo), traz *designs* modernos e detalhes em ouro, como na coleção Harcourt. É sinônimo de qualidade e elegância, usada inclusive por reis e colecionadores. As peças são duráveis. A dica é escolher copos baixos ou taças mais modernas, para *drinks* coloridos.

Onde encontrar: La Ville (sob consulta)



Copos Riedel

A Riedel é uma marca austríaca fundada no século XVII, nas mãos da mesma família há 11 gerações, mas normalmente associada ao universo do vinho, já que apresenta taças especialmente desenhadas para as características de cada tipo de uva. Mais recentemente, tem se aventurado bastante em suas coleções para outras bebidas, como coquetéis e sucos. Aliás, mesmo os cristais originalmente para bebidas clássicas têm tido o uso com as demais estimulado, como a coleção O, para espumantes, mas que cai muito bem com *drinks*.

Onde encontrar: www.boccati.com.br



Taças coloridas Strauss

Essa marca brasileira se destaca quando o assunto são cristais finos e *handmade*. Fundada em Santa Catarina, com raízes europeias, apresenta produtos de excelência que combinam com um Brasil tão tropical, especialmente taças e copos coloridos, ideais para bebidas cujo consumo não tem como fundamento básico a apreciação visual, como água e sucos. Dá para escolher tanto uma linha específica de uma cor, como a lavanda, quanto um conjunto de taças em cores vibrantes e alegres, perfeito para dar um toque de descontração à mesa.

Onde encontrar: www.strauss.com.br

Bolinhas divertidas

A taça de cristal poás dourado da Westwing Collection é uma peça que une a delicadeza do cristal com a sofisticação do dourado, resultando em um item versátil. É feita de cristal de titânio, conhecido por sua resistência, durabilidade e brilho, e os poás estilizados são pintados à mão, conferindo um toque de exclusividade. Pode ser usada para servir água, sucos ou até bebidas alcoólicas. Ou seja, é ótima para o dia a dia ou para ocasiões especiais. Uma peça atemporal.

Onde encontrar: www.westwing.com.br



PODE DAR
ASAS
À IMAGINAÇÃO
QUE A GENTE
PÕE NO
PAPEL.

39 ANOS
bigráfica
Editora

O QUE VOCÊ IMAGINA, A BIGRÁFICA IMPRIME.

 editorabigrafica

POR Ana Helena Miranda
FOTOS Divulgação

Sicília A grande beleza



QUANDO SE FALA EM BELEZA, ARTE E HISTÓRIA, A ITÁLIA É UM DOS PRIMEIROS PAÍSES A VIREM À MENTE. ROMA, MILÃO, TURIM, FLORENÇA, VENEZA, NÁPOLES, COSTA AMALFITANA SÃO APENAS ALGUMAS DAS CIDADES E REGIÕES QUE RECEBEM MILHARES DE TURISTAS DE TODO O MUNDO ANUALMENTE. MAS UMA REGIÃO ESPECÍFICA TEM ATRAÍDO NOVOS OLHARES, TORNANDO-SE UM DOS DESTINOS MAIS BADALADOS DO MOMENTO: A SICÍLIA.

A ilha é separada da Itália pelo Estreito de Messina e sua posição geográfica estratégica faz dela um caldeirão cultural. Basta dizer que não só o italiano é falado na ilha, mas também dialetos como os galo-itálicos sicilianos, arberesco e até a língua grega! O *hype* da Sicília como destino turístico se deu graças à série “The White Lotus” – que retrata a vida dos super-ricos através de suas viagens e que em cada temporada é influenciada por uma morte misteriosa. As cidades de Palermo, Taormina e Noto foram os locais escolhidos para a gravação da segunda temporada, e não à toa adicionaram uma força especial ao enredo, fazendo com que a série fosse vencedora do Globo de Ouro e do Emmy 2024. Mas que lugares especiais são esses? A seguir, preparamos um roteiro *à la* “The White Lotus” para que você viva uma experiência inesquecível na Sicília.



Rumo ao **Four Seasons Domenico Palace**

O hotel em Taormina, local de hospedagem dos personagens, é um atrativo por si só. Um convento do século XIV ganhou um *retrofit* e foi transformado na hospedagem, que em 2021 foi adquirida pela rede americana Four Seasons. Com 111 quartos decorados com obras de arte e peças da região, o hotel está localizado no alto de uma montanha e sua piscina “suspensa” sobre o Mar Mediterrâneo garante uma vista inexplicável.

Outro ponto de encontro do hotel é o restaurante Anciovi, onde os hóspedes desfrutam seu café da manhã com mesas ao ar livre e vista para o mar. Nele, a especialidade são os frutos do mar. No lounge bar do hotel, o Bar & Chiostro, os personagens se encontram durante a noite para ouvir piano e beber um *drink*. Mas nada se compara ao restaurante Prince Cerami, com uma estrela no Guia Michelin. O cardápio foi desenvolvido pelo chef Massimo Mantarro, que leva em consideração todos os ingredientes disponíveis na região do Monte Etna. O vulcão, por sua vez, está sempre à vista dos hóspedes. Todas essas regalias vêm acompanhadas de um preço à altura: as diárias no hotel podem atingir até R\$ 36mil, dependendo do quarto escolhido.





Entre os passeios disponíveis na região, vale andar sem rumo pelas ruas do Centro de Taormina e depois visitar o Teatro Grego, um dos cartões-postais da cidade. Construído no século III a.C., ele também encanta pela vista para o Mar Mediterrâneo. Outro ponto visitado durante a série é o Castello degli Schiavi, em Fiumefreddo, próximo a Taormina. O local ficou famoso graças ao filme “O Poderoso Chefão”. É nele que Michael Corleone se esconde na primeira parte da trilogia. Na última, é nele que Corleone se despede do mundo.

Outra cidade nas redondezas que vale a visita é a bela Noto. Patrimônio Mundial da Humanidade pela Unesco, ela é considerada a capital barroca da Itália.

Piazza San Domenico, em Palermo



Noto, a capital barroca da Itália



Palermo, o centro de tudo

Centro cultural, econômico e histórico da Sicília, Palermo é sua maior cidade. Com cerca de 700 mil habitantes, ela é, segundo a Unesco, “um exemplo de sincretismo sociocultural entre as culturas ocidental, islâmica e bizantina, que gerou novos conceitos de espaço, estrutura e decoração, pois testemunha a coexistência frutífera de pessoas de diferentes origens e religiões”.

Esse mix cultural pode ser visto na arquitetura, saboreado na gastronomia, ouvido nas diversas línguas locais e cheirado nos mercados à beira-mar. Na arquitetura, visite o Teatro Massimo Vittorio Emanuele, cuja escadaria serviu para a icônica cena da morte da filha de Michael Corleone no filme “O Poderoso Chefão 3”. Logo ao lado, conheça o Museu Arqueológico Regional de Palermo e se depare com a arte criada durante as eras etrusca, romana, egípcia e grega. A Igreja di Santa Maria dell’Ammiraglio e a Catedral de Palermo também são expoentes da arquitetura local.

Depois de tanta cultura, aproveite para curtir a praia de Mondello e não se esqueça de passar no Mercato di Ballarò, mercado de iguarias gastronômicas capazes de deixar chefs de cozinha e apaixonados por uma boa refeição completamente loucos. Por fim, vale colocar os pés no chão e descansar na Villa Tasca, mansão que pode ser alugada pelo Airbnb com direito a mordomo e, claro, um chef e um *barman*. *Molto bene!!!*



Quem leva

7 GW TRAVEL • HEAD OFFICE

Rua Michel Jeha, 50 • São Bento
Belo Horizonte • MG
[31] 3296-1399 • [31] 99486-2019

7 GW TRAVEL • SP

Av. Brigadeiro Faria Lima, 3015, cj. 141
São Paulo • SP
[11] 4116-1399 • [11] 94288-9428

gwtravel.com.br



POR Natália Dornellas
FOTO Divulgação

Original *originário*

Foi no trabalho artesanal de povos originários brasileiros que Juliana Vasconcelos se inspirou para criar o Mahog, móvel feito em mogno africano. A arquiteta e *designer* de interiores e de móveis é considerada um dos expoentes de sua geração e vem se destacando em importantes publicações globais, como a estadunidense Elle Decor – em que integrou por três anos consecutivos a *a-list* dos 101 nomes de maior destaque no mundo em arquitetura e *design* de interiores. ▮

SERVIÇO

@vasconcellos.studio



Luxo é fazer do seu jeito

Nossos experts cuidam de todos os detalhes da sua viagem para que a experiência, além de exclusiva e inesquecível, supere todas as expectativas. Somos parte do Serandipians, um dos principais selos de turismo de luxo do mundo, o que nos ajuda a proporcionar experiências singulares, como

- Upgrades em hotéis
- Early Check In
- Late Check Out
- Vouchers de Spa
- Mimos e amenities exclusivos
- Tarifas especiais e muito mais...



SERANDIPIANS

Member Travel Designers

 www.gwtravel.com.br |  @gwtravelboutique

 **BH:** (31) 3296-1399 | 99486-2019 | **SP:** (11) 4116-1399 / 94288-9428

PERSISTIR É UM
ATO DE CORAGEM

20

AG



20 ANOS **AVANTGARDE** INFINITAS JORNADAS

AV. RAJA GABAGLIA, 4343 - SANTA LÚCIA
CEP 30350.577 - BELO HORIZONTE - MG

