

AVANTGARDE 20

UNIVERSE

2
AG



LIFESTYLE
CARROS
TECNOLOGIA
ESTILO
VIAGEM
CULTURA
E MAIS

ANO 6 • 2025
NÚMERO 20



Se seu carro é exclusivo, seu financiamento também tem que ser.

A CarBank, marca registrada da Volkswagen Financial Services Brasil, tem produtos de financiamento e seguros adaptados à necessidade de cada cliente.

São mais de 60 anos oferecendo atendimento personalizado, conveniência e uma experiência de compra diferenciada.

Tudo o que você precisa para conquistar o carro dos seus sonhos em um só lugar.



AVANTGARDE

SÓCIOS-DIRETORES

Fernando Duran Lima
Rodrigo Freitas Ferreira

CONTATO

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



CAPA

Koenigsegg CC850

FOTO: Divulgação



AVANTGARDE UNIVERSE

PROJETO GRÁFICO E CRIAÇÃO

Carla Marin

EDITORIA DE JORNALISMO

Fernanda Ribeiro

JORNALISTAS E COLABORADORES

Aline Gonçalves
Ana Helena Miranda
Elvira Santos
Gustavo Greco
Juliana Franqueira
Mariana Peixoto
Marcelo Ramos Jabulas

FOTÓGRAFOS

Alexandre Guzanshe
Cassio Vasconcelos
Daniel Mansur
Felipe Castro
Isamu Mitsueda
Leonardo Merçon
Luciano Lucky
Pieter d'Hoop
Sebastião Salgado

CONSULTORIA

Mile Marketing

TRATAMENTO DE IMAGEM

Rafael Barbosa

REVISÃO

Elvira Santos

IMPRESSÃO

Bigráfica

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



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

CONTATO: avantgardeuniverse@gmail.com

ANÚNCIOS: [11] 97962 9499



Gratidão. Palavra que vem do latim *gratus* (que significa agradecido ou grato) e *gratia* (que significa graça, bênção ou dádiva). Palavra que também foi redescoberta nos últimos anos, principalmente no pós-pandemia, e que não perdeu força desde então. Há pesquisas, inclusive, que associam a prática da gratidão a uma maior longevidade. Um estudo publicado no periódico científico *Jama Psychiatry*, realizado com um grande grupo de enfermeiros mais velhos, indicou que aqueles com maior nível de gratidão tinham um menor risco de mortalidade.

A gratidão não só melhora o bem-estar emocional e social, mas também está ligada a uma saúde física mais robusta e a uma perspectiva mais positiva sobre a vida. Por isso, já lembrou de agradecer hoje? Nossa entrevistada desta edição, sim. Junia Hermont, CEO da Líder Aviação, tem uma trajetória de pioneirismo nos ares e agradece por cada etapa conquistada com muito esforço e dedicação.

Ainda dentro do tema, você sabia que graças à generosidade de um amigo de seu pai e à gratidão o imigrante espanhol Facundo Bacardi construiu o que é hoje um império no mundo das bebidas? Essa história fascinante está nas nossas páginas, que trazem ainda uma homenagem ao fotógrafo Sebastião Salgado, a febre do *beach tennis*, uma linda viagem aos Lençóis Maranhenses, os carros que amamos, moda, gastronomia, saúde, *design*, tecnologia e muito mais. Divirta-se!

Equipe Avantgarde Universe

Já
agradeceu
hoje?

24
HISTÓRIA
BACARDI:
PARA SEMPRE CUBANO

8
TENDÊNCIA
VEÍCULOS PREMIUM

30
DESIGN
PARA OS SENTIDOS

34
ENTREVISTA
JUNIA HERMONT:
PIONEIRISMO NOS ARES

14
CARROS
LAMBORGHINI
FENOMENO

46
DECORAÇÃO & ARQUITETURA
ONDE HABITA
A LIBERDADE

18
CARROS
KOENIGSEGG
CC850

58
SAÚDE
ENDOCRINOLOGIA:
CUIDADO INTEGRAL



40 **MODA**
DICAS DO UNIVERSO FASHION

54 **LIFESTYLE**
UM GIRO PELO MELHOR DO MUNDO

66 **CULTURA**
DICAS DA CULTURA POP

78 **GASTRONOMIA**
UM TOQUE SUTIL À MESA

82 **VIAGEM**
LENÇÓIS MARANHENSES

60 **CULTURA**
SEBASTIÃO SALGADO

68 **ESPORTE**
NAÇÃO
BEACH TENNIS

88 **TECNOLOGIA**
ÓCULOS INTELIGENTES

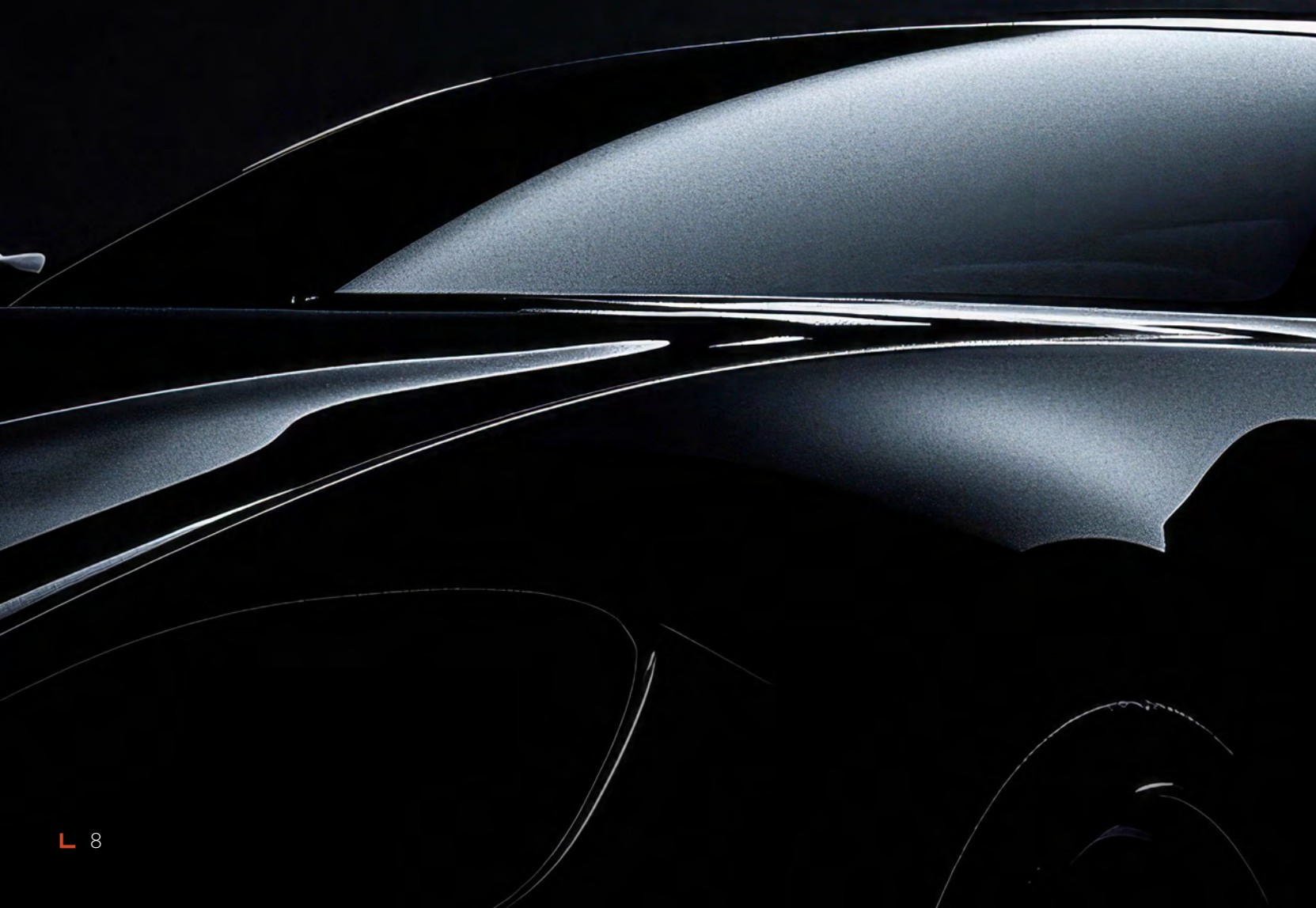
74 **GASTRONOMIA**
REVOLUÇÃO
EM MUNIQUE

90 **OBJETO DE DESEJO**
NEXO:
FUNCIONAL E COLECIONÁVEL



Veículos *premium*

Do novo
ao pre-owned



O MERCADO DE LUXO BRASILEIRO NÃO APENAS
CRESCER EM RITMO ACELERADO COMO TAMBÉM SE
DESTACA ENTRE OS DE MAIS PAÍSES DA AMÉRICA LATI-
NA, REPRESENTANDO 25% DO SEGMENTO NA REGIÃO
— INCLUINDO O MÉXICO. A EXPECTATIVA É DE UM
CRESCIMENTO DE 7% EM 2025 E UM AVANÇO ACUMU-
LADO DE 22% NOS PRÓXIMOS CINCO ANOS, SEGUN-
DO DADOS DO MERCADO & CONSUMO.

POR Fernanda Ribeiro
FOTOS Arquivo





O segmento automotivo *premium* tem papel central nesse crescimento, com projeção de alta de 21%, incluindo seminovos de luxo e os superesportivos.

Entre os apaixonados por carros, uma preferência vem se consolidando: a busca por veículos de alto padrão, seja zero quilômetro ou seminovo. A tendência reflete o desejo por sofisticação e conforto.



Segundo Carlos Augusto de Mello Carneiro, diretor multicanais da Volkswagen Financial Services (VWFS), plataforma de mobilidade que tem soluções para financiamento, consórcio, assinatura, locação e gestão de veículos e frotas, houve um aumento expressivo na busca por veículos *premium*, novos e seminovos, nos últimos anos. “O consumidor percebeu que é possível unir sofisticação e performance em sua escolha. Esse perfil de cliente é exigente: busca veículos com alto padrão de qualidade, mas também valoriza a racionalidade na hora da compra”, afirma.

Vale ressaltar que o segmento de veículos *premium* evoluiu de forma significativa. Todos os modelos desse mercado oferecem cenário positivo para o consumidor, pela exclusividade e tecnologia. “Quem compra um carro de luxo busca alto padrão. Nos seminovos, por exemplo, os clientes encontram, muitas vezes, baixa quilometragem e excelente estado de conservação, o que garante um ótimo custo x benefício. Já nos modelos novos, o cliente desfruta de exclusividade imediata e acesso às últimas inovações em *design* e performance”, observa Carlos Augusto.

Exclusividade e conexão

A exclusividade de determinadas marcas e modelos eleva o valor percebido e intensifica a conexão emocional, enriquecendo a experiência de compra. Entre os esportivos mais procurados estão Ferrari, Lamborghini e Mercedes-AMG. Mas, independentemente do tamanho da sua paixão, adquirir um veículo de luxo exige uma verificação criteriosa: para os novos, o destaque está na tecnologia e performance; para os seminovos, é fundamental avaliar a origem, o histórico de manutenção, quilometragem e eventuais sinistros — preferencialmente em lojas especializadas.

O consumidor percebeu que é possível unir sofisticação e performance em sua escolha.

Parceiros confiáveis

Para quem busca seminovos *premium*, há lojas qualificadas para oferecer serviços complementares — como veículos já blindados, altamente demandados no segmento de luxo e que apresentam excelente relação custo x benefício entre os seminovos. Algumas empresas oferecem também serviços de estética automotiva, que vão da customização interna e externa — como acabamentos e envelopamentos — à personalização de performance, entre outros.

Além das lojas, a Volkswagen Financial Services atua como uma parceira estratégica nesse segmento, tanto para modelos novos quanto para seminovos. Com soluções financeiras personalizadas, ela trabalha de forma integrada ao ecossistema da mobilidade *premium*, oferecendo ao cliente produtos sob medida, seja via financiamento, consórcio ou seguros, com condições exclusivas e uma jornada digital completa. “A VWFS, por meio da marca CarBank, traz solidez ao processo e contribui para que o cliente tenha uma experiência tranquila e segura. Análise de crédito sob medida, agilidade na aprovação, flexibilidade nos planos, seguros integrados às parcelas e atendimento altamente qualificado são aspectos que fazem toda a diferença”, explica Carlos Augusto. “Nosso objetivo é acompanhar o cliente não só na compra, mas ao longo de todo o ciclo do contrato”, conclui. ▮





Lamborghini Fenomeno

EXÓTICO E EXCLUSIVÍSSIMO,
LAMBORGHINI FENOMENO SE MANTÉM
FIEL À ESTÉTICA CRIADA POR MARCELLO
GANDINI HÁ MEIO SÉCULO.

POR Marcelo Jabulas
FOTOS Divulgação



fenomeno

A Lamborghini celebra em 2025 os 20 anos do Centro Stile, departamento que se tornou responsável pelo *design* de seus modelos dali em diante. E para celebrar o aniversário a marca apresentou o Fenomeno.

Com apenas 29 unidades, esse Lambo é o presente do Centro Stile para um seleto grupo de clientes. Mas ele é também uma homenagem direta a uma identidade visual atemporal que simboliza a Lamborghini há mais de 50 anos.

O Fenomeno preserva todos os dogmas que o genial Marcello Gandini desenhou em 1970 para o Countach. O estilo cunha, com a frente bem afilada, capô frontal curto, para-brisa inclinado, portas do tipo tesoura e um generoso compartimento central traseiro para o motor.

Tudo isso foi definido em um conceito apresentado no Salão de Genebra de 1971 e que se materializou no carro que chegou ao mercado em 1974. Depois disso vieram Diablo, Murcielago, Aventador e Revuelto.



fenomenal

O CORAÇÃO DO TOURO

O Fenomeno tem como base o Revuelto, inclusive o conjunto mecânico híbrido, que combina o tradicional V12 6.5 de aspiração natural. Só o bloco fornece absurdos 835 cv, algo fascinante para um motor que não conta com auxílio de turbo ou compressor. E como se não bastasse, há outros dois módulos elétricos, que entregam 245 cv extras (para as rodas dianteiras), e um terceiro motor, que auxilia a transmissão de dupla embreagem e oito marchas. A potência combinada é 1.080 cv. O torque é de 74 kgfm para o V12 e 35,7 kgfm para os elétricos.

ESTRUTURA AERONÁUTICA

O Fenomeno pode carregar os traços pétreos do Countach em sua silhueta, mas trata-se de um carro assombrosamente moderno. Se seu “bisavô” já utilizava recursos aeronáuticos, como tomadas de ar do tipo Naca, desenvolvido pela Nasa, o Fenomeno vai além.

Ele utiliza a estrutura que combina monocoque de fibra de carbono (que é uma peça única que forma a célula de sobrevivência). Este é conectado a um subchassi traseiro que a marca chama de monofuselagem. A estrutura foi desenvolvida com base em conceitos de aviação. Já a parte frontal tem estrutura feita de carbono e resina, que a Lamborghini chama de Forged Composite e utiliza desde o Reventón, lançado em 2007. Tudo isso garante que o poderoso conjunto mecânico se combine a uma carroceria fluida e aerodinâmica, que entrega a esse Lambo uma performance fenomenal.

Essa relação direta com a aviação fez com que o Fenomeno recebesse diversas tomadas de ar, cada uma para uma função. As largas aberturas frontais servem para aumentar o arrasto do eixo dianteiro com a pista. Já os laterais atuam no resfriamento dos radiadores e freios. E por fim, o coletor do tipo *snorkel*, que capta ar para as câmaras de combustão.

Todos esses números, ângulos, medidas e proporções formam uma equação que tem como resultado uma aceleração de 0 a 100 km/h em apenas 2,4 segundos. A velocidade máxima supera 350 km/h.

FRENAGEM APRIMORADA

O conjunto de freios de carbono-cerâmica (escondidos entre as rodas de 21 polegadas, na frente, e 22 polegadas, na traseira), com tecnologia de competição, permite que o Fenomeno gaste apenas 30 metros para desacelerar de 100 km/h até a imobilidade. Para se ter uma ideia, um carro compacto, que pesa quase a metade do Lamborghini, precisa de 30% mais pista. Boa parte dessa eficiência se deve ao sistema de gerenciamento integrado Sensor 6D. Esse sistema preditivo é posicionado no centro de gravidade do carro e é capaz de calcular as acelerações lateral, longitudinal e vertical.

Com alta precisão, o sistema vai além da concepção que temos dos controles de estabilidade e tração. Ele consegue prever e ajustar os parâmetros de frenagem e demais controles do carro, tornando o controle da direção mais fácil e as reações mais seguras.





INTERIOR DO LAMBO

Por dentro, o Fenomeno faz jus ao nome. O quadro de instrumentos é digital, com leituras essenciais para um carro com sua proposta. Conta-giros, velocímetro, número de marcha, assim como pressão de turbo, força G e demais instrumentos. As principais leituras também estão disponíveis para o carona, numa tela acima do porta-luvas.

O volante, de base achatada, conta com todos os comandos para que o piloto não precise levar uma das mãos ao console. No centro do painel, o multimídia com funções de entretenimento e climatização. E um detalhe curioso: ele tem uma base almofadada para o motorista posicionar o punho e acessar os comandos com mais conforto e precisão. Já o console exibe as chaves de partida, freio de estacionamento e transmissão. E claro, há carregamento por indução.

Para fechar o pacote, cada unidade do Fenomeno será única. Isso porque a Lamborghini oferece nada menos que 400 opções de cores externas, assim como diferentes materiais de acabamento interno. Nada mais justo para um carro estimado em US\$ 3,5 milhões. 7

Koenigsegg CC850

esse...



O KOENIGSEGG CC850 É A MATERIALIZAÇÃO DAQUELES
LAMPEJOS DE CRIATIVIDADE COM UM TOQUE DE
INSANIDADE EM QUE POUCOS SE ATREVEM A APOSTAR

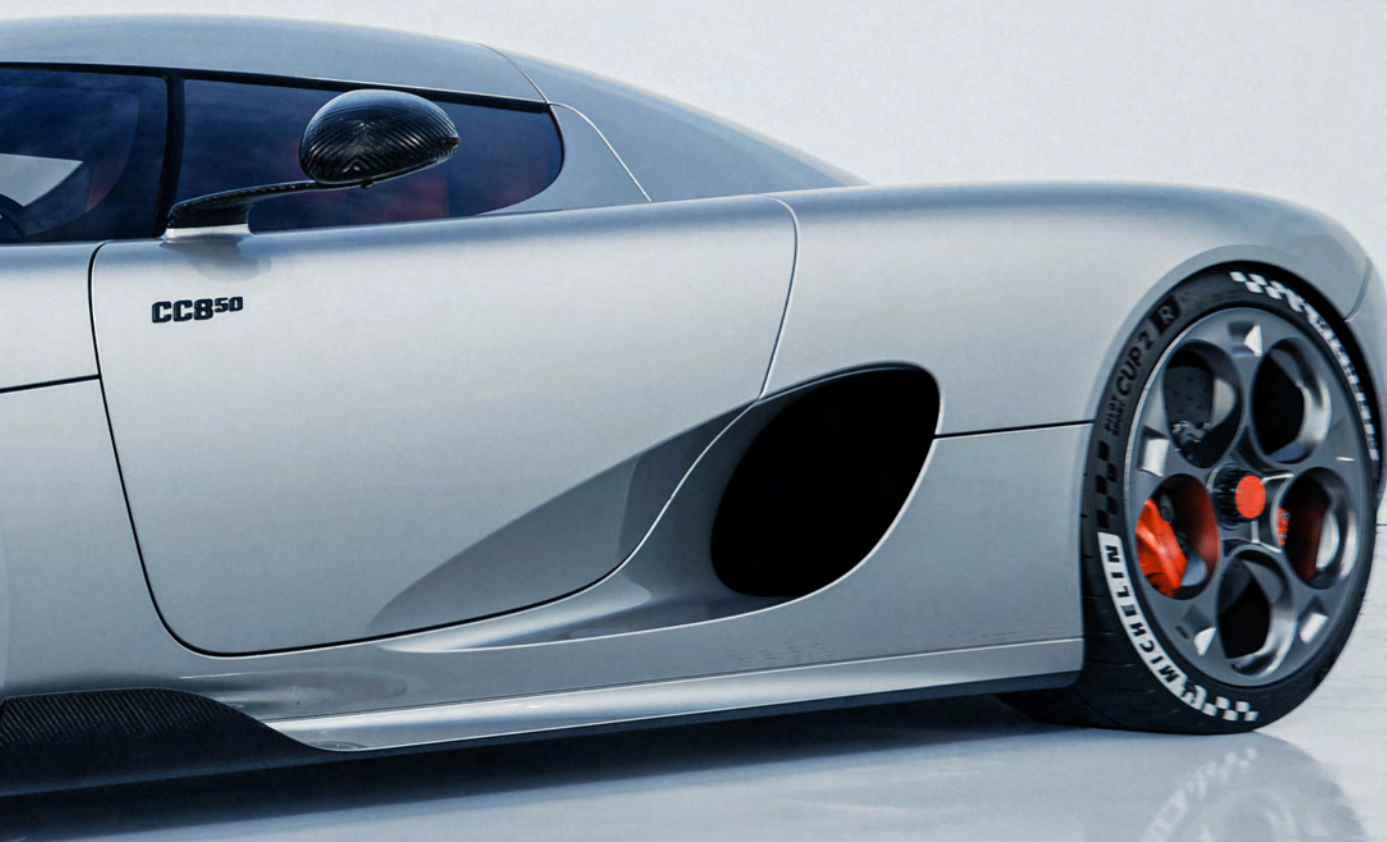
POR Marcelo Jabulas
FOTOS Divulgação

“E se...” Quem nunca ouviu ou proferiu esse fragmento de frase em um momento de troca de ideias? Essa faísca criativa certamente pipoca constantemente na cabeça de Christian von Koenigsegg, que um dia imaginou criar um supercarro, superar 1.000 cv de potencial, assim como ultrapassar 400 km/h.

E se o caro leitor duvida, o CC850 é a maior prova de que ousadia e (muito) dinheiro podem resultar em criações fascinantes. Simbólico, o modelo foi apresentado em 2022, mas só entrou em produção em 2024 e terá apenas 70 unidades fabricadas, cada uma ao preço de US\$ 3,65 milhões (todas já vendidas).

“O CC850 é uma homenagem ao carro mais significativo da história da Koenigsegg. Afinal, o CC8S nos colocou no mapa e nos tornou bem-sucedidos. E comemorar 20 anos de produção, com meu 50º aniversário, pareceu o momento certo para revelar o CC850 e valorizar nossas raízes”, declarou o próprio CEO da empresa.

Seu estilo é uma homenagem direta ao CC8S, modelo inaugural da marca, lançado em 2004. Suas linhas podem não parecer tão inovadoras quando comparadas a modelos recentes, como Regera, Jesko, Gemera ou Sadairs Spear, mas ele traz um elemento simplesmente fantástico. É o “e se...” que faz esse carro único.



O “SE” DA QUESTÃO

O CC850 foi equipado com um sistema de transmissão desenvolvido pela própria Koenigsegg, batizado de Light Speed. Essa caixa de nove marchas, que já equipava o Jesko, funciona como uma transmissão automática qualquer. Mas oferece também trocas manuais. O amigo deve estar se perguntando: “O que há de mais em trocas manuais?” Afinal, até mesmo um mundano sedã compacto permite trocar marchas com borboletas instaladas no volante.

O “e se...” do CC850 está na função Engage Shifter System (ESS). Esse recurso permite que o motorista faça as trocas manuais usando a alavanca do trambulador e acionando o pedal da embreagem para concluir as mudanças.



É isso mesmo: a transmissão do CC850 permite que seu motorista conduza o carro de forma automática, com o máximo de conforto, mas também faça as trocas manuais, para quem busca a mais purista das experiências.

O funcionamento, apesar de complexo, é aparentemente simples. A grelha do trambulador conta com oito posições: marchas de um a seis, além da ré. A oitava casa é a posição D (*drive*), em que a caixa passa a atuar de forma automática. É uma obra de arte da engenharia, composta de varetas, luvas, buchas e engrenagens.

DESEMPENHO DE MEGACARRO

Mas o Koenigsegg CC850 não se resume à sua transmissão. O megacarro, como a marca define seus bólidos, é equipado com um motor V8 biturbo 5.0 flex. Sim, ele pode ser abastecido com gasolina ou com E85 (mistura de 85% de etanol e 15% de gasolina).

Com o combustível derivado do petróleo, o motor desenvolve 1.185 cv. Quando abastecido com E85, a potência salta para 1.385 cv. O torque é de 141 kgfm – força de caminhão.

Tudo isso se converte em uma aceleração absurda, que a marca não informa por uma razão óbvia: são apenas 70 unidades. Mas, se serve de consolo, o velocímetro marca 420 km/h de máxima. Para um carro com relação peso/potência de 1 cv por kg (quando abastecido com E85), certamente ele é capaz de colar o ponteiro.

Para dar conta de tanta potência e sustentar velocidades alucinantes, o CC850 é extremamente aerodinâmico. Visto de lado, é possível notar a forma de “gota” de sua carroceria. As colunas traseiras “escorrem” de forma fluida para oferecer melhor fluxo de ar. E, por fim, há um aerofólio móvel que ajusta o arrasto de acordo com a necessidade.





INTERIOR DE LUXO

Por dentro, o Koenigsegg CC850 é sofisticado. Ele combina couro e fibra de carbono no acabamento. O quadro de instrumentos conta com três relógios – o central agrega conta-giros, velocímetro e pressão das turbinas.

Tudo analógico e refinado como um cronógrafo suíço. Os demais mostradores exibem informações como tem-

peratura do óleo, marcador de combustível, temperatura da transmissão e da água, além do nível do lubrificante.

O CC850 oferece ainda comodidades como climatização digital e multimídia. Afinal, não será todo dia que seus seletos proprietários estarão no “modo corrida”.

E se tivesse uma unidade sobrando? E se você tivesse US\$ 3,65 milhões, levaria para casa? 7

PERSISTIR É UM ATO DE CORAGEM



20 ANOS **AVANTGARDE** INFINITAS JORNADAS

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

2

AG



Foto: Kleber Schmidt



NEW



Bacardi

Para
sempre
cubano

POR Mariana Peixoto
FOTOS Divulgação

“BACARDI, O RUM PORTO-RIQUENHO QUE SERÁ PARA SEMPRE CUBANO”. ESSE FOI O TÍTULO QUE O “NEW YORK TIMES” DEU PARA MATÉRIA SOBRE O LIVRO “BACARDI E A LONGA LUTA POR CUBA: A BIOGRAFIA DE UMA CAUSA” (PUBLICADO NOS EUA EM 2008, É INÉDITO NO BRASIL), DO JORNALISTA TOM GJELTON. HOUVESSE HOJE UMA EDIÇÃO REVISADA DO LIVRO, HAVERIA DE COLOCAR OUTROS PAÍSES NESSA HISTÓRIA.

Com sede em Hamilton, capital das Bermudas, a Bacardi tem unidades de produção em 11 países, indo muito além do rum criado em Santiago de Cuba, em 1862. Maior empresa de destilados de capital fechado do mundo, controla também a tequila Patrón (mexicana), a vodca Grey Goose (francesa), o gin Bombay Sapphire (inglês), o vermute Martini (italiano), o uísque Dewar's (escocês) e o conhaque D'Ussé (francês), entre outras marcas.



O IMIGRANTE QUE MUDOU A HISTÓRIA

Falar de sua história é falar, de certo modo, das raízes do que chamamos de globalização. Tudo começou com um imigrante espanhol. No final da década de 1820, o jovem catalão Facundo Bacardi chegou a Santiago de Cuba para trabalhar na loja de um amigo do pai. Os catalães dominavam o comércio local. Àquela altura, Cuba era uma próspera colônia espanhola. Mais tarde, Facundo abriu uma loja de *lingerie*, que não foi muito longe. Em 1840, já casado com Amalia Victoria Moreau, de uma família de colonos franceses, decretou falência. O casal foi salvo por uma herança de um tio de Amalia. Facundo percebeu que, ao contrário de outras ilhas produtoras de cana-de-açúcar, Cuba não usava o subproduto do melaço para produzir rum. Ele sabia o que queria fazer, mas não tinha a *expertise*. Fez contato com o destilador franco-cubano José Léon Bouteiller. Juntos, começaram a produzir rum usando filtragem a carvão e uma levedura de conhaque. O resultado era uma bebida mais leve e relativamente doce em comparação com a que era tradicionalmente consumida na ilha. Portanto, era mais acessível ao paladar.

Mas não bastava produzir, tinha que saber vender. Para dar início à empreitada, ele havia adquirido uma destilaria muito simples. Em fevereiro de 1862 inaugurou, nesse local, a Bacardi. O próprio Facundo assinou os rótulos das garrafas iniciais. Autenticá-las foi uma maneira de fugir dos falsificadores. Foi ainda da pena dele que veio o logotipo da marca, o morcego de asas abertas. A inspiração veio de Amalia, que avistou uma colônia de morcegos na primeira destilaria da marca. Um morcego tem vários significados, inclusive sorte e prosperidade.





FAMÍLIA, POLÍTICA E EXPANSÃO

Como uma empresa familiar – está hoje na sétima geração –, a Bacardi seguiu com os filhos de Facundo. O mais importante deles foi Emilio, romancista nascido em Cuba e educado na Espanha. Nacionalista, ele defendeu o fim do domínio espanhol e a abolição da escravidão. Chegou a ser preso duas vezes por atuar em rebeliões armadas contra a Espanha. A ilha, vale dizer, foi a última colônia da América Latina a se tornar independente, o que ocorreu em 1898. Só que ela saiu das mãos dos espanhóis para cair na dos norte-americanos por meio do Tratado de Paris. Emilio teve atuação política em Cuba. No entanto, desgostoso dos rumos do país, deixou os cargos públicos. Com a aposentadoria do pai, passou a se dedicar aos negócios e à literatura.

Mas foi seu cunhado, Enrique Schueg, quem deu o rumo que a Bacardi tomou no século 20. Ele entrou na empresa como assistente financeiro já com ideias de exportação. À frente da empresa por meio século, Schueg se aproveitou da Lei Seca (1920-1933) em vigor nos EUA para levar seu produto aos turistas que iam para Cuba aproveitar a bebida, os jogos e a cultura local. A década de 1930 foi de grande expansão. Em Havana foi inaugurado o Edifício Bacardí, marco do *art déco* e então o prédio mais alto da capital cubana. Foi também nesse período que a empresa levou sua produção para o exterior, para Porto Rico, onde o rum era isento de tarifas, e para o México. São, ainda hoje, as duas maiores unidades de produção da marca – a porto-riquenha, a maior do mundo dedicada ao rum.

Abrindo um parêntese, em 2003 foi inaugurada, também em Porto Rico, a Casa Bacardi. Atração turística da ilha, a visita apresenta aspectos do processo de destilação. Diariamente são produzidos no local 100 mil litros de rum. Tem também um museu, que exibe exemplares das primeiras garrafas do Bacardi. Como uma visita do gênero, ela termina em um bar com degustação de alguns rótulos da bebida. A trajetória da empresa e do clã seguiu na década de 1950, quando o comando passou para as mãos de José “Pepín” Bosch, genro de Schueg. Claramente contra a ditadura de Fulgencio Batista, os Bacardi apoiaram declaradamente Fidel Castro na Revolução Cubana (1953-1959). Só que, uma vez no poder, Fidel mudou o discurso.



REVOLUÇÃO E RESISTÊNCIA

Em 13 de outubro de 1960, com Fidel à frente de Cuba, foi aprovada a lei que nacionalizava todas as indústrias do país, pondo fim à propriedade privada. Um erro salvou a Bacardi. Um dia depois da promulgação da Lei 890, oficiais do Exército foram ao escritório da empresa em Havana com um documento que reivindicava o seu controle. Só que a sede e a unidade de produção ficavam em Santiago, do outro lado da ilha. Avisada do que estava prestes a ocorrer, a Bacardi destruiu toda a levedura, que confere ao rum seu sabor suave, impedindo que outra pessoa o produzisse em Cuba. Em 15 de outubro, quando autoridades do novo governo chegaram à sede em Santiago, os ativos cubanos foram confiscados. Como a empresa já estava estabelecida em outros países, ela se salvou.



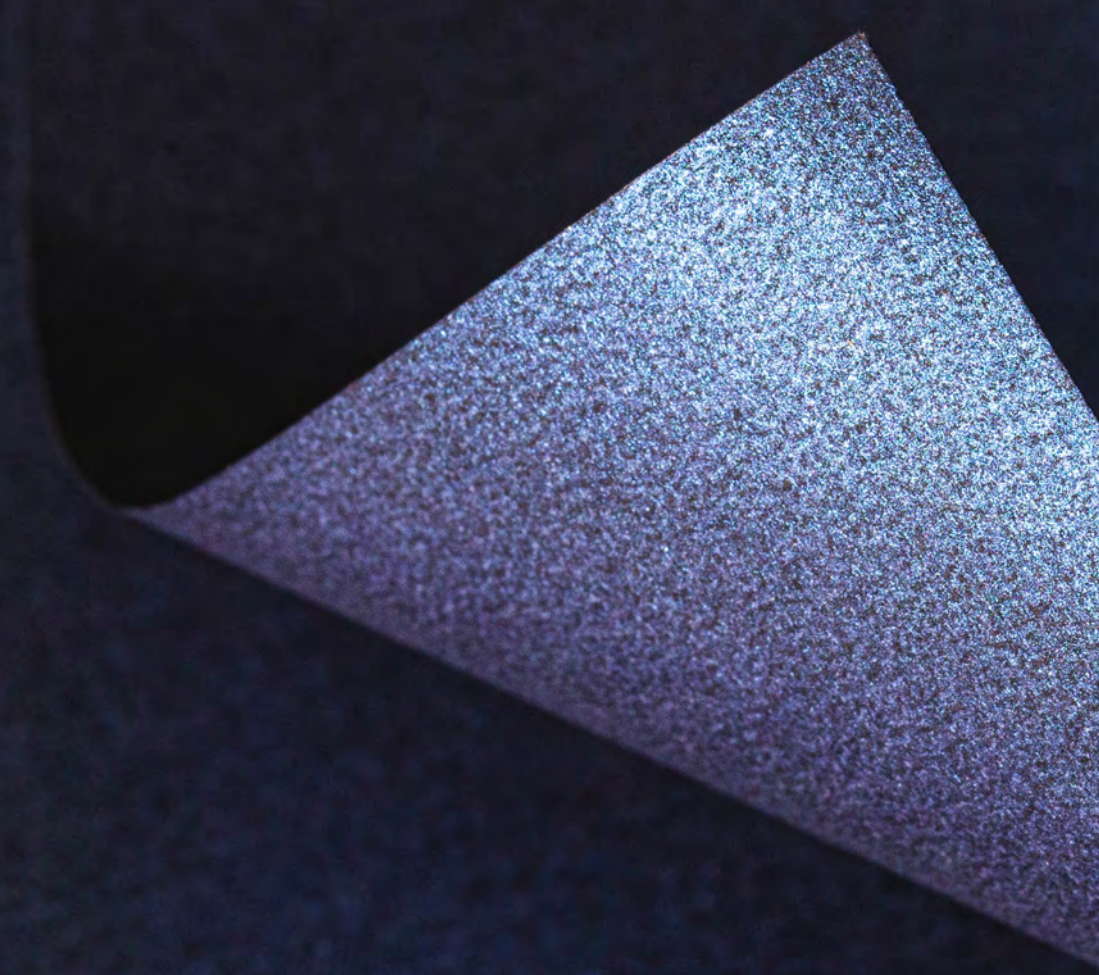
DE MARCA CUBANA A IMPÉRIO GLOBAL

Em 1965, a empresa tinha cinco fábricas, em quatro países. Mesmo exilado, Bosch financiou ataques contrarrevolucionários a Cuba e fez doações generosas a organizações que se opuseram a Fidel. Houve participação na invasão da Baía dos Porcos (1961) e financiamento de missões igualmente malfadadas, como bombardear refinarias de petróleo cubanas.

As batalhas políticas acabaram ficando no passado, pois já no final da década de 1970, início de 1980, a Bacardi tornou-se uma empresa global. Em 1992 passou a contar com cinco unidades operacionais: Bermudas, Bahamas, Porto Rico, EUA e México. Foi também nesse período que começou sua expansão para além do rum. Um marco foi a aquisição, em 1993, da General Beverage, proprietária do grupo italiano Martini & Rossi. A negociação dobrou o tamanho da Bacardi, que a partir de então se aventurou por outros mares. Em 1998 chegou ao Reino Unido por meio da aquisição do gin Bombay e do whisky Dewar's. A vodca francesa Grey Goose foi comprada seis anos mais tarde. Outras aquisições ocorreram nas últimas décadas, e hoje a empresa conta com mais de 200 rótulos exclusivamente de destilados – um império erguido sobre um sabor que nasceu em Cuba, mas conquistou o planeta. 7



POR Gustavo Greco
FOTOS Divulgação



NESTAS PÁGINAS,
a excelência dos papéis Fedrigoni

NAS PÁGINAS SEGUINTES,
os primeiros colocados no Fedrigoni Top Award

Design para os *sentidos*

Uma viagem pelo universo
tátil e poético da Fedrigoni

DESDE 1888, A FEDRIGONI FABRICA, NA ITÁLIA, COM UMA DEDICAÇÃO QUASE ARTESANAL, PAPÉIS ESPECIAIS – DAQUELES QUE DÃO ÁGUA NA BOCA (*DESIGNERS* ENTENDERÃO ESSE DESEJO QUASE XILOFÁGICO). HOJE PRESENTE EM 28 PAÍSES, A MARCA SE CONSOLIDOU COMO REFERÊNCIA GLOBAL EM PAPÉIS PARA EMBALAGENS DE LUXO, RÓTULOS DE VINHOS E MATERIAIS AUTOADESIVOS.

SEU COMPROMISSO COM INOVAÇÃO, RESPONSABILIDADE AMBIENTAL E EXCELÊNCIA TÉCNICA SE MATERIALIZA TAMBÉM NO FEDRIGONI TOP AWARD, PRÊMIO CRIADO EM 2005.

Mais do que premiar *designers*, o Top Award reconhece a colaboração entre estúdios, gráficas e marcas, valorizando o mercado e suas conexões. A edição de 2025 recebeu mais de 900 inscrições, vindas de 25 países. Destas, pouco mais de 300 foram selecionadas para a avaliação presencial do júri, que se reuniu por dois dias intensos em Verona.

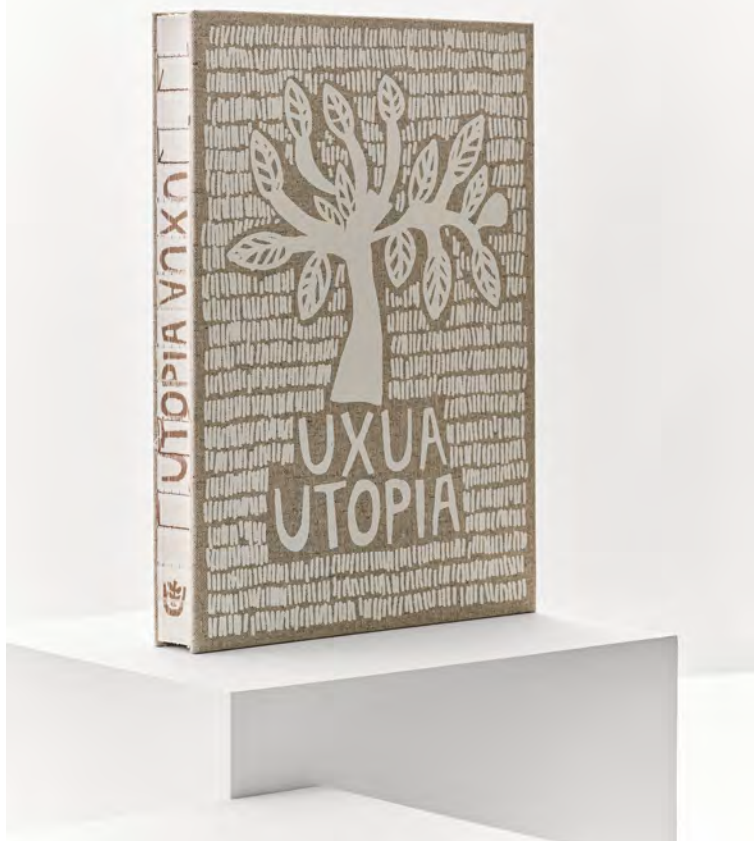
30 HORAS EM VERONA FEVEREIRO DE 2025

Foram trinta horas na cidade italiana para julgar, ao lado de sete colegas, os trabalhos finalistas. A seleção foi feita por um júri internacional diverso e experiente: Simon Esterson (revista Eye), Silvana Amato (Isia Urbino), Paul Boudens (moda e cultura na Bélgica), Marianne Givone (Dityque), Kate Marlow (Here Design), Melaine Mues (Mues Design), Sebastián Yañez (Thingular Creative Partners) e eu, representando o Brasil.

Os projetos inscritos nos instigavam a ver com as mãos. Abrimos as embalagens, folheamos os projetos editoriais, sentimos as texturas, arranjos cromáticos e composições. Tomamos nota do que seria discutido em grupo. Cada conversa, cada debate, foi marcado pelas diferenças de repertório e formações profissionais — e é justamente isso que me faz sair sempre um pouco diferente de cada júri do qual participo pelo mundo afora.

Entre uma sessão e outra, tempo de visitar os arquivos da Fedrigoni e folhear preciosidades como o catálogo Saturno, publicado nos anos 1930. E ainda deu tempo para dar uma volta pela Cidade do Amor, estranhar a superstição de esfregar os seios da estátua de Julieta e para tomar um *cappuccino* legítimo, antes do meio-dia, claro, para não cometer um *peccato*.





DIA DA PREMIAÇÃO EM PARIS JUNHO DE 2025

Meses depois, os jurados se reencontraram no elegante Pavillon Gabriel, em Paris, para a cerimônia de premiação. Acordei cedo. Brioche dormido na torradeira — já que não tinha pão (risos) —, cafezinho e uma caminhada de nove minutos até o Pavillon. Coração disparado. O motivo? Uma palestra no evento da Fedrigoni. A cerimônia foi antecedida por uma manhã de falas realmente inspiradoras sobre processos criativos, novos caminhos da indústria, sustentabilidade e, claro, muito *design*.

A pergunta que levei ao palco: é possível definir o *design* brasileiro, essa mistura única de criatividade, diversidade, extenso repertório cultural e múltiplas influências? De um país que desafia qualquer tentativa de síntese? Apresentei alguns dos destaques da 14ª Bienal Brasileira de Design Gráfico – ADG Brasil, ressaltando pontos da pluralidade da nossa produção.

No fim do dia, a entrega dos prêmios. Projetos de seis categorias distintas — Packaging, Publishing, Label, Creative Communication, Graphic Applications e Young Talents, estes com projetos surpreendentemente profissionais. Os premiados apresentaram um uso sofisticado e com significado dos materiais da Fedrigoni. Entre eles, o delicado Hera nei Campi (Itália), embalagem inspirada na mitologia grega; Uxua Utopia (Países Baixos/Brasil), livro-manifesto sobre Trancoso; e Sentinella (Itália), etiqueta de vinho impressa em papel 100% algodão. Houve espaço também para experimentações ousadas, como Chromatic Prism, instalação feita com 15 mil triângulos autoadesivos aplicados um a um na fachada de um shopping em Paris; e para trabalhos sensíveis como Ramasser, livro que documenta a vida rural por meio de obras de arte e fotografia.

O Top Award é muito mais do que celebração. É um lembrete da importância da escolha de materiais em um projeto de *design* — eles enfatizam o discurso pretendido — e do estímulo dos sentidos nos pontos de contato das marcas, em um mundo cada vez mais digital e apressado. Coração voltou ao compasso. E eu, para casa. Até que novos ventos soprem e me levem por aí outra vez. *Merci.* 7

POR Mariana Peixoto
FOTOS Isamu Mitsueda e Divulgação

Junia Hermont

pioneirismo nos ares

NÃO SÃO DE DENTRO DE UM AVIÃO, MAS SIM DENTRO DE CASA, AS LEMBRANÇAS MAIS REMOTAS E MARCANTES DE JUNIA HERMONT EM TORNO DA AVIAÇÃO. AINDA PEQUENA ACOMPANHAVA O PAI, NAS HORAS VAGAS, EM SUA OFICINA EM CASA CONSTRUINDO AEROMODELOS. “ELE MONTAVA PEQUENOS AVIÕES DO ZERO, MUITAS VEZES IMPORTANDO COMPONENTES PARA DEPOIS VÊ-LOS GANHAR VIDA NO AR”, COMENTA A EXECUTIVA. NAQUELES TEMPOS, ELA NÃO PODERIA IMAGINAR O QUE O FUTURO LHE RESERVARIA.

Desde janeiro de 2024 Junia Hermont é a CEO da Líder Aviação, maior empresa de aviação executiva da América Latina, que completa 67 anos em novembro. Fundada em 1958, em Belo Horizonte, pelo comandante José Afonso Assumpção, então com apenas uma aeronave, a empresa é, pela primeira vez, presidida por uma mulher.

Graduada em Administração de Empresas, com atuação no mercado financeiro, Junia entrou na Líder em 1998 para atuar como gerente de atendimento no Aeroporto de Congonhas. “Naquele trajeto, ao ver os hangares e os aviões no pátio, tive uma sensação imediata de pertencimento”, diz ela. Quem a entrevistou para o cargo foi o então diretor-superintendente Eduardo Vaz. Quase três décadas mais tarde, Junia o substituiu na presidência.

“Já se passaram 27 anos desde então, e a cada novo ciclo continuo me sentindo profundamente motivada e orgulhosa de liderar esse time que é, sem dúvida, uma parte fundamental da minha história e da minha vida”, afirma Junia na entrevista a seguir.

“Ser mulher no setor da aviação, e no meio corporativo de forma geral, naturalmente traz desafios adicionais. É fato que precisamos, muitas vezes, entregar mais e melhor para alcançar o mesmo reconhecimento.”



O meio da aviação é, tradicionalmente, muito masculino. Você teve que abrir muitas portas para que chegasse à presidência da Líder Aviação?

A Líder Aviação sempre teve como princípio reconhecer e valorizar a performance, independentemente de gênero, e isso foi fundamental na minha trajetória. Ser mulher no setor da aviação, e no meio corporativo de forma geral, naturalmente traz desafios adicionais. É fato que precisamos, muitas vezes, entregar mais e melhor para alcançar o mesmo reconhecimento. Ao longo da minha carreira, foi por meio de resultados consistentes, comprometimento e superação de metas que conquistei o respeito e a confiança necessários para crescer na empresa. Hoje, temos orgulho de ter mais de 40% dos cargos de direção e 37% dos cargos de liderança da empresa ocupados por mulheres. Tenho me dedicado a abrir portas e a criar um ambiente onde oportunidades são dadas a quem entrega excelência, independentemente de gênero, cor da pele ou origem. E seguirei fazendo isso.

Aviação é uma área fascinante para muita gente. Como você, que tem outra formação, entrou no segmento?

Iniciei minha carreira em banco, depois atuei como auditora em uma das “big four” e, em seguida, fui para a área financeira de uma grande multinacional brasileira. Ou seja, minha formação e experiência estavam totalmente voltadas ao universo corporativo e financeiro. Foi em 1998 que recebi o convite para ingressar na Líder, como gerente de atendimento aeroportuário na base de Congonhas, em São Paulo. Foi um movimento marcante na minha carreira: deixei a gestão de números para mergulhar na gestão de pessoas e operações. Hoje, após quase 27 anos no setor, posso dizer que aprendi muito sobre esse universo tão técnico, dinâmico e desafiador. Apesar de não ser engenheira aeronáutica nem piloto, tenho profundo respeito pelo ofício de quem voa.



Há mais mulheres em posição de liderança hoje do que em relação ao passado. Quais os desafios, na sua opinião? Já sofreu preconceito?

De fato, temos hoje mais mulheres em posições de liderança do que no passado, tanto na Líder quanto no mercado de forma geral. Ainda há muito a avançar, mas é inegável que já conquistamos espaços importantes. Na Líder, fomos pioneiros, por exemplo, na contratação de mulheres técnicas de manutenção, algo que ainda é raro no setor. Temos um programa de formação técnica, há mais de 20 anos, que já revelou profissionais incríveis, muitas das quais hoje ocupam posições de destaque. Os desafios existem, e um dos maiores, especialmente para as mulheres, ainda é conciliar a vida profissional com a pessoal, filhos e a gestão da casa. No entanto, vejo com otimismo uma mudança geracional importante, com uma participação cada vez mais ativa dos homens na divisão dessas responsabilidades. Eu me tornei diretora muito jovem e, sim, enfrentei preconceitos, mas nunca deixei que isso me limitasse. Sempre acreditei que o preconceito diz mais sobre o outro do que sobre mim.

A Líder atua nos segmentos de venda de aeronaves, manutenção, fretamento e *offshore*. Quais são as perspectivas desses segmentos para os próximos anos?

As perspectivas para 2025 e para os próximos anos são positivas. Temos observado um crescimento consistente em diferentes frentes de atuação, resultado de um trabalho estratégico, alinhado à retomada do setor e à evolução das demandas do mercado. No segmento de fretamento e gerenciamento de aeronaves temos ampliado nossa oferta com a entrada de novos modelos na frota, o que nos permite atender com ainda mais flexibilidade, inclusive em voos internacionais. É um mercado em ascensão, impulsionado pela busca por mobilidade segura, eficiente e personalizada. No setor de venda de aeronaves, seguimos como representantes exclusivos do HondaJet no Brasil. Recentemente, a Honda Aircraft anunciou o lançamento do HondaJet Echelon, com entregas previstas a partir de 2028. Já registramos 30 cartas de intenção de compra desse novo modelo, o que demonstra a confiança do mercado. Além disso, seguimos com forte atuação na comercialização de aeronaves seminovas, que continua aquecida. A operação *offshore*, voltada à indústria de óleo e gás, retomou o crescimento após a pandemia. Só neste ano há seis novos contratos dedicados, fortalecendo nossa posição nesse mercado estratégico. As perspectivas se tornam ainda mais promissoras com o potencial de expansão para a Margem Equatorial, uma nova fronteira de exploração no Brasil. Em manutenção, investimos na expansão da nossa capacidade técnica. Em janeiro, inauguramos um novo hangar no Aeroporto do Campo de Marte e ampliamos nossa estrutura em Sorocaba. Essas iniciativas aumentaram em 66% a capacidade de atendimento para aviões e em 88% para helicópteros em São Paulo. Vemos crescimento também na nossa área de atendimento aeroportuário, que oferece suporte em solo para clientes com aeronaves executivas. Nosso plano de voo para 2025 é ambicioso e bem fundamentado: projetamos um aumento de 17% no EBITDA (lucros antes de juros, impostos, depreciação e amortização) e 22% no faturamento bruto, mantendo a curva de crescimento que já registramos em 2024. E estou pessoalmente engajada na implantação de um projeto estratégico voltado à inteligência artificial, com o objetivo de tornar nossas operações ainda mais seguras, eficientes e conectadas com o futuro da aviação.

A expansão em São Paulo foi um marco em seu primeiro ano à frente da Líder, certo?

Sim, foi de fato muito relevante e desafiador. A decisão da Aena, nova administradora do Aeroporto de Congonhas, de expandir as operações da aviação comercial para o lado onde operávamos o nosso hangar exigiu um reposicionamento completo das nossas operações em São Paulo. A partir dessa mudança, transformamos o desafio em oportunidade. Realocamos nossa estrutura para um novo hangar em Congonhas, estrategicamente posicionado e dimensionado dentro da nova realidade do aeroporto, que agora conta com uma redução de 50% nos *slots* por hora destinados à aviação executiva. Paralelamente, ampliamos nossa presença na Região Metropolitana com a expansão para o Campo de Marte e a consolidação da operação em Sorocaba, fortalecendo nossa capilaridade no estado. Hoje, estamos presentes em cinco aeroportos estratégicos em São Paulo: Congonhas, Guarulhos, Viracopos, Sorocaba e Campo de Marte.

Qual é o perfil do cliente de fretamento atualmente?

O fretamento executivo historicamente tem um perfil majoritariamente voltado para o mundo dos negócios, e isso continua verdadeiro. Cerca de 90% dos voos fretados pela Líder acontecem durante os dias úteis. Atendemos clientes dos segmentos de agronegócio, mineração, varejo, entretenimento, construção civil e mercado imobiliário. Cada vez mais, esses clientes buscam soluções personalizadas, com flexibilidade, conforto e eficiência, fatores que a aviação executiva atende de forma única. Embora o foco ainda seja predominantemente corporativo, temos observado uma leve ampliação no perfil de uso, especialmente em períodos de alta temporada e em destinos onde a malha aérea comercial é limitada.

“Tenho me dedicado a abrir portas e a criar um ambiente onde oportunidades são dadas a quem entrega excelência, independentemente de gênero, cor da pele ou origem.”

A Líder começou no final dos anos 1950 com monomotores Cessna, depois vieram os Aero Commander. E hoje, como é a frota de táxi aéreo?

A frota da Líder é composta por 55 aeronaves, sendo 14 aviões e 41 helicópteros, refletindo a evolução tecnológica e a diversificação das demandas que atendemos. Entre os aviões, um destaque é o HondaJet, um jato mais moderno, eficiente e silencioso da sua categoria, um *very light jet* que reúne inovação aerodinâmica, conforto e excelente performance operacional. Na operação *offshore*, contamos com helicópteros de alta capacidade e tecnologia avançada, fabricados por Leonardo, Bell e Sikorsky. Um marco recente foi a chegada do nosso 16º Sikorsky S-92, um dos modelos mais robustos do mercado, com capacidade para transportar até 21 pessoas, entre passageiros e tripulantes.

A crise mundial e a política tarifária da gestão Trump estão afetando a aviação executiva?

Sim, políticas tarifárias mais protecionistas, como as adotadas durante a gestão Trump, e a atual crise global podem impactar o setor, especialmente com o aumento dos custos de peças e aeronaves. Durante a pandemia, por exemplo, enfrentamos um ambiente igualmente complexo, marcado por escassez de peças, disrupções na cadeia de suprimentos e elevação de custos. Ainda assim, mantivemos nossas operações com solidez, segurança e inovação. Temos plena confiança de que, com coragem para inovar e responsabilidade na gestão, continuaremos superando obstáculos e consolidando nosso protagonismo na aviação executiva, independentemente das adversidades do cenário econômico global. ▮





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



Tá na *moda*

Dicas do universo fashion para amantes da moda – ou não!

Paris? Milão? Não, Copenhague!

ENTRE BICICLETAS, CAFÉS E TRUQUES DE *STYLING*, A CAPITAL DINAMARQUESA TRANSFORMA SEU *STREET STYLE* EM PASSARELA E DITA UM NOVO RITMO PARA A MODA.

Há tempos a capital da Dinamarca serve de referência para a moda *street style*. Não é raro passear pelo Pinterest em busca de inspiração para os *looks* do dia e se deparar com belas escandinavas vestidas de um jeito *easy chic*, com um café na mão ou na companhia de uma bicicleta — meio de transporte oficial em Copenhague. O que antes era apenas o berço de um estilo agora ganhou a própria semana de moda.

Longe dos grandes holofotes, a Copenhagen Fashion Week não está no roteiro da agora ex-editora da Vogue América Anna Wintour, mas tornou-se destino obrigatório para *fashionistas* da geração Z, cujos milhões de seguidores no TikTok estão sempre prontos a amplificar o engajamento e apontar o próximo conteúdo viral. Sim, a moda mudou, e a Dinamarca parece ter percebido isso antes mesmo de capitais consagradas do circuito, como Milão, Nova York e Paris.





DEMOCRÁTICA, SIM, SENHOR!

Ao contrário das demais semanas de moda, que apresentam as coleções de grandes marcas e estilistas a uma lista restrita de celebridades e bilionários, a Copenhagen Fashion Week concentra-se em grifes mais autorais e tem como público influenciadores de todo o mundo. (Quem se surpreendeu com o número de brasileiros na edição mais recente levanta a mão!)

Quem quiser saber mais sobre as coleções desfiladas e ler críticas afiadas — livres, sem vínculos comerciais — provavelmente terá de recorrer ao Substack, plataforma que mistura *blog* com rede social. Sim, liberdade de pensamento também faz parte do sistema de moda da geração Z.



MAIS STYLING, MENOS LUXO

Como uma boa democracia, a moda dinamarquesa prioriza a sustentabilidade e clama por peças autorais, com custo x benefício ao alcance de nós, meros mortais. Isso faz com que a criatividade seja a verdadeira moeda de funcionamento do circuito. Truques de *styling* que copiamos das fotos de *street style* aparecem tanto nas passarelas quanto nas ruas, entre um desfile e outro. Ganha a criatividade, que passa a ser o ativo mais valorizado.



Quais marcas fazem a moda de Copenhague?

O mix de estilos é variado: algumas marcas apresentam propostas mais elaboradas; outras, mais casuais. Em quase todas, porém, uma preocupação se destaca: a sustentabilidade.

Caro Éditions

Fundada em 2022 pela ex-modelo Caroline Bille Brahe, a marca utiliza retalhos de peças descontinuadas de grifes como Chanel e Dries Van Noten em suas jaquetas jeans bordadas. Ganhou reconhecimento também pelo trabalho de *upcycling*, que transforma bolsas de marcas como Mulberry em peças ousadas e irreverentes.



Rave Review

Todos os tecidos dessa marca sueca são reciclados, evidenciando a importância da sustentabilidade na moda escandinava. Com silhuetas *oversized* e estampas de inspiração infantil, a coleção Primavera-Verão 2026 revela o lado romântico da geração Z.

Freya Dalsjø

A estilista dinamarquesa utiliza tecidos de fibras naturais para brincar com a modelagem, criando formas ora geométricas, ora orgânicas. Com cartela de cores que varia entre o branco e o preto, mostrou em sua coleção de verão que menos pode, sim, ser muito mais.



Skall

O nome, que significa “concha” em dinamarquês, homenageia o tataravô das irmãs fundadoras, um catador de conchas da Jutlândia, península no Norte do país. Na coleção mais recente, a dupla apresentou acessórios confeccionados com couro vegano.

A natureza da moda

Moda não apenas para vestir, mas para viver. Cada vez mais, as marcas investem em experiências para agregar valor ao produto e se diferenciar da concorrência. Nomes como Jacquemus e Miu Miu foram pioneiros nesse movimento, mostrando que, mais do que roupas, é preciso envolvê-las em todo um campo semântico — teoria que o filósofo Roland Barthes já antecipava em “Sistema da Moda”. A experiência conta, e muito, para que uma marca se destaque.

A mineira Coven, fundada por Liliane Rebehy, entende bem isso e vem construindo uma semântica peculiar ligada ao dandismo, em busca da “originalidade ainda que tardia” não apenas em suas roupas, mas também em seus eventos.

O lançamento da coleção Herbário, para o verão 2026, convidou 13 mulheres para um passeio pelos jardins do Inhotim. Bárbara Colen, Carol Toledo, Nathalia Abi-Ackel, Nath Rodrigues, Deíza Tavares e Mariana Stambassi vestiram-se de Coven para uma aula de ioga em meio ao verde, seguida de um percurso pelo Jardim dos Sentidos do centro de arte contemporânea. A experiência traduz o conceito da coleção, baseada no entrelaçamento de técnicas artesanais e fibras naturais. A aproximação entre moda e natureza não é mera coincidência: é essência.



Neurose fashion



Freud explica. O mais novo sucesso do universo *fashion* em formato de *podcast* é comandado por ninguém menos que sua bisneta Bella Freud. A estilista honra as raízes da família ao explorar o lado emocional e psicológico da moda.

A primeira entrevistada foi a modelo britânica Kate Moss, que, em uma espécie de sessão de análise com Bella, lembrou como chorou depois de sua primeira foto nua, aos 15 anos. “É muito difícil ser você mesma quando seu corpo é um veículo para a imaginação de outras pessoas”, comentou a modelo.

Entre os convidados do *podcast* estão nomes como as atrizes Cate Blanchett, Kristin Scott Thomas e Courteney Cox, além dos estilistas Haider Ackermann, Jonathan Anderson e Rick Owens. “Sempre me interessei pela maneira como as pessoas decidem o que mostrar e o que esconder com suas roupas”, explica a estilista. Talvez por isso as mangas de suas criações tenham sempre um detalhe ou bordado.

Assim, ela reafirma uma das máximas de seu bisavô: “A imaginação é a ponte entre a mente consciente e a inconsciente.”

O *podcast* de Bella Freud rapidamente conquistou espaço não apenas entre *fashionistas*, mas também entre quem busca entender a moda além da superfície. Ao relacionar estilo, psicanálise e comportamento, ela oferece conversas que vão muito além das passarelas — revelando como o vestir pode ser, ao mesmo tempo, armadura, confissão e espelho do inconsciente coletivo.



POR Ana Helena Miranda
FOTOS Daniel Mansur

NESSE HARAS, O ESPAÇO SE ABRE
AO TEMPO, AO AFETO E À BELEZA
DE VIVER SEM AMARRAS.



Onde habita a
liberdade

Há quem diga que cavalgar é como voar sem asas. Álvaro Siza – arquiteto português vencedor do prêmio Pritzker em 1992 – costuma dizer que o exercício da arquitetura é o equilíbrio certo entre o controle da experiência espacial e a liberdade para permitir que as coisas aconteçam. Nesse haras projetado pela Savassi de Paula Arquitetura, a liberdade é condição *sine qua non* para que formas, volumes, acabamentos e espaços dialoguem de forma livre em uma narrativa que tem o cavalo como figura de admiração e paixão.



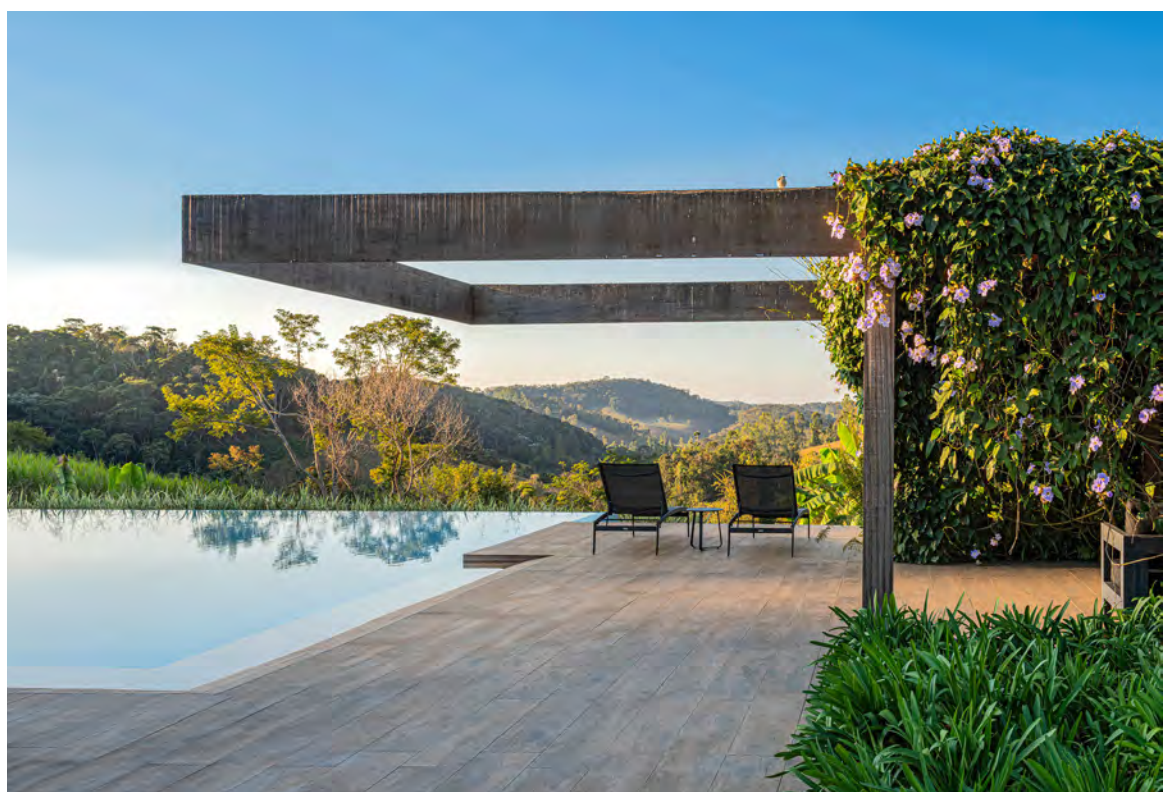


Uma antiga casa de fazenda de 600 m², localizada em Capela Nova, Minas Gerais, foi transformada em um local de contemplação do belo, seja ele materializado pelos cavalos da raça Mangalarga criados pelos proprietários ou pela paisagem que envolve o terreno de 25 hectares. Uma ampla varanda recebe os visitantes, enquanto um estar acolhedor e área *gourmet* se encarregam de criar momentos inesquecíveis para as pessoas que vivem e se deixam levar pela beleza e funcionalidade do espaço.





Uma piscina de borda infinita, com prainha, hidromassagem e uma pérgola na lateral realçam a experiência sensorial proposta pela arquitetura. No segundo piso, quatro suítes e uma sala de estar e jogos garantem hospitalidade.





Mas nem só de momentos compartilhados vive esse haras. Uma área mais íntima foi posicionada em um local mais privativo, onde foram construídos dois *lofts* que se integram à paisagem graças ao acabamento mais rústico, de pedras moledo. No subsolo, uma adega dá liberdade aos proprietários para degustar um bom vinho e curtir momentos a sós.

Os cavalos receberam atenção especial. As baias, modulares, têm iluminação natural, ventilação cruzada, piso próprio e áreas específicas para o seu bem-estar, como treinamento, ferrageamento, armazenagem e atendimento veterinário. Tudo cercado por um projeto paisagístico assinado por Nana Guimarães, que preserva a fauna local e valoriza a paisagem. O resultado é uma arquitetura para ser vista e vivida em toda a sua plenitude.





Um luzo

POR Fernanda Ribeiro
FOTOS Divulgação/ Reprodução

Um giro
pelo melhor
do mundo

Navegando com classe e estilo

Entre os dias 3 e 6 de julho foi realizado em Santa Catarina o Marina Itajaí Boat Show, um dos maiores eventos náuticos do país, que reuniu cerca de 20 mil pessoas e mais de 70 barcos, de marcas nacionais e internacionais, mostrando o que há de mais moderno, inovador e luxuoso neste mercado. Entre as brasileiras, uma das responsáveis por elevar o nível de qualidade é o estaleiro catarinense Armatti Yachts, que apresentou dois lançamentos que prometem ser os símbolos da nova geração de produtos do país: Armatti 400 Sport Coupé – com 3,25 metros de largura e *cockpit* maior que os modelos da mesma categoria – e a Armatti 310 Spyder – atualização da tradicional linha Spyder – com *design* italiano e voltados ao mercado internacional. “Hoje, quase 80% dos nossos clientes estão no exterior, e esses lançamentos também acompanham o início do verão no Hemisfério Norte, período estratégico para o mercado global”, destacou Fernando Assinato, CEO da Armatti Yachts. “Além disso, investimos em atualizações constantes nas embarcações, como *design*, funcionalidade e experiência de bordo, que o público internacional já vive lá fora, mas que aqui no Brasil ainda são diferenciais”, completou.





Gastronomia mais bela

E o Prix Versailles, prêmio internacional de arquitetura e *design* que reconhece projetos excepcionais em diversas categorias, divulgou a sua lista de restaurantes mais lindos do mundo de 2025. São 16 endereços recém-inaugurados ou reinaugurados ao redor do mundo que cumprem um papel fundamental, já que a memória de uma refeição é formada por diversos elementos sensoriais, como sabor, aromas, trilha sonora e até objetos do ambiente, de acordo com Jérôme Goudain, secretário-geral da iniciativa.



Criado em 2015 e anunciado anualmente na sede da Unesco, o Prix Versailles distingue projetos em várias categorias — como aeroportos, estações, museus, restaurantes e hotéis — e procura reconhecer não apenas o valor estético, mas também o compromisso com a sustentabilidade e o respeito pelo patrimônio local. O júri, mundial, é composto por figuras de referência nas áreas da arquitetura, *design* e cultura que avaliam os projetos com base em critérios como criatividade, inovação, eficiência ecológica, integração no contexto local e contribuição para o bem-estar social — princípios alinhados com os valores promovidos pelas Nações Unidas.



Os 16 escolhidos deste ano foram: Gerbou (Dubai, Emirados Árabes Unidos), Smoked Room (Dubai, Emirados Árabes Unidos), Blackswan (Pequim, China), Örtensia (Xangai, China), Lobster Club (Palma de Maiorca, Espanha), Bouchon Carême (Helsinque, Finlândia), Ladurée Rue Royale (Paris, França), Ducasse Baccarat (Paris, França), Julie's (Londres, Reino Unido), Shell (Nusa Penida, Indonésia), Coro (Orvieto, Itália), Seven Island (Busan, Coreia do Sul), Kimyona (Riad, Arábia Saudita), Another Smith (Tha Sai Luat, Tailândia), Beefbar (Nova York, Estados Unidos) e Japón (Miami Beach, Estados Unidos).



Coisa de cinema

A relação da Montblanc com Wes Andersen já rendeu ótimos frutos. No ano passado o cineasta e roteirista norte-americano, conhecido por filmes com visuais excêntricos e pelo estilo peculiar de contar histórias, foi convidado para escrever e dirigir a campanha que prestou homenagem aos 100 anos do consagrado instrumento de escrita Meisterstück chamando os espectadores para uma viagem ao mundo da marca.

Agora, foi a vez de Andersen convidar a *maison* alemã para desenvolver duas canetas para o mais recente filme dele, “O Esquema Fenício”. Os modelos foram inspirados nas peças históricas da Montblanc encontradas em seus arquivos. O primeiro modelo é o Heritage Rouge et Noir Coral, com clipe em forma de serpente e inspirado no estilo Heritage. O modelo foi descontinuado em 2019, mas, mediante solicitação, foi relançado em produção limitada para o filme.



Já o modelo Meisterstück 149 “Look Anos 50” foi chamado de “Caneta Birthright” no filme. Duas peças dessa versão personalizada foram criadas para se assemelhar ao *design* da Meisterstück na década de 1950, a fim de combinar com o cenário do filme. O modelo personalizado apresenta anéis bicolores na tampa e a gravação “149” no cone.



O FILME

No novo filme de Wes Anderson, escrito em parceria com Roman Coppola, o excêntrico magnata Zsa-zsa Korda (Benicio del Toro) já sobreviveu a seis acidentes de avião e é pai de nove filhos homens e uma única menina, a freira Liesl (Mia Threapleton). Ele determina que ela seja a única herdeira de seu patrimônio, mas antes pede a ajuda da filha para garantir que seu projeto de vida, o “Korda Land and Sea Phoenician Infrasctructure Scheme”, saia do papel. Agora, eles precisarão viajar pelo mundo acompanhados pelo ingênuo tutor Bjorn (Michael Cera), negociar com empresários, empreiteiros e criminosos perigosos, confundindo-os sobre suas intenções para afastá-los do esquema. O filme poder ser visto no Prime Video.



Nova rota do Expresso Oriente

Famoso por sua opulência e icônica história, o Expresso Oriente ganhou mais uma rota pela Europa – uma bem peculiar desta vez. Em novembro, o tradicional trem lança a Truffle Route (Rota das Trufas), uma jornada de duas noites pelo Norte da Itália a bordo do La Dolce Vita Orient Express, com foco em gastronomia, vinhos e paisagens que parecem tiradas de um filme neorrealista. Partindo de Roma rumo ao Piemonte, região consagrada tanto pela produção de trufas quanto por seus vinhos, o roteiro é pensado para quem já tem certa familiaridade com a culinária local e valoriza experiências enogastronômicas mais técnicas, como a distinção entre *terroirs* ou os métodos de cultivo adotados por vinhedos específicos.

Os preços começam em US\$ 9,4 mil por passageiro. O valor inclui hospedagem a bordo, todas as refeições, visitas guiadas, degustações e a experiência da caça às trufas.



Na hora certa

Quem acompanha o mundo da moda sabe que a Louis Vuitton lançou sua nova coleção de alta joalheria para o verão europeu de 2025: a Louis Vuitton Virtuosity. São 110 peças únicas distribuídas em 12 temas com dois universos distintos, The World of Mastery e The World of Creativity. A *maison* foca na reinterpretação dos diversos códigos de alta joalheria com conhecimento, emoção e sensibilidade.

Entre os destaques da linha está a série Keeper, que introduz um novo ícone na alta joalheria da marca: um relógio em forma de olho, totalmente cravejado de diamantes. Inspirada no conceito do “olhar vigilante”, essa série unissex inclui colares, broches e o sofisticado Keeper Watch. Todas as peças seguem uma estética que equilibra delicadeza e imponência, ao mesmo tempo em que incorporam significados profundos.



Endocrinologia com dra. Tatiana Rage

Cuidado

integral

ENTRE JANEIRO E AGOSTO DESTE ANO, AS PERGUNTAS SOBRE SAÚDE MAIS REPETIDAS POR BRASILEIROS NOS MECANISMOS DE BUSCA NA INTERNET FORAM RELACIONADAS A EMAGRECIMENTO. MAIS ESPECIFICAMENTE, AS PESQUISAS POR NOMES DE MEDICAMENTOS REPRESENTARAM QUASE O DOBRO DAS CONSULTAS SOBRE DIETAS. UM DOS MOTIVOS PARA ESSE COMPORTAMENTO FOI O *FRISSON* PROVOCADO PELA CHEGADA DAS BADALADAS CANETAS EMAGRECEDORAS AO MERCADO NACIONAL. ORIGINALMENTE DESENVOLVIDAS PARA TRATAMENTO DA DIABETES TIPO 2, ELAS PASSARAM A SER USADAS PARA PERDA DE PESO, MAS A ENDOCRINOLOGISTA TATIANA RAGE ALERTA: ELAS NÃO FAZEM MILAGRES.

“As pessoas andam fazendo loucuras, usando medicamentos que ainda nem foram aprovados”, comenta a especialista. Além dos riscos da automedicação, isso as expõe também a efeitos colaterais indesejados e frustração, uma vez que pode simplesmente não funcionar. As canetinhas “mágicas”, que devem ser usadas estritamente para fins médicos e com prescrição, são eficazes em reduzir o apetite e desacelerar a digestão, mas nem sempre isso basta. O protocolo correto para emagrecimento seguro, saudável e duradouro é necessariamente personalizado e com acompanhamento profissional.

“São uma excelente ferramenta, mas o tratamento tem que ser adequado”, diz a médica. Por adequado, entenda-se: por ser uma doença crônica multifatorial, a obesidade tem que ser abordada estrategicamente, de modo contínuo e multidisciplinar. Ela explica que ainda antes de pensar em alimentação e atividades físicas é necessário analisar o quadro clínico, ajustar hormônios e cuidar do metabolismo, até como forma de preparar o corpo para dietas e exercícios.

CLÍNICA TATIANA RAGE

Av. Barbacena, 600
Santo Agostinho
Belo Horizonte • MG
[31] 99677 6451

O último levantamento realizado pelo IBGE, em 2019, apontou que sete em cada dez brasileiros com mais de 40 anos tinham excesso de peso. Para 2025, a estimativa da Federação Mundial de Obesidade, sediada em Londres, fica perto disso, dividida entre 37% da população adulta com sobrepeso e 31% com obesidade. Segundo a endocrinologista, muitas dessas pessoas não têm consciência de que estão doentes, porque consideram apenas os quilos ou o índice de massa corporal (IMC), que relaciona peso e altura. No entanto, o diagnóstico de obesidade inclui outros critérios, avaliando a composição corporal com medição não só da quantidade mas também da proporção de gordura, massa magra, água e ossos. Com um exame de bioimpedância é possível ter uma análise detalhada desses parâmetros.

Por experiência própria, ela sabe que é muito difícil lidar sozinho com todos os aspectos (físicos, biológicos, psicológicos, sociais) que envolvem a doença e o tratamento. “É uma luta de uma vida inteira”, diz ela. A boa notícia é que são muitos os recursos disponíveis, que podem ser usados de forma combinada de acordo com as necessidades individuais do paciente. Ela é adepta, por exemplo, de dietas que restringem a ingestão de calorias sem grande sacrifício. “Não é preciso abrir mão de tudo para ter resultados muito bons. Eu costumo dizer que o paciente pode comer de tudo, mas não tudo”. A indústria também tem feito a sua parte, desenvolvendo medicamentos de primeira linha (lembrando sempre que eles são coadjuvantes numa abordagem mais abrangente) que estão cada vez mais acessíveis.

Com atuação focada na promoção da saúde por meio de cuidado integral e personalizado, a médica lembra também que o combate à obesidade é, em si, uma prevenção contra outras doenças que ela provoca ou agrava, como diabetes, câncer, demências, problemas cardiovasculares, cardíacos e respiratórios.

Ainda sobre estatísticas: pela primeira vez em 40 anos, o gráfico de aumento de peso na população dos Estados Unidos apresentou em 2024 uma inversão na curva de crescimento. Ainda é um dado tímido, mas Rage é otimista e vê nele um sinal de que, como novos tratamentos, pode acontecer uma mudança. “Tem muita coisa boa por vir. O prognóstico é maravilhoso”, conclui. ▮



Com atuação focada na promoção da saúde por meio de cuidado integral e personalizado, a médica lembra que o combate à obesidade é, em si, uma prevenção contra outras doenças.

“As pessoas andam fazendo loucuras, usando medicamentos que ainda nem foram aprovados.”

Sebastião Salgado

cidadão ilustre de Aimorés

EM ABRIL DE 1994, O ÚNICO HOMEM ENTRE OS OITO FILHOS DO CASAL SEBASTIÃO E DÉCIA SALGADO JÁ GOZAVA DE RECONHECIMENTO MUNDIAL E JÁ TINHA RECEBIDO ALGUNS DOS INCONTÁVEIS PRÊMIOS POR SEU TRABALHO COMO FOTÓGRAFO, INCLUSIVE O TÍTULO HONORÁRIO DE CIDADÃO DO MUNDO, CONCEDIDO PELA ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. MAS CAIU NO CHORO COM UMA HOMENAGEM BEM MAIS MODESTA, QUE ELE, AO AGRADECER, DISSE SER A QUE MAIS O HAVIA TOCADO NA VIDA: A MEDALHA DE CIDADÃO ILUSTRE DE AIMORÉS, A ÚLTIMA CIDADE MINEIRA BANHADA PELO RIO DOCE NO SEU CAMINHO ATÉ O MAR.

POR Elvira Santos
FOTOS Alexandre Guzanshe, Cassio Vasconcelos,
Leonardo Merçon e Sebastião Salgado

A close-up, high-resolution portrait of an elderly man with a balding head and light skin. He has a thoughtful expression, with his eyes looking slightly to the side and a faint smile. His skin shows signs of aging, with visible wrinkles and some white hair on his eyebrows. He is wearing a light blue collared shirt and a dark jacket. The background is a blurred mix of green and blue, suggesting an outdoor setting.

**“Tudo
pode
ser
refeito.”**

Fosse outra pessoa, falando para outra plateia, daria margem a maledicência. Poderiam dizer que era bajulação ou coisa parecida. Mas ali, na cerimônia que lotou o pequeno auditório da Câmara Municipal (tinha gente ouvindo até do lado de fora), ninguém duvidou da sinceridade dele. Ao contrário, o comentário geral foi: “Nossa, o Tião tá emocionado mesmo, né?”

Mais de 10 anos depois, no centenário da cidade, todo mundo se divertiu muito quando apareceu no desfile um carro alegórico com um menino por volta de seus 10 anos de idade fantasiado com careca, sobancelhas de algodão enormes e despenteadas e uma câmera, “fotografando” tudo que via. E não é que os olhos do Tião ficaram molhados outra vez? Naquela noite, o ponto alto da programação foi a exibição ao ar livre de “O Sal da Terra”, o então recém-lançado documentário sobre sua vida e obra, dirigido por seu filho mais velho, Rodrigo, e o cineasta alemão Win Wenders. Seus conterrâneos assistiram ao filme antes que ele fosse exibido em muita cidade grande pelo mundo afora.

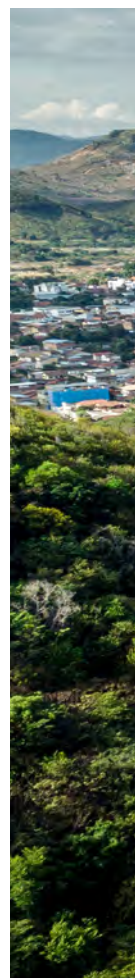
Essas foram apenas algumas das demonstrações de amor recíproco entre o maior fotógrafo brasileiro de todos os tempos e sua terra natal. Salgado conheceu o mundo todo, do Ártico à Antártida. Morou em Paris a maior parte de seus 81 anos, passou muito tempo em autoexílio, sem sequer visitar o Brasil. Na primeira vez que voltou ao país, reconheceu a paisagem que avistou desde o avião que o trazia: “Eu vi o meu Rio Doce!”.

Ele nunca mais deixou de voltar. Dizia que a terra onde nasceu o curava. E, por sua vez, também a curou, transformando a fazenda que herdou dos pais, então um deserto, no Instituto Terra, modelo de recuperação ambiental e transformação social. Quando o Rio Doce dele esteve à morte, envenenado, foi um dos primeiros a defender que era possível recuperá-lo e a se mobilizar para isso. Acreditava que não se deve nunca dar as coisas por perdidas. “Tudo pode ser feito”, dizia.

Nas centenas, talvez milhares de entrevistas que deu, não se cansava de revelar o “segredo” da sua maestria na técnica fotográfica do contraluz: explicava que aprendeu a olhar o mundo da sombra para a luz, porque em Aimorés esconder-se do sol é uma questão de sobrevivência. Não perdia uma oportunidade de falar de onde era. Conversas com ele costumavam ser longas, porque era bom de prosa, o Tião! Misturava os assuntos, ia da fotografia para a economia, sua história de vida, antropologia, causos... Sempre, com quem quer que fosse, no mesmo tom –manso – de voz.

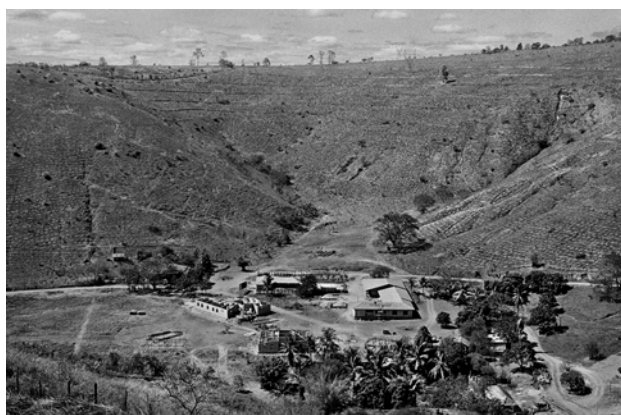
Era paciente, muito paciente. Levava anos em seus projetos, entre planejamento, viagens, edição e publicação. Esperava horas, dias se fosse preciso, até achar “o” momento de fazer uma foto. E generoso: abriu mão de direitos de reprodução de várias de suas obras em favor de causas e movimentos sociais e contribuiu com organizações humanitárias como o Alto Comissariado das Nações Unidas para os Refugiados (Acnur), Médicos sem Fronteiras e Anistia Internacional.

O líder indígena Francisco Piyãko, do povo Ashaninka, no Acre, conviveu com o fotógrafo durante um mês em uma de suas expedições. Ele descreveu de forma comovente o amigo em uma homenagem/despida em rede social: “Eu não conheço tanta força reunida numa pessoa como ele. O respeito que ele tinha por tudo e todos os cantos que ele passou, ele conseguiu falar isso. E ele não falava só da boca pra fora, é uma pessoa que falou da alma. Sempre, sempre ele falou do espírito dele. De maneira concreta, ele mostrou que é possível restaurar o mundo e o planeta.”



INSTITUTO TERRA: PROJETO DE UMA VIDA

Em quase 30 anos de existência, o Instituto Terra mudou a realidade não só da Fazenda Bulcão, mas de toda a Bacia do Rio Doce. Devolveu biodiversidade à Mata Atlântica, recuperou nascentes, implantou a cultura do desenvolvimento rural sustentável, aliando a agricultura com a floresta, promoveu educação ambiental para milhares de pessoas. Mais de 600 mil hectares de mata foram revividos, com cerca de 250 mil mudas nativas plantadas, outros milhares de árvores semeadas, e a ela voltou a abrigar a fauna local: onças-pardas, jaguatiricas, pica-paus, gaviões, lobos-guarás... centenas de espécies de animais foram identificadas na reserva. O bicho-homem também está sendo atraído. São aproximadamente quatro mil visitantes por ano. Entre eles, personalidades brasileiras e estrangeiras, políticos, cientistas e artistas, como Bono e Gilberto Gil, que compôs “Refloresta” (“... o jeito é compreender que já basta/e replantar a floresta”) em 2021, depois de conhecer o lugar.



Instituto Terra, antes e depois



Em quase 30 anos de existência, o Instituto Terra mudou a realidade não só da Fazenda Bulcão, mas de toda a Bacia do Rio Doce.



LEGADO

Sebastião Salgado anunciou sua aposentadoria da fotografia em fevereiro de 2024, para se dedicar a cuidar de seu imenso acervo. Seu legado inclui diversos livros, de versões de luxo a *pocket books*, em vários idiomas. Lélia Wanick Salgado, a companheira de tudo e de toda a vida, assina o projeto gráfico da maioria deles, nos quais é creditada como coautora.

O primeiro, “Outras Américas”, é de 1986. “Trabalhadores”, de 1993, popularizou o trabalho e fez enorme sucesso (tanto o livro quanto a exposição). Em “Terra” (1997), contou com a contribuição dos amigos Chico Buarque e José Saramago. Em “Êxodos” (2000), registrou movimentos migratórios, refugiados e retirantes de 41 países, e concluiu: “Mais do que nunca, sinto que a raça humana é somente uma.”

“Gênesis” (2013), seu último grande projeto fotográfico, é o único livro apenas com paisagens, fotografadas em lugares intocados pelo homem. Salgado o definia como “minha carta de amor à Terra”. “Da Minha Terra à Terra” (2014) é o único sem fotos, em que narra sua história pessoal, raízes políticas, éticas e existenciais.

Alguns livros foram republicados em partes, em edições temáticas, como “Retratos de Crianças do Êxodo” (2000), “África” (com texto de Mia Couto) e “Ouro” (2019) – um exemplar dele, com fotos originais de “Trabalhadores”, em edição limitada, numerado e autografado, custa R\$ 12 mil.

Uma cópia impressa da foto “Chuva sobre uma floresta de Igapó” em papel de algodão, de 1,20 m x 1,80 m, está avaliada em R\$ 390 mil em uma galeria de arte paulista. Outras obras de Salgado, em versões e com preços variados, podem ser encontradas em livrarias, galerias, *sites* e lojas.

Museus e galerias de prestígio mundial, como o Louvre, o MoMa e o Tate Modern, exibiram as principais exposições do fotógrafo. Atualmente estão em cartaz “Amazônia”, em Bruxelas (com direito a trilha sonora original composta por Jean-Michel Jarre) e uma retrospectiva, em Dauville, como parte da programação do Ano França-Brasil. “Gênesis” é atração permanente no Instituto Terra.

Sebastião Salgado faleceu no dia 23 de maio de 2025, em Paris, aos 81 anos. Ele enfrentava complicações de uma malária que havia contraído nos anos 90. Em agosto, em cerimônia que marcou seu retorno definitivo, suas cinzas foram misturadas à terra nas raízes de um jequitibá-amarelo, símbolo da floresta que ele tanto amou. 7



dicas da cultura pop

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

O cinema brasileiro está vivendo um momento de grande reconhecimento e sucesso ao redor do mundo. Capitaneado pela campanha vitoriosa de “Ainda Estou aqui”, de Walter Salles, que faturou a estatuetta de Melhor Filme Internacional na cerimônia do Oscar 2025, ao que tudo indica outro filme vem traçando o mesmo caminho: “O Agente Secreto”, de Kleber Mendonça Filho, premiado como melhor diretor no Festival de Cannes, que consagrou também Wagner Moura como melhor ator. O longa se destacou após sua estreia no festival francês ter recebido cerca de 15 minutos de aplausos ao final da sua exibição. Assim como “Ainda Estou Aqui”, “O Agente Secreto” tem a ditadura brasileira como pano de fundo, e conta a história de um professor universitário (papel de Wagner Moura) que volta para o Recife para reencontrar o filho caçula, apesar do risco de ser preso. O filme tem estreia nos cinemas brasileiros no dia 6 de novembro.

Já “Ainda Estou Aqui” pode ser assistido no Globoplay. Aliás, os *streamings* são uma ótima opção para quem quer se inteirar sobre produções bacanas e premiadas que foram feitas no Brasil.

Homem com H

Visto por mais de 700 mil espectadores nos cinemas, agora “Homem com H”, cinebiografia de Ney Matogrosso, chega à Netflix. Dirigido por Esmir Filho e estrelado pelo assombroso ator Jesuíta Barbosa, o filme retrata diversas fases da carreira e da vida pessoal de Ney Matogrosso, incluindo o conturbado relacionamento com o pai. Antônio Matogrosso Pereira, militar, ficou chocado ao ver o filho com trajes exóticos e movimentos ousados como líder do grupo Secos e Molhados, nos anos 1970.



Vitória

Outra produção recente do cinema brasileiro que chegou ao *streaming* foi o filme “Vitória”, após o sucesso nas bilheteria, sendo visto por mais de 700 mil espectadores. Protagonizado por Fernanda Montenegro, o longa é inspirado na história real de Joana da Paz, ex-empregada doméstica e massoterapeuta que denunciou a violência em Copacabana, no Rio de Janeiro, com uma câmera na mão e muita determinação.

Em 2005, ela passou a registrar vários crimes da janela de sua casa. As suas filmagens acabaram levando cerca de trinta pessoas à prisão, incluindo traficantes e policiais que recebiam propina para fazer vista grossa para a situação.



Saneamento Básico

Recentemente as redes sociais foram inundadas por cenas de um dos filmes brasileiros mais divertidos dos últimos tempos: “Saneamento Básico”. Com um elenco de estrelas como Fernanda Torres, Wagner Moura, Camila Pitanga e Lázaro Ramos, a comédia, de 2007, voltou aos cinemas recentemente em versão 4K e agora chega aos *streamings*. Na trama, uma pequena comunidade no interior do Rio Grande do Sul precisa criar um curta de ficção para conseguir o valor para fazer a fossa da cidade. Disponível no Globoplay e Netflix.



Marte Um

Em 2023, o longa, dirigido pelo mineiro Gabriel Martins, da produtora de Contagem, Filmes de Plástico, foi escolhido para representar o Brasil na categoria Melhor Filme Estrangeiro do Oscar, mas acabou ficando de fora. Ele ganhou oito estatuetas no Grande Prêmio do Cinema Brasileiro: Melhor Direção, Fotografia, Som, Roteiro, Filme, Ator, Ator Coadjuvante e Roteiro Original. Além disso, em 2022 a Associação Brasileira de Críticos de Cinema (Abraccine) elegeu “Marte Um” como o melhor longa-metragem. O filme narra a história dos Martins, uma família negra periférica lidando com suas aspirações e dilemas cotidianos. Enquanto o caçula da família, o pequeno Deivid (Cícero Lucas), sonha em se tornar astrofísico e participar de uma missão que colonizará Marte em 2030, seu pai, Wellington (Carlos Francisco), e sua mãe, Tércia (Rejane Faria), lidam com pautas mais densas do cotidiano. “Marte Um” pode ser visto no Globoplay.



POR Juliana Franqueira
FOTOS Luciano Lucky, Felipe Castro, Arquivo



O BEACH TENNIS ESTÁ ENTRE OS ESPORTES QUE MAIS CRESCEM NO BRASIL E NO MUNDO. SEGUNDO A CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BEACH TENNIS (CBBT), ESTIMA-SE QUE ELE SEJA PRATICADO POR QUASE 2 MILHÕES DE PESSOAS, EM MAIS DE 50 PAÍSES. O BRASIL E A ITÁLIA, PAÍS CRIADOR DA MODALIDADE, SÃO AS MAIORES POTÊNCIAS NO ESPORTE.

Nação *beach tennis*

O clima é de praia e de festa! Não só porque envolve areia fofa, que traz uma percepção sensorial diferenciada ao corpo, despertando os sentidos e aprimorando habilidades físicas e psicomotoras, mas porque a descontração está presente nas relações. Os praticantes se reúnem para jogar e para se socializar. Em uma partida, não é raro ter música embalando os competidores e agitando a torcida, que animada, entoa gritos de guerra e de incentivo. Não bastasse ser um jogo divertido e dinâmico, o *beach tennis* é também democrático e traz a ideia de “bater uma bolinha” ao sol, tão arraigada em diversas culturas pelo mundo. Na onda *fitness*, por se tratar de um esporte de alta intensidade, o simples fato de estar focado na bolinha garante uma queima calórica eficaz e muito prazerosa. Talvez seja por isso que sua fama tem se espalhado, conquistando um número crescente de participantes.

ORIGEM ITALIANA

Ele é uma mistura do tênis tradicional e do frescobol, com bolinha e raquete própria, praticado em quadras que lembram as do vôlei de praia, mas com a rede mais baixa. Além dos esportes já citados, há quem diga que os praticantes de *badminton* e peteca também se dão bem no jogo. O *beach tennis* foi criado em 1987, na Itália, nas idílicas praias de Ravenna, que logo se encheram de jogadores curiosos por explorar esse novo entretenimento. Em 1997, o italiano Giandomenico Bellettini fundou a Federação Internacional de Beach Tennis (IFBT), e desde então as regras e as técnicas foram sendo aperfeiçoadas e modificadas para tornar o jogo mais estruturado e competitivo. Alguns ajustes nas dimensões da quadra, na altura da rede e nas regras de pontuação foram implementadas. Hoje, o esporte se profissionalizou e conta com um circuito de torneios bem estabelecido.

BEACH TENNIS NO BRASIL

A chegada do *beach tennis* no Brasil, em 2008, foi avassaladora. A identificação com o esporte foi tão rápida e potente que no mesmo ano de sua chegada os brasileiros já estavam disputando campeonatos internacionais e subindo ao pódio. Leopoldo Correa e Adão Chagas, árbitros da Associação de Tenistas Profissionais, além de trazerem o *beach tennis* para o Brasil, fizeram parte da primeira equipe, com Joana Cortez, Marcela Evangelista e Rodrigo Ribeiro, e chegaram à semifinal do Mundial da IFBT, disputado na terra natal do *beach tennis*. A equipe ficou em terceiro lugar, perdendo para a supremacia italiana. Mais tarde, no mesmo ano, aconteceu o primeiro torneio de *beach tennis* no Brasil, o Invitation Open, realizado no Rio de Janeiro. No início, o esporte era praticado apenas à beira-mar, e além das praias cariocas, o litoral paulista teve grande relevância no desenvolvimento da modalidade. “Santos chegou a ser o local onde mais se jogou *beach tennis* no Brasil”, explica Alexandre Magalhães, o Xandinho, presidente da Federação Paulista de Beach Tennis, que tem mais de dois mil jogadores atuantes em torneios.



Copa Centro-Sudeste de Beach Tennis

Um dos pontos fortes do *beach tennis* é a democratização. De crianças a partir de seis anos a adultos acima de 75 anos, todos são bem-vindos.



A CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA

O esporte logo ganhou o Brasil, chegando a municípios distantes do mar. A Confederação Brasileira de Beach Tennis (CBBT), criada em 2009 e filiada à IFBT, hoje conta com 22 federações, nas cinco regiões do país. São 50 mil jogadores cadastrados em seu sistema, sendo 2.300 filiados, explica Jorge Bierrenbach, atual presidente da entidade, que comemora conquistas importantes este ano. “Recentemente, a CBBT firmou parceria com o Comitê Brasileiro de Clubes para a realização de cinco etapas do Campeonato Brasileiro Interclubes de Beach Tennis. Também foi criado o Superior Tribunal de Justiça Desportista de Beach Tennis do Brasil, para dar mais segurança a atletas, entidades e promotores de eventos”, finaliza Jorge. Em 2023, a CBBT realizou, pela primeira vez no Brasil, em Fortaleza, o Campeonato Mundial de Beach Tennis, com a participação de mais de 1.200 atletas, de quinze países. Um marco para a história do esporte nacional.

BRASIL IMPÕE RESPEITO

O cenário competitivo do esporte, amador e profissional, tem crescido a passos largos, com torneios locais, nacionais e internacionais frequentes, com premiações milionárias em alguns eventos. Segundo dados da CBBT, as federações filiadas realizaram mais de 180 torneios só em 2024. Conquistas significativas de atletas brasileiros a nível global têm sido motivo de orgulho para o país. Somos bicampeões pan-americanos, bicampeões sul-americanos, campeões da Copa das Nações, em Aruba, e recentemente, em junho deste ano, conquistamos o tetracampeonato mundial, em Rimini, na Itália. Luiz Basile, atual primeiro do *ranking* do Campeonato Mundial de Simples Profissional de Beach Tennis pela IFBT e vice-presidente da CBBT, afirma: “O Brasil é visto com muito respeito no exterior. Hoje, os melhores jogadores do mundo moram no Brasil”. Basile, que atua também como técnico da CBBT, composta por 45 atletas, conta que neste ano, após a conquista do tetra no Campeonato Mundial da IFBT, o foco é o tricampeonato nos Jogos Pan-Americanos da CBBT.



Luiz Basile

MINEIROS SÃO MAIORIA

A quilômetros do mar, em Minas Gerais, o esporte foi levado tão a sério que o estado tem hoje a maior federação de *beach tennis* do Brasil em número de filiados. São 1.036 atletas, segundo o atual presidente da FMBT, Rafael Brito. “Esse é o resultado de um trabalho sério e constante da Federação Mineira, que desde 2013 foca no crescimento do esporte. Além de torneios, oferecemos cursos de capacitação e de arbitragem e várias clínicas”, pontua Rafael.

Um dos pontos fortes do *beach tennis* é a democratização. De crianças a partir de seis anos a adultos acima de 75 anos, todos são bem-vindos. A presença feminina também é destaque e em breve irá se equiparar ao número de homens em quadra. Segundo Xandinho, “as mulheres são mais dedicadas, mais organizadas, e é normal ter equipes uniformizadas, principalmente no amador. Os torneios de *beach tennis* têm hoje uma média de participação de 42% de mulheres e 58% de homens, mas logo será igualado”, detalha.

A psicanalista, psicoterapeuta clínica e treinadora mental Patrícia Basile está à frente do Belas Open, que chega a sua nona etapa. O torneio, que destina parte da renda de inscrições à instituição de caridade Clube de Mães Maria Emília, em Esmeraldas (MG) há mais de dois anos reúne em cada etapa cerca de 180 participantes apaixonadas pelo *beach tennis* competitivo. “Muitas mulheres enxergam o esporte como ferramenta para superar momentos de angústia, ansiedade e depressão. Um esporte democrático que une, que acolhe e que vicia”, explica Patrícia, que é praticante assídua desde 2017 e ganhadora de diversos títulos, entre eles o campeonato mundial em 2024, na Itália, na categoria Profissional, além da 2ª colocação no *ranking* da IFBT, na categoria Simples Profissional. Ela ressalta também que o *beach tennis* é uma excelente prática para atletas com autismo e TDAH, já que proporciona foco e concentração.

Com 71 anos, o médico e professor universitário Rui Carlos Barbosa é um exemplo do quão agregador é esse esporte. Jogador profissional de peteca por 40 anos e de tênis por mais de 20, conquistou títulos expressivos em torneios e campeonatos nas duas modalidades. Há 10 anos, reencontrou-se no *beach tennis*. “Notei que, além do prazer de jogar, eu fazia uma atividade física que me permitia participar de eventos com pessoas muito mais jovens, mantendo-me em um bom nível de competição”, comemora Rui, que finaliza: “É um esporte altamente inclusivo. Minhas filhas e esposa, que jogavam tênis e peteca, também migraram e estão muito satisfeitas. Vejo no *beach tennis* algo que não via em outros esportes: a prática em família”.

TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

Por se tratar de um fenômeno global, o *beach tennis* tem sido foco de marcas conceituadas no mercado, como Head, Heroe's, Alto Giro, Mormaii, Wilson, Kona e Track & Field. Esta última viu no *beach tennis* uma oportunidade de crescer no mercado e passou a investir pesado nele. Em 2022, a marca lançou o Track & Field Open de Beach Tennis, consolidado como um dos maiores campeonatos da modalidade no país, segundo site do evento. Este ano, o circuito traz 49 etapas, três finais regionais e uma grande final.

Os investimentos em tecnologia e inovação envolvem roupas, equipamentos e acessórios. As raquetes são feitas de materiais avançados de carbono e Kevlar que oferecem leveza e rigidez, absorvendo impacto para maior conforto. “A evolução das raquetes é grande. No início, em 1995, eram de madeira, depois vieram as de fibra de vidro e só depois as de carbono, que seguem diferentes classificações”, explica Jorge. Xandinho complementa: “É fundamental saber escolher a raquete certa para o seu nível técnico, já que hoje é possível encontrar raquetes de excelência tanto para iniciantes quanto para atletas profissionais”. ▮

Patrícia Basile



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

revolução em **Munique**

CONHEÇA O JAN: QUERIDINHO DOS CRÍTICOS, TRÊS ESTRELAS MICHELIN E A MAIS RECENTE SURPRESA ENTRE OS 50 MELHORES RESTAURANTES DO MUNDO EM 2025.

Espanha, França, Inglaterra, Itália e Dinamarca costumam dominar as premiações e *rankings* gastronômicos. Mas é em outro país europeu — a Alemanha — que um restaurante charmoso tem ganhado espaço e conquistado paladares, elevando a gastronomia germânica como não se via há décadas. Desde que abriu as portas em Munique, há pouco mais de dois anos, o JAN vem arrebatando júri e público. Na lista do The World's 50 Best Restaurants 2025, divulgada em junho na Itália, é o único representante alemão — saltando da posição 84 direto para a 50ª.

Antes mesmo disso, em 2023, com apenas seis meses de existência, ele conquistou as três estrelas máximas do Guia Michelin. Os inspetores se surpreenderam com o local: “Sensacional”; “Qualidade dos ingredientes e modo de preparo irrepreensíveis”; “A complexidade dos preparativos é extraordinária” foram algumas das frases citadas nas resenhas.

Mas, obviamente, ele não surgiu do nada. À frente do restaurante está um nome conhecido: o chef Jan Hartwig, de 42 anos, um dos cozinheiros mais aclamados do país, que finalmente abriu o próprio espaço. É no JAN, autoral e independente, que ele vem redefinindo a alta gastronomia alemã com criatividade, ousadia e precisão. Seus menus degustação demonstram técnica refinada e homenageiam a herança culinária e os ingredientes regionais de forma original. A combinação de tradição e inovação é o que tem encantado crítica e público.

Boa parte da reputação de Hartwig está ligada à sua sólida trajetória no restaurante Atelier, localizado no Hotel Bayerischer Hof — o primeiro onde atuou como chef de cozinha. Em 2015, o estabelecimento recebeu duas estrelas Michelin, e de 2017 até a saída de Hartwig, em 2021, manteve três. Nenhum outro profissional alemão conquistou três estrelas tão rapidamente. E Munique não via um chef com essa condecoração desde Eckart Witzigmann, ainda nos anos 1990.



Schweinebauch à la chinoise



*Foie gras au chantilly,
erdbeere & opalys e
schwarzwälder kirsch*



O JAN marca um novo momento para o chef, que conta ter decidido abrir o próprio restaurante em busca de independência. “Quero oferecer a gastronomia que sempre imaginei. O restaurante leva meu nome — não há nada mais pessoal para mim do que receber os convidados em minha casa, com uma cozinha aberta. Quero apresentar minha personalidade e levá-los em uma jornada”, costuma dizer à imprensa. Segundo os críticos locais, seu estilo de cozinhar tem evoluído consideravelmente desde a abertura da casa, onde desfruta de maior liberdade criativa.

Por desejar que o foco esteja na comida, o local adota uma decoração minimalista e um *design* atemporal. São apenas 40 lugares e, do salão, é possível acompanhar todo o processo na cozinha. No almoço, o restaurante oferece um menu degustação de cinco etapas; à noite, ele se estende a sete tempos — podendo ser ampliado. A equipe conta com cerca de 20 jovens profissionais, e a carta de vinhos privilegia rótulos da Europa Central.

Os pratos costumam ser visualmente vibrantes: um bolinho de wonton com *foie gras*, por exemplo, chega glaceado em um tom intenso de vermelho-beterraba. Entre as criações mais icônicas estão a combinação de caviar, passas ao rum e avelãs piemontesas; o *fish in aspic* — truta da Baviera com beterraba vermelha, azeite de capuchinha e caviar de salmão ártico — e o *mackerel*, que leva iogurte grego, alho fermentado, cuscuz e *dashi beurre blanc*.

TRAJETÓRIA DO CHEF

No JAN é colocado em prática o lema pessoal do chef Hartwig: “ser melhor hoje do que ontem”. Acima da porta da cozinha, um letreiro traz a inscrição “Laboratório do amor” — como ele costuma definir o espaço onde cria. Hartwig está na cozinha desde os quatro anos de idade. O pai, também chef, é sua principal inspiração. “Meus pais achavam importante comermos juntos em família — e sempre recebiam amigos. Em almoços e jantares comemorativos, eu perguntava: ‘O que posso fazer? Posso ajudar?’”. Aos quatro anos, cortava tomates, descascava batatas, lavava saladas...”, lembrou em entrevista recente ao site do 50 Best.

Aos 18 anos, Hartwig iniciou sua formação no Restaurante Dannenfeld (uma estrela Michelin), onde passou por todas as etapas do ofício: desde colher abobrinhas até lidar com situações de alta pressão. Aprendeu a preparar chocolates, massas, pratos clássicos alemães, risotos e sobremesas. Após passar por outros dois restaurantes estrelados, chegou, em 2007, ao Aqua, no Ritz-Carlton, em Wolfsburg — onde atuava como subchefe quando o restaurante conquistou a terceira estrela Michelin. Em 2014, migrou para o já mencionado Atelier, em Munique — uma grande virada em sua trajetória. Mas queria mais: desejava ter o próprio negócio.

Hoje, o chef é reconhecido por usar acidez e diferentes texturas, além de reinterpretar a culinária alemã com criatividade, traduzindo-a em novos sabores. Suas criações se baseiam em memórias da infância na zona rural, o que confere um alto grau de individualidade ao seu trabalho. “Eu me concentro muito na regionalidade e na sustentabilidade — na minha terra natal e no DNA alemão do paladar. Tento obter meus produtos da região



e de produtores que conheço. Utilizo peixes de água doce, especialmente os mais frescos do Lago Schliersee, a apenas uma hora de Munique. Além disso, adoro pratos que aproveitam o alimento por completo. Um bom exemplo é o salmão: uso o fígado, o caviar e o próprio peixe, e preparo o molho com o restante — cabeça, barbatanas e espinhas — para que nada seja desperdiçado”, contou certa vez à imprensa.

Hartwig costuma afirmar que o que garante o alto padrão por onde passou é a equipe. “A cozinha é como um time de futebol — ninguém vence sozinho. É preciso treinar bem as pessoas, mas também tratá-las bem”, reflete. Sua inspiração, diz ele, vem de “todos os lugares”. Quando viaja, faz questão de visitar mercados e experimentar ingredientes. Também valoriza o diálogo constante com fornecedores, clientes e, claro, com outros chefs.

Engana-se quem pensa que a pressão por ter conquistado três estrelas tão rapidamente no JAN o preocupa. Para o chef, o reconhecimento é um “estresse positivo” — uma força que o impulsiona à superação. Que assim continue: dos primeiros tomates cortados aos quatro anos à maestria que hoje o coloca no topo, Hartwig e seu JAN seguem provando que a verdadeira receita do sucesso é o desejo constante de fazer de cada dia um capítulo melhor — e mais saboroso — do que o anterior. ▮

Um toque *sutil* à mesa

LOUÇAS E TALHERES
FOSCOS E ACETINADOS
FORMAM UMA
COMPOSIÇÃO PERFEITA
NA HORA DE SERVIR

Na hora da mesa posta para os convidados, para brilhar, quem disse que é preciso ser literalmente? Louças e talheres com acabamentos foscos (*matte*) e acetinados (semibrilho) têm caído nas graças dos anfitriões mais sofisticados, porque trazem uma proposta moderna e aconchegante.

Os queridinhos têm estética minimalista, valorizam a simplicidade e a beleza da imperfeição, com um visual discreto. Por isso mesmo, são mais versáteis, combinando com diversos estilos de decoração — do rústico ao industrial, passando pelo contemporâneo. A ausência de reflexo intenso torna as peças mais suaves aos olhos, criando uma atmosfera convidativa. As louças com acabamento fosco ou acetinado geralmente são feitas de cerâmica ou *stoneware*. As cores tendem a ser neutras ou terrosas, como preto *matte*, cinza, *off-white*, e as formas podem ser irregulares, com bordas imperfeitas e texturas inspiradas na natureza.

No caso dos talheres, esse acabamento é geralmente encontrado em aço inoxidável, mas com variações de cor: o preto, moderno e impactante; o dourado (*brushed gold*), sofisticado; e o cobre, que traz um toque industrial.

A seguir, listamos sugestões para todos os gostos.

Louças Costa Nova • Black

A marca portuguesa Costa Nova é especialista em *stoneware*, um tipo de cerâmica fina e resistente. As peças, feitas à mão, têm um toque rústico e orgânico, com texturas sutis e bordas ligeiramente irregulares, remetendo ao artesanal de forma refinada. A escolha pela cor preta é garantia de ainda mais elegância. Onde comprar: *e-commerce* Costa Nova ou Amazon



Porto Brasil Cerâmica

Terrakota, Leaf e outras

Uma das marcas brasileiras mais tradicionais, a Porto Brasil possui uma linha completa de louças de *stoneware* com acabamentos que remetem a texturas naturais e cores sóbrias. Há coleções com esmalte acetinado (semibrilho) ou acabamento completamente fosco (*matte*), em tons como preto, cinza-chumbo, branco *off-white*, além de terrosos e esverdeados. Pratos com bordas levemente irregulares e a sensação tátil do esmalte são um diferencial.

Onde comprar: *e-commerce* Porto Brasil ou La Ville



Talheres da Cutipol

Linha Goa

Também portuguesa, a Cutipol é referência em *design* de talheres, e a linha Goa é considerada icônica. Ela combina aço inoxidável escovado (preto fosco, prata fosco ou dourado acetinado) com cabos finos de resina em diversas cores. A versão dourada acetinada (*brushed gold*) é luxuosa sem ser ostensiva – perfeita para uma refeição sofisticada.

Onde comprar: *e-commerce* Cutipol



Talheres da Sambonet Linha Rock

A marca italiana Sambonet é conhecida pela inovação no *design* de talheres e apresenta diversas coleções com acabamento levemente fosco, que simula o desgaste do tempo e confere um charme rústico. A linha Rock é versátil e adiciona personalidade à mesa. As bordas levemente quadradas e a espessura do aço inoxidável são características marcantes da coleção, assim como seu estilo funcional e contemporâneo.

Onde comprar: *e-commerce* Fnac ou Sambonet



Porcelana Oxford Flat

Uma das maiores fabricantes de louças do Brasil tem investido em inovações de *design* e acabamento. Coleções de cerâmica e porcelana com propostas contemporâneas, incluindo peças com efeito fosco, rústico ou texturizado, já fazem parte do portfólio da marca – como a Flat, coleção inspirada no *design* biofílico, que busca conectar as pessoas com os benefícios da natureza nos ambientes. O resultado: louças com um toque mais orgânico e natural. As opções em tons de cinza remetem à superfície de pedras como o granito. Outra linha de destaque é a Chuvisco.

Onde comprar: *e-commerce* Oxford Porcelanas ou Camicado

BREVE LANÇAMENTO VILA CASTELA

solution

Madison

S Q U A R E

A
BRAND
NEW
START.

1 E 2
SUÍTES

LAZER DO PILOTIS
AO ROOFTOP

GROUND MARKET:
UM VERDEMAR PARA VOCÊ
COMODIDADES QUE
SIMPLIFICAM A SUA ROTINA



Piscina adulto e infantil



Spa coberto e descanso



Terraço Sky Lounge Club



MADISON.PATRIMAR.COM.BR

VISITE O DECORADO NO LOUNGE



LOUNGE DE VENDAS | RUA JOSÉ ESTEVES
ÁVILA, 645 - VILA DA SERRA, NOVA LIMA - MG

EMPREENDIMENTO | AVENIDA CASTELA, 15
(ANTIGA RUA COLETORA)
VILA CASTELA, NOVA LIMA - MG

INCORPORAÇÃO, CONSTRUÇÃO E INFORMAÇÕES



PATRIMAR
Mude para melhor

O Condomínio Madison Square contará com uma loja comercial, onde está previsto uma operação do Supermercado Verdemar no térreo, trazendo mais comodidade, conforto para a região. A loja comercial e sua operação comercial será aberta ao público em geral, com acessos, logística e obrigações condominiais diferentes do Empreendimento Residencial, não sendo uma unidade de acesso exclusivo para os moradores do empreendimento. O funcionamento da loja comercial está sujeito aos horários comerciais definidos pelo operador, não se responsabilizando a Patrimar, em nenhuma hipótese pelo instalação, início, continuidade ou funcionamento da operação do Supermercado Verdemar na loja comercial. Todas as ilustrações desta peça têm caráter exclusivamente promocional por se tratar de um bem a ser construído. Desenhos de caráter artístico e ilustrativo. O mobiliário e os equipamentos não fazem parte do memorial descritivo. Os materiais e cores representados poderão sofrer alterações ao longo do projeto da construção em função da disponibilidade destes no mercado. O empreendimento somente será comercializado após a expedição do Memorial de Incorporação no cartório de imóveis, nos termos da Lei nº4.591/64. Creci Patrimar: 54815.

POR Ana Helena Miranda
FOTOS Divulgação, Unsplash

Quem passeia pelo Instagram vira e mexe se depara com uma paisagem que parece ter saído de um verdadeiro deserto árabe. Seria mais um atrativo próximo a Dubai ou ao Catar? Seriam os árabes capazes de criar tamanha beleza com recursos artificiais? Mas ao observar a foto minuciosamente, nota-se a presença de lagoas de água cristalina no meio das dunas. Seria um oásis em meio ao deserto? Ao examinar melhor a foto e sua legenda, percebemos que esse oásis está em terras tropicais e – quem diria? – brasileiras. E não, não é um deserto, e muito menos artificial. O Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses ocupa uma área de 155 mil m² e é considerado o maior parque de dunas do Brasil. Localizado a 250 km de São Luís, no Maranhão, ele ganhou o mundo quando Gisele Bündchen publicou uma foto sua deitada em uma duna com a paisagem estonteante ao fundo. A partir de então, os Lençóis Maranhenses viraram destino *hype* no Brasil, atraindo não só mais turistas, mas também hospedagens e restaurantes mais sofisticados, que valorizam a cultura local.



Delírio *tropical*

OS LENÇÓIS MARANHENSES DESAFIAM
A LÓGICA E ENCANTAM OS SENTIDOS
COM LAGOAS CRISTALINAS, DUNAS
DOURADAS E LIBERDADE SEM FIM.



A maioria dos passeios leva às diversas lagoas do parque, mas, acredite, não são sinônimo de mesmice e monotonia. Cada lagoa é um deslumbre à parte. Confira a seguir as top 5 da região:

Lagoa das Andorinhas

De fácil acesso, costuma ser a primeira a ser visitada pelos turistas, pois dá um gostinho do que está por vir.

Lagoa da América

O trajeto até a lagoa não é feito por jardineiras, mas sim por lanchas ou voadeiras, como são comumente chamadas na região. Subindo o Rio Alegre, é possível se deparar com alguma vegetação e até lagoas com carnaúbas em sua margem.

Lagoas Emendadas

São consideradas as mais bonitas da região. Partindo de Santo Amaro em veículos 4 x 4, segue-se até o estacionamento e de lá caminha-se cerca de 40 minutos pelas dunas. A dica é subir ao topo de cada uma delas para apreciar a vista.

Lagoa Bonita

São de lá as fotos mais divulgadas nas redes sociais, com uma série de lagoas entre as dunas. Depois de atravessar o Rio Preguiças de jardineira, são 50 minutos de trilha de areia até uma duna com 70 metros de altura. Apesar de ser um passeio dos mais concorridos, fique tranquilo: passeando pelas dunas, é possível chegar a lugares facilmente fotografados sem ninguém para estragar a paisagem.





Lagoa da Gaivota

Saindo de Atins, você segue rumo à Lagoa da Gaivota. Vale parar para almoço no Canto de Atins e comer os deliciosos camarões grelhados da região.



Onde ficar

Barreirinhas é a base principal, que conta com mais infraestrutura, hospedagens, restaurantes e, conseqüentemente, maior fluxo de pessoas. É dela que saem a maioria dos passeios. Santo Amaro é a cidade mais calma, onde é possível conviver com os moradores locais, e a que possui melhor localização quando se fala em passeios, já que está localizada praticamente dentro do Parque dos Lençóis Maranhenses e próxima às lagoas mais bonitas do roteiro. Já Atins é a mais descolada. Com ruas de areia e estilo mais rústico, reúne as hospedagens mais sofisticadas e o público mais jovem, além de adeptos do *kitesurf*. A seguir, você confere três locais que unem sofisticação, conforto e alta gastronomia em Atins.

Anacardier Privé Hotel

Localizado na avenida principal de Atins, possui suítes e bangalôs com piscina privativa no melhor estilo “hotel boutique”. Além disso, há uma casa disponível, com sala ampla, cozinha integrada e vista panorâmica do vilarejo e do parque nacional. A gastronomia é assinada pelo chef Marcelo Exel, com uma culinária que alia contemporaneidade a ingredientes regionais.

La Ferme de Georges

A hospedagem é distribuída por chalés climatizados e a gastronomia é feita de ingredientes cultivados no próprio local. Já a piscina tem cajueiros ao redor que garantem uma deliciosa sombra nos dias mais quentes.

Pousada Vila Vento

Perfeita para os adeptos do *kitesurf*, está localizada às margens da Praia da Preguiça. Possui bangalôs e uma casa como opções de hospedagem.



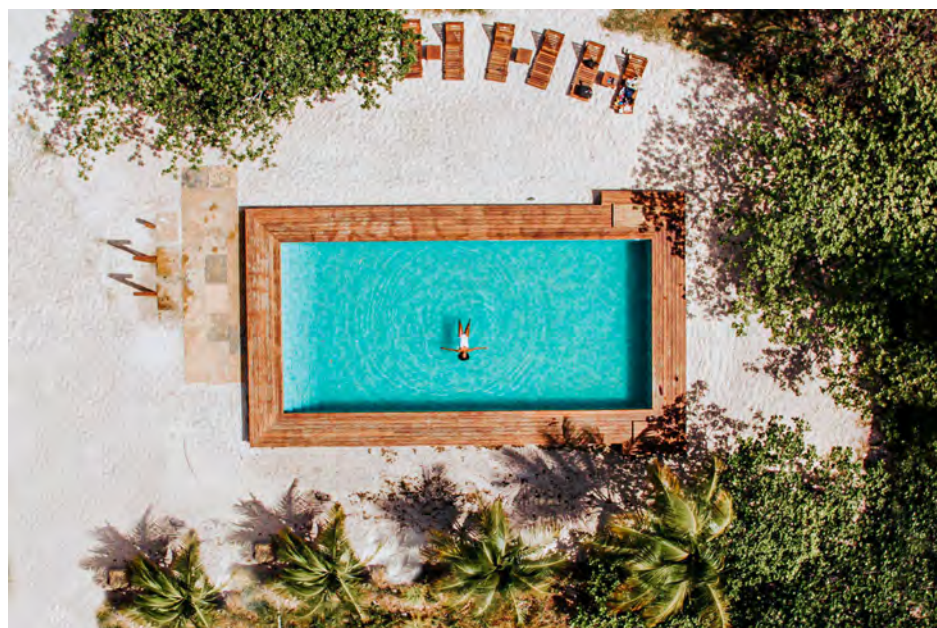
NO ALTO E NO CENTRO,
Anacardier Privé Hotel
ABAIXO,
La Ferme de Georges

Quando ir

Por se tratar de um parque que tem como matéria-prima as dunas, fenômeno natural de grande volatilidade graças aos ventos da região, a melhor época de visita é entre abril e agosto, quando as lagoas em meio às dunas estão cheias, por causa das chuvas que ocorrem antes e durante esse período. Mas isso não quer dizer que nos outros meses o passeio não valha a pena. A paisagem continua inebriante o ano inteiro.

Como chegar

O modo mais fácil de chegar é pegar um voo até São Luís e de lá seguir de avião rumo a Barreirinhas, uma das três cidades que fazem parte da base turística do parque. As outras duas, Santo Amaro e Atins, não possuem aeroporto, mas podem ser acessadas via *transfer* e lancha ou 4 X 4, respectivamente.



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

Android XR

Os

óculos inteligentes do Google

EM SE TRATANDO DE TECNOLOGIA, O FUTURO É SEMPRE O PRÓXIMO PRODUTO A SER LANÇADO. E, NESSE CASO, AGORA É A VEZ DO ANDROID XR – DISPOSITIVO COM REALIDADE MISTA QUE REPRESENTA A RESPOSTA DO GOOGLE AOS ÓCULOS DA META E DA APPLE.



Um vídeo compartilhado nas redes sociais recentemente mostra uma mulher usando óculos aparentemente comuns, mas com funções extraordinárias. Equipado com inteligência artificial e recursos de realidade aumentada, o dispositivo foi descrito como capaz de “entender o que você está vendo, ouvindo e perguntando, em tempo real”. Perdeu as chaves dentro de casa? Ele lembra onde você deixou. Isso mesmo!

O vídeo foi exibido durante o Google I/O, conferência anual de programadores da *big tech*, realizada em maio, em São Francisco, na Califórnia – e deixou todos bastante impressionados. Afinal, os óculos alimentados pelo Android XR vêm equipados com câmera, microfones e alto-falantes, funcionando em conjunto com o celular e permitindo que você

acesse seus aplicativos sem precisar colocar a mão no bolso. E tem mais: um visor opcional na lente fornece informações úteis de forma privada, exatamente quando você precisa. “Combinar esses óculos com os Gemini significa que eles veem e ouvem o que você faz, para que entendam seu contexto, lembrem-se do que é importante para você e possam ajudá-lo ao longo do dia”, afirma o Google em seu [site](#).

O diferencial do Google é ir na contramão dos óculos com visual futurista e incorporar o Android XR em *designs* convencionais, que podem ser usados nas ruas. O primeiro *headset* com o dispositivo será o Project Moohan, desenvolvido em parceria com a Samsung. Ele oferece uma tela imersiva para explorar aplicativos com o auxílio do Gemini. Com ele, será possível visitar cidades em qualquer parte do mundo e fazer perguntas sobre o que estiver sendo visto, além de solicitar conteúdos adicionais sobre o local.

Também será viável assistir a esportes de forma imersiva, como se estivesse no estádio – mas com dados sobre a partida projetados em tempo real. O Project Moohan estará disponível ainda neste ano. ▮



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

39 ANOS
bigráfica
Editora

O QUE VOCÊ IMAGINA, A BIGRÁFICA IMPRIME.

 editorabigrafica

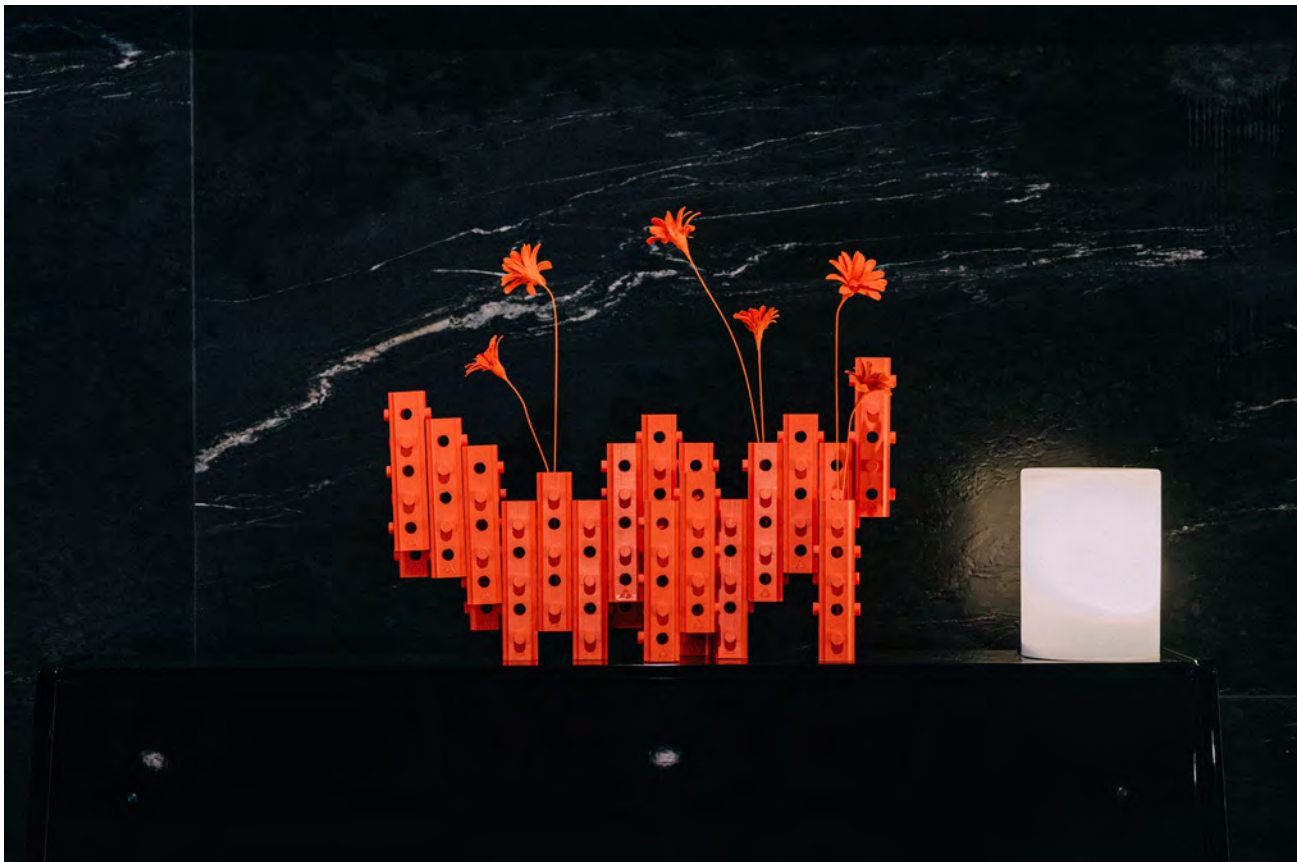
Nexo: *funcional* e colecionável

Inspirado no Lego, brinquedo dinamarquês atemporal criado em 1932, o Vaso Modular Nexo reinventa o conceito de flexibilidade com sofisticação e propósito. Objeto de desejo, colecionável e funcional, transforma-se de acordo com o ambiente e a criatividade do usuário. Desenvolvido com materiais sustentáveis de alta performance e acabamento de luxo, é uma peça que atravessa o tempo — adaptando-se ao espaço, ao uso e à imaginação de quem o possui.

A matéria-prima permite que o Nexo seja totalmente sustentável: compostável (decompõe-se em até 180 dias, transformando-se em adubo) e reciclável, promovendo um ciclo de vida responsável e harmônico com o meio ambiente.

Disponível em quatro tonalidades inspiradas em temperos — Pimenta Preta, Sal Grosso, Louro e Urucum —, cada vaso é impresso em 3D com PLA, um biopolímero vegetal obtido da glicose do milho.

Onde encontrar: @andreaovaesdesigner



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...



www.gwtravel.com.br



@gwtravelboutique



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

CONDUZIR A
EXCELÊNCIA
É A ARTE DE DIRIGIR
A PRÓPRIA VIDA

2
AG



20 ANOS **AVANTGARDE** INFINITAS JORNADAS

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

