

cool



DIVERSIDADE
MILLENNIAL
CONSUMO CONSCIENTE
WELLNESS
DESTINO PATACHO

Deborah SECCO

CRIPTOMOEDAS
FORÇA PRETA
MOBILIDADE URBANA
SUSTENTÁVEL
CANNABIDIOL
COWORKING

ANO 23 #124 R\$20,00
€ 3,50
9 413 33 1046 2030 1


coolmagazine.com.br

DESTINO: O PARAÍSO CHAMA-SE PATACHO

Considerada uma das praias mais bonitas do Brasil, a Praia do Patacho em Porto de Pedras – Alagoas, foi escolhida como destino para a primeira edição do Destino Patacho. O réveillon que promete unir pessoas que buscam além de festa, uma experiência completa, com a possibilidade de contato com a natureza, artesanato, gastronomia e boa música. Idealizado por Sérgio Feitosa (CEO da Celebration Entretenimento) e Ginno Fontes (empresário do ramo de eventos), Destino Patacho será um evento conceitual e plataforma cultural com essência de exclusividade, com expectativa de 1.200 convidados com padrões diferentes de outras festas do Brasil.

Com cinco festas inspiradas na Odisseia de Homero, o réveillon servirá open bar premium, estações gourmet e, na virada do ano, serviço de buffet completo. A programação será realizada entre os dias 27 de dezembro e 31 de dezembro e contará com mais duas festas adicionais. O Destino Patacho oferecerá ainda a proposta de Beach Club, com espaços para festas e shows de line-up exclusivo e alto padrão, gastronomia exclusiva, bares, healing e esportes, passeios, cultura e artesanato.

O serviço de concierge Sublime garante ainda aos visitantes acomodações, hospedagens e roteiros personalizados. O Destino Patacho chega como uma plataforma ampla de desenvolvimento sociocultural da região.

ODISSEA

27.12

EXÔTICA

28.12

LITONIA

29.12

CARÁVELA

30.12



LOTUS

31.12



PRAIA
DO PATACHO

PORTO
DE PEDRAS/AL



DESTINO PATACHO

O MAIS NOVO PRODUTO DA PROMOÇÃO 20 ANOS

08  11.NOV

M S C P R E Z I O S A

2 0 2 1

///NAVIO
PROMO
AÇÃO 20 
ANOS



WESLEY SAFADÃO
BARÕES DA
PISADINHA
MATHEUS E KAUAN
MENOS É MAIS
GUSTAVO MIOTO
JOPIN
BRUNO MARTINI
DEB LIMA



LANÇAMENTO PROMOÇÃO 20 ANOS



Navio Vamubora - 05 a 08 de novembro de 2021



Navio da Mix - 11 a 14 de novembro de 2021



Navio ZCL - 14 a 17 de novembro de 2021



Navio WS On Board - 20 a 23 de novembro de 2021



Navio Alexandre Pires - 26 a 29 de novembro de 2021



Navio Energia da Véia - 18 a 21 de março de 2022



Navio da Xuxa - 25 a 28 de março de 2022



Navio Só Track Boa - 31 de março a 03 de abril de 2022

20 ANOS DE HISTÓRIA EM ALTO MAR!

A Promoção, maior produtora de cruzeiros temáticos do mundo, completa 20 anos de história em 2021.

Nessas duas décadas de trajetória, a empresa de Edu Cristóforo fez mais do que um cruzeiro temático. Transformou simples viagens em experiências únicas e inesquecíveis.

Para comemorar todas essas conquistas ao longo dos últimos 20 anos, a festa de aniversário da Promoção só podia ser em um lugar: em um mega navio com os maiores nomes da música brasileira.

De 8 a 11 de novembro de 2021, acontece o Navio Promoção - 20 anos, com ninguém menos do que Wesley Safadão, Matheus & Kauan, Barões da Pisadinha, Menos É Mais, Gustavo Mioto, DJ Jopin, Bruno Martini, Deb Lima e muitos outros convidados.

Afinal, quando se trata de diversão em alto mar não tem pra ninguém. Só quem faz os maiores cruzeiros temáticos do mundo, pode fazer a própria festa de aniversário no MSC Preziosa.

@promoacaooficial

www.lojapromoacao.com.br

Central de atendimento e WhatsApp: (11)36249007

e-mail: Informacoes@promoacaoeventos.com.br



46

COOL #124

- 14 FASHION DROPS
- 16 MATRIX
- 18 BACARRAT
- 32 THÁSSIA NAVES
- 42 TENDÊNCIAS DE BEM ESTAR
- 50 BITCOIN
- 52 CANABIDIOL
- 90 DIVERSIDADE
- 104 LE CORDON BLEU
- 110 BYE BYE ANSIEDADE



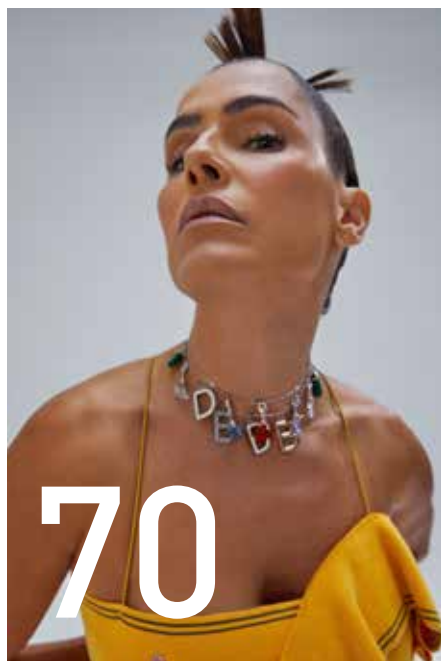
62



20



84



70



92

O MAIOR ESTOQUE DE
SUPERCARROS

À PRONTA-ENTREGA DO BRASIL



#VAMOSATACAR



Conheça
nosso site:



No Boca Mafra Premium você
encontra o maior estoque de super
carros do sul do Brasil, com modelos
exclusivos para realizar o seu sonho!

47 3228 5300
47 9 9932 1549
Av. do Estado Dalmo Vieira,
nº400, Loja 1 - Balneário Camboriú

**BOCA
MAFRA**
PREMIUM

 bocamafrapremium
bocamafrapremium.com.br

COOL B-DAY

DIVERSIDADE

Nesta edição especial comemorativa de 24 anos de história, A COOL Magazine traz para você, com destaque, matérias sobre Sustentabilidade, Meio Ambiente, Mobilidade Urbana, Turismo, Moda, Saúde, Beleza, tecnologia e o tema mais destacado do momento, DIVERSIDADE.

Em um editorial e matéria exclusiva, DEBORAH SECCO arrasa mostrando a volta dos MILLENNIALS. As TOP Influencers, Thássia Naves, Jade Seba e Lívia Nunes contam tudo sobre o sucesso nas redes sociais.

Wellness e como controlar a ansiedade são temas importantes para superar sequelas da pandemia. Trazemos também um Especial sobre a FORÇA PRETA na MODA e na sociedade.

Esta edição mostra hotéis fantásticos e sugestões de vinhos para harmonizar a experiência. Apresentamos dicas de viagem para México, NYC e os Destinos e Resorts mais descolados pelo Brasil.

Vejam os Carros que voam e Yachts no nosso caderno MOTOR. E ainda um ensaio fotográfico NUDE super visionário.

Já decidiu seu REVEILLON? DESTINO PATACHO promete!

Acompanhe online o nosso site, APP e Redes Sociais @coolmagazine.

LET'S CELEBRATE.



DEBORAH SECCO

Modelo: @dedesecco

Jornalista: Caroline Menis @carolmenis

Editor de moda e direção criativa: Rafael Menezes @menezesrafael

Audiovisual: Carlos Blhenndow @blhenndowff

Fotógrafo: Anthoner Neto @anthenorneto from Matching Digital @matching.digital

Assistente de foto:

Erick Diniz @erickdinizmobile

Mariana Gabetta @_avktoi

Ana Gomes @aninhaagomes

Rayssa Fernanda @rayssa.fsh

Styling: Marcell Maia @marcellmaia

Produção de moda: Henrique Maciel @hm.henrique

Beleza: Dindi Hojah @dindihojah

Assistente de beleza: Milena Garcia @milenaagarcia beauty

Agradecimento: Studio Insight @insightstudio.sp

DEBORAH ANDREASEN

Modelo: @debyandrasen

Jornalista: Caroline Menis

Fotógrafo: Marcos Duarte

Stylist: Nay Reis

Makeup Artist: Will Eliodoro

Diretor de arte: Rafael Menezes

Audiovisual: Carlos Blhenndow

Agradecimentos: MKTMix, INDEX, Arara Criativa e Press Pass

COOL

MAGAZINE

Diretor **Marcelo Jardim**
marcelojardim@coolmagazine.com.br
@marcelojardim_

Jornalismo **Caroline Menis**
jornalismo@coolmagazine.com.br

Editor de moda **Rafael Menezes**
moda@coolmagazine.com.br

Moda **Marcell Maia**
Nay Reis

Diretor de arte **Vicente Astrauskas Neto**
vicente.neto@mktautomation.com

Fotógrafos **Henrique Schiefferdecker**
Antenor Neto
Marcos Duarte

Colaboradores **Bruna Manzano**
José Maurício de Souza
Syama Reyes
Viviane Chow
Márcia Jardim
Mayara Della Vega

Executivos de contas **Thierry Campos**
thierry@coolmagazine.com.br
Marcela Della Vega
marcela@coolmagazine.com.br
Isabela Vianna
isabela@coolmagazine.com.br
Hanna Fernandes
hanna@coolmagazine.com.br

Revisão **Adriana Santos**

CTO **Maria Fernanda Frassetto**
(MFF Web Agency)

ctp, impressão e acabamento **Gráfica Grafilar**



@coolmagazine



coolmagfanpage



coolmagazine



@coolmagazine



coolmagazine

Assine a Cool Magazine
www.coolmagazine.com.br

Dúvidas e sugestões: assinaturas@coolmagazine.com.br
À venda nas melhores bancas e livrarias

Operação em bancas

Assessoria Edicase www.edicase.com.br

Distribuída pela Dinap S/A- Distribuidora Nacional de Publicações
Manuseio FG Press www.fgpress.com.br

As pessoas que não constarem no expediente não têm autorização para falar em nome de Cool Magazine ou para retirar qualquer tipo de material se não tiver em seu poder carta em papel timbrado assinada pela diretoria. A Cool Magazine não se responsabiliza por conceitos emitidos em artigos assinados.

A Cool é publicada a cada 60 dias por Link Cool Editora Ltda
R. Flórida, 1758 - 9º andar - Cidade Monções, São Paulo - SP, 04565-001
Telefone: (11) 3777-8154

PHANTOM, A NOVA FRAGRÂNCIA MASCULINA DE PACO RABANNE

Entre na Galáxia Paco e participe de uma festa intergaláctica onde todos estão convidados. Onde você pode ser quem quiser. Não importa quem você é. Não importa de que planeta você venha. A fragrância mais agradável de todos os tempos. Um aroma futurista combinando o brilho verde energizante de limão com uma lavanda cremosa e viciante. A fragrância é criada estimulando a criatividade humana com inteligência artificial. A peça de design mais inovadora de todos os tempos do setor e a primeira fragrância conectada. Toque seu telefone no topo do frasco e conheça seu novo braço direito. Um convite ousado para sair do comum e celebrar a vida. A personificação perfeita do lema #daretothedifferent 1000% de sensação de bem-estar. 1000% Paco Rabanne. #welcometothefuture



PINACOTECA DE SÃO PAULO INAUGURA EXPOSIÇÃO PANORÂMICA DE ROSÂNGELA RENNÓ

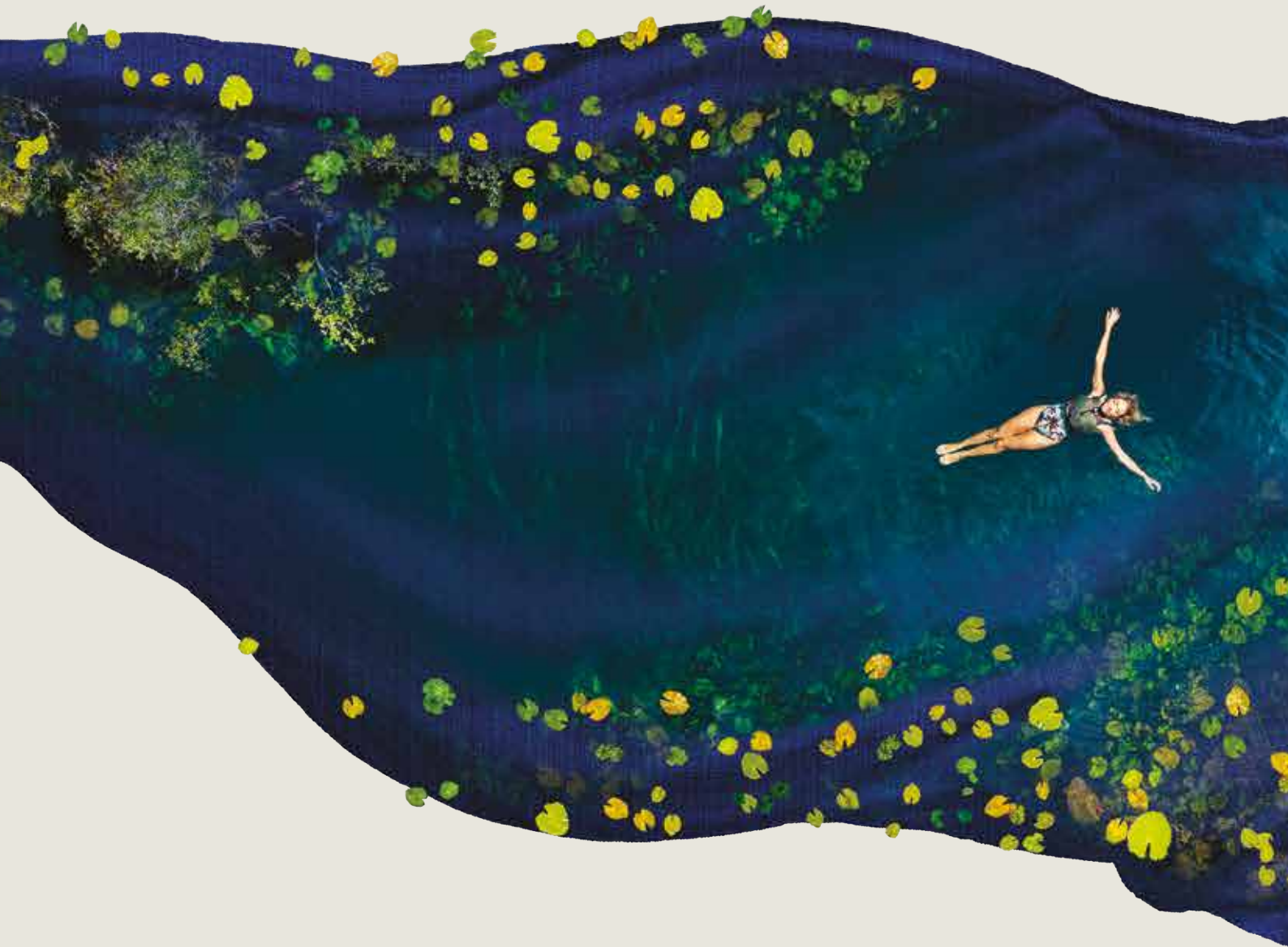
A mostra que irá até março de 2022, reúne cerca de 130 obras entre 1987 e 2021 e celebra os 35 anos de carreira da artista. Dentre os trabalhos, algumas produções serão mostradas pela primeira vez. A exposição 'Pequena Ecologia da Imagem', com patrocínio de Credit Suisse, Shopping Pátio Higienópolis e Engeform, apresenta os principais argumentos que a artista desenvolveu em torno da "fotografia expandida", aquela que extrapola a criação de imagens autorais e inclui seus processos técnicos e sociais. Além de obras que pontuam toda essa trajetória, a curadoria inclui trabalhos que serão vistos pela primeira vez e um projeto comissionado pela Pina. Ao todo, serão 3 núcleos temáticos. Para este mais recente trabalho, Rennó retrata o espírito expansionista do colonialismo, ao abordar a história da água de colônia. O objetivo é exemplificar a eficiência de alguns modelos de colonização até os tempos atuais por meio da observação da "vantajosa" relação entre colônia e colônias. Curadoria: Ana Maria Maia. www.pinacoteca.org.br



CASACOR SÃO PAULO 2021

A edição deste ano leva o tema 'A Casa Original' e provocações sobre o viver natural, ancestralidade e o morar na era digital, o evento estreia no mês de setembro com exposições abertas até o dia 15 de novembro. A mostra reúne 56 ambientes, em exibição no Parque Mirante, Rua Padre Antônio Tomás, 72, anexo ao Allianz Parque, ocupando todo o rooftop do prédio, com vista privilegiada para o Pico do Jaraguá, e mais um pavimento do edifício. A inspiração para esse conceito surgiu antes da pandemia que trancou todos em casa e impôs novas reflexões sobre o morar contemporâneo. A tendência, captada no mundo pré-pandemia, se tornou ainda mais presente e a resposta do elenco CASACOR pode ser vista e vivida em mais de 9.000m² de área construída, com 56 ambientes, entre casas, estúdios e lofts. Esses espaços são assinados pelos principais nomes da arquitetura brasileira e jovens talentos. Mais informações em www.casacor.com





H O T E L
XCARET
ARTE

A EXPERIÊNCIA DE VIVER
A ARTE MEXICANA

SEJA AS MÃOS.
SEJA O TECIDO.



ALL-FUN INCLUSIVE®

ACESSO ILIMITADO AOS PARQUES DO GRUPO XCARET,
EXPERIÊNCIAS GASTRONÔMICAS E TRANSPORTE IDA E VOLTA AO AEROPORTO.

VENHA
CONHECER
O NOSSO
NOVO HOTEL

SOMENTE ADULTOS • CANCUN - RIVIERA MAYA • HOTELXCARETARTE.COM

SOLUÇÃO GABA

Ideal para peles maduras, a solução tem como principal função promover, naturalmente, um potente efeito lifting, além de melhorar e prevenir linhas de expressão devido à sua ação relaxante exercida na pele. O ativo GABA também atua na elasticidade da derme, reduzindo a aparência dos poros, estimulando a produção de colágeno, de ácido hialurônico e equilibrando o microbioma da região aplicada.

www.simpleorganic.com.br



MONTBLANC SIGNATURE EDP

A mulher Signature é uma mulher contemporânea. Ela deseja usar o poder de suas palavras para mudar o mundo, de maneira positiva e alegre. Toda mulher pode ser influenciada por ela e ser inspirada por suas palavras. A fragrância se abre com notas de Tangerina, Peônia e Orquídea. No coração, a Baunilha, Magnólia e Ylang-Ylang trazem um aspecto floral marcante. Ao fundo, o Benjoim, mbar e o Musgo Cristalino se encontram e dão um toque oriental para a fragrância.

THEY'RE REAL! MAGNET BENEFIT

A They're Real! Magnet, além de ser enriquecida com minerais, foi formulada, especificamente, para interagir com o núcleo magnético do pincel, puxando a máscara de cílios para cima e para fora, além das pontas dos cílios, trazendo comprimento e levantamento extremos. E tem mais: é leve, construível, não mancha e nem esfarea. As cerdas em Zig Zag têm formato especial e são colocadas estrategicamente para ajudar a penetrar na linha dos cílios, capturando, revestindo e estendendo-os a comprimentos extremos. As cerdas da They're Real! Magnet tem comprimentos variados capazes de capturar uma grande quantidade de fórmula, que é distribuída até as pontas. Isso carrega cada cerda com a fórmula enriquecida de minerais magnéticos, permitindo que a máscara permaneça molhada por tempo suficiente para criar camadas e aumentar o comprimento.

Onde comprar: Lojas e site Sephora (sephora.com.br/)



FOX EYES

Conheça um dos procedimentos mais procurados do momento

Uma nova técnica usada para deixar o olhar mais marcante, sensual, alongado e com efeito lifting veio à tona recentemente graças a duas celebridades mundiais: Bella Hadid e Kylie Jenner.

Conversamos com a Dra. Pâmela Borsatto, médica especialista em Dermatologia Estética e referência na técnica Fox Eyes, que nos contou TUDO sobre uma das técnicas mais queridinhas da dermatologia estética!

A novidade é fruto de uma intervenção minimamente invasiva e, em alguns casos, cirúrgica. Apesar da popularização recente, a cirurgia plástica para esse objetivo foi desenvolvida em 1964 e já é muito consolidada na medicina. O resultado do Fox Eyes é muito semelhante ao efeito obtido através do delineado, para dar a impressão de olhos mais orientais e proporcionar efeito gatinho na maquiagem. Além de todos os benefícios já descritos, ganha-se também um efeito lifting no terço superior melhorando a sobreposição da pele nos cílios - "ótima opção para postergarmos a Blefaroplastia, que é a cirurgia de remoção do excesso de pele palpebral" - afirma Dra Pâmela Borsatto.

A busca por procedimentos minimamente invasivos têm aumentado cada dia mais e com essa nova tendência não foi diferente. Há diversas maneiras não cirúrgicas para aplicar o efeito nos olhos - "A associação de procedimentos é mandatória para a durabilidade da técnica, variando muito de cada paciente. Por isso, a consulta é fundamental para a decisão das etapas. Desenvolvemos protocolos exclusivos para nosso queridinho Fox Eyes" - destaca a médica especialista, Dra. Pâmela Borsatto.



ETAPAS DO FOX EYES

Uma técnica específica de toxina botulínica, conhecida como Botox, é o primeiro procedimento para a elevação da cauda das sobrancelhas e um relaxamento da musculatura frontal. Segundo Dra Pâmela Borsatto, "somente com este procedimento muitas pacientes já ficam felizes com o efeito de elevação dos supercílios. Em pacientes que sofrem de uma absorção óssea importante na região temporal, pontos de estruturação com ácido hialurônico são fundamentais".

A próxima etapa é tonificar a musculatura frontal lateral com ultrassom microfocado, obtendo já na primeira sessão um efeito imediato de abertura de olhar e um lifting da região, além do grande estímulo de colágeno.

E, por fim, os tão desejados fios de sustentação - estes são totalmente absorvíveis e podem ser de Polidioxanona ou de Ácido poli-L-lático. Esses fios, além de tracionarem a região e proporcionarem elevação, também são responsáveis por estimular colágeno, tendo um resultado a longo prazo que vai além do objetivo estético, essencial para prevenir problemas no campo de visão.

DURABILIDADE

A durabilidade está entre 3 a 8 meses. Um resultado permanente pode ser obtido através de cirurgia plástica. Apesar de parecer simples, exige um conhecimento amplo de anatomia e um olhar muito clínico para a indicação do procedimento.

SOBRE DRA. PAMELA BORSATTO

Se você ficou com curiosidade e quer conhecer um pouquinho mais da técnica Fox Eyes - acesse @dra.pamelaborsatto no Instagram. Através da sua rede social, Dra. Pâmela Borsatto divide o seu dia-a-dia na clínica, aborda diversos assuntos importantes do universo da dermatologia clínica e estética, além de apresentar todos os procedimentos estéticos disponíveis na clínica onde atua - Grupo Taiz Campbell, clínica renomada na área estética. Serviço: Instagram: @dra.pamelaborsatto // @grupotaizcampbell Telefones: (11) 96719-9199 | (11) 4115-9191

TEXTO: Nicoly Machado
FOTOS: Edgar Braila

MET GALA 2021: "IN AMERICA: A LEXICON OF FASHION"

O Met Gala, mais conhecido como Costume Institute Gala ou Costume Institute Benefit e também como Met Ball, é um evento de gala anual de angariação de fundos para o benefício do Metropolitan Museum of Art de Nova Iorque. Cada ano é celebrado um tema da exposição do Couture Institute daquele ano. O Costume Institute sediou sua exposição em duas partes, sobre o tema da moda americana, durante 2021 e 2022. A primeira parte, "In America: A Lexicon of Fashion", foi aberta no Anna Wintour Costume Center em 18 de setembro de 2021 e permanecerá em exibição quando a parte 02 do evento, que leva o tema "In America: An Anthology of Fashion" for inaugurado em 5 de maio de 2022 nas salas de época da American Wing. Ambos os shows irão até 5 de setembro de 2022. O tema deste ano foi uma homenagem aos profissionais da moda estadunidense. Por mais que não vimos muitos nomes sendo exaltados, pudemos ver várias intermediações de homenagens ao old-hollywood e a história da moda estadunidense.



MILAN FASHION WEEK SS22: PARCERIA VERSACE + FENDI

As marcas italianas apresentaram uma coleção em colaboração durante o MFW. "Unir duas dinastias italianas é algo que nunca foi feito antes", ressaltou Donatella Versace. Para a colaboração entre Versace e Fendi, a estilista criou uma coleção da Versace - ambas fazem parte do pre-fall 2022 e estarão disponíveis em maio. Unificando o luxo com a jovialidade, tornando-a mais acessível ao público mais novo, essa parceria também serviu para homenagear os amigos Karl e Gianni. A coleção foi uma análise de códigos do passado e o presente. As roupas da Versace by Fendi tinham todas as assinaturas da marca, como os alfinetes, as ousadas estampas barrocas em vestidos super curtos, tops e maiôs, além de acessórios com o escrito "Fendace" e o logotipo de duplo F. Já Donatella injetou uma dose sexy à Fendi, com vestidos mini e também brilhantes em prateado e rosa. Bolsas icônicas, como a Peekabo e a Baguette, ganharam uma versão à la Versace. Na passarela, um time de supermodelos dos anos 90 com Kate Moss, Naomi Campbell, Karen Elson, Kristen McMenamy, Amber Valletta e Shalom Harlow, passando pela nova geração como Gigi Hadid, Lila Moss e Precious Lee.



GRUPO DE MODA KERING ANUNCIA QUE NÃO USARÁ MAIS PELES DE ANIMAIS

A francesa Kering anunciou hoje (24) que decidiu parar de usar peles de animais em todas as suas marcas, a reação mais recente do setor da moda a preocupações com o tratamento de animais e o meio ambiente. A partir das coleções de outono de 2022, nenhuma das casas do grupo usará mais peles, disse o comunicado. Começando com a Gucci em 2017, todas as casas do grupo, com destaque para Balenciaga, Bottega Veneta, Alexander McQueen, Brioni e Saint Laurent, vêm decidindo adotar a medida progressivamente. "Chegou a hora de dar mais um passo para encerrar o uso de peles em todas as nossas coleções. O mundo muda, assim como nossos clientes, e o luxo naturalmente precisa se adaptar a isso", disse François-Henri Pinault, presidente do conselho e presidente-executivo da Kering.



O COMEBACK DA VEZ: A ERA MILLENNIAL

Dando um giro 360° na moda atual, vemos que os jovens entre 27 e 41 anos se encontram em uma tribo social de sua geração, nomeada como Millennial. Este grupo, com preocupações em relação à sustentabilidade e principalmente tecnologia. O "Cringe" veio à tona nos últimos meses graças a nova geração Z, dos nascidos entre 1995 a 2010, quando discussões nas redes sociais abrangeram todo o mundo, entre as duas gerações, trazendo os elementos de cada Era como julgamento de ainda estar "in" ou "off".

Os anos 90 na moda foram os anos do choque de novas tendências, a volta do glamour e da feminilidade, pós movimento punk dos anos 80, lembradas até hoje como o marco da moda e sua transformação, com a chegada também das supermodelos, novas tecnologias, o sexy e o cool. Linda Evangelista, Naomi Campbell, Cindy Crawford, Christy Turlington e finalmente, Gisele Bündchen, Alessandra Ambrósio e Adriana Lima, as supermodelos brasileiras que viraram o jogo e tornaram as Angels da Victoria's Secret um status de beleza maior do que Kate Moss. Do glamour ao grunge que ganhou notoriedade em 1993, Marc Jacobs tem seu nome estampado como diretor criativo na Perry Ellis e ousa com estilo streetwear unindo camisa xadrez, botas Doc. Martens e vestidos estampados, abrindo um novo marco na história da moda. A repercussão foi tão grande que Jacobs foi criticado e demitido da grife, porém foi o grande estopim de sua carreira. Chanel entrou na onda e em sua coleção de primavera-verão de 1994, trouxe um olhar para o street e o luxo da maison, vestindo modelos de patins e bermudas largas com correntes, refletindo o estilo "rapper", enquanto Calvin Klein apresentou peças em camadas de lingerie. Nessa época surgiu então dois blocos de estilos distintos: os ricos que tiravam férias em Tipton 's e os jovens rebeldes skatistas e roqueiros. Um ótimo exemplo cultural desse momento fashion são os filmes As Branquelas, Patricinhas de Beverly Hills, Garotas Malvadas, Ela é o cara, entre outros. Já na música, os hits de sucesso se diversificavam entre o grupo que ouvia Avril Lavigne e Nickelback, e o outro que preferia o POP de Britney Spears e Backstreet Boys.



Entre os dois blocos de estilos, muitos elementos conversavam entre si...O minimalismo com tons terrosos, minimalismo em cores neutras, azul e roxo em destaque, as marcas Céline, Acne Studios, Levi's e Burberry eram marcas encontradas nos guarda-roupas do pessoal que preferia manter um look jovem, casual e simples, porém, com intervenções fashion da época. Já o seu antônimo, o maximalismo, era para pessoas com estilo criativo, fashionista, "kitsch" e descolado, com referências dos anos 90, muito utilizados nos elementos criativos da Gucci, por exemplo. O streetstyle e o sportwear virem depois com mais "boom" e até hoje são tendências no nosso universo atemporal da moda, o oversized, fun, bags crossbody e marcas como Nike, Adidas, Puma, Fila. Supreme, Balenciaga, Louis Vuitton, Prada e Lacoste, se tornaram must-have. Os icônicos conjuntinhos da Paris Hilton ainda dividem opiniões, com o formato de home office, o loungewear cresceu e a volta dos conjuntos da marca Juicy Couture aumentou em quesito de procura e venda, principalmente os modelos vintage. A calça skinny, que se consolidou nessa época graças a Hedi Slimane, diretor criativo da Dior Homme, mas existe desde 1970, se tornou baggy, cintura baixa evoluiu para alta (com a volta da mom jeans dos anos 80), as sapatilhas deram espaço aos tênis, que cada vez mais se torna um mercado de consumo de luxo, as bandanas e tiaras, óculos de sol com lentes coloridas também voltaram para o estilo Gen Z.

Os Millennials versus Gen Z nos trouxe uma nova forma de analisar a moda e suas tribos, entre elas, o glamour versus neutralidade de gênero, feminilidade versus esportivo comfy, salto alto versus tênis, curtos e colados versus oversized e amplos, cabelo partido ao meio natural versus cabelo com franja de lado platinado, uso pele de animais versus eco-friendly.

E você, com qual geração se identifica?

TEXTO: **Caroline Menis**
FOTOS: **Divulgação**



GOL LINHAS AÉREAS PROMETE CARRO VOADOR ELÉTRICO ATÉ 2025

A Gol Linhas Aéreas, em conjunto com o Grupo Comporte, uma entidade de seu acionista controlador, espera iniciar operações de carros voadores "VA-X4 eVTOL" em meados de 2025. A companhia assinou um protocolo para aquisição e/ou arrendamento de 250 aeronaves elétricas. O modelo VA-X4 eVTOL foi criado pela empresa britânica Vertical Aerospace e tem como objetivo a função de táxi aéreo. O primeiro passo da nova parceria é a realização de um estudo de viabilidade, incluindo a certificação da aeronave e análise da infraestrutura necessária para operar essa aeronave com a ANAC (Agência Nacional de Aviação Civil), o DECEA (Departamento de Controle do Espaço Aéreo), e outras autoridades aeronáuticas nacionais e internacionais. A Avolon espera concluir o processo de certificação do VA-X4 no Brasil até 2024. Segundo divulgado pela Gol, o VA-X4 pode transportar até quatro passageiros e um piloto, com alcance de 160 km e velocidade máxima de 320 km/h. A aeronave VTOL também produz 100 vezes menos ruído do que um helicóptero em voo e 30 vezes menos nos momentos de decolagem e pouso.



SAMSUNG ABRE O NOVO COM O LANÇAMENTO DOS NOVOS GALAXY Z FOLD3 5G E Z FLIP3 5G NO BRASIL

Com foco em produtividade e design, os novos dobráveis Galaxy Z Fold3 5G e Galaxy Z Flip3 5G da Samsung oferecem inovadoras maneiras de interagir com smartphones. A Samsung te convida a abrir o novo com o lançamento da nova linha de smartphones dobráveis Galaxy Z no mercado brasileiro. O Galaxy Z Fold3 5G* e o Galaxy Z Flip3 5G* têm design marcante, são mais duráveis e resistentes que seus antecessores – inclusive à água – e reinventam a maneira como utilizamos e interagimos com nossos smartphones. O Galaxy Z Flip3 5G é o smartphone ideal para os usuários que buscam estilo e praticidade, sem abrir mão de funções e inovações, já o Z Flip3 5G é o smartphone perfeito para a autoexpressão, transparecendo personalidade e estilo. Além da escolha de quatro cores da moda – Creme, Verde, Violeta e Preto. A pré-venda do Galaxy Z Fold3 5G e o Galaxy Z Flip3 5G começa em setembro, em todo o Brasil. A venda começa na primeira semana de outubro. Saiba mais em www.shop.samsung.com



APPLE ANUNCIA EM EVENTO DE LANÇAMENTO O NOVO IPHONE 13 EM QUATRO MODELOS

A Apple anunciou em um evento online sua nova linha de celulares, com quatro modelos: iPhone 13, iPhone 13 mini, iPhone 13 Pro e iPhone 13 Pro Max. A companhia também mostrou novos iPads e um novo Apple Watch e o Apple Fitness+, serviço de aulas online por assinatura. O iPhone 13 ainda não tem data para chegar ao Brasil, mas os preços já foram divulgados. Os lançamentos sucedem a linha do iPhone 12, apresentada no ano passado. Assim como os telefones de 2020, os aparelhos não virão com o carregador de parede e o fone de ouvido na caixa – o cabo USB é o único acessório incluso. O processador dos novos iPhones agora é um A15 Bionic, que a Apple disse ser 50% mais rápido. Também há mudanças no conjunto de câmeras e a marca prometeu mais tempo de duração da bateria. Os novos iPhones estão muito parecidos com seus antecessores no visual, mas as novidades se concentram no que está "debaixo do capô". Saiba mais em www.apple.com.br





WISH RESORTS

Menu de experiências e novidades em gastronomia nos principais destinos turísticos do Brasil.

Gramado, Foz do Iguaçu, Salvador e Natal são as cidades escolhidas para os lançamentos exclusivos da rede, que traz de cinema ao ar livre o jantar a dois em um bosque.

Imagine um cinema dentro do próprio hotel com todos os itens que você encontra no cenário original: balde de pipoca, snacks, refrigerantes, bomboniere completa e até um bar de drinks especiais. Tudo isso ao ar livre, debaixo das estrelas, no mais novo lançamento da rede Wish Hotéis e Resorts. O Cine Open Air faz parte de um amplo menu de novas experiências já disponíveis nas unidades localizadas em Gramado (RS), Foz do Iguaçu (PR), Salvador (BA) e Natal (RN). Somente no primeiro semestre deste ano a rede Wish investiu R\$10 milhões em infraestrutura, gastronomia e novas experiências ao cliente. Além do cinema ao ar livre, há ainda Piquenique, Aulas de Yoga e Treino Funcional, Personal Trainer, Clínica de Golfe e Beach Tennis, assim como Day Spa, Karaokê, Jogos em Família, Almoço no Jardim Secreto, Café da Manhã Privativo, entre outras atrações exclusivas.

Na gastronomia, destaque para os cardápios 100% renovados dos restaurantes temáticos como o Giardino, restaurante italiano no Wish Foz do Iguaçu, o Forneria Serrano, no Wish Serrano, também especializado em cozinha italiana, o restaurante The Grill, especializado em carnes nobres e disponível em Gramado e Foz do Iguaçu, assim como o Restaurante e Piano Bar Passeio da Vitória, localizado no histórico Wish Hotel da Bahia, em Salvador, ícone da arquitetura modernista brasileira e tombado como Bem Cultural do Estado da Bahia. Os detalhes em cada nova experiência mostram o cuidado e a exclusividade dos itens criados para cada atividade. O piquenique no Wish Foz do Iguaçu, por exemplo, tem como cenário o campo de golfe do resort ou o bosque localizado junto à mata que rodeia todo o hotel, criando e resgatando lindas memórias afetivas dos tradicionais piqueniques a dois ou em família. No menu, salada de frutas, sucos frescos de frutas da estação, mini sanduíches, tábua de queijos e charcutaria, cesta de pães especiais, macarons de diversos sabores, bolos,

biscoitos, carta de vinhos e espumantes. Tudo isso com uma decoração e ambientação perfeita para aquela sessão de fotos, as melhores lembranças de viagem e muitos likes nas redes sociais.

Para quem sonha com um jantar especial romântico, o "Mesa para Dois" ou o "Almoço no Jardim Secreto" complementam a experiência do casal ou mesmo da família, com duas horas de serviço exclusivo que já inclui o espaço decorado e menu personalizado de acordo com a preferência de cada hóspede, sempre assinado pelos premiados chefs executivos dos resorts. Outra novidade exclusiva é a marca própria de spas da rede, o Natin Spa (o nome é uma junção das palavras Natureza + Interior). Disponível em Gramado, Salvador e Natal, o espaço oferece inúmeras experiências ao cliente, incitando a autodescoberta, reconexão com os cinco sentidos e recuperação do equilíbrio interior numa jornada sensorial completa. Seja nas próximas férias, feriados, fim de semana ou simplesmente o desejo por uma mudança de cenário, a rede Wish está pronta para recebê-lo nos quatro destinos turísticos mais apreciados pelos brasileiros.

Serviço: wishhotels.com.br
Reservas: 0800-600-8088
[@wishresorts](https://www.instagram.com/wishresorts)





HOTEL BACCARAT E HOTEL PLAZA ATHÉNÉE

O requinte da hotelaria de luxo em New York e em Paris

De um lado ou do outro do Oceano Atlântico, o luxo francês está onipresente seja na hotelaria, na joalheria, no automobilismo, na gastronomia ou na Alta Costura. Na hotelaria, esses dois hotéis são o símbolo do "savoir faire" francês de excelente bom gosto e de um serviço excepcional.

Hotel Baccarat, New York

Representando a célebre empresa de cristais fundada em 1764, o hotel está localizado na prestigiosa rua 53 em frente ao Museu de Arte Moderna (MOMA), em uma área nobre. Na entrada do estabelecimento, um gigantesco painel iluminado com 1800 copos de cristal Baccarat, modelo Harcourt, dá as boas-vindas aos clientes, além das 15.000 peças de cristal perfeitamente posicionadas em cada canto da propriedade. Os responsáveis pela

decoreção foram a firma francesa Gilles & Boissier, que não mediu esforços utilizando bastante iluminação ambiente, piso de madeira em espinha de peixe, uma grande quantidade de cristal e tecidos suntuosos.

O check in é feito em um andar onde se encontra o Concierge e o Grand Salon, lugar para ver e ser visto e onde tudo acontece enquanto se admira os 17 magníficos lustres em cristal feitos à mão. Os 114 quartos e suítes são luxuosamente decorados com roupas de cama macias, uma enorme quantidade de mármore branco, copos de cristal Baccarat, modelo Harcourt, no banheiro, nos quartos e no mini-bar e uma luxuosa caixa de presente com produtos de banho Rouge 540, da casa de perfumes francesa Francis Kurkdjian. 540 é a temperatura em Celsius em que os fornos da fábrica de cristais Baccarat são aquecidos de modo a obter os vidros de perfume. Tecnologia de ponta é a marca registrada do hotel. Através de um dispositivo que controla a iluminação, a temperatura e o entretenimento, o cliente estará conectado a todos os departamentos de serviços do hotel. Em uma atmosfera acolhedora, o Grand Salon e o Bar são os lugares mais badalados da

cidade e acolhem clientes que não estejam hospedados.

Todas as refeições são servidas no Grand Salon, restaurante pilotado pelo chef francês Gabriel Kreuther, que possui também um restaurante de duas estrelas Michelin na cidade. O Chef Kreuther utiliza produtos sazonais e presta homenagem a sua nativa região da Alsácia, na França, propondo um menu que muda constantemente. A primeira refeição do dia é servida "à la carte". O omelete Baccarat com queijo Comté, cogumelos e tomate é uma delícia e pode ser acompanhado de um dos vários chás da casa francesa Mariage Frères. A cestinha com croissants, pães e as geléias do famoso Alain Milliat não deve faltar. Já no jantar, recomenda-se iniciar com um Kir Royal, servido em uma copa de cristal Baccarat, seguido de tartare de atum apimentado, badejo preto com molho de alho poró e, para finalizar, um Strudel de maçã com sorbet de ameixas e licor Armagnac. É necessário lembrar que existe uma consumação mínima de 75 dólares americanos por mesa.

O hotel tem um Spa que é administrado pela empresa de cosmetologia francesa La Mer, o primeiro e único da empresa nos Estados Unidos. O Spa tem uma piscina aquecida e uma espaço wellness com aparelhos de ginástica de última geração.



HOTEL PLAZA ATHÉNÉE, PARIS

Localizado na Avenue Montaigne, perto das lojas de luxo e das "Maisons" de Alta Costura, o hotel é um verdadeiro sonho. Por ter uma localização privilegiada, é o local favorito de muitas celebridades nacionais, internacionais e de personalidades importantes. A última temporada da série Sex and the City mostra a chegada triunfal de Carrie Bradshaw (Sarah Jessica Parker) ao hotel, um dos episódios mais cinematográficos da série, mostrando o lado romântico que todos imaginam e sonham em Paris. O check in é feito no lobby onde o piso é em mármore e com magníficos arranjos florais.

E por falar em flores, durante a primavera, todas as sacadas do hotel estão floridas com gerânio; o vermelho é a cor típica do hotel Plaza Athénée. Fazendo parte da categoria de hotel-palácio, uma categoria de hotéis em Paris que supera um hotel cinco-estrelas em todos os requisitos, o hotel proporciona um serviço espetacular. Inaugurado em 1913, esse sonho de hotel possui 154 quartos e 54 suítes e foi totalmente reformado pela designer Marie-José Pommereau. Já as áreas comuns, foram recuperadas pelo designer de interiores Bruno Moinard. O hotel dispõe de suítes com vista para a Torre Eiffel ou para o jardim interno e a decoração não é igual em todos os aposentos. Alguns têm uma decoração clássica enquanto outros são mais modernos. As amenidades são da famosa casa francesa Guerlain. Banheiro em um



inebriante mármore branco, roupões de banho macios e luxuosos, toalhas de banho felpudas, camas macias e super espaçosas, roupas de cama em puríssimo algodão egípcio e todos os "gadgets" modernos complementam a estada.

A gastronomia é "hors-concours", pois no momento o restaurante principal é pilotado pelo famoso Chef Alain Ducasse. Para decorar o maravilhoso restaurante, foram contratados os designers Patrick Jouin e Sanjit Manku e o resultado foi algo jamais visto em um templo gastronômico. Sofás que nos fazem lembrar as "cloches", que mantém as comidas quentes ao lustre de cristal em forma de gotas de chuvas aos pratos divinamente elaborados, farão que a experiência seja inesquecível. O café da manhã é por si uma experiência única. Logo que se senta à mesa, o funcionário traz geléias, manteiga, pães e croissants assados na padaria do hotel e uma seleção de sucos naturais do dia. O menu oferece café da manhã continental, americano, saudável ou vegano. O omelete com queijo, tomate, cogumelos, ervas finas, o presunto ibérico de bellota, da região de Guijuelo e a salada de frutas sazonais, são de tirar o fôlego. O almoço na Cour Jardin é magnífico. Belíssimos gerânios vermelhos em cada sacada como se fosse pedras de rubi, pratos deliciosamente elaborados, como tartare de carne feito na frente do cliente, arroz negro com camarão carabiniero, polvo grelhado e salada niçoise, além da sobremesa de morangos com estragão e pêssego grelhado com emulsão de baunilha e chá de amora, vão ficar para sempre na memória de quem puder vivenciar.

Em 1947, o costureiro Christian Dior instalou estrategicamente a sua primeira "maison" no número 30, logo em frente ao hotel, para oferecer comodidade à grande clientela hospedada no Plaza Athénée. Em

2008, o hotel abre o maravilhoso Spa Dior propondo toda uma gama de tratamentos faciais e corporais, utilizando produtos de alta cosmetologia, tornando-se um dos mais revolucionários Spas do mundo.

Por fim, não importa se estiver em New York ou Paris, o luxo e o requinte francês estarão sempre presentes para aqueles que apreciam o que a França oferece de mais espetacular.

Maiores informações: www.baccarathotels.com
www.dorchestercollection.com
www.franciskurkdjian.com





FAIRMONT EL SAN JUAN HOTEL: UMA JOIA RARA EM PUERTO RICO

Com um serviço exemplar, o hotel é uma verdadeira joia em uma das mais belas ilhas do Caribe.

Para os amantes de arquitetura, esse é um hotel icônico e de uma beleza particular. O responsável pelo design foi o famoso arquiteto Morris Lapidus, que desenhou vários importantes edifícios em Miami Beach nos anos 50 e 60. Já a construção foi supervisionada pelo filho Alan Lapidus.

A abertura oficial do hotel, no dia 1 de fevereiro de 1958, foi um grande sucesso. Essa era a época dourada dos cassinos e das grandes festas, pois com a crise em Cuba, os estadunidenses encontraram em Puerto Rico um lugar quente e ideal onde poderiam relaxar e se divertir. Durante os primeiros trinta anos, o hotel tinha o famoso Club Tropicoro, que com um sistema de névoa (bem avançado para a época), cobria o local com uma espécie de neblina enquanto os clientes dançavam sob o som e as músicas de artistas como Frank Sinatra, Nat King Cole, Maurice Chevalier, Paul Anka, entre outros. Localizado estrategicamente perto do aeroporto, pois o primeiro proprietário foi a antiga Pan American Airways, o hotel se encontra em uma zona nobre conhecida por Isla Verde. O lobby impressiona e muito! O designer de interiores, Alan Lanigan, não mediu esforços para embelezar as áreas comuns. Ele viajou até a Itália, onde ficou dois meses, para encontrar um mármore rosa que hoje adorna o Palm Court lobby.



Além disso, ele procurou artefatos do mundo inteiro para tornar o hotel ainda mais espetacular e memorável e que algo parecido “não fosse visto em nenhum lugar do mundo”. Por exemplo, o lustre de cristal, no centro do bar, foi feito a mão na República Tcheca e tem 185 lampadas, 7000 peças de cristal e pesa 1.815 kilos. Todo o lobby e em madeira de mogno entalhado e de cor cereja proveniente da República Dominicana, um duro trabalho do espanhol José Laguna e 15 artesãos. Com seus 389 quartos e suítes e em uma área de 6.08 hectares, o hotel esbanja sofisticação e elegância. As acomodações são divididas em quartos, suítes e villas. A maioria dos aposentos têm vista para o mar e são decorados em estilo Caribbean chic.

Comer no hotel é uma viagem gastronômica ao redor do mundo. O restaurante Caña da chef premiada Juliana Gonzalez é uma maravilha. Na entrada, fotografias de lugares, como Ponce com fotos de agricultores de

cana de açúcar. Outras fotos de cafezais, plantações de banana e abacaxi também fazem parte da decoração. Chef Gonzalez utiliza produtos típicos da região e cria pratos saborosos. Na primeira refeição do dia ela propõe tortilla de queijo com espinafre e suco verde ou aveia com coco, abacaxi caramelizado e mirtilo ou ainda tigela com açaí. Já no jantar, polvo, camarão ao alho e bolinhos de aipim e ao finalizar o jantar, creme brulée de coco. Durante o dia, o Bar Americana é o lugar de encontro para refeições leves. Ceviche, pizza de couve flor com abacate ou ainda peixe mahi-mahi em crosta de cerveja Medalla são algumas das opções.

Para momentos de relax, o hotel dispõe de cabanas, a um custo adicional, com televisão, protetores solares, água e frutas. Para quem quer estar em forma, o hotel tem quatro piscinas, jacuzzis e uma sala de ginástica de dois andares com equipamentos de última geração. Durante a estada, é possível reservar aulas de ginástica, yoga e pilates. São tantas aulas diferentes a disposição que é impossível se entediar durante a estada. Aos finais de semana, o hotel traz cantores que cantam música ao vivo. E para quem quiser se aventurar por essa ilha mágica que oferece tanto, o Concierge organiza maravilhosos passeios.

Para mais informações, visite o site www.fairmont.com





HALF MOON RESORT

As cores na Jamaica são mais vibrantes

Um resort em Montego Bay, na Jamaica, que deixa qualquer um de boca aberta; as cores das plantas, do mar e do céu são tão vibrantes que parecem ter sido pintadas à mão.

Assim que se chega ao Half Moon Resort, o hóspede se depara com um gigantesco lobby com vista cinematográfica para um jardim verde-esmeralda e um mar azul-turquesa. É realmente impressiona! Nesse mesmo lobby, com pés-direitos altíssimos, estão alguns sofás e cadeiras para que o ambiente seja contemplado a qualquer hora. Uma biblioteca, com uma vasta seleção de livros, não está muito distante.

O hotel se encontra no distrito de Rose Hall e não é possível caminhar pelas redondezas, por ser uma área residencial. A maioria dos clientes aluga carro (se souberem dirigir à mão inglesa) para visitar os lugares turísticos, enquanto outros acabam ficando no hotel, sem sair de lá para nada. Em uma área de 162 mil hectares, há sempre algo para fazer. Os 210 quartos, suítes e as 27 villas estão divididos entre: Eclipse at Half Moon, Founders Cove at Half Moon ou Rose Hall Villas at Half Moon. Eclipse é onde estão os dois restaurantes, acomodações requintadas, três bares, uma boutique, um Café e a piscina de borda infinita.

Founders Cove é a área original do resort de quando foi fundado e possui as "cottages" ao redor da praia "Sunset Beach", além das acomodações na área Hibiscus e Ocean Court. Já a área Rose Hall Villas é onde estão as villas de cinco, seis e sete aposentos. Cada villa possui piscina privativa e tem um mordomo, um cozinheiro e uma governanta, durante toda a estada. Inaugurado em 1954, o resort tem, em sua lista de hóspedes, inúmeras celebridades e personagens famosos, como: a rainha Elizabeth II, o príncipe Harry da Inglaterra, o príncipe Rainier de Mônaco e o ex-presidente John F. Kennedy.

As acomodações têm aquele charme caribenho, com abundância em cores pastéis e tropicais, cama super confortável, mini bar, televisão LED, um banheiro com ducha e chuveiro com queda d'água, como se fosse uma chuva torrencial, e duas pias separadas em mármore com amenidades, feitas, exclusivamente, para o resort. Alguns aposentos têm banheira de imersão profunda. O resort possui quadras de tênis, uma gigantesca sala de ginástica e musculação, com vários aparelhos de última geração, uma piscina olímpica e um campo de golfe de 18 buracos, desenhado por Robert Trent Jones. Para passeios após a praia, o resort tem vários caminhos floridos e cheios de plantas verdinhas onde o hóspede pode optar por caminhar, utilizar o carrinho de golfe ou bicicletas.

Comer no hotel é uma verdadeira viagem gastronômica. A primeira refeição do dia é no restaurante "Hayward's". O menu é "à la carte" com propostas locais e internacionais. O omelete de vegetais e o suco verde são uma delícia. O almoço pode ser no queridinho "North Pointe" propondo um menu mais leve, como: salada





Caesar com atum grelhado, sopas, hambúrgueres e o famoso "jerk chicken", frango com tempero típico. Importante é não se esquecer de tomar o sorvete de passas com rum jamaicano. É uma obrigação, pois o rum jamaicano é único e saboroso. O jantar merece destaque, pois é servido no restaurante "DelMare", aberto só à noite e bem sofisticado. Pilotado pelo Chef Claudio Facchinetti, a impressão que se tem é de estar comendo na Itália. Chef Claudio busca os melhores e mais autênticos ingredientes e elabora pratos deliciosos, com: espaguete com a tinta da lula e frutos do mar, talharim com lagosta ou ainda, vieiras grelhadas. O menu é tão delicioso que os clientes acabam retornando todas as noites. Ao finalizar o jantar, a sobremesa tiramisú, uma receita da avó italiana do chef.

dia na Salamander Spa. Com 12 quartos de terapia, o Spa utiliza plantas cultivadas no próprio jardim e está situado no meio de muitas plantas variadíssimas e viçosas, causando desde o momento de chegada, um alto nível de relaxamento. Para uma experiência ainda mais fantástica, o resort tem duas cabines de tratamento, de frente para o mar. Um dos tratamentos pode ser o pacote "Revitalisation" onde o cliente tem uma esfoliação com sal e ervas seguido de um banho com algas e uma massagem linfática. E tudo isso acontece enquanto se escuta o barulho das ondas do mar.

Por fim, viaje até à Jamaica e se hospede no resort Half Moon, com todas as suas cores vibrantes. Será uma lembrança para a vida toda.

Para o momento "wellness", é recomendável passar um

Maiores informações, visite o site www.halfmoon.com.





Joga
HARD

JOGA HARD. SOL JUNTOS.

Tranquilidade e uma mudança de cenário, estão ao virar da esquina nos hotéis Hard Rock com tudo incluído no México e na República Dominicana. Com piscinas espetaculares, experiências únicas de SPA, nosso exclusivo Hard Rock Roxity Kids Club e cozinha de classe mundial para deliciar seu paladar e mimar sua família.

INFOLATAM@RCDHOTELS.COM



Sol
JUNTOS



PUNTA CANA
AN ALL-INCLUSIVE EXPERIENCE

HRHPUNTACANA.COM



CASA BRASILEIRA: DESTINO DE FELICIDADE

Há destinos que existem mesmo antes de nascer e sempre estiveram em nossas memórias mais remotas, onde passado, presente e futuro coexistem, livres das amarras formais. Você os encontra nesta fronteira entre sonho e realidade, neste fio tênue que nos faz flutuar, transportados para uma nova dimensão, nem ao céu, nem à terra. Esses locais encantadores surgem como um convite a viver num tempo sem tempo, em imersões sensoriais que nos transformam naturalmente.

A Casa Brasileira- Hotel Galeria, em Patacho, tem essa essência. Ela foi criada como uma casa antiga, a Villa Nandie, em homenagem à arquitetura alagoana de meados do século XX, às casas e fazendas de coco da região, aos antepassados de Fernanda Semler, que junto com seu marido, Ricardo, e a arquiteta Ana Cruz, concretizaram o projeto atemporal, em 2009, com 80 mil telhas da época e madeiras recicladas. Era como se a casa fosse a mesma de seus ancestrais... E muitos achavam que era um projeto de restauro, não uma casa nova.

TEXTO: **Luciana Bisker**
FOTOS: **Divulgação**

Apesar desta inspiração "antiga", o conceito sempre foi inovador. Um mergulho no tempo, mas com uma releitura acolhedora e mais do que atual. É um local repleto de brasilidades, para ser descoberto aos poucos, em camadas. Você sente primeiro e entende depois; se emociona para, então, racionalizar. Uma hospedagem sinestésica, que traz muitas impressões numa primeira, segunda e infinitas visitas.

A casa belíssima, com detalhes obsessivamente pensados, da circulação ao décor. Marcada por adornos e arabescos, típicos da arquitetura da região, e pelo azul Tiffany nas esquadrias, ela impressiona com sua seleção incrível de artesanato nordestino, garimpado sem pressa, junto às obras de arte, escolhidas em antiquários. Entre os destaques, detenha-se nas peças de Mestre André da Marinha e seu pai Manoel, Mestre João das Alagoas e Mestra Sil. Os leões, nas entradas, protegem nosso santuário. Assim como a Santa Ana no relicário da sala. As suítes internas são integradas às amplas varandas, demarcadas, visualmente, por uma geometria de mosaicos. O pátio interliga o projeto, com charme e respiro. O piso da suíte, de taco palito, reflete a diversidade de madeiras brasileiras: pau brasil, ipê, pau marfim, jatobá e outros. A piscina é em formato de estrela, trazendo o lúdico para a história. Além da capela: o lugar perfeito para se conectar.



O arrecife de corais fica logo em frente, um píer com lounge a um metro do mar, sem vizinhos por perto. Ao redor, integrado ao projeto, um pequeno Jardim Botânico, tropical, demorou 10 anos para se maturar. É um jardim exuberante, com biomas diferentes, espécies raras e em extinção da flora alagoana, centenas de palmeiras e dois lagos. Um oásis.

Luciano Caribé e Thiago Monteiro, sócios no Pedras do Patacho e atuais proprietários da Casa Brasileira contam: "Este é um lugar que nos atraiu pela origem, consumo consciente, preocupação com a sustentabilidade. A casa respeita quem somos, onde estamos e para onde iremos, em movimentos interessantes de inspiração e reflexão".

"Esse espírito precioso, autêntico, alagoano, brasileiro e do mundo que a Casa Brasileira propõe. Volte no tempo, ressignifique seu presente, viva essa jornada. Há algo de diferente. A Casa Brasileira é paz, acolhimento e amor. O nosso destino de felicidade, que agora, passa a ser de

todos vocês", diz Thiago Monteiro.

"Essa é uma verdadeira casa brasileira. Ela traz acolhimento: esta memória que temos de casas de fazenda da família, dos avós, dos tios. Mas, ao mesmo tempo, aguça a intuição, desperta experiências sinestésicas e valoriza a arquitetura como fio condutor de uma história que está sempre se transformando. Nós olhamos para a casa como um projeto vivo, que nos permite ir em frente, desconstruindo, recebendo, criando e experimentando", complementam.

Serviço:

Para mais informações:

Telefone: +55 82 99186-1095

Endereço: Praia do Patacho, Porto de Pedras - AL / CEP: 57945-000

Instagram: @pedrasdopatacho @casabrasileirahotel

Reservas: +55 82 99185-3260

E-mail: reservas@pedrasdopatacho.com.br





AQUI A SUA MENTE
descansa
E OS OLHOS NÃO
se cansam.

O Wyndham Ilhabela Casa di Sirena é o primeiro hotel de bandeira internacional da cidade. Um hotel boutique na charmosa Praia do Veloso, pé na areia, de uma beleza estonteante e uma gastronomia incrível.

Aqui, crianças e pets de pequeno porte são bem-vindos. Venha conhecer esse paraíso. Faça já a sua reserva.

www.casadisirenailhabela.com.br

Promocode especial **COOL10**

para compras diretamente no site do hotel.

 **WYNDHAM**
Ilhabela Casa Di Sirena



CASA DI SIRENA



Para saber mais sobre o Casa Di Sirena, acesse nosso site.

 [casadisirenailhabela](https://www.instagram.com/casadisirenailhabela)
 [casadisirenailhabela](https://www.facebook.com/casadisirenailhabela)





Gastronomia é uma arte.

Cada detalhe faz toda a diferença.

O Ilê Gastronomia de Produto é um restaurante diferente de tudo o que você já viu. Afinal, aqui, os ingredientes são as estrelas. Eles são escolhidos a dedo pelo nosso chef, pois têm que ter procedência e respeito com o meio ambiente. Todo esse cuidado faz a diferença até o prato chegar à sua mesa, porque cada ingrediente foi cultivado da maneira correta. E o resultado não podia ser outro, em cada garfada, uma explosão de sabores.



Ilê.
Restaurante

THÁSSIA NAVES

Thássia Savastano Naves, mineira de Uberlândia, signo de Peixes, filha caçula de três irmãos, publicitária e apaixonada por moda, é uma viajante em busca de novas experiências e tendências, atualmente com os seus 3,6 milhões de seguidores no Instagram, inspira outras jovens a se tornar uma empresária de sucesso, como ela. Desde criança teve contato com o universo da moda por meio da família, especialmente sua mãe e avó. Para ampliar seu conhecimento, realizou o curso de Image Consultant no Instituto Marangoni, em Paris.

Thássia ficou conhecida pelo “Blog da Thássia”, criado em 2009, para compartilhar as suas experiências com assuntos relacionados à moda, beleza e lifestyle. Desde então, tornou-se referência no universo fashion. Foi eleita uma das mulheres mais influentes do mundo da moda pela revista “Glamour Espanha”, em 2016, e a principal blogueira de moda da América Latina, pelo jornal espanhol “El País”, em 2014. Neste mesmo ano, lançou seu primeiro livro, ‘Look’, que traz detalhes do seu dia a dia, como: rotina de viagens, dicas de estilo e moda. Já em 2017, estreou o Thássia.doc, documentário no qual sua rotina em semanas de moda é retratada, passando pela logística de roupas usadas, a correria para acompanhar os desfiles das principais marcas do mundo e a agilidade para apresentar o conteúdo aos seus seguidores. Em 2019 teve licenciamento global com a M.A.C Cosmetics, e neste mesmo ano, Thássia realizou seu sonho em casar com o agrônomo e namorado de longa data, Artur Attie. A cerimônia foi para 700 convidados em Uberlândia (MG). Na pandemia, em 2020, Thássia realizou a 6ª edição do Bazar da Thássia em formato digital, em parceria com o Enjoei. O resultado foi mais de 500 mil reais destinados para a Casa do Menor Nova Canaã. Na história do Bazar já foi revertido 1,5 milhão de reais e 7 mil reais em brinquedos doados para instituições locais como Casa do Menor Nova Canaã, Hospital do Câncer e Casa Carol. Em 2021, depois do lançamento TN, sua primeira marca de roupas esportivas há um ano, em parceria com a Alto Giro, Thássia nos conta os próximos passos em sua carreira. Confira a entrevista de Thássia para a COOL.

Cool: Qual o seu propósito com a moda?

A moda é uma forma de expressão, de opinião, identidade e comportamento. Por isso, é tão importante ser inclusiva e ter representatividade. Creio que, cada vez mais, estamos caminhando para um mundo mais inclusivo e diverso. Além disso, a moda também movimenta um mercado enorme e gera milhões de empregos. Ela está intrínseca na vida de todos. O propósito da moda, em minha opinião, é a representação, o conforto e estar bem consigo.

Cool: Tem alguma coisa que você gostaria de poder mudar no mundo da moda?

Sou uma eterna apaixonada pelo mundo da moda! Acredito que estamos caminhando para um cenário muito otimista e cheio de novidades através das transições entre tendência, consumo e necessidade. O mercado percebeu que é necessário estarmos conscientes sobre o momento em que estamos vivendo. Há movimentos importantes tomando conta do novo cenário e o futuro é



promissor. Meu desejo é exatamente esse. Práticas mais sustentáveis, moda mais acessível e consciência para um impacto mais positivo.

Cool: Existem muitas discussões nas redes sociais que, para falar de moda e ser uma influenciadora do ramo, precisa estudar sobre moda. Você concorda com essa afirmação?

Não acho que seja necessário ser uma PHD em moda, mas é fundamental estudo, pesquisas, feeling e paixão pelo assunto compartilhado. É entender que, assim como qualquer outra carreira, é indispensável comprometimento. A internet é plural e muito ampla, existe espaço para todos, mas para ser reconhecido e manter sua influência é preciso originalidade e conhecimento.

Cool: Quais os planos para o futuro? Tem algum spoiler pra gente?

Por enquanto, a marca TN é a minha grande novidade, as peças, que são funcionais, versáteis e claro, estilosas, desenvolvidas, especialmente, para a prática de Beach Tennis, são um sucesso de vendas e deram start a projetos futuros maravilhosos. Além de me dedicar a ela, vou continuar focando no meu principal projeto, minhas redes sociais, Thássia Naves como influenciadora. Elas são meu foco de carreira no momento, mas tem muita novidade por aí, está chegando a semana de moda internacional, novas coleções e muito mais. Nosso segundo semestre promete!

@thassianaves

DEPILAÇÃO A LASER E O MEIO AMBIENTE

Você sabia que a sua depilação pode gerar impactos ambientais no nosso planeta? Existem diferentes métodos de depilação e cada um deles causa certa quantidade de lixo, poluindo a Terra. No Brasil, existem mais de 3 mil depósitos de lixo a céu aberto, ocupando 1.600 municípios. Segundo dados do Panorama dos Resíduos Sólidos, no Brasil 2020, a geração saiu de 66,7 milhões de toneladas, em 2010, para 79,1 milhões em 2019, uma diferença de 12,4 milhões de toneladas. O mesmo estudo diz ainda que, cada brasileiro, produz, em média, 379,2 kg de lixo por ano, o que corresponde a mais de 1 kg por dia.

Mas afinal, qual é o melhor jeito de se depilar, agredindo, minimamente, o meio ambiente?

A depilação com lâmina é um método popular e de fácil realização. A lâmina corta os pelos rentes à pele, superficialmente. Sua duração é de 1 a 3 dias apenas, tendo que ser refeita constantemente e podendo reutilizar a mesma lâmina em até três semanas, gerando um grande impacto no meio ambiente, pois as lâminas e cabos, geralmente de plástico, não são recicláveis, sendo assim, demora 400 anos para se decompor. Segundo a EPA, Agência de Proteção Ambiental dos EUA, pelo menos 2 bilhões de aparelhos de barbear descartáveis são jogados nos aterros sanitários, todos os anos, só nos EUA.

A depilação com cera é um método ainda muito utilizado, tanto em salões de beleza quanto em casa. Ela remove os pelos temporariamente e, por isso, tem que ser refeita a cada duas semanas, em média. É feita de parafina e resina. A parafina tem 95% de sua composição em petroquímicos e, portanto, pode ser considerada tóxica. A resina também possui composição química e é considerada alergênica, segundo o Environmental Working Group. Além disso, pode ser um procedimento dolorido e tende a escurecer a pele, causando pelos encravados e foliculite. Portanto, do ponto de vista da



sustentabilidade, este método de depilação é um modelo que gera muitos resíduos no meio ambiente.

Ao contrário dos métodos tradicionais de remoção de pelos, a depilação a laser é o método mais sustentável, pois só descarta os itens de segurança, como luvas e máscaras trocadas a cada cliente, gerando a menor quantidade de lixo entre os tipos de depilação. A depilação a laser já existe no Brasil há mais de 20 anos. Este método é capaz de bloquear o crescimento em até 80%. Na técnica, a luz do laser de diodo é aquecida a, no mínimo, 60°C, atinge a pele e gera uma energia que destrói a penugem. Quando esse aquecimento atinge a raiz, ela não volta a crescer. Todo esse processo é feito através de uma máquina e, por isso, não gera lixo. É considerado o método mais eficaz e duradouro, também trata a pele, ajudando a resolver problemas como a foliculite e deixando-a com aspecto mais uniforme. Ele não agride a pele e nem causa lesões. Na Depila Laser trabalhamos com o laser desenvolvido na universidade Wellman de Harvard, tem o dobro de potência em resultados comparado a qualquer outro aparelho de depilação a laser, é o único aparelho que faz a medição da cor da pele conforme o seu fototipo tornando seu procedimento totalmente seguro, para todos os tons de pele e pêlo. Benefícios: é indolor, resultados visíveis na primeira sessão, é seguro em relação de manchas e queimaduras, a depilação é definitiva, se tiver a pele escura devido ao uso de lâminas de barbear vai tendo um clareamento natural na pele.

Serviço: Endereço: Anésio Pinto Rosa, 52 – Brooklin
Instagram: @depilalaserbrooklin
Whatsapp: (11) 937115001



LIVIA NUNES

A influenciadora digital Livia Nunes Marques começou sua trajetória nas redes sociais em 2018 no YouTube. A mineira, nascida em Belo Horizonte, hoje fala sobre moda, beleza e comportamento no Instagram para seus mais de 422 mil seguidores. Com 21 anos, Livia gosta de trabalhar sempre com marcas que tenham a ver com seu estilo de vida.

Confira a entrevista da Livia para a COOL.

Cool: Como você faz para conseguir se desconectar do mundo online, ficando a maior parte do tempo off-line?

Foco meu tempo em criação, pesquisa, estudo, experimento. Meu processo criativo para desenvolver meu trabalho digital é feito off-line, e acontece bem antes da exposição nas redes. O tempo off-line nutre minha mente e espírito para dar o melhor de mim a minha audiência; me preparar para isso.

Cool: Como surgiu sua paixão pelo universo da moda e beleza?

Desde pequena, sempre tive muita disposição para me arrumar, maquiar, escolher minhas roupas, tirar fotos. Sinto que está na minha essência. É algo natural e que tenho muita facilidade. Sem contar com a influência da minha mãe, já que, desde nova, viveu dentro de uma fábrica de Jeans, fundada pelo meu avô.

Cool: Agora com a vida de casada, como está sendo a rotina de trabalho, inclusive, durante a pandemia? Mudou muita coisa?

Está maravilhosa! Meu marido é um super companheiro e estamos curtindo muito esse momento. Tenho equilibrado a rotina de trabalho e lazer com ele, de maneira a conseguir criar meus conteúdos e cuidar da nossa família. Dou muito valor para o que é essencial, e penso que família deve estar em primeiro lugar.

Cool: Qual o seu maior sonho que ainda não realizou?

Tenho vários sonhos em diferentes campos da vida. Um deles é ter minha própria família. Outro sonho é poder ajudar pessoas através do meu trabalho. E de forma mais ampla, ver um Brasil com menos desigualdade social.

Cool: Como você lida com as críticas e a comparação com a “vida perfeita” do Instagram? Você busca consumir quais tipos de conteúdo?

Procuro desenvolver minha resiliência, aprender com críticas construtivas e não dar importância para maldade; procuro me proteger. Mas sou muito grata às minhas seguidoras e às pessoas em geral, por serem doces e carinhosas comigo! Eu consumo muita informação pela própria internet, tanto do Brasil quanto de fora do país. Mas também busco aprender e me inspirar, através de personalidades marcantes.

Cool: O que é COOL para você?

Ser cool para mim é ser humilde de verdade. Por maior e mais reconhecida que seja uma pessoa, quem mantém

os valores de respeito, gratidão e humildade, serve de exemplo para mim.

@livia





JHON PRADO

Jhonathan Prado começou sua trajetória na área da beleza com 15 anos, ajudando seu tio, servindo cafezinho, revista para as clientes do meu tio e do meu primo. Com 16 anos já era assistente no salão de seu primo que se chamava Depilarte, no Campo Belo. Logo após foi para o salão Wesley de Faria Hair onde trabalhou como assistente por três anos e quatro anos e depois cabeleireiro profissional por mais quatro anos. Hoje, atua na Casa Florah desde 2020.

Durante sua caminhada, foi assistente do Romeu Felipe que acabara de sair da Wella, e após no seu próprio salão o Criative Salão, ficou lá por três anos e teve um boom na carreira nessa época. Tem formação técnica em Colorimetria, tricologia, cosmetologia, doenças e microrganismos da pele, Jhon ama trabalhar com cor, devido inclusive a sua formação. Sua equipe é constituída por dois coloristas, um Assistente, um assessor de marketing e uma assessora pessoal, sempre procurando deixar a equipe o mais alinhada possível.

Com mais de 116 mil seguidores no Instagram, conquistou o coração de celebridades como Simaria, Dani Calabresa, Carol Dias, Mariana Kupfer, Deborah Albuquerque e DJess. Já ministrou o curso chamado Artistic blond na Rússia, para mais de três turmas de 110 alunos, sem patrocínio de marca, com o seu próprio nome, além de ministrar cursos pelo Brasil, João Pessoa, interior de São Paulo, Minas Gerais. Fez campanhas para algumas marcas e lançamentos de produtos no

Rio de Janeiro, Biofios, e marcas pequenas. Além disso, participou do grupo xxxx Revlon, Joico e Mediterrany, foi ex- embaixador da MAB, do Marco Antônio de Biaggi, assinou catálogo de louros, 50 tons de loiros para a L'Oréal.

Cool: Como funciona a técnica BLOND REVERSE?

Desenvolvi essa técnica por conta da pandemia, pós pandemia, muitas clientes não trataram o cabelo, chegou com o cabelo mais judiado, piscina, praia, mar, e essa deficiência do cabelo. O Blond Reverse não sensibiliza o fio, devolvendo profundidade e naturalidade. Muitos profissionais só sabem clarear o cabelo, devolver fundo é difícil. Com essa técnica devolvo profundidade, nos cabelos manchados, que precisam de uma correção de cor, muitas vezes para fazer correção de cor, 90% dos profissionais usa pó descolorante, para poder tirar a mancha, clarear mais, só que muitas vezes o cabelo não aguenta, está sensível, e com essa minha técnica, Blond Reverse, eu consigo devolver profundidade, naturalidade, um desenho de mechas novo para esse cabelo que está manchado, sem sensibilizar o fio.

Serviço:

Casa Florah: R. Colômbia, 84- Jardim Paulista, São Paulo-SP, CEP 01438-000

Telefone e Whatsapp: (11)95163-8450

E-mail: jhonathanpradohair@gmail.com

@jhonpradoo

JADE SEBA

Jade Corrêa Seba, ou simplesmente, Jade Seba, é empresária, blogueira, digital influencer e content creator, nascida em 01 de fevereiro de 1993, na cidade de Santos, litoral paulista. Hoje reside na Cidade do Rio de Janeiro. Jade tornou-se muito popular através do Instagram, com mais de 2.7 milhões de seguidores, fotografando seu dia a dia, seus gostos pela moda e publicando as tendências nacionais e internacionais.

Ficou conhecida também pelos seus papéis na Rede Globo onde participou de novelas como: Malhação, Caminho das Índias, Fina Estampa, Rock Story e de programas na Rede TV e Record, além das várias capas de revista que estreou. Como influencer, estampou campanhas para diversas marcas e há oito anos, ela decidiu criar um espaço para contar sobre seu lifestyle e dar dicas de moda, beleza, música, cinema e comportamento, em seu site oficial. Com a sua influência no mundo da moda, a pedido de seus seguidores, Jade criou sua primeira coleção de roupas, criando peças exclusivas, surgindo assim seu e-commerce, em 2016.

Dois anos depois, criou um novo projeto: transformar o sótão de sua nova residência em um Loft projetado para morar e trabalhar. Foi assim que nasceu o Instagram @meusotao, que inspira muitas pessoas na parte de reforma e decoração. Em 2019, tornou-se mãe de Zion e criou um novo Instagram (@babyzion), com inspirações e dicas de maternidade. Cada foto sua publicada em redes sociais atinge mais de 100 mil curtidas, diversos comentários, inclusive de outros países, sendo uma inspiração para jovens e adultos de várias nacionalidades.

Cool: O que te levou a trabalhar com moda? Essa realidade do mundo glamouroso que tantos almejam, ainda faz parte da sua vida, como Business Woman?

A moda entrou na minha vida de uma forma muito orgânica. Quando eu era nova, sonhava em trabalhar com comunicação, voltada mais para a área de dramaturgia. Mas com a chegada das redes sociais, esse segmento foi sendo inserido de uma forma muito natural. Sobre a parte do glamour, o backstage é pura correria e trabalho duro. Acho que a mágica fica mesmo frente às câmeras.

Cool: Por toda a sua influência nas redes, já teve algum momento em que você foi cobrada pelos seus fãs a mostrar uma vida real e menos feed de Instagram? Como você mantém esse equilíbrio?

Sempre! Independente do assunto, o público sempre cobra. Eu cresci nas redes sociais, mostrando, justamente, a minha vida real. Compartilho tudo em real time, como se fosse uma espécie de diário. Eu me comunico com os meus seguidores como se fossem meus melhores amigos aos quais eu preciso contar tudo de importante sobre o meu dia. Isso me aproxima deles, mas é necessário manter um equilíbrio mental.

Cool: Como a pandemia afetou a maternidade com o baby Zion e a sua rotina, de um modo geral?

De modo geral, estar mais presente com o meu filho foi muito bom. Algo que não seria possível sem a pandemia,

pois eu já tinha três viagens marcadas para fora do Brasil. É lógico que o home-office acaba consumindo muito da gente e o clima se torna pesado. Quem é mãe deve entender a angústia que dá, passar pelo filho e não poder sentar e dar atenção a ele, por estar em uma ligação de negócios.

Cool: Qual tendência de moda você mais ama e qual não acha tão cool?

Eu amo muito poder misturar cores, principalmente depois da maternidade. Algo que eu não usaria, por conta do meu biótipo, são os shorts bikers, bem justinhos, que remetem ao shorts de ciclista. Moda é algo muito particular, precisamos nos sentir bem. Isso é ter estilo.

Serviço:
@jadeseba
www.jadeseba.com.br
www.shopjadeseba.com.br



BEM ESTAR SEXUAL

Tendência de bem-estar sexual tem alta busca durante a pandemia

O movimento Sexual Wellness vem mudando o mercado wellness, trazendo cada vez mais foco ao bem-estar e prazer feminino, sem tabus e com muita informação, mirando em produtos e serviços voltados ao orgasmo, tratando o tema em forma de autocuidado, autoaceitação e autoconhecimento, normalizando esse tipo de conversa.

Uma grande virada no pensamento social que sempre visou comprometer e, até mesmo, demonizar a ideia de comportamento social feminino como algo vulgarizado e marginalizado, e também, na comunicação, rejeitando os estereótipos da indústria erótica que nos direciona a abordar a sexualidade feminina, que não deveria ser um tabu, e sim, um pilar do nosso bem-estar pessoal, explorando nosso próprio corpo e intimidade, nos conhecendo. O corpo sexualizado da mulher é uma estrutura patriarcal usada para o bem-estar e prazer masculino, porém, quando falamos de prazer feminino, muitos valores morais e religiosos entram em questão, cercado a liberdade da mulher e dificultando o acesso a esse tipo de informação. Com o avanço dos debates sobre feminismo e a valorização da mulher na sociedade, cada vez mais, o sexual-care é mencionado.

A nossa libido, ou a falta dela, está ligada a diversos fatores que causam oscilações no nosso organismo, entre eles o humor, gerando irritabilidade, estresse e,



até mesmo, doenças mentais como a ansiedade e a depressão. Muitos estudos mostram que o prazer sexual tem benefícios físicos, como uma melhora do sono, uma melhor resposta imunológica e níveis mais baixos de estresse. Ao identificar mudanças na nossa resposta sexual, podemos ajudar a diagnosticar mudanças globais.

Os estímulos gerados pelo orgasmo afetam o sistema límbico, área do cérebro responsável pela satisfação e pelo prazer. Em razão da liberação de adrenalina, o coração aperta o passo. Ao mesmo tempo, mais sangue chega aos músculos, ativa a liberação de uma série de hormônios, entre eles a endorfina, responsável pela sensação de bem-estar, e a ocitocina, que atua na nossa suscetibilidade à criação de vínculos. Em seguida, vem a noradrenalina, que nos inunda com a sensação de relaxamento. A masturbação também é uma forma de autocuidado. As vantagens são muitas e vão, desde o impacto na autopercepção, até as cascatas hormonais que regulam o metabolismo; efeitos também vistos nas práticas esportivas ou meditativas.

Na pandemia, falar sobre sexual-care se tornou um assunto que rende like. O distanciamento social possibilitou isso graças ao aumento significativo na procura de acessórios sexuais. Segundo pesquisas, a indústria de brinquedos eróticos cresceu durante a pandemia COVID-19. As vendas de produtos eróticos e sex toys tiveram um aumento em suas vendas online de 280%, desde o anúncio de medidas de isolamento, o que causou ainda mais o aparecimento de marcas sexual wellness no mercado, criando uma nova tendência de grande impacto.

TEXTO: **Caroline Menis**
FOTOS: **Divulgação**

SPRING-SUMMER TRENDS

As semanas de moda internacionais, nacionais e de alta costura nos mostraram algumas tendências que estarão em alta nas próximas estações primavera-verão deste ano.

A moda está passando por uma grande transição, de “enaltecer” o glamour pós-pandemia intercalando com as principais características de vestimenta usadas durante o isolamento social nos últimos tempos. A primavera-verão 2022 trará novas formas de nos vestir, com muitas cores, volumes, ornamentos e padronagens, com elementos do home office, camadas, conforto, praticidade e texturas artesanais.

Segundo a simbologia da moda, os pós-períodos de crise tendem a ressurgir uma moda mais exagerada, no sentido de se reerguer e trazer uma espécie de compensação para recuperar o padrão de glamour da moda perdida. Este recurso foi utilizado na criação mais clássica de todos os tempos, o New Look de Christian Dior, no pós-guerra de 1947.



A geração Z também tem influência nas novas tendências de verão, com elementos retirados dos anos 2000, que voltam com tudo nessa transição. Entre eles estão: Athleisure, Sneakers, acessórios coloridos, corsets, jeans wide leg, saia college e a tão temida cintura baixa.

Laranja, mint, amarelo manteiga, azul cerulean, limão siciliano e mauve (lavanda escurecida), são as novas cores da estação que veremos em todas as vitrines nos próximos meses. Cetim, crochê, redes, estampas, transparência, decotes, brilho e acessórios metalizados ganham vida nas passarelas, abrindo espaço para um novo conceito de se vestir pós crise.

TEXTO: **Caroline Menis**
FOTOS: **Divulgação**







REGENERAÇÃO DO BEM-ESTAR

Já se passou um ano desde que a vida de todo mundo mudou. A pandemia da Covid-19 nos trouxe uma nova sensibilidade ao olharmos para nós mesmos, a rotina at home desencadeou um novo sistema de lifestyle, unindo o bem-estar com as nossas ações diárias.

Adaptamo-nos ao “novo normal”, com o grande impacto econômico e social. “Ficar em casa” nos ensinou a ressignificar o conceito e a importância do nosso bem estar e conforto, nossas prioridades e uma nova forma de categorizar o lazer, sendo cada vez mais criteriosos para experiências completas, que atendam às novas necessidades de um novo grupo de consumidores: Consumidores Modernos. Neste contexto, o wellness ganhou força, com o objetivo de trazer ao consumidor mais equilíbrio, focado no autocuidado, saúde mental e física, naturalizando uma nova forma comportamental em questões de consumo e ambiente a fim de buscar uma mudança em prol da qualidade de vida.

Em 2020, pudemos notar esta grande mudança no sistema de working from home ou, o famoso termo, home office, que tornou a rotina muito mais prática e, muitas das vezes, produtiva, acionando o modelo híbrido de trabalho atualmente, que já é uma forte tendência para os próximos anos.

Com o reforço à importância da saúde mental, este ano, segundo o estudo de 2020 da Fiocruz, feito no ápice

da pandemia, entre junho e agosto, nos 26 estados brasileiros e Distrito Federal, 36% dos brasileiros que participaram da pesquisa se sentiram deprimidos, 30% relataram vários dias com alterações no apetite e 34% com alterações no sono. 4 entre 10 respondentes apresentaram alguma dificuldade para trabalhar, cuidar da casa ou relacionar-se com outras pessoas, em decorrência de problemas emocionais causadas pelo isolamento social.

De acordo com o CORREIO BRAZILIENSE, a saúde mental piorou 53% para os brasileiros sob a pandemia. Na média global, 45% de mais ou menos 21 mil entrevistados pelo Ipsos afirmaram que sua saúde mental piorou pouco ou muito no último ano, sob a pandemia. O Burnout cresceu e a continuidade da pandemia por si só já afeta a sanidade mental dos profissionais, à medida que a atividade econômica se recupera e as empresas aceleram suas atividades, o que cria cargas de trabalho cada vez maiores para muitos profissionais.

Segundo a pesquisa da empresa McKinsey, o mercado de Wellness entra em 75% nas prioridades dos brasileiros. O estudo “Feeling Good: The future of the \$1.5 trillion wellness Market” (“Sentir-se bem: o futuro dos \$1,5 trilhões do mercado de bem-estar”) mostra que o crescimento do mercado de bem-estar apresentou um crescimento ainda maior durante a pandemia, sendo assim, o investimento do brasileiro chega a ser duas vezes maior que o dos outros países. A tendência de crescimento dessa preocupação no Brasil é muito maior. Estimamos, por meio da pesquisa, que o brasileiro gasta, em média, 1.200 reais por ano com bem-estar.

Isso, quando fazemos uma relação per capita, é duas vezes maior do que o gasto em outros países. Ou seja, não só o tema é maior, como também isso se reflete na disposição de como o brasileiro está disposto a gastar.

A nível global, a pesquisa mostra que a relação de consumo muda de acordo com as gerações. Entre as tendências destacadas, o uso de produtos mais naturais chama a atenção e isso vale especialmente, para as gerações mais novas, como os Millennials e a Geração Z. E também aponta que a personalização é algo recorrente em todas as gerações. No Reino Unido, Estados Unidos e Alemanha, mais de 88% dos consumidores priorizam um produto ou serviço personalizado com mais frequência do que desejavam dois ou três anos atrás, de acordo com o portal Consumidor Moderno.

Segundo o relatório apresentado pelo Global Wellness Institute, essas tendências refletem como o bem-estar está prestes a ocupar um lugar melhor na saúde. Além disso, prevê como o desenvolvimento futuro da indústria do bem-estar será mais inclusivo, acessível e econômico, além de ter mais embasamento científico. E ainda apresenta como o bem-estar continuará a reescrever diversas indústrias, do setor de turismo à arquitetura e design, passando pela indústria da comunicação.



As práticas de meditação, sessões de terapia online, grupos de leitura sobre temas da atualidade, aulas de yoga online, corrida, dança, boxe, skate e surf ganham destaque na área da saúde, além de produtos que estimulam o autoconhecimento e o autocuidado.

O skincare, ritual que já faz parte da rotina de muitos, também ganha ainda mais peso com a crescente de marcas focadas em atender mais tipos de necessidade e pele, abrindo espaço também para os cosméticos cruelty-free, veganos e sustentáveis e os cuidados hiperpersonalizados com a pele - Skin Tech 2.0 - que através de um exame analisa seu material genético e, com isso, consegue entender melhor as necessidades da sua pele, oferecendo os melhores produtos para ela. Entretanto, o skin fasting também entra como tendência, incluindo apenas 3 etapas: limpeza, hidratação e fotoproteção.

O novo setor chamado "arquitetura de bem-estar" teve um crescimento significativo em meio à pandemia, focado, principalmente, no design funcional, seja na iluminação circadiana (focada no relógio biológico humano) ou na purificação do ar, visando conectar projetos arquitetônicos com saúde. Essa nova tendência nos traz espaços arquitetados para proporcionar estímulos positivos aos moradores, como alegria e relaxamento. Provocar conexões com a natureza por meio de elementos naturais é uma maneira de gerar bem-estar, como é feito na arquitetura biofílica.

Além disso, enquanto o bem-estar começa a se "inclin" para a ciência, a saúde pega emprestado o "manual do bem-estar", transformando uma indústria antes estritamente cética e curativa em uma prática mais holística, voltada para o estilo de vida e, até mesmo, prazerosa, com terapias alternativas, tais como: acupuntura, barras de access, terapias com pedras e outras.





RESTAURANTE PAPPAGALLO

O restaurante Pappagallo, inaugurado na capital paulista e instalado em uma casa tombada de 1940, o novo hotspot está pronto para oferecer uma experiência gastronômica com foco na cozinha italiana, dentro de um ambiente especial que remete à uma autêntica vila mediterrânea - rústica e com toques de modernidade, nos Jardins.

O projeto foi idealizado por Guto Lopes e os sócios Aloysio Bayde, Tony Franco e Pedro Mattos, chef do novo empreendimento. Com aproximadamente 210 metros quadrados no total, o projeto arquitetônico é assinado pelo renomado designer Rudolf Piper. A capacidade total do restaurante é de 80 lugares.

O Pappagallo destaca, no piso inferior, bar e salão principal com tijolos aparentes da época e resquícios do piso original, pé direito duplo, fachada envidraçada, teto de vidro retrátil e paisagismo integrado, com capacidade de 38 lugares. O piso superior é acessado por uma escada da década de 40, totalmente de madeira e entalhada à mão, reservando uma área mais intimista e com bar próprio. A sala VIP, com capacidade de 16 lugares, oferece atendimento exclusivo e é uma ótima opção para receber comemorações e reuniões de negócios. O espaço conta ainda com um lounge e um terraço com mesas bistrôs - dando vista para o andar de baixo.

A cozinha do Pappagallo está sob o comando do chef Pedro Mattos, conhecido por participar da edição de 2018 do programa MasterChef, na TV Bandeirantes. Com 12 anos de carreira, Pedro investe na cozinha contemporânea e atuou durante um ano entre as cidades de Barcelona e Paris, onde também aproveitou para aperfeiçoar as técnicas de fusion food. Nos últimos anos, ele esteve à frente dos seus próprios negócios: Ateliê Pedro Mattos, desenvolvendo menus especiais para eventos sociais e corporativos, bistrô Chez Prime e hamburgueria Encarnado Burger, todos na cidade do Rio de Janeiro.

O cardápio foi cuidadosamente elaborado para oferecer o que há de melhor na cozinha italiana: comida gostosa

e bem servida - dentro do conceito Modern Comfort Food, com clássicos e releituras de pratos famosos. Os carros-chefes do restaurante são a Lasanha Pappagallo - lasanha à bolonhesa com fonduta de grana padano e o Polvo - polvo com arroz negro e aioli de polvo defumado. Além desses pratos, o menu também destaca entradas como, Burrata, Crudo, Croqueta de Rabada e Carpaccio Pappagallo. Além da Salada do chef e pratos principais: Spaghetti à Carbonara, Spaghetti Cacio e Pepe, Cordeiro, Rigatoni à Amatriciana, Gnocchi trufado, Gnocchi à Pomodori e Basilico, Polpetone e Filé Mignon. Para as sobremesas, o restaurante oferece torta de Chocolate Belga e Trio de Cannoli.

Na parte de bebidas, o Pappagallo ressalta um cardápio diversificado com sete drinks Autorais, entre eles o Pappagallo, Moseli e Guto Ginger, além dos 13 drinks Clássicos, Moscow Mule, Negroni e Old Fashioned. Além de champagnes, Perrier Jouet Grand Brut, espumantes Victoria Geisse Vintage e vinhos rosés e brancos, com sete opções. Os vinhos tintos têm uma variada cartela de 25 opções.

Serviço:

Alameda Jaú, 1372 - Jardins, São Paulo - SP, 01420-004

Telefone: (11) 3898-6503

@pappagallo.cucina



GUTO LOPES

Vindo de uma família tradicional do interior de São Paulo, o empresário e sócio do restaurante Pappagallo, Guto Lopes, começou a se interessar pela área do entretenimento logo que se mudou para a capital paulista, em 2004.

Foi um dos patrocinadores da chegada do Club Mokai, de Miami, à cidade de São Paulo e depois disso, não parou mais de se envolver nesse segmento. "Virei sócio de casas conceituadas como as filiais paulistanas do Buddha Bar, de Paris, e da Kiss & Fly, de Nova York; e juntamente com meus sócios, trouxemos o badalado club Provocateur, de Nova York, para a capital paulista em 2011".

Em uma nova etapa, começou a investir forte em projetos nacionais de renome e relançou as novas fases do Banana Café e do Cafe De La Musique. Mais recentemente, também esteve à frente de projetos de peso como o Sub Club (do grupo A.Life, o mesmo do Tatu Bola) e da inauguração do famoso Club Toy Room, de Londres. Há poucas semanas, inaugurou o restaurante italiano Pappagallo, nos Jardins. "Estou muito confiante no sucesso dele porque a casa é realmente especial e o menu tem tudo para agradar os paladares dos paulistanos".

Cool: O que você pode nos adiantar da experiência gastronômica no Pappagallo?

É uma experiência incrível porque além da comida que é muito boa, o lugar - que remete a uma antiga casa de uma vila italiana - é bonito e agradável e a música também é super alto astral. Então, as pessoas podem esperar uma atmosfera encantadora e tenho certeza que vão adorar almoçar ou jantar no Pappagallo. A cidade de São Paulo tem muito lugar interessante, mas temos pouquíssimas opções nesse formato de sair para jantar em um restaurante bom e cool e depois, esticar para se divertir até o início da madrugada, no próprio espaço.

Cool: O restaurante é pra que tipo de público?

O Pappagallo é para todo tipo de público, mas principalmente para aquele que sempre busca um



diferencial. No Pappagallo, ao mesmo tempo em que a pessoa se sente em casa porque o restaurante é aconchegante, ela também pode curtir um clima mais agitado no lounge, que fica no andar superior do restaurante. Em breve, as pessoas também poderão contar com pratos do nosso menu para degustar em casa.

Cool: Qual é a receita mais deliciosa da casa?

Com certeza a Lasanha Pappagallo. É o nosso carro-chefe e a forma com que ela chega à mesa é muito especial, tanto que se tornou o prato do restaurante mais compartilhado nas redes sociais dos nossos clientes.

Cool: Qual foi a inspiração pelo design no restaurante?

O Pappagallo está instalado em uma casa tombada, de 1940. Então, a nossa maior inspiração foi fazer com que os clientes se sentissem acolhidos como se estivessem dentro de uma antiga moradia, em um vilarejo da Itália.

@guto_loopes



QUIROPRAXIA COMO HÁBITO DE VIDA

Você conhece o tratamento de Quiropraxia?

Historicamente, os quiropraxistas têm como objetivo principal a correção da Subluxação Vertebral, desvios na coluna que prejudicam o funcionamento do sistema nervoso. Considerando o fato de o cérebro gerenciar diversas funções no corpo humano, um “pequeno desvio” na coluna pode atrapalhar esse processo de gerenciamento, sendo o papel do quiropraxista, normalizar a comunicação entre o cérebro e o restante do corpo.

Com o passar dos anos, alguns quiropraxistas abandonaram esse modelo de prática e se dedicaram, exclusivamente, às questões mecânicas e tratamento para dores, muitas vezes, agregando outras técnicas, além das quiropráticas.

A quiropraxia é um método de terapia da área da saúde muito usado para dores ou performance de postura. A profissão busca a melhora geral da pessoa e não, especificamente, cuidar dos tratamentos que a medicina e a fisioterapia oferecem, cuidando da coluna de forma que renove os pontos de subluxação e alívio nas tensões, melhorando a qualidade de vida, vivendo sem interferências no sistema nervoso central.

O mau funcionamento, dor, incômodo ou a simples

vontade de estalar algum ponto da coluna que não está funcionando bem, quando removido através da quiropraxia, começa a melhorar a capacidade do corpo de se curar e voltar a ter um equilíbrio. Muitas das vezes, a quiropraxia não está relacionada à dor, e sim, à plenitude do funcionamento do sistema nervoso.

Gilberto Barros, quiropraxista e fisioterapeuta, pós-graduado em ortopedia e traumatologia, medicina tradicional chinesa, especialista em posturologia e RPG, proprietário do Instituto Viva e agora pesquisador dos distúrbios osteoarticulares pós-pandemia e home office, diz:

“Não procure um quiropraxista apenas quando sentir alguma dor. Faça da quiropraxia um ato de prevenção regular. Costumo dizer que, com a quiropraxia, o paciente está dando um passo a mais no que ele tem feito para a sua qualidade de vida”.

O tratamento é feito desde a correção da causa aos complementos terapêuticos pós-sessão de quiropraxia, usados para reforçar o corpo a não voltar ao estágio da fase anterior. Os complementos são divididos em orientação de exercícios, terapia miofascial, terapia eletro-termo, fisioterapia, massagens e outras, dependendo de cada caso, analisado por um fisioterapeuta.

“No Instituto Viva, nós temos a preocupação em manter o padrão de atendimento dos profissionais que fazem parte da nossa equipe. Com isso, foi instituída a reunião clínico-científica, que são reuniões mensais com todos

os profissionais, onde são disponibilizados conteúdos, cursos, palestras e muita troca de informações para que todos se mantenham atualizados e capacitados para o atendimento aos pacientes Viva”, acrescenta Gilberto.

O Instituto Viva nasceu em 2011, a partir de uma conversa entre amigos, em uma viagem a Brasília para tratar, junto ao senador Paulo Paim, sobre a regulamentação da profissão de quiropraxista. A primeira unidade foi em Mogi das Cruzes, seguida da unidade na Vila Olímpia, que foram montadas simultaneamente.

No ano de 2013, após uma mudança societária, o Instituto Viva tomou novos rumos: primeiro, com a mudança de endereço para o bairro Jardim Europa e, em seguida, com o planejamento de uma unidade própria. E, em 2017, no mês de outubro, o Instituto Viva inaugurou sua sede própria no Itaim, na famosa Avenida Presidente Juscelino Kubitschek, no coração financeiro de São Paulo.

Com a unificação do local de atendimento, surge também, a necessidade de criar uma identidade visual, a “cara” do Instituto Viva, e o que de melhor pode existir para dizer sem palavras o que representa o Instituto se não a própria coluna no seu mais simples formato, transmitindo a sutileza e a simplicidade da qualidade de vida que a quiropraxia pode oferecer aos seus pacientes.

Em 2017, a sede do Itaim Bibi foi inaugurada com a disponibilização de seis salas de atendimento e oferecendo aos seus pacientes o melhor em tratamentos de quiropraxia, que poderiam ser encontrados na região. Inicialmente, a ideia era de realizar, em média, 400 atendimentos ao mês, porém por conta da alta demanda de pacientes e a procura por outras especialidades que ajudassem no tratamento de seus pacientes de forma integral, o Instituto Viva passou a atender também a especialidade de fisioterapia, além de agregar profissionais de altíssima qualidade ao corpo clínico do Instituto.



A IMPORTÂNCIA DO CONSUMO CONSCIENTE

Todo comportamento do ser humano gera um impacto no meio ambiente, seja ele negativo ou positivo. O lifestyle sustentável nos prova que é possível viver bem, consumindo de forma consciente.

O “bare-minimum” que o nosso planeta nos exige, neste momento, é a responsabilidade com o meio ambiente, e ele tem nos mostrado que estamos acelerando o seu fim, com todos os impactos negativos que causamos todos os dias: poluição, aquecimento global, extinção e outros, gerando consequências também na área da economia, da saúde e da política.

Com isso, o statement de consumo consciente chega para salvar o pouco que ainda temos da fauna e da flora da nossa casa: a Terra. É preciso repensar a forma que

repensado começa por nós, através de uma mudança de novos hábitos.

Segundo a Agência Brasil, em 2010, 43,2% do total de resíduos eram descartados de forma incorreta (para lixões ou aterros controlados). Os dados são do Panorama dos Resíduos Sólidos no Brasil 2020, lançado pela Associação Brasileira das Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais (Abrelpe). De acordo com a entidade, a destinação inadequada dos resíduos para lixões ou aterros controlados e, não para os aterros sanitários, prejudica diretamente a saúde de 77,65 milhões de brasileiros atualmente, e gera um custo ambiental e para o sistema de saúde de cerca de US\$ 1 bilhão por ano.

Criar hábitos de compras para evitar o consumo desenfreado que causará ainda mais poluição após descarte destes itens, utilizando produtos eco-friendly como ecobags, papelão e jornais para descarte de



compramos e descartamos, a maneira como utilizamos os recursos naturais do planeta; de forma irresponsável e insustentável, não é cool e os efeitos de todos estes pequenos desgastes ambientais, geram um enorme estrago que, geralmente, não é visto a olho nu, no começo, mas atualmente, já conseguimos notá-los de forma explícita e dolorosa.

A realidade é que o mundo vai acabar um dia, eventualmente, mas precisamos antecipar sua queda? Temos medo de não sobrevivermos por mais muitos anos afora, mas o que fazemos para impedir essa aceleração no tempo de vida da mãe-natureza? Para adquirir uma consciência sustentável, precisamos entender qual é o conceito de consumo consciente. Segundo o Ministério do Meio Ambiente, é “uma contribuição voluntária, cotidiana e solidária para garantir a sustentabilidade da vida no planeta”. Portanto, entende-se que este consumo

lixo, ou, até mesmo, embalagens em papel, ao invés do saquinho plástico do supermercado para guardar frutas, legumes e vegetais, trocar produtos de plástico por outros recicláveis, como escovas de dente feitas de Bambu, copos reutilizáveis e canudos de inox.

Sabermos a procedência de cada produto e sua forma de produção também é muito importante e faz parte do âmbito sustentável, pois os impactos que podem ser causados através destes, geram uma carga ambiental muito grande, influenciando sua saúde e a dos animais com a exploração destes e poluição do solo e da água. Muitas vezes, o barato sai caro, então pagar um pouco mais, pode ser muito benéfico em um contexto geral.

Outra grande iniciativa é comprar de pequenos produtores locais, valorizando a mão de obra nacional e regional. Geralmente em feiras de artesanatos e

alimentos orgânicos, brechós e papelarias, o produto terá mais qualidade e preço justo. Na moda também já foi criado um estudo anual desenvolvido pelo Fashion Revolution que consiste em nos trazer um índice de transparência de marcas brasileiras, em questão de produção, consumo, descarte e políticas sustentáveis da marca. Produtos duráveis reverberam um efeito positivo ao nosso guarda-roupa, o tornando atemporal, inteligente, cápsula e sustentável, fazendo com que

nós gastemos menos com tendências rápidas, assim descartando menos, pois a indústria da moda é a que mais polui o meio ambiente com os seus resíduos têxteis, de acordo com os dados da ONU Meio Ambiente.





NEW WORKING

Após alguns anos de aprendizado, New Working anuncia novo posicionamento de marca de olho na expansão.

Fundado em 2017, o coworking New Working começou a falar em compartilhamento e quando ainda se tinha muita dúvida sobre o modelo e os escritórios convencionais ainda tinham força. E a ideia de unir o que eles chamam de economia comprovada com otimização de tempo parecia bullshit.

A New Working ganhou musculatura e se consolidou como um dos principais coworkings da região do Brooklin, com mais de 280 empresas envolvidas e cases de sucesso como por exemplo a multinacional COFCO INTL.

Mas já nos últimos anos, a frente mais estratégica tem sido auxiliar pequenos e médios times a encontrarem o seu escritório ideal sob medida e com atendimento de uma equipe interfuncional, ajudando essas empresas a resolverem alguns de seus desafios centrais ligados a otimização de tempo e escala.

“No modelo atual, à frente de negócios é justamente proporcionar a empreendedores do mundo real, uma economia comprovada sem perder qualquer qualidade, e dar a sensação de pertencimento a uma comunidade rica em trocas”, diz a diretora Vanessa Mota.

Agora, a empresa está trazendo para o mercado esse seu novo posicionamento, passando de apenas “coworking” para “coworking de impacto”.

A mudança vai muito além da retórica:

“Hoje entendemos que temos um papel de agregação muito maior, propondo soluções e iniciativas que a gente entende que mudam o jogo. Atuando junto a outros atores do ecossistema e não só os empreendedores”, afirmam Jessica Anjos e Fabiana Couto que juntas encabeçam o time comercial. “É uma forma de multiplicar e dar escala ao nosso propósito”, segundo elas.

A virada de chave aconteceu na passagem de semestre de 2021 e teve início com a retomada aos escritórios após o período de quarentena. De lá pra cá, a procura por espaços com gestão humanizada e todas as outras vantagens só cresceu, incluindo as gigantes.

“As empresas sempre olharam impacto com a lente apenas da responsabilidade social e tinham dificuldade em unir essa esfera com o seu espaço de trabalho e com as relações interpessoais criadas no coworking. A gente quer olhar com mais profundidade para os desafios de cada negócio de uma forma que faça sentido para as empresas e para os empreendedores estarem aqui pertencendo e não apenas pagando o aluguel de uma sala”, aponta Vanessa.

Com o objetivo de transmitir toda essa mensagem, a New Working buscou pela agência Random Box para promover



uma revisão geral da marca. Além de um rebranding que vai do visual ao conceito, a empresa de escritórios compartilhados tem investido também em um time comercial que acompanhe esse posicionamento e o explore fomentando a comunidade.

“Quando você fala de mudança de marca é natural que as pessoas automaticamente imaginem apenas uma nova logo, mas isso impacta até no tom de voz que o vendedor vai trabalhar no pitch de vendas lá na frente. Então isso significa um envolvimento muito grande da empresa como um todo”, afirmam os fundadores da Random Box.

Por fim, o processo de rebranding da New Working é mais que uma evolução de marca ou empresa, é uma evolução de negócio. O início de uma nova jornada para os próximos anos. A empresa acredita que a partir do momento que as pessoas, que os membros, e a audiência que acompanha seus conteúdos tiverem contato e interagirem com essa linguagem, isso vai gerar aprendizados e vai gerar insights para que eles continuem conduzindo essa nova marca para uma evolução.

Site: www.newworking.com.br

Telefones: (11) 3777-8154 Unidade Tribeca | (11) 3777-0758 Unidade Brooklin





no Brasil esse número está próximo de 2%. Isso precisa melhorar, qualquer um pode e deve investir seu dinheiro, com responsabilidade, é claro...

Cool: Para leigos, o que é criptomoeda ou bitcoin? Pra que serve?

Faz mais sentido falar do Bitcoin primeiro. Além de ser o principal criptoativo, o Bitcoin deu origem a toda essa nova classe de ativos. Facilita a compreensão se, ao invés de pensar no Bitcoin como dinheiro da internet, pensarmos no Bitcoin como uma internet do dinheiro, ou seja, uma enorme rede, onde participantes conectados uns com os outros estão transacionando a todo tempo. Essa rede é arquitetada de tal forma que seus participantes estão incentivados a agir honestamente e, portanto, quando transacionamos com alguém, não precisamos de um terceiro de confiança como um banco ou um governo para atestar a veracidade daquela transação. No Bitcoin, a própria rede garante a verificabilidade das moedas. Isso só é possível através da junção de uma série de tecnologias que incluem a cadeia de blocos e a criptografia. Esse desenho sem "autoridades" torna o Bitcoin descentralizado. Não existe um governo que dita as regras no Bitcoin, o poder é distribuído entre todos os participantes. É muito difícil parar ou atacar uma rede descentralizada, sem pontos de ataque, e esse é um ponto central da sua segurança. O Bitcoin permite transacionar com qualquer um, em qualquer lugar do mundo, em uma questão de minutos e a baixo custo. Podemos enviar bilhões de dólares em bitcoins, pagando uma dezena de dólares em taxas. Esse é um grande avanço em relação ao sistema de compensação interbancário lento, burocrático e caro. Outro grande avanço do Bitcoin é a sua escassez. O Bitcoin possui uma política monetária programada em código e fixada em 21 milhões de unidades, com taxa de emissão caindo ao longo do tempo. Isso torna o Bitcoin uma espécie de ouro digital, um ativo escasso e, é essa escassez que lhe confere valor. Outras criptomoedas se utilizam das tecnologias revolucionárias do Bitcoin para desempenhar outras funções e resolver outros problemas.

INTERNET DO DINHEIRO

Muito se fala sobre como ganhar dinheiro na Internet, mas pouco se sabe sobre realmente como investir. A Cool Magazine entrevistou o DJ e Investidor Paulinho Boghosian que nos contou como isso pode ser interessante.

Cool: Como você começou a se interessar por mercado financeiro no geral?

Meu interesse pelo mercado começou na faculdade mesmo. Me formei no Insper, que na época era Ibmecc, uma faculdade que tem um viés de mercado financeiro. Assistia palestras do Paulo Guedes regularmente, e tive aula com vários integrantes da equipe econômica. Foi um baita aprendizado. Desde então, sempre acompanhei o mercado e sempre investi. O brasileiro não tem o hábito de investir na bolsa. Nosso país tem um histórico de juros alto e isso deixou o brasileiro acomodado com seus investimentos, investindo em poupança. Era o paraíso do rentista, como diz o Paulo Guedes. Enquanto países desenvolvidos chegam a ter metade da sua população investindo em bolsa e acompanhando mercados, aqui

Cool: Como funciona este mercado?

O mercado de criptomoedas é um mercado global que funciona 24/7. Investidores do mundo todo negociam, diariamente, em corretoras mundiais. São milhares de criptoativos, mas o principal deles é o Bitcoin, seguido pelo Ethereum. Existem também mercados futuros e derivativos. Assim é o mercado de investimentos em criptoativos. Ao mesmo tempo, as criptomoedas são redes que funcionam também 24/7. A grande maioria utiliza tecnologia blockchain, ou seja, de cadeia de blocos. Essas redes possuem milhares de participantes, chamados de nós, que possuem uma cópia do registro, ou do histórico da cadeia de blocos. Participantes possuem endereços e podem enviar e receber criptomoedas. Dentro das redes de criptomoedas, utiliza-se a criptomoeda nativa da rede. De tempos em tempos, são emitidos novos blocos que são repletos dessas transações entre partes. Esses blocos são protegidos por criptografia, de modo que é necessário minerar e validar blocos para incluí-los na cadeia. Ou seja, a todo o momento, o estado da rede está sendo atualizado e podemos acompanhar e validar em tempo

TEXTO: Bruna Manzano
FOTOS: Divulgação

real toda a atividade econômica que está acontecendo nessa rede.

Cool: Quais os atrativos deste mercado? Por que você se interessou por ele?

A grande tese por trás do Bitcoin advém do cenário macroeconômico que vivemos mundialmente. Estamos em um período em que a economia é movida a estímulos de bancos centrais, em todas as grandes potências. Desde 2008, quando houve a crise do subprime, iniciou-se um processo de injeção de dinheiro na economia, sem precedentes na história. É o chamado "quantitative easing". De lá para cá, o governo americano, por exemplo, imprimiu mais de 84% de toda a sua oferta de moeda. Após a Covid, esse processo se intensificou. Com dívidas impagáveis, os bancos centrais ficam encurralados, sem poder aumentar taxas de juros, e, inevitavelmente, esse excesso de liquidez gera aumento nos preços dos ativos. Ou seja, a população paga a conta com inflação descontrolada e perda de poder de compra ao longo do tempo. Já estamos vendo isso em todo o mundo. O Bitcoin, com sua escassez, torna-se uma maneira de se proteger da perda de poder de compra das moedas fiduciárias. No Bitcoin, com emissão cada vez menor e adoção cada vez maior ao longo do tempo, o resultado natural é apreciação de preço e preservação de poder de compra. Assim, o Bitcoin é considerado por muitos, uma reserva de valor, embora muitas pessoas critiquem a sua alta volatilidade em curtas janelas de tempo.

Cool: Quais os riscos deste mercado?

É importante que o investidor entenda que o Bitcoin e as criptomoedas são uma nova classe de ativos, que rompem paradigmas e diferentes de tudo que vimos nos últimos séculos. Por esse motivo, são ativos muito voláteis. Os investidores, de modo geral, têm dificuldade em determinar um valor justo das criptomoedas. O Bitcoin foi o ativo que melhor desempenhou nos últimos cinco anos, dentre todas as classes de ativos, indo de dezenas de dólares para dezenas de milhares de dólares. Mas tivemos períodos em que o ativo chegou a cair 80%. Por isso, o mais importante é gestão de risco. Em 2017, quando criptomoedas se tornaram conhecidas no "mainstream" pela primeira vez, muitos marinheiros de primeira viagem compraram nas máximas e venderam com prejuízo. Outro tipo de risco é o de cair em golpes, e não são poucos. Muitos veículos de investimento que se colocam como seguros garantem rentabilidade para o investidor, mas, na verdade, são extremamente arriscados e, às vezes, não tem nada a ver com as criptomoedas. Existem muitos golpistas, esquemas de pirâmide e, por isso, o investidor precisa estar atento na hora de investir.

Cool: Como investir neste mercado? Existe um valor mínimo?

A maneira mais básica é abrir conta em uma corretora confiável, como o Mercado Bitcoin, a maior corretora do Brasil, e comprar os criptoativos. A partir de 100 reais já dá pra começar a acumular. Existem também fundos de investimento regulados pela CVM e ETFs negociados em bolsa que permitem investimento em Bitcoin ou em uma cesta de criptoativos. Essas são as maneiras mais simples de investir. Investir em criptomoedas é um investimento de risco por si só, e o investidor não precisa inventar, nem



alavancar para tentar obter mais rentabilidade. Apenas ressaltando: isso não é recomendação de investimento, apenas informação.

Cool: Qual o perfil deste tipo de investidor?

Existem vários perfis de investidores, desde investidores que desejam diversificar seus portfólios e colocam uma parte pequena de suas carteiras nessa nova classe de ativos, até investidores mais nativos em tecnologia que acreditam que os criptoativos podem, eventualmente, tomar o lugar do mercado financeiro tradicional. Cripto começou com indivíduos do Vale do Silício, envolvidos com o mercado de tecnologia e evoluiu para uma base maior de investidores pessoa física, fundos de Family office, fundos macro (também conhecidos como multi mercados), e agora, mais recentemente, tem sido comprado até por empresas como Tesla e Microstrategy.

Cool: Como aprender mais sobre este tipo de investimento?

Para aprender, entre no TC, faça um trial do nosso produto de criptomoedas e ganhe acesso ao meu curso gratuitamente. Se você estiver com o inglês em dia existem também alguns cursos bacanas na net como o MOOC, da Universidade de Nicosia, que é o curso introdutório gratuito mais reconhecido do mercado. Foi lá também, que eu fiz o meu mestrado.

Cool: Uma dica pra quem quer começar?

Sempre que você for investir o seu dinheiro, o seu patrimônio, em QUALQUER coisa, procure se tornar especialista no assunto. Invista em CONHECIMENTO. Antes de qualquer coisa, antes de qualquer opinião de terceiro, procure entender e formar suas próprias convicções sobre a tese de investimento. Os melhores investimentos que fiz foram os que eu sabia exatamente o que estava fazendo. É justamente por isso, que me juntei ao TC, o Traders Club, uma plataforma voltada para munir o investidor de informações de qualidade, não somente sobre criptomoedas, mas sobre todas as classes de ativos.



A EVOLUÇÃO DO CANABIDIOL

O uso do canabidiol (CBD), para fins medicinais, vem avançando no Brasil e no mundo. Um de seus usos mais comuns é o combate às dores crônicas. Em meio a uma evolução no uso do canabidiol, já é possível afirmar que as doenças do cérebro podem ser tratadas com o extrato da planta, para dores crônicas e insônia.

Há alguns anos, as leis que permitem o uso do canabidiol (CBD) para fins medicinais vêm avançando no Brasil. Desde dezembro de 2019, a Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) aprovou a regulamentação de produtos à base de cannabis, sob prescrição médica. Em julho deste ano, inclusive, o primeiro extrato de canabidiol desenvolvido no país chegou às farmácias. Entretanto, os estudos mundiais acerca do derivado da maconha como tratamento, apesar de polêmicos, são muito mais antigos; seu uso na medicina, aliás, é estudado em inúmeras especialidades, como a neurologia.

Porém, há muita publicidade em torno do CBD, além

de dúvidas sobre como ele pode, de fato, ajudar no tratamento de doenças diversas. Há hipóteses de que os efeitos do CBD podem auxiliar na redução de inflamações no cérebro, de acordo com alguns estudos, de que a substância pode auxiliar no tratamento de pacientes com transtornos e doenças neurológicas. Nessas pesquisas, há evidências de que o principal efeito do CBD no cérebro é a redução de inflamação, que está relacionada a doenças como Alzheimer, ansiedade, depressão e epilepsia, entre outras.

Um estudo da The Health Effects of Cannabis and Cannabinoids, nos Estados Unidos, revelou que o alívio de dores crônicas é a condição mais comum citada pelos pacientes, em relação ao uso do CBD medicinal. Estudos também mostram a presença de receptores canabinóides na medula espinhal, no sistema límbico, que é regulador das emoções, no hipocampo, na medula espinhal e, no hipocampo, relacionado às memórias. Segundo o neurocirurgião, o uso do canabidiol em pacientes com dor crônica intensa mostra benefícios significativos, pois a cannabis tem ação direta no mecanismo central de dor.

Para falar sobre o uso do canabidiol e seus benefícios

no tratamento de algumas doenças neurológicas, o Dr. Marcelo Valadares, neurocirurgião, médico do Hospital Israelita Albert Einstein (SP) e pesquisador da Disciplina de Neurocirurgia da Faculdade de Ciências Médicas da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp).

“No país, os medicamentos à base de canabinoides podem ser indicados para tratamentos de dores neuropáticas crônicas, porém com uma receita especial e preenchimento de um formulário pelo médico responsável. É importante lembrar que os medicamentos são de alto custo e difícil acesso”, ressalta.

Estudos mostraram também melhorias na qualidade de vida de pacientes com a Doença de Parkinson. Entretanto, há controvérsias em relação às melhorias nas funções motoras. O médico, especialista em tratamento de doenças neurodegenerativas, afirma que alguns estudos mostram evidências, mas ainda são preliminares. Entretanto, o neurocirurgião afirma que é possível considerar o canabidiol para casos de dor crônica relacionada à Doença de Parkinson.

O Dr. Marcelo explica que há, ainda, estudos sobre o uso da cannabis medicinal para o tratamento de pacientes com Alzheimer. De acordo com o médico, há limitações medicamentosas tanto para minimizar os sintomas, quanto para retardar a progressão do Alzheimer neste momento, o que enfatiza a necessidade de desenvolver mais pesquisas e viabilizar novas opções de tratamento.



“Casos de epilepsia, muitas vezes, são de difícil controle. Um trabalho publicado no periódico médico The New England Journal of Medicine com pacientes que possuem a síndrome de Dravet, mostra que a média de crises convulsivas por mês diminuiu de 12 para 6, após o uso da solução oral de canabidiol. Existem evidências sólidas especialmente no caso de crianças”, afirma o médico.

Pesquisas apontam que os canabinóides são bem-sucedidos na melhora da qualidade do sono, em geral, e podem ser uma alternativa aos tradicionais medicamentos usados para dormir que podem gerar dependência e uma série de efeitos colaterais. Inclusive, o uso da Cannabis tem sido estudado em pacientes com Estresse Pós-Traumático que sofrem com distúrbios do sono.

O MELHOR RODÍZIO

NOS MELHORES ENDEREÇOS DE SÃO PAULO

ITAIM BIBI

11 3168-8011

R. Bandeira Paulista, 520

MOEMA

11 5052-7732

Al. dos Arapanês, 532

JARDINS

11 3062-0885

R. Pe. João Manuel, 1069

MORUMBI

11 2364-2087

R. Dr. Fonseca Brasil, 108

TATUAPÉ

11 2227-2859

R. Azevedo Soares, 978

PINHEIROS

11 3032- 2121

R. Morães, 40

SANTANA

11 3666-2087

Av. Bráz Leme, 1981

 restauranteaoyama.com.br

  /RestauranteAoyama





CAMILA KLEIN ARQUITETURA E INTERIORES

O escritório Camila Klein Arquitetura e Interiores imprime o melhor do seu estilo contemporâneo com toque acolhedor, seja nos projetos de clientes finais, corporativos e incorporações, bem como nas mostras de decoração.

A arquiteta Camila Klein, gaúcha, formada em Arquitetura e Urbanismo pela Unisinos, tem como princípio fundamental, “valorizar cada projeto” e chama a atenção para a relação que constrói com seus clientes, onde ela faz questão de levar sua marca com assertividade, leveza e sofisticação, além de, transitar com maestria nos estilos moderno e contemporâneo.

Apaixonada por arte, moda e lifestyle, suas inspirações são absorvidas em viagens, leituras e em diferentes novidades que acompanham a sua rotina diária. “Tenho uma coleção de imagens gravadas em minha mente e, muitas vezes, é a partir de uma delas que um projeto começa a tomar forma”, conta a arquiteta que já assinou mais de 1500 projetos pelo Brasil.

Camila atribui o sucesso devido ao escritório que leva seu nome, onde coordena uma equipe de excelentes profissionais e vive em busca constante de desafios, oferecendo soluções e segurança na execução de seus projetos. Para ela, é preciso constantemente romper fronteiras, tanto no estilo e nas tendências, quanto na forma de usar os materiais e de criação.

Cool: Como é a sua metodologia de trabalho?

Estou há mais de uma década atuando na área e pessoalmente faço as minhas criações de projetos. Conto com uma equipe de profissionais minuciosamente escolhidos, qualificada e tecnicamente regrados com cronogramas, entregas e budget do cliente. Sou discípula do renomado arquiteto e urbanista Ruy Ohtake, com quem trabalhei no início da carreira e obtive grande conhecimento. Estou sempre atenta às tendências do mercado, e com isso, consegui um lugar de destaque entre grandes nomes da arquitetura, com projetos que refletem o atendimento personalizado, exclusivo e dinâmico, que ela faz questão de acompanhar pessoalmente.

Cool: Qual é a sua relação com arte e as redes sociais?

Eu digo que o meu Instagram é um grande blog de inspirações, lá (e nos outros canais também) compartilho projetos, inspirações, motivações, ideias e momentos do meu cotidiano. Hoje atuo fortemente, em primeiro lugar como arquiteta e posteriormente como digital influencer, mas posso me considerar uma criadora de conteúdo.

Cool: Como está a sua carreira atualmente?

Sei que, meus trabalhos são conhecidos e aguardados pelo público nas mostras de decoração. Projetos residenciais, corporativos e incorporações são o sucesso e a frente de trabalho do meu escritório Cklein. Em paralelo, sigo ministrando palestras pelo Brasil, com o tema #CompatilhandoExperiências e com o meu Curso Digital (Aprenda a Gerenciar o seu Escritório), além do meu Reality Show (Lado C) - todos voltados para o segmento de arquitetura, mas com base em toda a minha experiência e know how sobre gestão. Sério, eu não paro, sempre estou inventando alguma coisa (risos). @camilakleinarquiteta



A VIDA *fica melhor* NA PRAIA!

TP
POUSADA
TOCA DA PRAIA



Acesse nosso
site e faça já
a sua reserva!

Desfrute de uma atmosfera relaxante e com muita natureza junto do seu pet aqui na Pousada Toca da Praia. Com suítes amplas e sofisticadas, você ainda conta com piscina climatizada e café da manhã caseiro com mais de 45 itens servido até as 11 da manhã. Tudo isso pertinho da praia de Maresias!





CHRIS PARK HOTEL

Com vista privilegiada e clima romântico, o Chris Park Hotel é um dos mais tradicionais e prestigiados, em Campos do Jordão, São Paulo.

Situado no topo do morro do Elefante, a quase 1.800 metros de altitude, seus hóspedes são agraciados com vistas panorâmicas para a cidade e um vale das montanhas, repleto de araucárias. Além de estar a uma curta distância da estação superior do teleférico, encontra-se a apenas 1,5 km por via asfaltada da Vila Capivari, centro turístico da região.

Com sua localização de fácil acesso, em mais de 35.000 metros quadrados de área e estrutura preparada para uma experiência inesquecível, focado na hospitalidade e na qualidade dos serviços, o hotel traz oito categorias de acomodações com muito conforto, totalmente equipadas e com janelas amplas. Destacam-se o apartamento presidencial e algumas suítes com banheira de hidromassagem, varanda privativa e/ou lareira.

O Chris Park Hotel ainda oferece uma aconchegante sala de estar com TV e lareira, sala de snooker, academia com vista panorâmica, duchas, vestiários, saunas seca e úmida, deck bar, piscina coberta e aquecida, além do Chris Park Restaurante, com café da manhã repleto de pães, frios, bolos, opções quentes e outros. O restaurante

TEXTO: **Caroline Menis**
FOTOS: **Divulgação**



Bella Vista é destaque no cenário gastronômico de Campos de Jordão, com requinte e exclusividade, em um cardápio repleto de carnes, massas e legumes frescos, além de uma carta de vinhos com mais de 100 rótulos de diferentes países. O espaço perfeito para celebrar um momento especial a dois ou em família.

Chris Park Hotel
Alameda Pérolas, 182, Morro do Elefante – Campos do Jordão/SP
Telefones: (12) 3663-1151 / (11) 95321-3443 (WhatsApp)
@chrisparkhotel
Mais informações em chrisparkhotel.com.br





FORD LANÇA O MUSTANG MACH 1, ÍCONE DE PERFORMANCE COM EDIÇÃO LIMITADA

O primeiro Mach 1 foi lançado em 1969, com a proposta de fazer uma ponte entre o Mustang GT e o Shelby®. A performance já nasceu incorporada ao seu nome, que é a medida padrão da velocidade do som (1.235 km/h). Em seu ano de estreia, ele estabeleceu 295 recordes de velocidade e resistência. Teve duas atualizações: 1974 e 2003 e, volta agora, 17 anos depois, como modelo 2021, com o motor mais potente da linha, design exclusivo, aerodinâmica refinada e vários aprimoramentos mecânicos para dar continuidade a esse legado. Entre outros avanços, o novo Mach 1 traz várias peças dos icônicos modelos Bullitt, Shelby® GT350 e Shelby® GT500, incluindo sistema de arrefecimento do diferencial traseiro e radiador da transmissão. Também é o primeiro Mustang conectado com o aplicativo FordPass™ Connect para acesso remoto a funções do veículo.

O Mustang Mach 1 de quarta geração é um carro focado em performance, desenvolvido para oferecer uma experiência incomparável na pista. Acelera de 0 a 100 km/h em 4,3 segundos, tem velocidade máxima de 250 km/h, limitada eletronicamente, e exibe um comportamento dinâmico fora do comum. Seu conjunto formado por motor Coyote V8 5.0 e transmissão automática de dez velocidades, conta com uma calibração exclusiva que gera um ganho de 17 cv, entregando a potência de 483 cv (a 7.250 rpm) e torque máximo de 56,69 kgfm (a 4.900 rpm). O Mustang Mach 1 tem um estilo repleto de referências históricas, com

uma releitura moderna que o torna único – começando pela faixa preta com friso colorido no capô e nas laterais. A esportividade das linhas é realçada pelo extenso trabalho de refinamento aerodinâmico, que faz o carro parecer “colado” ao chão e resulta em uma melhora de 22% no “downforce”. A frente traz uma nova grade, com o emblema do cavalo no centro e dois grafismos redondos que remetem aos faróis auxiliares do modelo 1969. O para-choque também tem desenho exclusivo, com um novo difusor inferior e duas entradas de ar laterais para suprir os novos radiadores. Na lateral, os grafismos nas portas e na região inferior da carroceria se conectam com o carro original, complementados pelo emblema Mach 1 no paralamas dianteiro. As rodas de 19 polegadas com acabamento cinza brilhante deixam à mostra os poderosos freios Brembo®. Na traseira, chama a atenção o novo aerofólio de perfil discreto e supereficiente, bem como o difusor com recortes triangulares e as quatro ponteiras de escapamento integradas, trazidos do Shelby® GT500. As lanternas são interligadas por uma faixa preta, com a assinatura Mach 1 no centro. O Mustang Mach 1 é disponível em oito combinações de cores exclusivas. O cinza Dover traz faixas pretas com contorno laranja. Nos modelos branco Ártico, preto Astúrias e prata Orvalho, esse contorno é vermelho. Já no azul Indianápolis, laranja Astana, vermelho Arizona e amarelo Talladega, o contraste é feito com o branco. O Mach 1 tem um interior esportivo e requintado, com cores e materiais de acabamento especialmente selecionados. A placa afixada no painel com o número de identificação de cada veículo reforça a sua exclusividade.

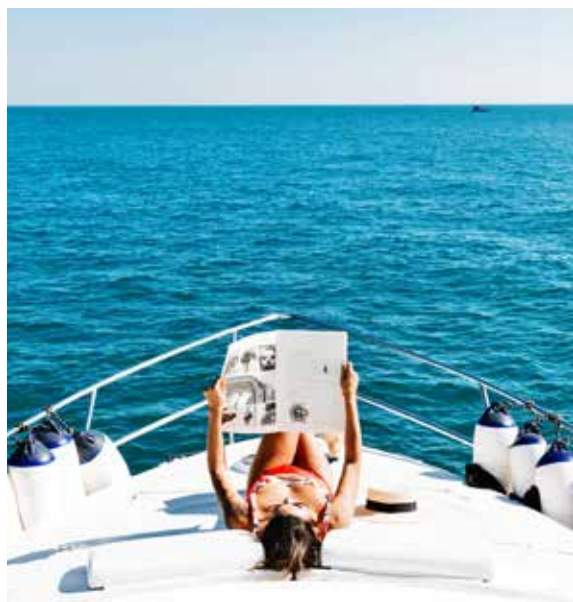
Os clientes que desejarem se informar sobre a disponibilidade dos lotes devem entrar em contato com as concessionárias da marca. www.ford.com.br



FERRARA ILHABELA CHARTERS

Após várias viagens pelo mundo, o capitão Marco Ferrara se apaixonou por Ilhabela e neste arquipélago fundou a empresa Ferrara Ilhabela Charters.

Desde então, proporciona experiências incríveis aos seus clientes, levando-os às mais belas praias de Ilhabela e todo litoral Norte Paulista. Os comandantes são treinados para proporcionar uma ótima experiência a bordo com toda segurança para você, amigos e família. Durante os passeios existe a possibilidade de avistamento de animais marinhos como; baleias, golfinhos, tartarugas e aves da fauna local. Nos passeios visitamos diversas praias tranquilas, ótimas para aproveitarmos os melhores momentos junto com a família ou amigos.



Nas paradas temos a possibilidade de praticar esportes tais como mergulho, natação, caminhadas ou apenas contemplação da natureza. As embarcações são as mais adequadas e preparadas para uma experiência inesquecível.

MARINA: Endereço: Av. Pedro de Paula Moraes, 250 - Saco da Capela, Ilhabela - SP, 11630-000

Escritório: Rua Dom João V, nº 69, Feiticeira, Ilhabela-SP
Telefones: (12) 99760-9830 / (12) 99217-9675 / (12) 99138-7396 / (12) 38941518

www.ferraralanchas.com @ferrara.ilhabela

TEXTO: **Caroline Menis**
FOTOS: **Divulgação**



É necessário que a população lute pelos seus direitos em ter uma cidade com mais condições sustentáveis e um plano de mobilidade urbana governamental, para as providências serem tomadas e termos um espaço público com maior qualidade de vida.

A urbanização no Brasil começou no final do século XIX, com a chegada da industrialização, causada pela migração acelerada com a chegada das grandes indústrias no Brasil, em meados da década de 1930. As cidades pequenas não acompanharam a geração de empregos e a superlotação, gerando graves impactos urbanos. Mas, foi na segunda metade do século XX que a urbanização se fortaleceu devido ao surgimento da automatização mecânica das atividades produtivas no meio rural. Isso desencadeou o desemprego e a migração da área rural para as cidades. Por causa desse deslocamento em massa, o Brasil passou a ter cidades populosas e predominantemente urbanas.



A MOBILIDADE URBANA SUSTENTÁVEL PODE AJUDAR NA CRISE MUNDIAL

A Mobilidade Urbana é definida como um conceito bastante discutido nas políticas públicas que envolvem o planejamento das cidades. Trata-se do modo como a população urbana se locomove pelos espaços geográficos urbanos, além de interferir diretamente no bem-estar social da população. Mobilidade urbana pode ser entendida como a maneira das pessoas transitarem nos espaços urbanos, seja de maneira individual ou de maneira coletiva.

Cada vez mais, as cidades estão perdendo a capacidade de permitir que as pessoas se movam com qualidade. Por este motivo, o tema mobilidade urbana passou a ser repensado e novas políticas foram aplicadas para as metrópoles com o intuito de pacificar o trânsito e ter uma melhora exponencial para a poluição, mas que também incluem aspectos econômicos, sociais e políticos, além da questão ambiental e de sustentabilidade.

TEXTO: **Caroline Menis**
FOTOS: **Divulgação**



Em 1960, 80% dos brasileiros já moravam em cidades e não mais em espaços rurais. A concentração de migrantes foi direcionada para cidades como: São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Porto Alegre. Esse desnível populacional causou importante desigualdade no número de habitantes nas áreas urbana e rural. Veio a falta de infraestrutura, a incapacidade de suportar os novos moradores das cidades e o déficit de desenvolvimento econômico. São Paulo e Rio de Janeiro têm 90% da população de toda a região Sudeste. Já no Nordeste e Norte, as taxas de urbanização são as menores do país. Pará, Maranhão e Piauí são os estados menos urbanizados do Brasil.

O plano de mobilidade urbana nas grandes metrópoles brasileiras consiste em um conjunto de diretrizes pensadas para melhorar o deslocamento sustentável das pessoas em uma cidade, visando os resultados positivos na qualidade de vida da população. Atualmente, as cidades brasileiras podem desenvolver um plano de mobilidade urbana que tenha como base usar os meios de transporte para trazer rapidez no ir e vir das pessoas, sem agredir o meio ambiente. Este plano formula uma pirâmide prioritária de mobilidade, cujo em seu topo estão pedestres, seguindo para ciclistas, transporte público, transporte de carga e, em sua base, os carros e motos, dando a entender que a prioridade da mobilidade urbana está no bem-estar do pedestre.

Já a mobilidade urbana sustentável, está diretamente ligada ao tipo de transporte usado para o deslocamento de pessoas, somado à preocupação em facilitar trajetos, considerando amenizar impactos ambientais causados por combustíveis fósseis que degradam o ambiente. Portanto, as soluções seriam incluir a implementação de sistemas de deslocamento sobre trilhos, "limpos", que alternam entre motor elétrico e a diesel, e os VLTs (veículos leves sobre trilhos). Além da integração com as ciclovias, esteiras rolantes com alta capacidade, elevadores de grande porte para suportar maior número de pessoas, bicicletas públicas e teleféricos.



Alguns problemas de mobilidade urbana que temos no país são gerados por má qualidade do transporte público no Brasil, aumento do valor da condução, fazendo o proletário aderir a outros meios de transporte, causando mais trânsito, na maioria das vezes, redução de impostos do Governo Federal para incentivar a compra de carros, concessão de crédito ao consumidor, herança rodoviária no Brasil, falta de planejamento urbano e arquitetônico e falta de políticas concisas para o meio ambiente.

A qualidade de vida está altamente ligada ao fluxo de mobilidade urbana. O uso do carro é o principal vilão à poluição. Há 1 automóvel para cada 4,4 habitantes, causando congestionamentos problemáticos e impedindo o deslocamento fluido nas cidades. De acordo com o Numbeo, site internacional especializado em comparar metrópoles sob diferentes aspectos, há 7 capitais brasileiras entre as cidades com o trânsito mais lento do mundo, em uma lista de 163 metrópoles analisadas, prejudicando todo o tráfego da cidade e o motorista que perde tempo e combustível, gerando um desgaste ainda maior.

O papel da arquitetura também impacta na mobilidade urbana. A causa da má mobilidade está na falta de planejamento urbano, causada por uma administração ineficiente de projetos arquitetônicos, responsáveis pelo espaço público. Com desenho de espaço mal distribuído, gera complicações para a mobilidade causando efeito dominó negativo na cidade. Segundo estudos, metade da frota nacional de carros se encontra em apenas 12 cidades brasileiras. A aglomeração de construções impede a ordem e dificultam a mobilidade nas grandes cidades.

O uso de bicicletas, motos e carros elétricos auxilia o cenário de mobilidade sustentável, evitando as modalidades de emissão de gases poluentes. Também, a criação de parques urbanos para o descanso populacional e realização de atividades físicas e arborização, fariam com que as pessoas priorizassem andar a pé nas curtas distâncias em vez de tirar o carro da garagem, além de ampliar áreas atendidas pelos transportes públicos coletivos, diversificar o uso dos meios de transportes, flexibilidade no horário das atividades urbanas como comércio em uma hora, atividades escolares em outra, para distribuir a mobilidade ao longo do dia. O incentivo a caronas coletivas para pessoas que vão para a mesma direção e integração entre os transportes públicos seriam ótimas políticas de mobilidade urbana sustentável e ajudaria a crise mundial ambiental que estamos vivendo nos últimos tempos.

VOLTZ: TECNOLOGIA E SUSTENTABILIDADE



O Eco-V traz conectividade e tecnologia Smart para o universo de duas rodas, mesmo à distância, é possível ter acesso aos dados da moto através do smartphone com o app Minha Voltz.



A Voltz é uma empresa de tecnologia atuante na área de mobilidade elétrica, redefinindo o cenário nacional com a introdução de veículos inteligentes e não poluentes, além de criar um ecossistema onde o usuário usufrua da tecnologia para facilitar sua rotina e melhorar sua qualidade de vida.

A empresa foi criada em 2017 por Renato Villar, diretor geral da P2M, principal revendedora de peças e lubrificantes para motocicletas da região nordeste do Brasil. Durante viagens à Europa e à Ásia, ele percebeu que a próxima disrupção em seu mercado seria a entrada de veículos movidos a energia elétrica. Com isso em mente, começou o projeto do seu primeiro modelo, a scooter EV1.

A primeira moto Voltz foi lançada em novembro de 2019 e, em apenas um ano no mercado, vendeu 1.600 unidades. Após um ano trabalhando exclusivamente com a EV1, a Voltz anunciou o lançamento do seu modelo street, a EVS, e a evolução da scooter, a EV1 Sport. Com sede em São Paulo e Recife, a empresa também conta com mais de 60 showrooms espalhados por todo Brasil.

Além das lojas-conceito instaladas em São Paulo e Recife, a Voltz vai acelerar o projeto de expansão comercial. Nos próximos meses a empresa pretende inaugurar lojas em dez capitais brasileiras, e mais 130 unidades de lojas menores comandadas por parceiros e instaladas em locais estratégicos, como postos da rede Ipiranga.

Ainda no ano de 2021, a Voltz pretende dar início às atividades na fábrica da Zona Franca de Manaus. A operação em Manaus concentrará toda a produção e montagem das motos elétricas, gerando cerca de 500 empregos. A capacidade de produção anual inicialmente será de aproximadamente 15 mil veículos/mês.

O crescimento da mobilidade elétrica faz parte de um movimento mundial que visa popularizar alternativas mais inteligentes e conscientes de transporte. Além de não poluentes, as motos elétricas da Voltz também trazem benefícios operacionais.

A empresa brasileira de motos elétricas oferece o Eco-V, ecossistema idealizado pela Voltz para solucionar os maiores problemas que os proprietários de moto enfrentam hoje. A moto Voltz EVS possui GPS integrado, o que torna possível a navegação através do painel digital, rastreamento 24h e o Sistema Anti-Roubo. Também possui 4G e bluetooth, além de estar conectada aos servidores da empresa, onde é monitorada em tempo real.

Em pouco tempo no mercado, a Voltz já está redefinindo o cenário de duas rodas e a mobilidade urbana nacional. A economia é o foco principal. Os Volterz buscam uma vida sem depender dos gastos com combustível e manutenção. Quando se deparam com os dados comparativos de motos elétricas versus motos a combustão, os clientes se encantam ainda mais pela moto.

Os Volterz são futuristas e estão sempre bem atualizados. Acompanham as tendências mundiais, sabem que o Futuro é elétrico e desejam fazer parte disso. Se locomover com um veículo de duas rodas é muito mais fácil e menos estressante, além da busca pela qualidade de vida de uma rotina sem engarrafamentos. O conceito de sustentabilidade envolve o desejo de mudar o mundo através do seu próprio mundo.

www.voltzmotors.com

Telefone: 4003 8964

@voltz_motors





CHAPÉU & ESTILO

A Chapéu & Estilo nasceu em 2013, após o CEO da marca, Henrique, enxergar uma necessidade comum neste mercado de acessórios e a todos que gostam de usar chapéus. "Percebi que as pessoas já são únicas por natureza, cada uma com seu DNA, os chapéus evidenciam sua identidade de maneira incomparável, causando uma transformação instantânea e mágica, sem contar a proteção", diz Henrique.

Trabalhou com vendas há muitos anos, no segmento de moda e adorava tecnologia, deu início a um sonho de ter um negócio próprio pois reconheceu uma escassez no mercado e viu uma oportunidade de empreender. A Chapéu & Estilo vende através da loja on-line, redes sociais e marketplace. Contam com mais de 50 mil clientes no varejo e também dezenas de clientes revendedores. Além disso, têm uma comunicação bem próxima com os clientes através das redes sociais, principalmente pelo Instagram, com mais de 200 mil seguidores, onde fala sobre conteúdos sobre o universo dos chapéus. A Marca que já está indo para o oitavo ano de operação, passou pelas duas crises de pandemia e fatura mais de 2 milhões ao ano, tendo como visão ser a maior loja online de chapéus do Brasil e como missão, democratizar o uso dos chapéus com uma proposta de culturalizar o país de uma nova forma, inclusiva, atual e autêntica.

Como a sua paixão por estes acessórios únicos começou? Sempre gostei de usar chapéus e comecei a usá-los desde jovem, gostava tanto que em minhas viagens sempre achava que encontraria algum no destino, alguma loja específica, vendendo diversos modelos diferentes e exclusivos, já que viagens tem tudo a ver com chapéus. Porém, não era o que acontecia. Por muitas vezes fiquei frustrado pois chegava a andar por ruas e ruas famosas dos pontos turísticos procurando e não achava nada, era uma total frustração. Quando achava algum chapéu, era sem graça e igual a todos os outros lugares, sem



personalidade, vendidos por ambulantes, o que não era nada legal pois eram Chapéus de qualidade ruim e às vezes caros, pois estavam em cidades turísticas.

E quando foi o grande start de se imaginar empreendendo neste ramo?

Tive uma loja física de roupas por um ano e nesse meio tempo decidi tentar vender chapéus pela internet, surpreendentemente os chapéus em pouco tempo passaram a vender muito mais do que roupas e em menos de um ano vendi a loja física e me dediquei ao mundo on-line.

Qual é o diferencial da marca?

A marca tem como principal diferencial a possibilidade de customizar os chapéus com faixas exclusivas, são mais de 300 faixas no catálogo que possibilitam centenas de variações. Você encontra desde chapéus modernos e urbanos como o fedora e pork pie à grandes clássicos como o Chapéu panamá legítimo e o chapéu coco do Charles Chaplin, em variações de palha ou feltro. No total são mais de 50 modelos diferentes para você criar inúmeras variações, além de poder customizar seu chapéu com diversos adereços como pena, caveira, cruz, que irão tornar seu Chapéu ainda mais exclusivo e parecido com você.

Serviço: Endereço: Rua Lazar Segal, 198 - Vila Assis, Mauá. ABC Paulista. @chapeueestilo



CARAT RESTAURANT

O luxo de Dubai e Nova Iorque em São Paulo.

Oferecer experiência gastronômica exclusiva e sofisticada é a proposta do CARAT RESTAURANTE & LOUNGE em São Paulo, no coração dos Jardins.

Inaugurado em junho deste ano, a casa, cujo nome é a tradução usada para definir uma unidade de peso ou tamanho para medir diamantes ou outras pedras preciosas, foi uma iniciativa de um grupo de investidores que procuraram trazer para a capital paulista o alto padrão que encontravam em outras cidades, como Londres, Dubai e Nova Iorque, com espaço de três ambientes para trezentas pessoas.

No térreo, os clientes encontram um restaurante internacional comandado pela chef de cozinha Dayse Paparoto, a primeira campeã do reality show MasterChef Profissionais. O cardápio traz destaques como os pratos: "O Rei", um steak tomahawk grelhado, folheado a ouro, com farofa de ervas, legumes na brasa e chimichurri, e o "Polvo", com arroz bomba caldoso de cotechino, que leva queijo da Serra da Canastra, farofa de avelã e um toque de sálvia.

O restaurante conta ainda com um mezanino onde é possível fazer reservas para almoços e jantares privativos, além de um amplo rooftop, com teto retrátil e bar, onde são recebidos, ao ar livre, para drinks e petiscos, oferecidos em um cardápio exclusivo para o ambiente. O espaço será também palco de apresentação de DJs para dar um clima especial aos sunsets que os visitantes poderão curtir no local.

O menu de bebidas do Carat foi cuidadosamente preparado pela bartender Adriana Pino, com vasto portfólio e importantes títulos nacionais e internacionais, como o World Class Brasil 2018, apresentando drinks autorais inéditos, além de drinks clássicos como



Negroni, Gin Tônica e o drink "Botânico" (Ketel one, açúcar orgânico, lima da Pérsia, limão, manjeriço e espuma de jambu com cardamomo).

No subsolo, a arquitetura icônica do espaço para baladas, é inspirada em clubes privativos internacionais, com equipamentos de alta tecnologia de som e luz. Camarotes privês, posicionados ao redor da pista de dança, permitem conforto e serviço de alto padrão aos frequentadores. Os diferentes elementos da decoração, como um trono inspirado na série "Game of Thrones", são um convite para "photo opportunities".

O projeto do CARAT RESTAURANTE & LOUNGE leva as assinaturas de Gilberto Criscuolo (arquitetônico) e de Walter Klinkerfus (ambientação). O Carat segue todos os protocolos de prevenção ao COVID recomendados pelos órgãos competentes.

Serviço:

Funcionamento: Terça a domingo, das 12h às 21h.

Endereço: Alameda Campinas, 1631 – Jardim Paulista, São Paulo.

Telefone e site para reservas: +55 11 99645-9019 / <http://caratrestaurant.com.br>

E-mail: rsvp@grupocarat.com.br

Instagram: @carat.oficial @carat.restaurant



TEXTO: **Caroline Menis**
FOTOS: **Divulgação**



com a nossa melhor versão. Quando você se permite ter o autoconhecimento dos estilos dominantes na sua personalidade, é a chave para liberar sua potência máxima na criação de mais opções de looks dentro de tudo aquilo que você já possui, mas não conseguia antes identificar nas produções. Esse conhecimento é uma parada obrigatória para sua melhor comunicação de imagem, confiança e credibilidade. Cada um de nós, possuímos um estilo predominante, que vai fazer mais volume no seu guarda-roupa, e mais dois estilos secundários, formando três estilos. Analisando o seu armário, você consegue identificar seu estilo? Confira abaixo os 7 estilos universais e descubra o seu.

Romântica
Moderna (Dramático ou Urbano)
Clássica (Tradicional)
Esportivo (Casual/Natural)
Sexy (Sensual/Sedutor)
Elegante (Sofisticada)
Criativa

O QUE É MODA?

Moda versus Vestuário. O vestuário existiu, a partir da necessidade do vestir, proteger o corpo e cobrir a nudez. A moda é um complexo de como nós cobrimos a nossa nudez. Então, de que forma você consome a moda? Em geral, os padrões de moda, seguem critérios para serem escolhidos através de: preço, qualidade, caimento, conforto, relevância e marca.

Para você que acha que não cria moda, ou que não pertence ao "mundo da moda", saiba que ao se vestir, todos os dias, você faz parte diretamente da indústria da moda, porque todos nós fazemos a moda. O vestir em si, tem pouco a ver com o que está na moda, e tem muito a ver com a nossa IDENTIDADE, tem a ver com a nossa IMAGEM, e de como gostaríamos de ser interpretadas socialmente. A vontade de ser única, e a necessidade da inclusão, faz das nossas escolhas diárias, pertencer ou não, a uma determinada tribo de estilo. A moda, então, é o que fazemos ao se vestir, escolhendo um determinado estilo. E por falar em estilo, você sabia que não existe apenas um tipo de estilo? Como Constanza Pascolato diz, "O estilo distingue quem espelha de quem irradia. Estilo é conquista individual, plena de autonomia. Nos dá sentido de competência, prazer e segurança. Transcende tempo e gênero".

O estilo ajuda a comunicar a nossa imagem, fundamental para decifrar nossa personalidade e chegar chegando

TEXTO: Carol Maya
FOTOS: Divulgação





RESSIGNIFICANDO A MODA COM A VERSATILIDADE DE ALÇAS MULTIUSO

HANDMADE, ARTESANAL, SLOW FASHION, com DNA 100% brasileiro, a L'ECucchi nos traz a crocância em idealização de peças únicas, sem igual no mercado.

Sabe aquela bolsa que está esquecida e abandonada no fundo do seu closet? Aquela mesma bolsa pela qual você se apaixonou à primeira vista quando experimentou? E se você pudesse dar uma cara nova para essa bolsa e trazê-la à vida novamente?

Essa é a proposta da L'ECucchi: dar um ar diferente, divertido, moderno e, ao mesmo tempo, atemporal ao seu look. A marca de acessórios e, casual clothing, preza pelos pequenos detalhes, tornando as peças únicas. Todos os produtos são 100% artesanais e brasileiros e o processo de confecção é acompanhado de perto pela fundadora da marca, Renata Cucchi, graduada em relações públicas e, pós-graduada pelo Instituto Marangoni, na Itália. Com menos de um ano de existência, a marca vem crescendo e aumentando seu portfólio de produtos, abraçando a ideia da "crocância" como DNA da marca, além do uso dos mais diversos tipos de aviamentos para a produção, com opções do couro legítimo ou ecológico, feito apenas por mulheres.

Cool: Qual é o conceito da L'ECucchi de revolucionar as alças de bolsas e criar peças handmade, modernas e com muito estilo?

Minha mãe sempre foi minha maior referência e inspiração para moda, pq ela sempre se vestiu de um jeito muito moderno, com um twist muito único.

Assim, o conceito para a L'ECucchi é trazer modernidade, versatilidade e atemporalidade em forma de acessórios para dar um twist divertido a peças clássicas.

Cool: Quais são as peças disponíveis, além das alças?

Começamos fazendo as alças, que são nosso carro-chefe, mas vimos a necessidade de criar e desenvolver outros produtos como uma roupa atemporal, com cores clássicas. Então, decidimos começar a criar várias peças em uma coleção cápsula, com conjuntinho de moletom e, depois, vieram os conjuntos de linho. Logo após esse lançamento, abrimos a porta para mais uma coleção cápsula de alfaiataria com a produtora Nê Bardac, além das phone bags de couro, porta álcool em gel e phone straps.

Cool: Vocês consideram a marca uma slow fashion sustentável?

Sim! Somos um pequeno ateliê, sem produção em massa e não temos a intenção de transformar nossa marca em uma fast fashion. Nossa ideia é trazer diversos modelos com qualidade exemplar, que descreva e expresse a personalidade do cliente, através da crocância da marca, criando itens de forma sustentável, utilizando retalhos para dar vida a novas peças, através da técnica de patchwork.

Cool: Quais as novidades para a próxima coleção?

Agora estamos focados nas coleções de verão, com cores pastéis e materiais de palha, que combinam com as bolsas de verão e as novas tendências. Estamos também, entrando com algumas collabs, criando uma nova coleção de beachwear para o fim de ano, em Trancoso. Lançaremos também a L'ECucchi Home, com peças de mesa posta e a L'ECucchi Uomo, que será assinada por Tomás Bedrikow, com peças masculinas, feitas em linho e com peças em dupla-face.

Serviço: @le.cucchi



TEXTO: **Caroline Menis**
IMAGENS:
L'ECucchi divulgação

Modelo: @dedesecco
Jornalista: Caroline Menis @
carolmenis
Editor de moda e direção criativa:
Rafael Menezes @menezesrafael
Audiovisual: Carlos Blhenndow @
blhenndowff
Fotógrafo: Anthenor Neto @an-
thenorneto from Matching Digital
@matching.digital
Assistente de foto:
Erick Diniz @erickdinizmobile
Mariana Gabetta @__avktoi
Ana Gomes @aninhaagomes
Rayssa Fernanda @rayssa.fsh
Styling: Marcell Maia @mar-
cellmaia
Produção de moda: Henrique
Maciel @hm.henrique
Beleza: Dindi Hojah @dindihojah
Assistente de beleza: Milena
Garcia @milenagarciabeauty
Agradecimento: Studio Insight @
insightstudio.sp

QUINTA-ESSENCIAL

Colar - L' Ecucchi
Top - SSJHENI

Colar - **L' Ecucchi**
Top - **SSJHENI**
Cinto - **Bottletop**
Hot pants - **Labellamafia**
Saia - **Labellamafia**
Meia - **Wolford**
Sapato - **Bottega Veneta**

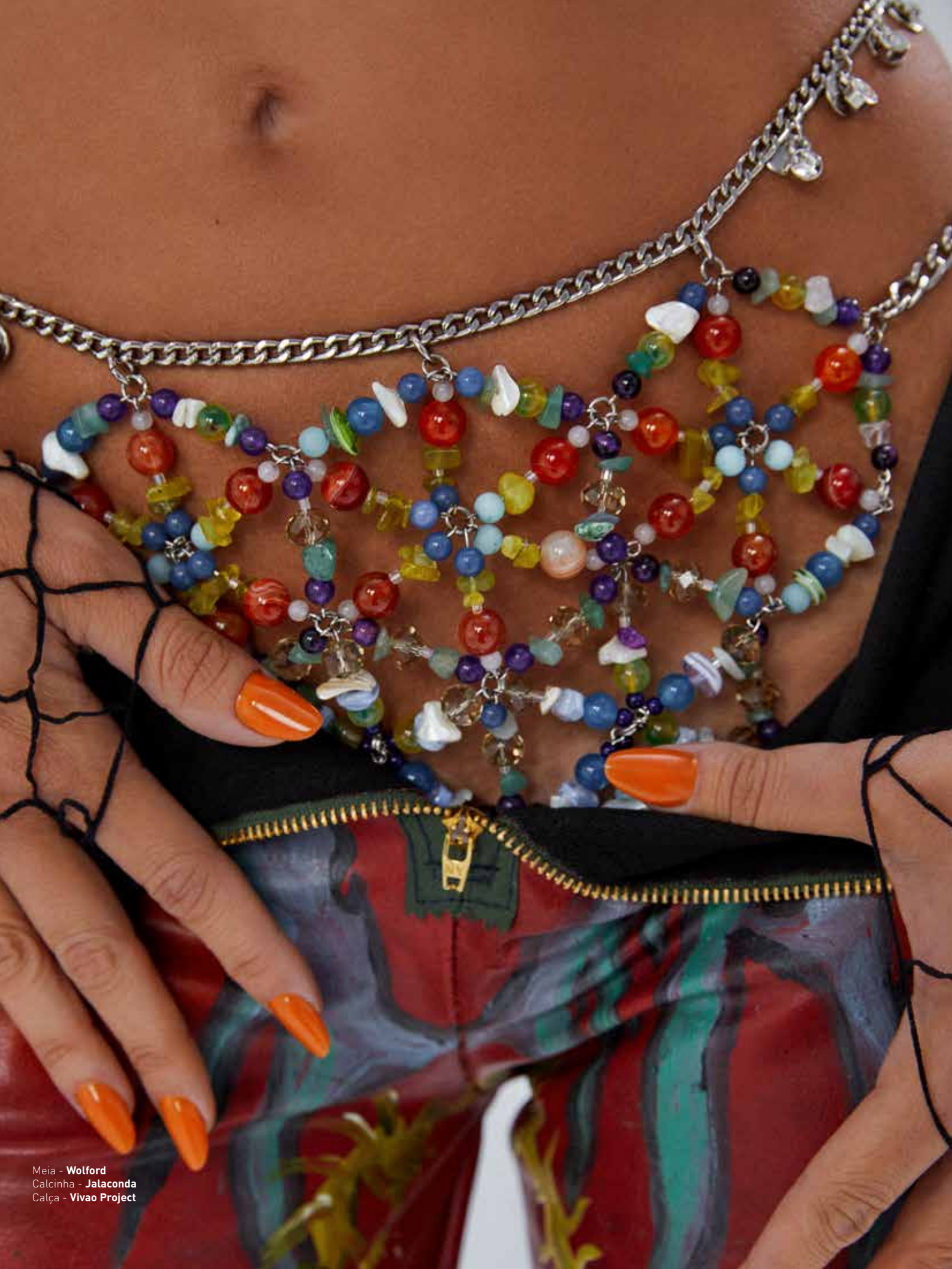




Cardigan - Isabel
Marant
Cinto - Bottletop
Meias - Wolford
e Calzedonia



Colar - **L' Ecucchi**
Top - **SSJHENI**
Meia - **Wolford**
Calcinha - **Jalaconda**
Calça - **Vivao Project**
Sapato - **Christian Louboutin**



Meia - Wolford
Calcinha - Jalaconda
Calça - Vivao Project



Colar - L' Ecucchi
Top - Jalaconda
Blusas - Talgui Store
Meias - Wolford e acervo
stylist
Sapato - AWGE x Amina
muaddi



Colar - L' Ecucchi
Top - Jalaconda
Blusas - Talgui Store
Meias - Woford e acervo
stylist



Colar - L' Ecucchi
Biquíni - Feline
Conjunto látex - Jalaconda
Meia - Wolford
Sapato - Aquazzura



Colar - L' Ecucchi
Alça - L' Ecucchi
Corset - Victor Puglielli
Vestido - SSJHENI
Meia - Wolford
Sapato - Aquazzura



Colar - L' Ecucchi
Alça - L' Ecucchi
Corset - Victor Puglielli
Vestido - SSJHENI
Meia - Wolford
Sapato - Aquazzura

“Eu sou uma atriz que adora se transformar e se experimentar”. Deborah Fialho Secco Moura Gonçalves, ou apenas, Deborah Secco, grandiosa atriz brasileira que carrega mais de 30 anos de carreira, ficou conhecida na televisão nacional pelos mais de 100 personagens, em destaque: Carina da novela A Próxima Vítima, Íris em Laços de Família, Carol em Confissões de Adolescente, Bruna Surfistinha, Karola em Segundo Sol, entre outras.

Estreou na TV, aos oito anos de idade, fazendo publicidades e, aos nove, fez sua primeira aparição como atriz mirim, na novela Mico Preto, da Rede Globo. O ano de 1994 foi um marco em sua carreira, quando fez parte do elenco protagonista da série Confissões de Adolescente, na TV Cultura, que a fez ganhar o prêmio APCA, na categoria “Atriz Revelação”.

Hoje, com 42 anos, acumula 20 prêmios e mais de 30 milhões de seguidores nas redes sociais, além da sua última aparição na TV, com a personagem Alexia Máximo, na novela das 19h: “Salve-se Quem Puder”. Casada desde 2015 com o diretor de fotografia e ator Hugo Moura e mãe da pequena Maria Flor Secco Moura, Dedé (para os íntimos), intercala a vida da maternidade com os holofotes, após a pausa de cinco anos das telonas.

Neste editorial inspirado em Darlene de “Celebridade”, com uma intervenção nostálgica dos anos 2000, a nossa millennial e COOL GIRL nos mostra que a Sexy Symbol de 2008 ainda está vivíssima, e que idade é apenas um número.

Cool: Como foi a transição de uma criança de nove anos, atriz mirim, para uma atriz global, com muitos personagens de destaque?

Na verdade, eu não me lembro muito bem se teve ou não uma virada de chave na minha consciência porque, desde sempre, eu era atriz. Eu queria essa profissão desde muito pequena, então era muito comum as pessoas me ouvirem dizer: “eu sou atriz” e não: “eu quero ser atriz”. Até mesmo nas brincadeiras mais infantis, como Adedanha/Stop, eu colocava meu nome como “atriz”. A minha brincadeira preferida era me testar como atriz, falando sozinha, inventando histórias, com diversas personalidades, beijando muita parede e espelho, fingindo estar atuando em uma cena romântica. Sempre tive um senso de responsabilidade, sabia que aquilo era um trabalho, em todos os testes.

Inclusive, quando fiz Confissões de Adolescente, o Dudu Azevedo sempre contava que me achava bonita e queria ficar de paquera comigo, mas eu sempre dizia: “Garoto, isso aqui é trabalho, não é pra gente ficar de namorinho! Amadurece!” (risos).

Cool: Recentemente, a cultura do cancelamento fez um jovem tirar a própria vida. Qual a sua opinião sobre essa cultura do cancelamento e como pretende proteger sua filha desse tipo de ação nas mídias?

Eu tento ser a mãe que vive uma maternidade de escuta. Eu e meu marido tentamos sempre ouvi-la e respeitá-la. Apesar dela ser minha filha e, com toda a minha bagagem e experiência, talvez uma coisa que seja boa para mim, não seja tão boa assim para ela e vice-versa. A internet atualmente tem um poder muito grande em nossas vidas, em uma via, muito sutil, entre o bom e o mau, e, o

lado negativo, não é só o cancelamento e os haters, mas uma comparação com o impossível, nenhuma vida é 100% feliz, sem momentos ruins, com fotos lindas, o que acaba nos gerando uma frustração por nunca conseguir chegar, ao menos, perto daquela realidade. O que eu quero sempre mostrar para a minha filha é que aquilo não é nem 10% da realidade. Temos que nos divertir, compartilhar momentos bons, até mesmo trabalhar nas redes sociais, mas precisamos entender o que de fato é a vida e o que realmente te importa; os momentos ao vivo que são realmente relevantes. Por exemplo, no meu caso, eu tento sempre viver momentos bons fora do meu celular. Aquela Deborah que muitos veem ali, na minha rede social, nem sempre será a verdadeira Deborah.

Cool: E qual é a verdadeira Deborah?

Ah...a verdadeira Deborah é uma pessoa muito reservada, bem diferente do que as pessoas imaginam. Sou muito preguiçosa, caseira, sem muitos amigos, muito família, não curto muito festas. Também não sou essa mulher tão potente e forte que eu costumo interpretar nas minhas personagens. Sou uma mulher em construção, com erros e acertos, mais doce, sensível, não tão “durona”, como eu aparento ser.

Cool: Conta pra gente a experiência de ter gravado uma novela durante a pandemia, todo esse processo longo e muitas das vezes cansativo, incluindo todas as adversidades que o distanciamento social causou?

Com muita responsabilidade e cuidado! Quando tínhamos que fazer uma cena que precisasse de toque, íamos para um hotel, ficar isolados por sete dias e sendo testados todos os dias, para não correr o risco de nos infectar. O beijo era o mais engraçado, beijamos muitas bolinhas e placas de acrílico pro beijo ficar mais realista, com chroma key. A equipe é sempre muito rigorosa.

Cool: Sua saúde mental ficou abalada nesse período? Como foi pra você ter a maturidade de perceber que este era um momento para levar tudo com mais leveza?

Na minha opinião, a pandemia foi difícil em vários momentos, é claro que tivemos que nos reinventar para poder enxergar tanta dor no mundo, tantas pessoas sentindo a dor da perda, é uma tristeza que não dá para mensurar em palavras. Porém, por outro lado, a pandemia fez com que eu experimentasse outro tempo, outro tempo para a minha família, trabalho, como se eu “re-qualizasse” as importâncias. A Deborah que eu sou hoje, talvez eu nunca chegasse nesse lugar, se não fosse a pandemia. Fiquei bastante tempo isolada na nossa casa de praia, só nós três e pude sentir uma reconexão, tive um re-casamento, me reapaixonei pelo meu marido, redescobri a minha filha. Eu vinha de um momento de muito trabalho, fazendo a novela, então foi um tempo que fez eu repensar minhas escolhas, o ritmo que eu impunha para o meu trabalho, a real importância de cada coisa. Quando nos deparamos com a finitude, você imagina o que você gostaria de estar fazendo nos seus últimos momento.,

Cool: Quais são as novidades profissionais? Pode nos dar um spoiler?

Ainda não posso falar muito, mas estamos com vários projetos que vão me tirar da zona de conforto. Eu sou

Colar - **L' Ecucchi**
Alça - **L' Ecucchi**
Corset - **Victor Puglielli**
Vestido - **SSJHENI**
Meia - **Wolford**
Sapato - **Aquazzura**



uma atriz que adora experimentar, transformar fisicamente e quero, cada vez mais, buscar novamente estes papéis. Eu vinha consolidando minha carreira no cinema e quando a Maria nasceu eu me prometi que nos cinco primeiros anos dela eu não faria esses mergulhos profundos em um personagem porque eles requerem muito de mim, fazendo com que eu acabe ficando muito ausente, porém ela fez cinco anos durante a pandemia e então, já começamos a buscar novos projetos e, em breve, eu volto a fazer personagens desses que me tiram do meu epicentro.

Colar - **L' Ecucchi**
Alça - **L' Ecucchi**
Corset - **Victor Puglielli**
Vestido - **SSJHENI**
Meia - **Wolford**
Sapato - **Aquazzura**

TALGUI STORE

Fundada em 2006, no bairro do Bom Retiro, uma das regiões mais importantes de moda no país, a Talgui ganhou vida pelo casal de imigrantes coreanos Andrew Kim e Susana Lee.

Com poucos recursos no início, a empresa começou como uma pequena loja familiar, mas logo se destacou com peças que acompanham as tendências internacionais. O casal começou a empresa como muitos outros imigrantes asiáticos na época, buscando uma melhor qualidade de vida para a sua família. Mas logo a necessidade virou uma paixão, quando o foco foi proporcionar roupas de qualidade com estilo.

A marca de fast fashion cresceu, agradando ao público nacional, com fabricação própria e de qualidade. Hoje ela é passada de geração em geração, agora comandada pelo filho David Kim e sua esposa Cindy Kim, visando manter a marca moderna e atual, mas nunca perdendo a sua essência.

“Somos uma marca de roupa feminina criada com o intuito de inspirar mulheres reais a trazerem para fora, seu brilho único e toda sua autenticidade. Acreditamos que o consumo da moda é um reflexo direto dos nossos desejos e identidade, assim como da nossa própria personalidade”, acrescentam.

Cool: Quais são os estilos de peças?

Temos como base, principalmente, o estilo casual e sexy. Criamos modelagens que trazem à tona, a independência e a sensualidade da mulher de forma sofisticada, que levam cores vibrantes com um toque de alfaiataria chic para o dia a dia.



TEXTO: **Caroline Menis**
FOTOS: **Divulgação**





Cool: Quais são as próximas novidades da marca?

Seguindo essa nova fase, a coleção de verão 2021/2022, vem com cinturas super marcadas, mangas bufantes, ombreiras, babados e lastex, ao mesmo tempo, fashion, minimalista e clean, sempre acompanhadas de tecidos alfaiataria, tricoline e crepes.

Cool: Qual a importância da marca e seu destaque no mundo da moda?

Acreditamos que o consumo da moda é um reflexo direto dos nossos desejos e identidade, assim como da nossa própria personalidade. Por isso, nosso objetivo é encorajar mulheres a revelarem sua versão mais incrível, autêntica e exuberante.

Serviço: @talguistore



FORÇA PRETA

Modelo: [@debyandreasen](#)
Jornalista: **Caroline Menis**
Fotógrafo: **Marcos Duarte**
Stylist: **Nay Reis**
Makeup Artist: **Will Eliodorio**
Editor de moda: **Rafael Menezes**
Audiovisual: **Carlos Blhenndow**
Agradecimentos: **MKTMix, ÍNDEX, Arara Criativa e Press Pass.**



Vestido Mônica Anjos; botas
Alexandre Birman.



Vestido Mônica Anjos collab
Alberto Pitta; Sapatos
Shoestock; Cinto Weider
Silveiro para Sou de Algodão;
pingente cabelo, colar e
brincos acervo pessoal stylist.



Capa Arara Criativa por
Fernanda Gunutzman; meia-
calça Lupo; sapatos artêmis
Arezzo; colar abya yala acervo
pessoal.

Deborah Andreassen nasceu para brilhar. Olhar firme e marcante, quem vê a modelo pela primeira vez nem imagina que ela estreou há pouco tempo no mundo da moda.

Mulher preta e batalhadora, Deborah está radiante por finalmente poder ver seu talento nato em editoriais de moda pelo Brasil e embaixadora oficial da campanha da nova fragrância exclusiva de Elían Gallardo, um dos melhores managers de modelos da América Latina. Dona de sua própria história, para realizar seu sonho de trabalhar com moda, aos 34 anos, teve que renunciar a uma rotina em que vivia e colocar a “mão na massa”, para se tornar uma grande empreendedora.

Um dos seus maiores apoiadores foi seu marido, conhecedor deste universo fashion, que enxergou na amada um grande talento a ser lapidado. A estrela de um mundo novo, em um mercado cada vez mais diverso, multicultural e que valoriza a “mulher real”, sem um padrão preestabelecido, Deborah pode realizar seu sonho de menina e fazê-lo se tornar real, já que, no passado, sua família não possuía recursos suficientes para sustentar este trabalho. Com orgulho, assume uma nova versão de si, melhorada, madura e pronta para novos desafios.

Cool: Como foi o processo para você seguir seu sonho de modelo? Tiveram muitos impedimentos ao longo do caminho?

Sim, o começo é difícil para todos, quando pensei em entrar no mundo da moda pela primeira vez, tive muitas reprovações e eram sempre as mesmas coisas: “Você é muito baixinha, nunca vai conseguir nada” e quando retornei aos meus 34 anos disseram que eu era velha demais. O início de tudo tem mais contras do que prós, porém sigo firme e vencendo as barreiras que vêm sendo impostas.

Cool: Você sempre gostou dessa área de moda ou trabalhou em outras áreas antes?

Sempre gostei do mundo da moda, mas como citei acima, tive muitas reprovações e poucas oportunidades, diferente do que estou tendo atualmente. Antes de me tornar modelo, fui vendedora de utensílios industriais por um tempo e, logo após, me tornei apenas dona de casa. Com essa mudança radical do mundo, as oportunidades na moda começaram a aparecer e hoje me vejo estampando capas de grandes revistas.

Cool: Você acha que ainda é difícil encontrar representatividade preta nas mídias?

Atualmente se tornou mais comum ver essa representatividade preta, mas não podemos negar que em uma novela, o ator preto sempre é o bandido ou traficante, ele nunca é o empresário ou milionário. Acredito que o mercado esteja mudando, mas ainda têm muitas mudanças a serem feitas, como, dar mais chances aos pretos em grandes papéis, mais pretos em capas de revistas, mais pretos serem mostrados para a mídia não como “o menino preto de 15 anos que foi baleado” ou “o menino preto que foi preso injustamente”. Ser preto é muito mais do que ser uma escória da sociedade, podemos tudo.

Vestido Mônica Anjos; botas Alexandre Birman.



Cool: Como você se sente dando este grande passo de entregar visibilidade e diversidade ao universo da moda?

Essa diversidade já deveria estar acontecendo há muito tempo, mas me sinto lisonjeada e muito grata por tudo que está acontecendo comigo e também por saber que eu sou uma representação para outras pessoas que, assim como eu, lutaram e continuam lutando muito para chegar onde estão.

Cool: Você já sofreu preconceito nessa área?

Sim, um preconceito enraizado, pois uma vez fui participar de um editorial e a maquiadora não fazia pelos negras e não mexia em cabelos crespos.

Cool: Quais são seus planos para o futuro?

Penso que o futuro é incerto, mas espero continuar crescendo cada vez mais, concluindo todos os meus objetivos e me tornar uma grande referência pública.

Cool: Conte-nos um sonho que ainda não realizou.

Sonho em ser uma pessoa conhecida mundialmente. Por ser modelo e empreendedora, sonho também em ter uma filha e vou caminhar para que tudo isso aconteça.

Cool: O que mais gosta de fazer no seu tempo livre? Tem algum hobby?

Modelo tem tempo livre? Hahahaha... Eu respiro e vivo moda, a todo o momento. Sempre tiro um tempo do meu dia para cuidar dos meus cabelos, fazer skincare, pesquisa de mercado para poder me atualizar e, sempre busco me aperfeiçoar em tudo que faço, mas não nego que amo viajar, ler e, às vezes, até me arrisco a escrever.



Camisa como vestido Renata
Buzzo para Sou de Algodão;
botas Alexandre Birman.



DIVERSIDADE É COOL

O Brasil é conhecido por ter misturas de raças e cores, corpos de jeitos e tamanhos variados, graças à miscigenação do país. Mas, ainda com tanta pluralidade de seres humanos, a diversidade é deixada para trás e o preconceito gera um colapso na estrutura social brasileira.

Em sociologia, diversidade cultural diz respeito à existência de uma grande variedade de culturas antrópicas. Refere-se à inclusão de diferentes perspectivas culturais em uma organização ou sociedade. Visto que a sociedade brasileira se auto-considera racista e preconceituosa, em uma pesquisa de 2018, o Brasil está no ranking de países mais intolerantes e ocupa o 27º lugar. A diversidade nas mídias digitais ainda é um problema a ser explorado. Ela existe, mas ainda não recebe sua devida atenção pelas marcas e pessoas muito influentes. São esquecidas por não terem o corpo magro, branco, padronizado, elitista. A diversidade só existe para os dias que celebramos nossas diferenças, depois, é esquecida e a moda dos padrões voltam à cena.

“As empresas precisam ter uma mudança de mindset, para que esse tipo de parâmetro não tenha mais que ser lembrado e se torne algo natural, como deve ser. Aguçando, também, campanhas de diversidade e inclusão”, diz a Líder de Comunicação Digital da Bayer, Mariana Maciel.

A mesma diz que, a pandemia e o isolamento social fizeram com que o princípio mais básico de criação das redes sociais fosse resgatado, que é o de se sentir pertencendo a uma comunidade no ambiente digital. Seja a comunidade de uma cidade, de um bairro, de uma faixa etária, de um interesse cultural ou de um grupo de profissões, por exemplo. Ficou muito evidente que o número de alcance e impressões não é o mais relevante e as pessoas querem se conectar com seus semelhantes ou, no máximo, com pessoas diferentes delas, mas que compartilhem os mesmos valores e sirvam como inspiração a elas neste momento. Dificilmente, quem não vive exatamente a mesma realidade, vai se sentir confortável em acompanhar os perfis de “vida perfeita” enquanto milhares de pessoas perdem o básico para viver.

Porém, 80% das pessoas em todo o mundo acreditam que as campanhas de diversidade não são suficientes e esperam que as empresas façam um trabalho melhor para alcançar representatividade genuína em suas publicidades. A constatação vem da atualização da pesquisa para a plataforma de insights criativos Visual GPS, da Getty Images, realizada em parceria com a YouGov, empresa global de pesquisa de mercado, que entrevistou 5 mil consumidores de 26 países e em 13 idiomas. Além disso, a atualização do estudo revelou que seis em cada dez pessoas preferem comprar de companhias que foram fundadas ou sejam representadas por pessoas como elas. Outro ponto levantado pela

pesquisa foi a questão da discriminação e preconceito, já que 62% dos entrevistados afirmaram que se sentem discriminados. Esse sentimento particular foi, notavelmente, mais comum entre a geração Z, mulheres e americanos. Entre essas pessoas, apenas 14% afirmaram que se sentem bem representadas na publicidade, e 15% nas comunicações comerciais. A diversidade cultural deve se tornar uma religião social, as pessoas precisam se sentir representadas nas mídias, positivamente. Nas novelas, nos filmes, nas passarelas...Um grande exemplo é a existência de representatividade, mas sempre com um cunho pejorativo, como em novelas que tem pessoas pretas, geralmente, estes são personagens pobres ou escravos. É muito raro vermos uma novela com um ator que tenha algum tipo de deficiência, ou um corpo fora do padrão eurocentrista. A Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural reconhece a característica da internet e das redes sociais para "promover a diversidade linguística", "facilitar a circulação eletrônica dos produtos culturais endógenos" e o "acesso aos recursos digitais de ordem educativa, cultural e científica".



Ou seja, a internet, a partir do momento em que corrobora e dinamiza a comunicação entre usuários, é um facilitador da produção e manutenção da diversidade cultural também no universo online. Atualmente, as redes sociais mais famosas que estamos sempre ativos, acreditam que trabalhar a diversidade dentro de suas plataformas é uma preocupação, com novas ferramentas de opção de gênero e, até mesmo, uma mudança no próprio algoritmo para reconhecer conteúdos ou comentários de cunho intolerante.

Ainda não estamos perto de termos uma diversidade justa no mundo, mas as poucas mudanças já nos trazem esperança para que, possivelmente, a próxima geração cresça em um ambiente cada vez mais representativo e com acessibilidade.

OLGA IN HOTEL BERLIN



MODELO: **Olga De Mar**
FOTÓGRAFO:
Henrique Schiefferdecker
LOCAÇÃO:
Hotel Orania Berlin
<https://orania.berlin>













HOTEL ILHAS DA GRÉCIA

Ainda faltam alguns meses para o final de ano, mas, como já sabemos, o ideal é planejar as festas com antecedência. Pensando nisso, o Hotel Ilhas da Grécia, na praia da Enseada, no Guarujá, acaba de lançar seu pacote para o réveillon. As reservas já podem ser feitas pelo site, WhatsApp ou Instagram, e o turista conta com valores reduzidos em pacotes antecipados.

Referência no setor hoteleiro no litoral paulista nesta época de pandemia, o Ilhas da Grécia adota protocolos específicos para atender os clientes com total segurança. Além da qualidade de atendimento e serviços que já é conhecida pelo seu público, a empresa segue agora um rigoroso padrão de higienização, de acordo com as

orientações da OMS (Organização Mundial de Saúde), com treinamentos constantes da equipe e readequação de seus procedimentos. Tudo isso para garantir um atendimento de excelência e qualidade a todos os seus hóspedes.

“No café da manhã, por exemplo, o hóspede tem à sua disposição um buffet com itens embalados e individualizados para garantir menor contato devido à pandemia. Também estamos trabalhando com todas as normas estabelecidas para prevenção da Covid-19, com uso de máscaras e cardápios via QR Code, check-in express online e disponibilização de álcool gel em todas as áreas, inclusive nos quartos”, explica o Gestor de marketing, Rodrigo Rocha.

O Hotel Ilhas da Grécia ainda dispõe de serviços diferenciados, como pet friendly, de modo que animais

TEXTO: **Caroline Menis**
FOTOS: **Divulgação**



de pequeno a médio porte, com até 15 kg, podem se hospedar junto com os seus donos – sendo no máximo 2 por quarto – mediante pagamento de taxas. Além disso, o hotel oferece serviço de praia, com a disponibilização de toalha, cadeira e guarda-sol aos clientes hospedados. Uma ótima opção para famílias ou casais que buscam curtir dias de lazer e descanso, com muito conforto e comodidade.

Rocha lembra ainda que o Hotel Ilhas da Grécia possui, como tradição, o Réveillon, ocasião em que oferece uma comemoração na piscina, além de programação especial. “Com o avanço da vacinação e flexibilização das restrições, provavelmente neste ano, todas essas celebrações também estarão garantidas, sempre atendendo a todas as orientações dos órgãos e autoridades de saúde”, finaliza.



SERVIÇO:

Endereço: Rua Marivaldo Fernandez, 144, Enseada, Guarujá

Telefone: (13) 3384-6660.

E-mail: reservas@hotellilhasdagrecia.com.br

WhatsApp: (13) 97402-5105

www.hotellilhasdagrecia.com.br

Facebook: Hotel Ilhas da Grécia – Guarujá

Instagram: @hotellilhasdagrecia





sócio idealizador Lucas Bissoli, no jardim do bistrô

SAMBA, AMOR E CAFÉ

Um dos mais novos destaques na cena gastronômica de Caraíva, a famosa vila no Sul da Bahia

Envolto por um ateliê e um charmoso jardim, o café-bistrô se localiza às margens do rio e proporciona música ao vivo, experiências sensoriais com cafés especiais, drinks e vinhos que harmonizam perfeitamente com o cardápio.



drink da casa de gin, com limão siciliano, alecrim e redução de pimenta rosa

A ideia surgiu quando o sócio idealizador, e recém formado em engenharia, Lucas Bissoli (24), se encantou com Caraíva, e decidiu seguir seu lado artístico, sendo inicialmente músico em bares da vila. Habitado com a nova vida, e em decorrência da pandemia e dos shows parados, Lucas decidiu seguir outro sonho, empreender, e assim teve a ideia de abrir uma pequena cafeteria na vila.

“Sempre gostei do aconchego que as cafeterias proporcionam e por isso comecei a estudar sobre cafés para então garantir essa experiência a outras pessoas, e o resultado foi a primeira cafeteria de Caraíva. No começo foi difícil, estava em um cenário de pandemia, abrindo meu primeiro negócio em uma península no extremo Sul da Bahia. Reformei o espaço praticamente sozinho e participei do processo de criação e construção desde o início, incluindo preparo dos produtos, atendimento e limpeza, mas sabia que estava seguindo um sonho e me mantinha motivado”, conta Lucas.

O sonho cresceu e com mais dois sócios chef's de cozinha, a cafeteria se expandiu e se tornou um café-bistrô, garantindo além de um delicioso menu de cafés especiais, drinks contemporâneos e uma excelente experiência gastronômica com pratos escolhidos à dedo pelo chef e sócio Thales Peixe.

A arquitetura do espaço é simples e rústica, inspirada no vilarejo, com árvores da região como o famoso pé de biribiri, jardim a céu aberto, que garante a vista de um dos céus mais estrelados do Brasil e móveis de madeira e mármore que compõem o ambiente aconchegante para receber seus visitantes.

Serviço:

Endereço: Avenida dos Navegantes, S/N - Caraíva
@sambaamorcafe



Toast de steak tartare com maionese de mostarda dijon

CRIS PROENÇA

Empresária, DJ e visionária, Cris Proença foi modelo e na época morou na China, Japão, Argentina e Nova York. Este ano faz 10 anos de carreira como Dj e já tocou ao lado de grandes nomes como Bob Sinclair, Erick Morillo, Fatboy Slim e se apresentou na Itália, Estados Unidos, Argentina, Mykonos e Ibiza.

Assinou trilhas para grandes marcas como FENDI, VEUVE CLICOT, ROLEX, HOPE, MAISON ALEXANDRINE; além de participar de TOURS com U2, Black Eyed Peas e Sandy e Junior. Foi sócia dos famosos Clubs Kiss & Fly e Provocateur em SP e também o Restaurante Bagatelle, onde toca em noites especiais. Ano passado abriu uma marca de acessórios que leva seu nome, a Cris Proença Brand. Ainda este ano lançará junto com sua sócia mais uma marca que se chamará "Drama Queen".

Na Pandemia, foi para Caraíva/Bahia onde tem uma casa de praia e diz ter sido seu refúgio para cuidar da mente e da alma. Decidiu então abrir sua primeira loja e agora, Cris anuncia seu mais novo projeto, uma nova Label, entre outras que pretende lançar, a WE LOVE CARAÍVA. "Será uma festa diferente, nesta praia Paradisiaca, que surpreenderá a todos", conta.

Cool: Nos conta um pouco mais sobre sua marca "Cris Proença Brand".

Queria criar algo diferente, desenvolvi junto com meu designer uma linha especial. A marca traduz uma mulher elegante, sensual e moderna, os maxi colares e chapéus customizados são o grande diferencial.

Cool: Como será a festa "WE LOVE CARAÍVA"? Pode nos dar um spoiler?

Desde que conheci Caraíva me apaixonei por este lugar paradisíaco. A ideia de lançar a "WE LOVE CARAÍVA" foi a maneira que encontrei de dividir a energia maravilhosa deste lugar com outras pessoas. A única coisa que posso adiantar é que será uma experiência inesquecível.



Cool: Por que decidiu diversificar sua carreira também para a área da moda e acessórios?

A moda sempre esteve presente em minha vida. Como fui modelo, produtora e sou formada em designer de moda, criar a minha própria marca acabou se tornando uma consequência natural.

Cool: Qual o seu maior sonho, nesse momento como empreendedora?

Um Hotel Boutique à beira mar é o sonho que já venho amadurecendo há algum tempo.

Cool: Como você consegue conciliar a sua carreira de DJ com tantos projetos?

Para mim todos estes projetos estão, de alguma maneira, interligados, música, arte e moda sempre fizeram parte da minha vida.

@djcrisproenca
@crisproencabrand em todas as redes sociais

TEXTO: **Caroline Menis**
FOTOS: **Vanessa Martins**



SE SURPREENDA COM OS VINHOS DA REGIÃO DE O'HIGGINS

A região de O'Higgins é conhecida por apresentar uma diversidade natural que passa entre o litoral, vales, lagos, desertos e montanhas. Os vinhedos proporcionam variados tipos de vinhos, de boa qualidade, elegantes e gastronômicos. É considerada uma das melhores regiões para enoturismo também. Está localizada a 100 quilômetros da capital de Santiago no Chile. Segue algumas sugestões:

1 - Interessante o vinho Des Complicados 2019, produzido pela Bodegas Tagua Tagua com a uva italiana Barbera, uma casta rara de se ver no Chile. Os vinhedos tem plantações sem intervenção química e tudo é coletado à mão. O vinho tem corpo médio, boa acidez, aromas de frutas vermelhas frescas e um leve toque de especiarias. Perfeito para acompanhar massas com molho de tomate e queijos com acidez alta.

2 - Outro destaque vem da Viña Estampa, situada diretamente no coração do Valle de Colchagua, a dica é o vinho Estampa Inspiración 2019. Foi elaborada com a variedade Sangiovese num solo de boa drenagem com clima mediterrâneo e um pouco da influência fria da costa, gerando um vinho com mais intensidade nos aromas. Passou 12 meses em barricas. Tem taninos equilibrados e final persistente. A paixão pela arte é uma das inspirações da vinícola que se manifesta em cada rótulo.

3 - A prestigiada vinícola boutique La Ronciere dedica-se à produção de vinhos tintos de alta qualidade. A sugestão é o vinho Licantén Cabernet Franc 2018, um vinho equilibrado, com taninos macios e tem aromas de frutas vermelhas maduras. Passa por 10 meses em barricas

e tem potencial de guarda por até 10 anos. Muito bem elaborado e saboroso!

4 - Para quem gosta da variedade Syrah, o Ravanal Ovation 2017 está maravilhoso. Foi produzido em vinhedos centenários da vinícola familiar Ravanal. O vinho passa por 18 meses em barricas de carvalho francês e tem excelente estrutura. Um vinho intenso com aromas complexos e elegantes, como ameixa, pimenta negra, flores, chocolate e café. É harmonioso e sedutor!

5 - E da Viña Los Boldos fica a dica o vinho Château Los Boldos, Grande Réserve Cabernet Sauvignon 2017. Um vinho de coloração rubi intensa, notas de frutas como cereja, ameixa, cassis e um leve toque de couro. Taninos redondos e um final persistente. Acompanha bem com carnes vermelhas assadas ou churrasco, queijos fortes e amarelos.

Desfrute, saboreie e explore o que há de melhor nessa região!

By Viviane Chow





DO BRUNCH AO JANTAR.



ÚNICA EMBAIXADA LILLET NO BRASIL

Fradique Coutinho, 179 - Pinheiros/São Paulo, SP
www.restauranterendezvous.com.br

📍 [rendezvous.bistro](https://www.instagram.com/rendezvous.bistro)
📌 [rendezvousbistrosp](https://www.facebook.com/rendezvousbistrosp)





LE CORDON BLEU OFERECE CURSO VOLTADO PARA MERCADO PROFISSIONAL

Com orientação prática voltada ao mercado de trabalho, o diploma abrange técnicas e aplicações em cozinha, confeitaria, panificação e serviço, além de atividades práticas na área.

O Le Cordon Bleu – maior Instituto de Artes Culinárias do mundo – criou para o mercado profissional um curso chamado Diplôme CordonTec, com 12 meses de duração na modalidade intensiva e 24 meses na extensiva. A grade de conteúdo é direcionada à realidade das cozinhas brasileiras de restaurantes, hotéis, bares, cafés e afins, oferecendo uma formação técnica que desenvolve habilidades de aplicação profissional em cozinha, confeitaria, panificação e serviço.

Dividido em aulas práticas, demonstrações e avaliações individuais, o CordonTec também conta com um programa de atividades práticas em que o aluno tem uma vivência real no segmento, com apoio e supervisão da Le Cordon Bleu em todas as atividades e processos. O objetivo é capacitar os participantes a trabalhar em qualquer ramo da indústria da gastronomia e hotelaria, promovendo ainda a eficácia no trabalho, tanto individualmente como em equipe, e a compreensão sobre procedimentos de higiene, saúde e segurança no local de trabalho. As turmas oferecem três opções de dias e horários: manhã, tarde e noite, com carga horária total do curso de aproximadamente 800 horas.

O Diplôme CordonTec prepara os estudantes para aplicar uma gama de habilidades que atendem objetivamente às demandas do mercado, desenvolvendo a mise-en-place e os métodos de produção de cada segmento. A parte de cozinha inclui o preparo técnico de diversos elementos-chave que são base da culinária, como veloutés, sopas, caldos, molhos, carnes, frutos do mar, saladas, acompanhamentos e mais uma série de itens. Os alunos também fazem uma imersão em cozinhas internacionais – Ásia, Europa e Américas –, além de aprenderem a criar a ficha técnica, planejar e executar cardápios brasileiros e franceses. Em pâtisserie, o aprendizado vai dos pães-de-ló, bolos básicos e tortas a cremes, coberturas e recheios, passando por viennoiserie, feuilletage e chocolateria. Já na parte de panificação, os métodos ensinados incluem pães, massas e o preparo de fermento natural.



Outro diferencial do curso é a metodologia de serviço, em que são abordadas as regras de limpeza e higiene e preparação para os diferentes tipos de estabelecimentos, serviços variados de restaurante e atendimento ao cliente como ciência de marketing, peça fundamental para quem trabalha com todo e qualquer tipo de público.

Serviço:
Rua Natingui, 862 – 1º andar | São Paulo
Telefone: (11) 3185-2500
Inscrições pelo site: www.cordonbleu.edu/sao-paulo/diplome-cordontec



ENTRE O MAR E A MATA, VILA SIRIÚBA TRANSFORMA HOSPEDAGEM EM EXPERIÊNCIA NA PRAIA DE ILHABELA

São quase 60 mil m² em um terreno de uma antiga fazenda. O azul do mar, o verde da mata e todas as cores de um paraíso chamado Ilhabela, no litoral norte de São Paulo, parecem vibrar mais forte. É onde está localizada a Vila Siriúba, conglomerado com casas de charme e suítes que reúne ainda restaurante, piscina e até uma capela bicentenária.

A vila está a apenas sete quilômetros da balsa, no norte da Ilha, a área mais nobre do arquipélago. Fica bem em frente a uma praia de mar calmo, águas claras e faixa de areia de cerca de 500 metros de extensão. Do outro lado, uma densa massa de árvores ocupa os fundos da propriedade, que é cortada pelo Rio Siriúba, resultado do deságua da Cachoeira da Friagem.

O convívio harmonioso com a natureza, a sensação de voltar no tempo diante de construções históricas e o conforto de uma estrutura completa de lazer e serviços fazem da estadia na Vila Siriúba uma verdadeira experiência multissensorial. São oito casas com metragens variadas e 13 suítes. Ambientes cuja decoração com um toque caçara nos insere automaticamente no contexto local. Entre nuances alegres e mais sóbrias, as fachadas surgem coloridas na paisagem, resultado do trabalho da arquiteta Andrea El Banat.

Entre as casas da Vila Siriúba, duas atraem, de imediato, a atenção dos hóspedes e visitantes por suas características arquitetônicas que invertem o óbvio. Nas entrelinhas da história, curiosidades que potencializam o interesse por essas habitações. A Casa do Rei foi onde a coroa sueca se hospedou quando visitou Ilhabela, nos anos 90, e ganhou esse nome em homenagem a Carl XVI Gustav e à rainha consorte Silvia. Já a Casa da Pedra reproduz na Vila a paisagem da comuna francesa Carcassonne, de onde Walt Disney tirou inspiração para o castelo de "A Bela Adormecida".

As acomodações contam com enxoval de algodão 300 fios, ar-condicionado split, Smart TV com canais por assinatura, cozinhas totalmente equipadas nas casas e frigobar nas suítes. No total, são 60 hospedagens. O sinal de wi-fi com 600 MB de velocidade está disponível em toda a vila. A capela conta com altar do século XVIII e segue o estilo colonial, com suas cores azul e branco, vigas, portas e janelas em madeira, e cimento queimado no piso. Abriga a imagem de Nossa Senhora da Rosa Mística e, em 96, foi restaurada pela artista plástica Baby Gras. Antes do café da manhã, na volta da praia ou o dia



todo: A piscina da Vila Siriúba é outro destaque e onde toda hora é hora pra um mergulho. Das espreguiçadeiras, vista panorâmica para o jardim. Também no entorno, um grande gramadão verde, coqueiros e mangueiras gigantes. Em formato retangular, com 12 metros de comprimento, 8 de largura e 1,5 de profundidade, a piscina já figura, entre as áreas comuns da Vila, como a preferida dos hóspedes.

A Vila Siriúba ainda está adaptada com estrutura e equipe para receber eventos em múltiplas versões. Desde projetos brifados, como sessões de foto e gravações, ações corporativas, culturais e pessoais, com objetivos diversos, entre eles, casamentos.

Serviço:

@vila.siriuba
Endereço: Av. Leonardo Reale, 2552 - Siriúba, Ilhabela - SP, 11630-000
Telefone: (12) 99625-2552





MY MIAMI TOUR

Hyde MidTown

Durante muitos anos, Miami recebeu visitantes de todo o mundo e acolheu com muito carinho os brasileiros que, com facilidade, começaram a chamar a cidade de “casa”. Glamour, compras, dias de sol perfeitos, acesso para curtir alguns luxos e excessos, com segurança, eventos mundiais, moda, gastronomia e hotelaria... tudo e todos reunidos e interconectados em uma cidade que tem vida 24/7.

Agora, essa cidade ressurgiu com força nos dando a possibilidade de vivê-la desde outras perspectivas, com pouquinho do que conhecemos e muito do novo e diferente. Justamente com essa mentalidade, decidimos expandir nosso conhecimento cultural e visitamos o Vizcaya Gardens & Museum. Majestosa mansão, estrategicamente posicionada às margens do mar em Coral Gables, foi construída por mais de 10 mil trabalhadores (quase toda a população naquele momento), logo que Miami foi incorporada como cidade, no início do século XX. Charles Deering, um verdadeiro visionário, criou uma obra de arte em sua propriedade, visitada em seu momento, por inúmeros líderes mundiais, realeza, papas e celebridades. Hoje, seus jardins fazem parte do deslumbrante museu que abre suas portas para ser memória de celebrações e eventos.

Para continuar viajando no tempo e aprender nos divertindo, fomos conhecer o Science Frost Museum, na Biscayne Blvd. O museu, inaugurado em 2017, muitas vezes tentou fazer parte da nossa lista de atividades em Miami, mas sempre terminou perdendo para shopping, barcos ou restaurantes e agora nos faz pensar “como não visitei antes?”. Ultra interessante, para adultos e crianças é uma das únicas instituições do mundo que tem um planetário super moderno e um aquário de quase 2 milhões de litros de água, com direito a tubarões e raias. Nunca foi tão fascinante aprender! Transportando-nos a atualidade, decidimos explorar



SLS lux Brickell



Vizcaya Museum & Gardens



TEXTO: Syama Reyes
FOTOS: @TaralnkPR

o lado mais urbano de Miami, dividindo nossa estadia entre Brickell e MidTown. Duas zonas que simplesmente se expandiram, cresceram e se tornaram independentes e autossuficientes, mesmo que dentro de Miami. Com memórias de Hong Kong e ares de Manhattan, Brickell é jovem, fast-pase e exigente. Nesse tom, no centro de tudo, escolhemos nos hospedar no SLS LUX Brickell que leva seus padrões de estilo, luxo e serviço para transformar o horizonte de Downtown Miami. Irresistível, retiro praticamente dentro do Brickell City Centre, planejamos nos papricar, dormir como jet setters em uma luxuosa suíte depois de um dia completo de atividades sem sair do hotel! Isso mesmo, academia com personal trainer pela manhã, logo aproveitamos o sol de Miami na piscina do rooftop com vista do skyline com trilha sonora pelo dj convidado, e sem faltar relaxar com uma massagem dos deuses no aclamado Ciel Spa.

Atravessamos o Miami River e, em 10 minutos, chegamos em MidTown, área que há alguns anos atrás não tínhamos razão para frequentar, mas que agora se transformou em uma expansão da área urbana com arranha-céus por arquitetos artistas e com um coração jovem, independente. Nos sentindo trendy e cool, fizemos check in no Hyde Midtown, e passeamos por toda a zona de Miami Design District, com o serviço super luxo dos carros Lincoln que o hotel oferece como cortesia. Depois de uma bronzada na piscina do rooftop, finalizamos o dia com um jogo de tênis para liberar tudo na quadra, que, diga-se de passagem, também está no rooftop do hotel criando um dos melhores visuais para muitos aces!

JANTINHA ONDE?

Fi'lia - A verdadeira essência de uma abordagem fresca e pura com atenção personalizada no meio de tudo dentro do SLS Brickell. Escolha para uma refeição de chef com jeitinho caseiro, cheirinho e sabores de forno a lenha, pizzas e massas artesanais. Fica a dica de jantar no terraço entre árvores e luzinhas!

Villa Azur - Restaurante icônico, chique, mantém o glamour e a mágica do agito Miami, toda sofisticação que a cozinha francesa e mediterrânea oferecem, mantendo um ambiente romântico e elegância europeia. Premiado como melhor serviço e autêntica experiência, quinta-feira é, historicamente, a noite de jantar no Villa Azur. Só indo para entender... @VillaAzurMiamiBeach

Salvaje - Sunset como nenhum outro em Miami! Fenômeno mundial que começou no Panamá e logo cativou celebridades em Hollywood e NYC, agora também no Hyde MidTown. Incrível culinária japonesa desfrutando de cenário arquitetônico com ambiente descontraído, elevando o espírito conforme a noite avança. @SalvajeMiami

Chotto Matte - Do lado da Lincoln Rd, em uma portinha quase escondida, descobrimos a melhor Cozinha Nikkei, com um menu de explosões de sensações vegetarianas e veganas! Combinando a tradição e culinária japonesa e peruana, com uma atmosfera eletrônica de flores, luz negra e dj que faz a ponte área dos Chotto Matte de Londres, Toronto e logo mais Oriente Médio com Miami. @ChottoMatteMIA

Katsuya - Com tradicional "irashimase" ao entrar, nos transportamos a uma festa para os sentidos onde o chef Uechi traduziu, agilmente, os sabores japoneses para o paladar americano com direito a adaptações especiais de sushis e pratos únicos, além do melhor sorvete vegano da cidade e experiência privilegiada com visita do chef. É, sem dúvida, uma reserva que não pode faltar na visita a MIA! @KatsuyaSouthBeach



Villa Azur



Chotto Matte



Katsuya



Fi'lia

BYE BYE ANSIEDADE

O isolamento social, as incertezas e a disseminação da Covid-19 têm provocado ansiedade em muita gente. Antes da pandemia, a Organização Mundial da Saúde (OMS) já apontava o Brasil como o país mais ansioso do mundo. Então, mais do que nunca, é preciso cuidar da saúde mental e da nossa rede de relações. Desde o último ano, existe uma longa lista de situações que podem desencadear ainda mais a ansiedade: incerteza de quando e como isso passará, o medo de a gente ou alguém que amamos adoecer, a possibilidade de morte, a perda da subsistência, a exclusão social, a impotência sobre proteger pessoas importantes, a dificuldade de ajustar a rotina e a mudança na forma de trabalhar – como o home office – são alguns dos fatores que reverberam essa sensação.

A ansiedade é definida como uma excessiva agitação do sistema nervoso central; é uma sensação desprazerosa e semelhante ao medo. Os seus efeitos se percebem logo e aparecem em situações reais ou imaginárias de ausência de controle. Além dos desgastes mentais, alguns sintomas físicos também podem dar as caras, como: aceleração no coração, sudorese, tremores, tensão muscular, dificuldade para respirar, dores de cabeça, cansaço ao acordar e, até queda de cabelo. A Cool Magazine entrevistou a Mariana Nahas (@mariananahas_), mentora de desenvolvimento humano, expansão de consciência e espiritualidade. Conhecida como uma potente aceleradora do processo de expansão da consciência, hoje é referência em desenvolvimento humano, dedicando sua vida a auxiliar as pessoas a viverem com criatividade e em harmonia com a sua realidade. Abaixo um pouco mais sobre como lidar com este mal.

Cool: Por que podemos notar um crescente aumento de casos de Ansiedade nos últimos anos?

Eu acredito que a sociedade vem cada vez mais voltando o foco para o Universo externo. As mídias sociais e os meios de comunicação aumentaram muito a tendência a comparações. O referencial que guia as escolhas, desejos e comportamentos das pessoas estão baseados em métricas, padrões e referências externas que, na maior parte das vezes, não reflete os verdadeiros desejos e necessidades destas pessoas e, algumas vezes, até mesmo, viola valores fundamentais em prol de encaixarem-se as demandas da vida moderna e padrões sociais. Isso gera um sentimento de vazio existencial, falta de propósito e frustração muito grandes, o que deixa as pessoas com o sentimento de estar sempre devendo e nunca ser suficiente.

Cool: Ansiedade é diferente de crise de pânico? Quais as diferenças de sintomas?

A ansiedade é uma reação emocional comum (não patológica): é quando a mente envia sinais ao corpo para se colocar em um estado de alerta perante algo que a mente entende como ameaçador ou perigoso. Faz parte do sistema de defesa e proteção do corpo físico. Isso não seria problema se acontecessem ciclos de ansiedade, stress e relaxamento, alternadamente. Mas não é o que acontece com a maioria das pessoas que vivem a pressão e as demandas da vida moderna, principalmente, nos grandes centros urbanos. O stress se torna uma constante e o corpo não consegue relaxar e se recuperar. A ansiedade é considerada um transtorno psiquiátrico quando se torna inconveniente e desconfortável, aparecendo sem que haja alguma razão, aparentemente



externa, para ativar esse alarme. Já a síndrome do pânico é um tipo de transtorno de ansiedade, gerando grande limitação e pode estar associado à depressão.

Cool: Você acredita que a ansiedade está ligada com incertezas?

Com certeza. Meu trabalho, envolvendo a expansão da consciência e a espiritualidade, me mostra que o ser humano vive a partir da perspectiva do corpo e da materialidade. Ele passa a vida toda tentando controlar as variáveis e o mundo material, buscando permanência, familiaridade e segurança. Mas não podemos controlar o mundo, o Covid é prova viva disso. Podemos apenas controlar a maneira com que percebemos e interagimos com esse mundo externo. O homem vive hoje de forma incompleta. Ele fundamenta sua existência apenas no corpo e na mente, acreditando que suas emoções podem ser geridas racionalmente. O autoconhecimento e a expansão de consciência ajusta nossa percepção de mundo, pois deixamos de estar separados do mundo material e passamos a estar integrados a ele. Desta forma, deixamos de ser vítimas de uma realidade que não escolhemos e passamos a integrar a realidade, nos tornando auto responsáveis e protagonistas de nossa criação e percepção de mundo.

Cool: O que uma pessoa que está passando por este problema deve fazer?

Ir em busca de autoconhecimento, e da expansão de consciência. E, com certeza, ir em busca de um círculo de amizades que a apoie positivamente, neste processo. As pessoas e o ambiente que a cercam influenciam a sua realidade, principalmente, quando ela ainda não se tornou consciente e depende muito do feedback externo pra construção da sua realidade.

Cool: Você poderia dar algumas dicas de como lidar com a ansiedade nos tempos atuais?

Sem dúvida, o autoconhecimento é o melhor início. Buscar compreender os mecanismos de funcionamento da mente e do corpo já ajuda muito. Mas não adianta ficar só no campo da razão, é preciso dar um passo a mais na direção de reintegrar o espírito a sua realidade. Exercitar a conexão com o campo sutil da consciência regularmente, através de práticas que propiciem estados mais elevados de consciência: meditação, pranayamas, terapias sonoras, conexão com a natureza.

Cool: Como você trabalha a expansão da consciência?

Busco unir o universo tangível do corpo/mente e da matéria com o universo intangível do espírito, a fim de nos tornarmos um ser integral. A mente precisa de entendimento, do conhecimento filosófico, científico e espiritual para validar o que não pode compreender e acessar, através dos sentidos do corpo, para só então, integrar com vivências, onde experimentamos estados alterados de consciência, a fim de obter uma experiência direta com esse universo invisível da consciência.

WELLNESS & INOVAÇÃO

Nascida e criada em São Bernardo do Campo, Lígia Kitano é empreendedora, graduada em Administração de Empresas e atua no segmento de Estética e Bem-estar. Apaixonada por tudo que envolve sua profissão, escolheu se dedicar aos cursos do Método da Renata França e, desde então, vem se especializando.

Terapeuta habilitada, com diversos certificados e considerada pela Renata França como Pupila 5 estrelas, hoje, dedica seu tempo com atendimento home care em São Paulo para proporcionar experiências únicas de bem-estar aos seus clientes com O PODER DAS MÃOS. O lado estético é o que agrada aos clientes, ainda mais com os resultados imediatos desde a primeira sessão, mas, em primeiro lugar, estão a saúde e o bem-estar.

Método da Renata França

As massagens do Método da Renata França vêm revolucionando o mercado de massagens. As técnicas são manuais, com manobras exclusivas criadas por Renata França, que trazem resultados imediatos, desde a primeira sessão, e se tornou o queridinho dos famosos.

Drenagem Linfática – Completamente diferente das demais drenagens do mercado, com manobras e bombeamentos exclusivos. A técnica reduz edemas, ativa a circulação sanguínea, potencializa uma rede complexa de vasos que movem os fluídos do corpo, combatendo a tão temida celulite. Além disso, acelera o metabolismo trazendo uma sensação de bem-estar, corpo menos inchado e mais torneado.

Modeladora – A técnica requer aplicação de movimentos vigorosos, rápidos e firmes no corpo todo, pois move a gordura para os lugares certos, e com isso, garante novas formas e mais contorno ao corpo.



Miracle Face – Técnica, com efeito, lifting imediato, a massagem facial drena os inchaços e modela, promovendo um contorno facial incrível.

Relaxante – Desenvolvida com compilação de manobras complexas de massagens de diversas culturas e técnicas milenares, promove equilíbrio entre corpo e mente, alivia dores musculares, proporcionando, imediatamente, sensação de bem-estar e leveza.

Qual é o método mais procurado pelas suas clientes?

Drenagem do Método da Renata França é o mais procurado. Por ser tão diferenciado dos demais que existem no mercado, e o resultado imediato que conquista todas as clientes, até mesmo as gestantes.

Como funciona a técnica Miracle Face e quais os seus benefícios?

Miracle Face é uma massagem facial que combina manobras de drenagem e modeladora. A massagem desincha, acentua as formas do rosto, promove um novo contorno, um efeito lifting imediato, e é super relaxante. Permite resultados tão especiais quanto a versão corporal.

Serviço: @ligiakitanoestetica
WhatsApp: (11) 97428-3052
ligiakitano@gmail.com

TEXTO: **Caroline Menis**
FOTOS: **Divulgação**

CARLOS BLHENNDOW

Carlos Blhenndow, ou como prefere ser chamado, Carlinhos, foi criado em São Paulo mas nasceu em Quixeramobim, Ceará. Hoje com 26 anos, trilha uma carreira de sucesso na área do entretenimento como fotógrafo e filmmaker.

Seu primeiro emprego foi com 15 anos, como fotógrafo de uma matinê em São Paulo, que conseguiu até a matinê e ofereceu seus serviços, em troca do vip da festa e do transporte. Desde então, sua paixão por fotografia apenas aumentou. Tendo contato direto com o público através de seu trabalho, se tornou promotor, coordenador e organizador de eventos. Foi convidado pela revista Capricho para fazer coberturas nas festas, entrevistas e ativações, ainda no auge de sua adolescência. Dos 18 aos 19 anos, trabalhou como modelo e teve experiências em sets internacionais. Se formou em Administração de Empresas na Anhembi Morumbi e trabalhou na empresa de seu pai, até arrumar um trabalho freelancer de produtor em uma agência de eventos. Atendeu grandes marcas, como: Riachuelo, JBL e trabalhava na Stock Car Brasil e Porsche Cup. Em 2019, entendendo a necessidade do mercado de eventos, criou uma empresa de conteúdo em tempo real. Desde então, atendeu os maiores Dj's do Brasil e viajou para cobrir as festas dos melhores clubes como Oscar, Café de la Musique, Mol party e outros.

Cool: Como foi a trajetória de sair da escola e viver dessa profissão?

Quando você se forma, vem a cobrança: O que fazer da minha vida? Mas eu já estava fazendo, e estava dando muito certo, desde os meus 15 anos. Mesmo tendo nascido no Ceará, vindo de uma família pobre, eu estava conseguindo realizar meus sonhos. Meus pais vieram pra São Paulo porque passavam fome no meu Estado. O primeiro emprego do meu pai foi de recolhedor de carrinho em uma empresa de estacionamento, na qual trabalhou por 15 anos até conseguir o cargo mais alto e montar sua própria empresa. Não existia a possibilidade de eu falar paea o meu pai que queria ser fotógrafo, ou qualquer outra profissão que fosse voltada para arte. Na cabeça dele, o filho tinha que sair da escola, se formar e ser doutor ou seguir alguma profissão que "dê dinheiro".

Cool: Como foi manter o seu trabalho durante a pandemia, sendo que o setor de entretenimento foi o mais prejudicado?

Eu tinha uma agenda cheia, com 180 eventos, empresa com apenas 5 meses de existência.

O setor de eventos foi e ainda está sendo o mais afetado, foi o primeiro a parar e vai ser o último a abrir, mas no meio desse turbilhão todo, parei para refletir e não desisti. O segredo é fazer o que ama para ter sucesso, e decidi me jogar no mundo da moda. Em apenas sete meses trabalhando como fashion film maker, achei a profissão da minha vida. Eu amo falar de moda, consumir moda, fazer parte da construção do que a marca vai passar, entender o cliente, a sua necessidade, colocar todo meu sentimento e um pouquinho de mim, a cada campanha.

Cool: Como você se vê no futuro?

Me vejo como diretor de arte, fotógrafo e filmmaker. A ideia é assumir campanhas 100% e entregar meu olhar desde a direção à fotografia e o fashion film."

@blhenndowff





JAPA DO MARINHO

SE VOCÊ ACHA QUE JAPA É TUDO IGUAL, TÁ NA HORA DE CONHECER O JAPA DO MARINHO

Após quatro anos como sócio em um restaurante que acabou fechando em 2017, Marinho Raposo que sempre esteve à frente do operacional, teve que se reinventar. Ele que antes trabalhava com produção artística e gerenciamento da carreira de novos artistas, havia buscado um outro mercado e decidiu abrir um empreendimento de restaurante japonês.

Pelo network já vindo da época dos shows e eventos, seis meses após o fechamento de seu restaurante e término da sociedade, Marinho optou em seguir um caminho diferente do convencional restaurante de porta aberta. Foi aí que nasceu a MARINHO SEA FOOD, levando seu nome, trabalhando junto com a esposa Paula Raposo, sem mais sócios. No começo, o restaurante estava na área gourmet da casa de seus pais que abraçaram a ideia e agora, com quase um ano e meio, finalmente montaram uma Dark Kitchen para a produção de eventos, ainda sem muito convencimento um delivery.



A princípio a empresa nasceu para trabalhar com eventos a domicílio; atendendo ao público que buscava algo diferente, a ideia de montar mesas repletas de delícias da culinária japonesa causou um grande impacto nos convidados e a ideia se tornou um sucesso, viralizou pelas redes sociais e novos pedidos para eventos surgem a cada dia. Famosos e amigos o ajudaram a divulgar sua arte em forma de mesa de sushis. A primeira mesa de sushis foi feita em 10 de Março de 2018 e na mesma data dois anos depois, com a sombra de uma pandemia que ninguém sabia o que exatamente era, a empresa ao longo de 730 dias corridos completou 816 eventos. Marca incrível para algo novo, o que gerou um incentivo ainda maior para Marinho.

O ano pandêmico trouxe extrema preocupação, mas seus clientes passaram a pedir para entregar seu cardápio em todos os lugares. O delivery não tem limite de raio de entrega; sob encomenda antecipada, 90% dos pedidos são de itens frios, a térmica vai recheada de placas de gelo gel para manter a refrigeração. Os eventos com restrições para só familiares mas com todos os cuidados e com extrema responsabilidade, em nenhum momento o desafio desanimou Marinho. A apresentação da embalagem de delivery sendo entregue em caixas de mdf foi algo surpreendente para o público, que gerou um impacto mesmo à distância, transformando-se em objeto-desejo nas redes sociais.

Hoje com três anos e meio de empresa eles já somam ao longo desse período mais de 2.000 festas para uma quantidade de pessoas variada. A empresa conta com 28 colaboradores diretos e seis indiretos. Atualmente a Dark Kitchen fica ao lado do Parque da Água Branca na região da Barra Funda. As mesas são sempre as queridinhas nas festas, famosos sempre os procuram para estar presente em suas comemorações, com qualidade e perfeição da apresentação, cativando cada vez mais adeptos ao JAPA DO MARINHO.

Serviço:

Delivery e encomendas: Segunda a sábado das 11h às 23h e aos domingos das 12h às 21h

App: JAPA DO MARINHO

Instagram: @MarinhoSeaFood e @JapadoMarinho

Eventos: 011 94115 0023

TEXTO: **Caroline Menis**
FOTOS: **Divulgação**



JARDIM SPLASH

Rafael Carneiro está colhendo bons louros nos negócios, e se prepara para inaugurar a primeira flagship store da marca Splash em outubro. O projeto de 600m² assinado pelo arquiteto Leo Shehtman traz elementos que traduzem o espírito da marca, original e imponente, com peças inusitadas como lustres orgânicos confeccionados com redes de pesca e cristais excêntricos. Com um tom clássico na ambientação e movelaria futurista, a nova empreitada aterrissa na Oscar Freire, metro quadrado mais concorrido do comércio de rua em São Paulo. A flagship terá toda a coleção da marca, que traz também uma novidade: a linha Couture, com mais de 200 vestidos de festa. Já os clientes que queiram ter uma peça exclusiva Splash, serão recebidos com hora marcada pelo criador da marca, Rafael Carneiro, no atelier do segundo piso. O projeto de paisagismo assinado por Alex Hanazaki, aguarda seus convidados entre fontes e esculturas de mais de 6 metros de altura distribuídos pelo Jardim Splash.

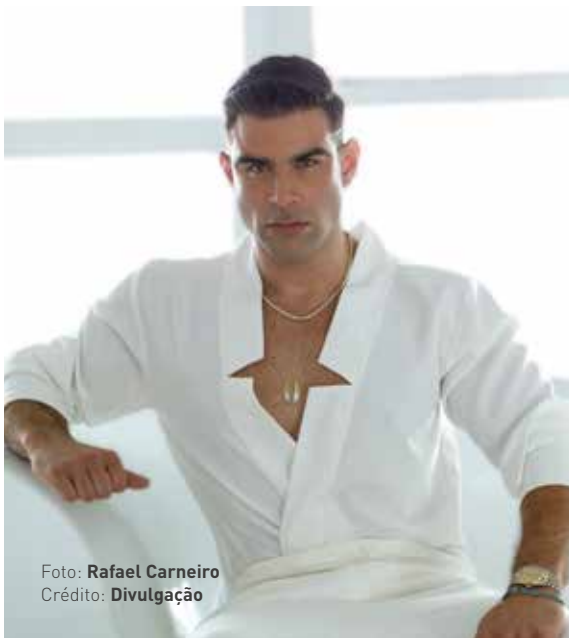


Foto: **Rafael Carneiro**
Crédito: **Divulgação**

André Grow
@andregroh_

ÊXODO URBANO

No segmento da moda não há quem não conheça o trabalho de Lila Colzani. A empresária foi quem fundou a Colcci em 1986, ao lado do empresário Jorge Colzani. Após a venda da marca para o grupo AMC Têxtil em 2000, Lila Colzani continuou no cargo de diretora de estilo da marca até 2006 – ano que pediu demissão e mudou-se para São Paulo. Ano passado, a estilista estreou no seu primeiro programa de televisão, o Born to Fashion, do canal E! onde foi jurada do reality show que abriu espaço para a comunidade LGBTQI+, com um casting de mulheres trans que sonham ser modelo. Após 15 anos morando em São Paulo, Lila Colzani acaba de fixar residência outra vez em Brusque (SC), agora numa propriedade rural afastada dos centros urbanos. Durante a pandemia, a estilista passou algum tempo repensando seu modo de vida e ficou motivada a resgatar alguns hábitos. “Meu único plano foi sair de São Paulo e me aproximar da família”, conta. Esse movimento tornou-se muito comum nos centros urbanos, com o advento do home office, oportunizando o trabalho remoto seja no sítio ou na praia.



Foto: **Lila Colzani**
Crédito: **Divulgação**



Foto: **Vitor Baptista e Carlos Renaux**
Crédito: **Divulgação**

ALTA VELOCIDADE

O piloto Carlos Vidigal Renaux é uma das grandes apostas da Porsche Cup Endurance Series de 2021, onde corre ao lado do experiente Victor Baptista. A primeira etapa ocorreu em agosto, no Autódromo de Interlagos, e restam ainda duas corridas em Goiânia e São Paulo em dezembro para encerrar o ano da competição. O gentleman driver é um dos principais nomes da categoria GT3, no grupo 3.8, e está entusiasmado com os resultados. "Interlagos é chamado de 'O Templo' pelos pilotos. Minha primeira vitória na Porsche CUP foi justamente em Interlagos, na corrida preliminar da F-1, em 2018", conta Renaux.

MERCADO DE LUXO

Um fato curioso é que muita gente não sabe, é que Manu Berger teve a oportunidade de estar frente a frente com Christian Louboutin em Portugal para fazer um pedido inusitado. Tudo começou em 2016, quando esteve na oficina do Louboutin em Paris, um dos ateliês mais cobiçados do mundo, para realizar uma encomenda especial: um sapato feito sob medida. De forma personalizada, criaram a forma do seu pé, uma experiência única, e a empresária trouxe ao Brasil uma cópia desse molde feito exclusivamente pela Louboutin. E sempre muito ambiciosa, Manu Berger queria mais – e queria renovar seu acervo de peças exclusivas da marca. Em 2018, numa conferência em Portugal, sobre o mercado do luxo, estavam grandes personalidades do segmento e apenas cinco brasileiros: Manu Berger entre eles. Estava ali a oportunidade: levou consigo seu primeiro exemplar Louboutin, adquirido anos atrás e estava decidida a produzir seu próprio sapato personalizado. Em um determinado momento, abordou ninguém menos, ninguém mais que Christian Louboutin, com uma caneta em uma das mãos e o sapato em outra. O resultado foi esse: a acessibilidade da personalidade extremamente criativa, que só deram ainda mais razões para ser uma grande admiradora da marca. O sapato, assinado por Louboutin, especialmente para Manu Berger, é também uma de suas peças de acervo no escritório Terapia do Luxo, que fica em São Paulo.



Foto: **Victor Baptista e Carlos Renaux**
Crédito: **Divulgação**



DR. LOPEZ

O Dr. Vinicius Lopez, mais conhecido como Dr. Lopez, formado em Odontologia e especializado em Cirurgias Estético Faciais e Harmonização Orofacial, desde sempre se destacou por focar nos atendimentos humanizados e qualidade final de seus resultados, atendendo e operando desde famílias inteiras a algumas celebridades, até matérias de revistas e entrevistas de TV, além de atuar fortemente na parte política nos Conselhos e Diretórios da Associação Paulista de Odontologia e no Conselho Regional de Odontologia, bem como diversos trabalhos voluntários e atendimentos em comunidades carentes.

Desde pequeno desejou fazer algo que tocasse a vida das pessoas e servisse a elas. Iniciou sua carreira se tornando referência no bairro do Ipiranga, em São Paulo inicialmente com a Cirurgia de Bichectomia, proporcionando mudanças de vida na Face de seus pacientes e conseqüentemente na auto estima e qualidade de vida de quem ali passava por suas mãos.

Hoje, após um grande período dedicado a esta cirurgia, nunca parou de se aprimorar, se tornando também grande nome em cirurgias como Lipoaspiração de Papada, proporcionando ainda maiores resultados e satisfação de seus pacientes. Em seguida percebeu grande demanda em regiões como transformações na Região Nasal e região de Orelhas, se aprimorando ainda mais, trazendo mudanças extremas nas faces de seus pacientes com a Rinomodelação, Correção de Orelhas de

Abano além da Harmonização com o famoso Botox e Preenchimentos Faciais.

Após se consagrar no Bairro do Ipiranga, agora com modernidade e um ambiente diferenciado e clima acolhedor em seu mais novo consultório na região do Anália Franco, Dr. Lopez se expande cada vez mais com seus resultados e transformações incríveis. São mais de 1000 pacientes e mudanças de vida física e emocional proporcionadas, cumprindo assim o que ele chama de Missão de Vida. Com o bordão das frases "com vocês e por vocês", "nós no suor e deus no abençoar", o jovem doutor sempre é destaque em sua área.

De uma forma diferenciada e irreverente, ele conta com centenas de feedbacks diários emocionantes de seus pacientes que demonstram gratidão eterna pelas mudanças causadas. Como missão e propósito, se consagra e continua priorizando a excelência, conforto, acolhimento e transformação, tendo sua profissão e ofício como princípio para cada paciente se sentir especial e único (de acordo com os próprios pacientes).

"As Cirurgias são questões técnicas, porém nada mais humano e gratificante de mudar vidas e histórias diariamente. Meus pacientes se tornam amigos, se tornam família. O Instagram quebra barreiras, porém fico muito feliz com as centenas de indicações daqueles que se alegram e agradecem pelo meu trabalho de excelência e transformação", acrescenta Dr. Vinicius Lopez.

@drlopez_

BRASILEIRA MAIS PREMIADA EM CAMPEONATOS MUNDIAIS NA ÁREA DA MICROPIGMENTAÇÃO

Da infância humilde aos maiores palcos mundiais, Andreia Ferreira conquistou não somente o Brasil, mas o mundo com a perfeição de suas técnicas realistas em sobrancelha e reconstrução areolar. Especialista em micropigmentação e microtatuagem Paramédica, Andréia é idealizadora do projeto espalhe luz, um projeto 100% gratuito, que por sua vez tem como objetivo atender mulheres e homens que precisam reconstruir ou melhorar aparência com a pigmentação de sobrancelhas, lábios e complexo aréolo mamilar.

A profissional que é referência na área estética, tornou-se a brasileira mais premiada em campeonatos mundiais, trazendo para nosso país 4 premiações em um único evento, nas categorias de sobrancelhas e aréolas realistas, sendo este, realizado em 2019 em Rotterdam, cidade da Holanda.

“Não sei como descrever a emoção que senti, por que não era sobre ganhar o prêmio, mas sim sobre vencer os meus medos e crenças limitantes que vamos alimentando durante nossa formação, sair de onde eu saí e estar ali naquele palco, foi a maior prova de que todo o esforço tinha valido a pena.”, ressalta Andréia.

Depois disso, os olhos dos profissionais de medicina se voltaram ainda mais para o trabalho impecável de Andreia, que vai muito além da estética. A micropigmentação cresce cada dia mais, sendo também, um complemento para cirurgias plásticas, o qual é possível amenizar significativamente a aparência de cicatrizes em geral, como por exemplo, na mamoplastia, mastopexia, abdominoplastia e principalmente pós mastectomias, procedimento no qual é feita retirada total de aréola e mamilo pós câncer de mama.

“Eu simplesmente amo trabalhar com reconstrução areolar, pois sei da importância disso no processo de recuperação da paciente, devolver a autoestima e autoaceitação, ver sorrisos nos lábios e lágrimas nos olhos de emoção não tem preço. Poder transformar vidas com o que eu faço todos os dias é muito gratificante, infelizmente os índices de câncer de mama são altos aqui no Brasil, mas pode amenizar a dor e resignificar este processo é muito importante”



Além das reconstruções pós cirúrgicos Andréia também trabalha com casos de lábios leporinos e alopecia (doença autoimune que acomete homens e mulheres e ocasiona a perda de todos os pelos do corpo) reconstruindo formatos e deixando com aparência natural, em sobrancelhas Andréia usa sua técnica exclusiva denominada fio a fio Plus para simular fios reais e com aspecto de volume. Já nos olhos devido à falta de cílios a profissional desenha um delineado para dar a impressão de preenchimento. Apaixonada por transformar vidas, Andréia tem como objetivo ensinar e auxiliar mulheres a encontrar sua liberdade pessoal, profissional e financeira. Após, grande reconhecimento do seu trabalho, a profissional recebeu diversos convites para ministrar palestras e formar novos profissionais pelo mundo todo. Inclusive, em novembro deste ano, ministrará um curso e irá palestrar, mostrando sua técnica exclusiva em um Congresso de Micropigmentação em Bogotá na Colômbia.

@studioandreaferreira

TEXTO: **Caroline Menis**
FOTOS: **Pexels**



RESPONSÁVEL PELA INOVAÇÃO NO SEGMENTO DE HARMONIZAÇÃO OROFACIAL, TEREZA SCARDUA PROMOVE O EVENTO DE HARMONIZAÇÃO FACIAL DO ANO.

Nos últimos anos, são cada vez mais evidentes os avanços obtidos na área da estética, campo intrinsecamente ligado à saúde. Somado ao constante crescimento comercial do setor, a busca pelo bem-estar - condição cada vez mais valorizada na sociedade contemporânea - também impulsiona tais inovações. Contribui para essa perspectiva o fato de que, no Brasil, alguns profissionais da área se destacam de maneira acentuada, tanto na qualidade da aplicação de técnicas consolidadas como na inovação dos procedimentos.

Como exemplo disso, ganha evidência o trabalho de Tereza Scardua, profissional da saúde cujo nome já é sinônimo de excelência na área, principalmente no campo da Estética Facial. Com a necessidade de expandir sua atuação, a Dra. Tereza fundou sua própria organização, que se divide em distintas frentes de atuação.

Na busca pela constante inovação e aperfeiçoamento

das técnicas existentes, o Instituto Tereza Scardua tem criado novos procedimentos e protocolos, contribuindo assim para a área de saúde em nível nacional. Assim, nada mais evidente que o evento de harmonização facial do ano seja iniciativa do instituto que leva o nome da profissional.

Além de realizar pesquisas que vêm revolucionando o segmento, a instituição localizada em São Paulo/SP oferece cursos de aprimoramento direcionados a profissionais já atuantes na área, capacitando centenas de pessoas mensalmente. Entre os especialistas que buscam aperfeiçoamento estão dentistas, farmacêuticos, dermatologistas e biomédicos, provenientes de várias regiões brasileiras e até mesmo de outros países da América do Sul.

Segundo a Dr. Tereza Scardua, uma das diretrizes de seu trabalho é utilizar a ciência a favor da harmonização facial e saúde da pele. Um dos produtos aplicados durante os tratamentos é a toxina botulínica, mais conhecida como botox. A especialista esclarece que o produto é bastante utilizado para amenizar linhas de expressão, promovendo o rejuvenescimento facial.

Ainda como resultado de suas últimas pesquisas, destaca-se o desenvolvimento do hidrolifting, técnica desenvolvida para o preenchimento da testa de maneira segura. O procedimento aumenta a espessura da pele, corrige depressões, melhora a aparência de veias e restabelece a sustentação na região. Para desenvolver esse trabalho, a Dra. Tereza realizou ensaios clínicos controlados, de maneira randomizada, em consonância com as mais rigorosas diretrizes internacionais. O procedimento já foi realizado em inúmeros pacientes.

O Instituto Tereza Scardua tem sede em São Paulo/SP, na Rua Enxovia, 472 – salas 2001, 2014 e 2015





INSTITUTO
TEREZA SCARDUA
HARMONIZAÇÃO OROFACIAL
10 anos

A ESTÉTICA COM CIÊNCIA

DESCUBRA SUA MELHOR VERSÃO COM A
HARMONIZAÇÃO FACIAL




Dra. Tereza Scardua
@terezascardua

PROCEDIMENTOS

- Botox
- Lip lift
- Hidrolifting
- Flacidez
- Lábios
- Malar
- Mandíbula
- Pescoço
- Lipo de papada

AGENDAMENTO
AVALIAÇÃO



 (11) 9 9122-4477

 **Edifício NEO Corporate**
R. Enxovia, 472 - Chácara Santo Antônio - SP

terezascardua.com.br

TAMMY CAMARGO

A CEO do congresso de micropigmentação Estética e também do Congresso Imparables conta um pouco sobre sua trajetória e o seu mais novo congresso na América Latina.

Após perder absolutamente tudo devido uma crise no Governo da Venezuela onde Tammy Camargo prestava serviços, encontrou se perdida profissional, emocional e financeiramente, e foi no meio disso que recebeu um e-mail, um convite com informações de um congresso na Alemanha sobre micropigmentação e estética, como um chamado, ela foi descobrir do que se tratava, inscreveu-se para o congresso.

Ao chegar lá, simplesmente se apaixonou, se sentiu viva novamente, naquele momento tinha uma certeza, um novo sonho...Um dia teria o seu próprio congresso. E apenas dois anos depois, Tammy Camargo é a responsável pelo congresso mais famoso da Colômbia, levando congressistas e palestrantes do mundo todo, inclusive do Brasil, que desta vez conta com a participação de nomes renomados como Andréia Ferreira, Lorrane lack e Jhames Olaya.



Neste congresso além das palestras com muitas novidades do mundo da micropigmentação também acontecerá um campeonato para revelar os maiores nomes na área, inclusive será o primeiro campeonato de reconstrução areolar, técnica essa destinada a mulheres que passaram pela mastectomia pós câncer de mama.

Thammy convida todos para essa e próximas edições deste evento incrível, aproveitando também o roteiro de turismo aos mares do Caribe, simplesmente lindos .
@tammycamargo_spmu

II CME | APRENDA COM OS MELHORES PALESTRANTES

TÉCNICAS DE MICROPIGMENTAÇÃO ESTÉTICA E CORRETIVA



FACIAL



CORPORAL



PARAMÉDICA

O EVENTO ACONTECERÁ NA CIDADE DE BOGOTÁ - COLÔMBIA.

DIAS 28 E 29 DE NOVEMBRO DE 2021.

- Certificados assinados pelos todos palestrantes
- Demonstração ao vivo de cada técnica passo a passo
- Tradução simultânea para o espanhol
- Dois dias intensivos de aprendizado atualizado
- Preço especial
- Rodada de perguntas
- KIT de Boas Vindas



ELIAN GALLARDO

Considerado um dos maiores inventores de astros no mundo da moda, além de ter sua própria linha de perfume, com uma fragrância única e inesquecível, também é diretor criativo. No meio artístico há 30 anos, Gallardo continua sendo um excelente manager, Coach de Expressões e Imagem, já lançou modelos para famosas grifes, como Giorgio Armani, Givenchy, Dolce & Gabbana

e Fendi. Com participação das suas descobertas nas principais semanas de moda do mundo, Elian criou facetas memoráveis, venceu a etapa mundial do concurso Elite Model Look, que foi o maior concurso internacional de modelos, criado por John Casablancas. Como Coach, preparou grandes nomes, a influenciadora digital Camila Coutinho, os Tops Models Lucas Cristino, Caian Maroni, Amanda Wellsh, Fernanda Liz, Tayana Cantu, entre outras. Revelou grandes figuras públicas, em uma lista de nomes que constam Rodrigo Hilbert, Fernando Fernandes e os atores Bernardo Velasco, Renato Goes, Mayana Neiva.

Aperfeiçoou ainda mais seu trabalho dominando grandes produções, editoriais e eventos de moda, beleza e sociais. Já trouxe em seus editoriais grandes atrizes e modelos, tais como Leona Cavalli, Renata Kuerten, Danielle Winitz. Atualmente lidera a sede de sua agência, Elian Gallardo Models, que se encontra em São Paulo também em e em Florianópolis.

@eliangallardo.oficial



Bakebun, a primeira loja especializada em cinnamon rolls de São Paulo!



🏠 Visite nossa loja

🛵 Delivery em todos os aplicativos

📍 Rua Herculano de Freitas, 300 – Bela Vista – São Paulo

📷 @bakebunoficial 🌐 bakebun.com.br ☎ 11 94273-9459

Deixe sua vida mais doce com bakebun!


bakebun
bakery



MASERATI

Levante



Confira condições exclusivas
de R\$ 670.000

por
R\$ **620.000**

Estoque limitado - Versão 350cv
Consulte também condições
especiais para versão 430cv

Motor: V6 biturbo
Potência: Versões de 350cv e 430cv
Velocidades máximas: 251 km/h e 264km/h
Câmbio: automático 8 marchas



Respeite a sinalização de trânsito



MASERATI

Maserati São Paulo
Rua Colômbia, 635 - Jardim América - São Paulo - SP
(11) 3065 7474 - contato@maseratisaopaulo.com.br

©Copyright Maserati. O nome e logo Maserati são marcas registradas.