



BENVINDA

A VIDA ACONTECE POR AQUI

Nº 7 - ABRIL - 2025

CARLOS PENNA

E a expansão de sua marca homônima, que conquistou o Brasil e o mundo

ENTREVISTA:

RENATA AURICHIO,
REFERÊNCIA NACIONAL EM
FISIOTERAPIA DO SONO:

“Ter bons períodos de sono é mais importante do que a maioria da população pode imaginar. São benefícios para a vida.”



Leia a revista curtindo a playlist

BEM-VINDA CDL FM

A CDL É A NOVA PARCEIRA DA REVISTA BEMVINDA

LEIA: CONTEÚDO DE LIFESTYLE ASSINADO
POR COLUNISTAS DA CDL FM

OUÇA: PLAYLIST ESPECIAL DA
ESTAÇÃO NO SPOTIFY CDL FM

CDL FM, NA MÚSICA E NO
CONTEÚDO, A MELHOR
PLAYLIST DO SEU RÁDIO





Oficina de Páscoa

Venha viver
momentos
inesquecíveis com
seu filho em uma
oficina cheia de
criatividade,
diversão e sabor!



Dias 12/04/2025 e 13/04/2025

A Pousa Infância



Av. Álvares Cabral, 1181 Lourdes, Belo Horizonte, MG

Ao sucesso... e além!

Quando arte e moda se encontram, nasce algo que vai além do acessório. E Minas Gerais, um berço da moda no país, sabe entregar essa dádiva ao universo como ninguém. Por isso, nesta edição de abril, mergulhamos no universo ousado e poético de Carlos Penna, o designer mineiro que transforma joias em arte e discurso.

Com peças usadas por grandes nomes, como Xuxa, Ivete Sangalo, Jade Picon e ninguém menos do que a vilã Lola Argento (personagem interpretada por Camila Pitanga na novela de sucesso da Max, *Beleza Fatal*), Penna conquistou o Brasil e o mundo, e se prepara para inaugurar o maior espaço de sua marca homônima em São Paulo.

E nós, bairristas que somos, contamos tudo para vocês. Vale a pena conferir!



Ronymarco Lemos
Diretor-geral

EXPEDIENTE



Diretor-geral: Ronymarco Lemos. | **Diretora comercial:** Aline Matos.
Editora-chefe: Letícia Pimentel. | **Diretor de arte:** Leandro Godinho.
Jornalista: Fernanda Martins. | **Repórter:** Fernanda Lott.
Marketing: Ana Luíza Freitas. | **Estagiária:** Isabelle Pimentel.
Fotógrafos: Alexandre Coutinho, Léo Andrade e Ton Nettos.
Colunistas: Bruno Avelar, Carlos de Campos, Fábio Baião, Fabrícia Maia, Ícaro Ambrósio, Jéssica Santos, Leonardo Martins, Luciana Leitte, Louise Amaral, Luiz Gustavo Soares, Marcelo Soares, Marcos Arakaki, Mariana Tomás, Patrícia Alvarenga, Renata & Daniela Barra, Rô Aguiar, Samuel Freitas e Thayane Oliveira.
Tiragem: 25 mil exemplares. | **Periodicidade:** mensal.
Produtor gráfico: Max Guedes. | **Gráfica:** Companhia da Cor Studio Gráfico.
Distribuição: Correios e logística interna. | **Foto capa:** Ester Mendes.

Para sugestão de pauta e envio de presskit:

leticia@revistabemvinda.com.br / (31) 98708-4756 (somente via WhatsApp).

Para anúncios, informes publicitários e parcerias:

(31) 98309-9616 – Aline Matos (telefone e WhatsApp).

Edições on-line em: www.revistabemvinda.com.br.

Redes sociais: @bemvindarevista.

Revista Bemvinda Ltda.

CNPJ 57.783.903/0001-03

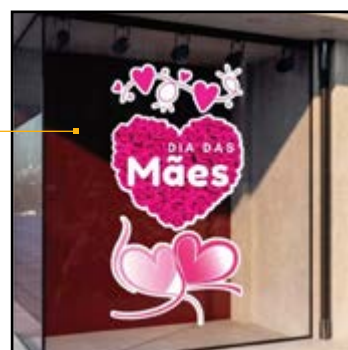
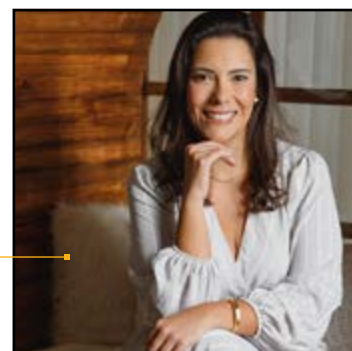
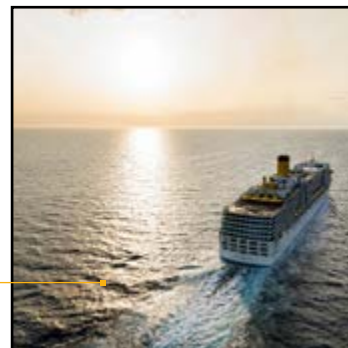
Rua Jaboticabal, 888, sala 304

Jardim América

CEP: 30421-448 | Belo Horizonte/MG

ÍNDICE *BEMVINDA*

- 6 *cinema*
- 10 *cultura*
- 12 *turismo*
- 14 *esporte*
- 16 *capa*
- 24 *entrevista*
- 29 *comunicação visual*
- 30 *pet*
- 32 *empreendedorismo*
- 36 *liderança*
- 38 *direito*
- 40 *óptica*



42 *gastronomia*

44 *saúde*

46 *saúde &
bem-estar*

48 *bem-estar*

50 *beleza &
bem-estar*

52 *negócios*

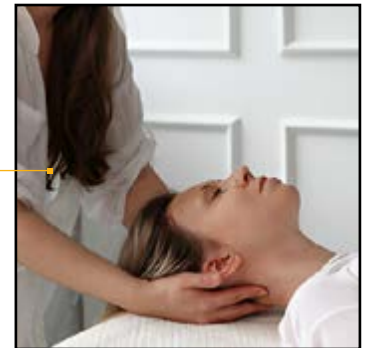
54 *aceleração
de negócios*

56 *psicologia*

58 *crônica*

60 *literatura*

62 *social*





BRANCA DE NEVE E A CHATICE DOS NOVOS TEMPOS

*Quando a busca pelo politicamente correto é
bem pior do que a maçã da Rainha Má*

Dois fatos incontestáveis: o primeiro é que a versão *live action* de Branca de Neve (sem os “Sete Anões” no título) é um filme ruim – falta “sustância” no roteiro, falta capricho nos aspectos técnicos e não tem a metade do charme da animação original. A segunda verdade definitiva é que o mundo em que vivemos está cada vez mais chato. Tudo precisa ser posicionamento político e ter uma mensagem “positiva” a ser martelada na nossa cabeça. É neste mundo que tenta ser tão “certinho” que esta versão da história da princesa perseguida por sua madrasta ganhou vida. E se tornou um filme tão chato quanto o mundo em que vivemos...

Vamos voltar 90 anos no tempo, então?

O clássico *Branca de Neve e os Sete Anões*, de 1937, é uma verdadeira obra-prima. Ninguém tinha ousado fazer uma animação em longa-metragem até então. Walt Disney foi lá e fez, mesmo ouvindo por todos os lados que não daria certo. A animação, inspirada no conto de fadas dos Irmãos Grimm, levou

pouco mais de quatro anos para ser feita e envolveu o trabalho de cerca de 300 artistas. Fato é que, mesmo com o passar dos anos, o longa permanece imortal no imaginário do cinema.

O documentário *O Primeiro Longa-Metragem da Disney: A Criação de Branca de Neve e os Sete Anões* (disponível no Disney+) traz depoimentos e os bastidores sobre o processo de criação e a importância do longa. Branca de Neve e os Sete Anões é a pedra fundamental do império Disney como o conhecemos hoje – mais até do que o Mickey Mouse. Tudo o que se seguiu, todos os filmes de animação, as produções *live action*, os parques temáticos, tudo o que a Disney fez depois disso foi baseado nesse filme. Ou seja, só **a importância histórica para o cinema e para o estúdio (que se tornou um império) já justificaria que a criação do filme fosse cercada de cuidados por todos os lados. Só que não.** Desde o anúncio de sua produção, o *remake* parecia destinado a enfrentar um turbilhão de polêmicas e infortúnios.

Primeiro, torceram o nariz para a escolha da atriz Rachel Zegler, para dar vida à princesa. Numa era em que representatividade é palavra de ordem, Zegler, uma americana de ascendência latina, foi a escolhida para representar uma princesa que tem o nome derivado da cor de sua pele (na nova versão, ela se chama Branca de Neve porque nasceu em uma noite de forte nevasca).

Vale dizer que Zegler é uma ótima atriz, já mostrou seu talento em outro *remake*, *Amor Sublime Amor*, de Steven Spielberg, e fez o que pôde para brilhar no papel. Mas está longe de agradar a gregos e troianos.

Os sete “amigos” da princesa (que qualquer um que conhece a história sabe que são anões) agora foram reclassificados como “criaturas mágicas” – tudo para tentar evitar a antiga crítica dos estereótipos associados ao nanismo. Foi Peter Dinklage, o ator que interpretou o sábio anão Tyrion Lannister em *Game of Thrones*, quem levantou essa bandeira – e, de quebra, acabou com a oportunidade de atores com nanismo faturarem bons cachês no que deveria ser um blockbuster mundial.

Agora, então, as tais criaturas mágicas são personagens criados por computação gráfica, para que não haja o risco de soarem como uma representação caricatural. Mas **é justamente o tom de caricatura do roteiro um dos maiores defeitos do filme**.

Todos os personagens têm a profundidade de um pires. Que o diga Gal Gadot, no papel da Rainha Má!

Depois de pronto, o estúdio promoveu várias refilmagens “necessárias” para dar ritmo à história. Não deu certo. E para completar a tempestade perfeita, Zegler acabou envolvida em controvérsias políticas, com declarações contundentes nas redes sociais (posicionamentos contrários a Trump e a favor da Palestina), o que rendeu boatos de desentendimentos com sua antagonista Gal Gadot (que, além de ser israelense, é conhecida por ter servido o exército do seu país).

Com apenas US\$ 43 milhões arrecadados no fim de semana de estreia – cifras que espelham não só um

número decepcionante, mas também uma das piores avaliações da crítica, fixada em meros 42% –, o filme se mostra, sem sombra de dúvidas, o “calcanhar de Aquiles” das adaptações *live action* da Disney.

Mas então, por que dedicar duas páginas da **Bemvinda** a um filme tão chato? Se existe um mérito para esta versão de *Branca de Neve* é a curiosidade resgatada para a animação de 1937. *Branca de Neves e os Sete Anões* é um clássico imortal do mesmo naipe de *E o Vento Levou*, *Casablanca* e *Dançando na Chuva*. Todos têm a sua cota de “politicamente incorreto” característica da época em que foram produzidos, mas todos são, acima de tudo, cinema da melhor qualidade.

As decisões equivocadas que permeiam a versão *live action* de *Branca de Neve* são uma tentativa desesperada de modernizar um clássico ao gosto de polarizações ideológicas, pesquisas de mercado e algoritmos digitais. O resultado é uma produção que, por um lado, tenta se beneficiar da imagem icônica de uma personagem imortal e, por outro, afoga-se em controvérsias que não condizem com a simplicidade encantadora do original. Para a Disney, o recado é claro: nem todo conto pode ser recontado com o brilho do original – e nem toda modernização é sinônimo de sucesso.



♦ Carlos de Campos ♦

Carlos de Campos é publicitário, especialista em marketing e cinema.

📷 @chcampos



A COLONIZAÇÃO ÁRABE NA EUROPA

Real Alcázar
de Sevilha, construído
pelo governo árabe

Caminhando por Sevilha, capital da Andaluzia, percebe-se em suas construções a influência muçulmana na arquitetura da cidade. Após períodos de dominação romana, a partir de 206 a.C, os muçulmanos derrotaram os cartagineses. Mais tarde, a terra foi substituída pelos vândalos, uma tribo germânica originária da região dos Balcãs e liderada pelo rei Gunderico, em 426. Um século mais tarde, os vândalos foram derrotados pelos visigodos, outro povo de origem germânica oriental que dominou a região até a chegada dos muçulmanos à península Ibérica, em 711.

Cerca de 18 mil homens, liderados pelo general Tariq, chegaram à região vindos do norte da África (povos conhecidos como mouros), através do estreito de Gibraltar, e derrotaram os visigodos, na batalha de Guadalete. A partir dali, passaram a conquistar outras cidades, expandindo seu domínio para grande parte da al-Andalus, como denominavam a região

onde atualmente se encontram Espanha e Portugal na língua árabe, durante mais de 700 anos. Apenas a título de comparação, o Brasil tem 525 desde a chegada dos portugueses à terra de Santa Cruz.

O tema – sobre a chegada árabe à Europa – é tratado nos livros de história como a “expansão muçulmana”, a “conquista árabe” ou a “invasão muçulmana”, descartando o termo que, em minha opinião, seria um pouco mais apropriado – e que os europeus gostam de utilizar – de “colonização árabe” na Europa. Os árabes trouxeram, juntamente com seu domínio militar, conhecimentos novos para o Velho Mundo que foram difundidos a partir da península Ibérica e transformariam o avanço da humanidade nos próximos séculos.

Nesse período, houve conhecimentos avançados como a navegação astronômica, a arte de fazer mapas, a álgebra e a trigonometria, introduzindo os algarismos inventados pelos hindus, que hoje conhe-

ceiros como numeral árabe em substituição aos tradicionais algarismos romanos. Na ciência, foram introduzidos estudos de anatomia, conhecimentos avançados sobre arquitetura e arabescos decorativos. Introduziram também culturas agrícolas com plantações de cana-de-açúcar, algodão, limão, laranja, arroz e outros, além de conhecimentos técnicos importantes para a construção de açudes e sistemas de irrigação, por exemplo.

O domínio no manuseio da cerâmica, vidro, mosaico, couro, seda e armas foi ensinado e difundido pela região. Invenções no campo da química, como o ácido sulfúrico e o álcool, também foram introduzidas pelos árabes. Palavras absorvidas pela língua portuguesa (como café, arroz, algodão, girafa, divã, berinjela, acelga, alfazema, javali, azul, álgebra, alfaiate, alambique, azeitona, damasco, tamarindo, limão e muitas outras) são de origem árabe. Na literatura, **diversos contos transmitiam ensinamentos importantes** para a vida, como *As Mil e uma Noites* e outros; além das obras resgatadas a partir de traduções feitas pelos árabes e as obras de Aristóteles (esquecidas pelo tempo) para a formação da filosofia ocidental. Todas formam algumas das colaborações trazidas e difundidas no período de dominação moura na Europa. A Torre del Oro, a Giralda, o Alcázar e a Igreja de São Marcos, pontos turísticos até hoje admirados na cidade de Sevilla, foram construídos durante os séculos XI e XII pelo governo árabe.

Os cristãos reconquistaram a cidade de Sevilha em 1248, durante o reinado de Fernando III de Castela. Entretanto, os árabes só deixariam a região al-Andalus definitivamente em 1492. A Catedral de Sevilha, a terceira maior do mundo, onde se encontram os restos mortais de Cristóvão Colombo, foi construída a partir de 1433, no mesmo lugar onde se encontrava a antiga Grande Mesquita de Sevilha, demolida para sua construção, ao lado do Alcázar.

Sem os conhecimentos trazidos para a Europa pelos árabes, as grandes navegações espanholas e portuguesas possivelmente tardariam a acontecer e o progresso do mundo ocidental poderia apresentar um atraso em seu desenvolvimento. Conhecer essas histórias nos traz uma perspectiva diferente a respeito do desenvolvimento da humanidade e do mundo em que vivemos.

Um dos exemplos de como somos formados pelas influências que recebemos do mundo foi o **Movimento Armorial**, criado em 1970 por Ariano Suassuna e outros importantes nomes de todas as áreas de manifestações artísticas, tratando-se de uma iniciativa de criar uma arte erudita a partir de elementos da cultura popular da Região Nordeste do Brasil que envolvia a música, dança, literatura, artes plásticas, cinema, teatro, arquitetura, xilografia e suas combinações.

Baseado na estética medieval e seus símbolos heráldicos – armas de armorial – e nas histórias trovadorescas e de cavalaria, batalhas e conquistas, castelos e histórias de amor, esse cenário europeu medieval foi ambientado dentro dos símbolos populares e adaptadas e absorvidas as danças nordestinas, como o xaxado, o maracatu, o frevo e outras; os espetáculos de mamulengos, do cavalo-marinho e do bumba-meu-boi; a música tradicional local com o uso da música modal e a mistura de instrumentos tradicionais com populares, como a rabeca e o alaúde árabe trazidos pelos portugueses, os pífanos indígenas e as zabumbas.

A peça de teatro *O Auto da Compadecida*, de Suassuna, apresenta um resumo da estética proposta pelo movimento. Talvez ouvir um pouco da influência árabe na música nordestina deixe o seu dia mais produtivo e feliz. Que tal abrir o seu YouTube e ouvir a música *Mourão*, do compositor Guerra-Peixe? Obrigado por chegar até aqui!



◆ Marcos Arakaki ◆

Maestro, professor e palestrante, é regente da Orquestra Parassinfônica de São Paulo e doutorando em Estudos Artísticos, na Universidade de Coimbra. Autor dos best-sellers *A História da Música Clássica Através da Linha do Tempo* e *Conhecendo a Orquestra – Os Instrumentos*.

📷 @arakakimarcos



Divulgação

VOLTA AO MUNDO A BORDO DE UM GIGANTE

Cruzeiro contorna 47 destinos em 139 dias, com um itinerário que navega por cinco continentes e três oceanos

Uma vida em alto mar, a bordo de um gigante de quase 300m. Essa é a proposta do navio Costa Deliziosa, da Costa Cruzeiros, que planeja **rodar o mundo entre novembro de 2026 e abril de 2027**. Ao todo, serão 139 dias de viagem, partindo de Savona, na Itália, cruzando cinco continentes, 29 países e 47 destinos, em uma viagem com escalas em alguns dos portos mais fascinantes do planeta.

Além do itinerário completo (de 139 dias saindo de Savona), na edição de 2027 também será possível reservar o trecho do cruzeiro de 100 dias com embarque em São Francisco, nos Estados Unidos, e visitando destinos entre Oceania, Ásia e África até o fim do cruzeiro, em Savona. A embarcação segue a temática **all inclusive**, e todas as refeições, bebidas e alas são livres.

“Com o Volta ao Mundo 2027, queremos oferecer uma experiência verdadeiramente única e inesquecível, combinando a exploração de lugares icônicos com a proposta de destinos exclusivos, alguns dos quais nunca foram alcançados antes por nossos itinerários. Com esta edição, queremos redefinir e inovar o conceito de viagem ao redor do mundo, oferecendo **uma experiência de vida única** para aqueles que sonham com uma aventura extraordinária e com a oportunidade de descobrir o mundo com a qualidade e a hospitalidade que distinguem a Costa Cruzeiros”, disse Luigi Stefanelli, vice-presidente de Vendas Mundiais da Costa Cruzeiros.

No roteiro está a Costa Leste de Nova York e Miami e, depois, a atmosfera da Costa Oeste, com longas escalas em São Francisco, San Diego e Los Angeles, onde é possível vivenciar uma espetacular véspera de Ano Novo e ainda embarcar em **passeios de helicóptero Overland** para descobrir o Grand Canyon e Las Vegas. Em seguida, passa pelo Havaí e segue para outros continentes como Oceania e Ásia, com paradas

na Austrália (Cairns), Japão, Hong Kong, Singapura, Vietnã e até Maldivas.

Já entre as peculiaridades do Costa Deliziosa está a oferta gastronômica, com uma variedade de opções culinárias para satisfazer todos os gostos. São bufês e restaurantes temáticos, de pratos italianos a internacionais – **como o Sushino at Costa**, para deliciosos pratos de sushi; ou **a Pizzeria Pummid'Oro**, para saborear a autêntica pizza italiana, e um refinado restaurante gourmet –, e bares temáticos para se relaxar com um aperitivo ou um coquetel.

Além disso, para entreter os passageiros, o Costa Deliziosa vai do relaxamento à diversão. Isso com seus móveis e decorações em vidro Murano ou os decks externos com nomes florais. Além de cabines elegantes e iluminadas, há o fascinante e romântico Sunset Bar, para aperitivos com vista para o mar, e os shows e espetáculos de dança e música ao vivo durante as noites.

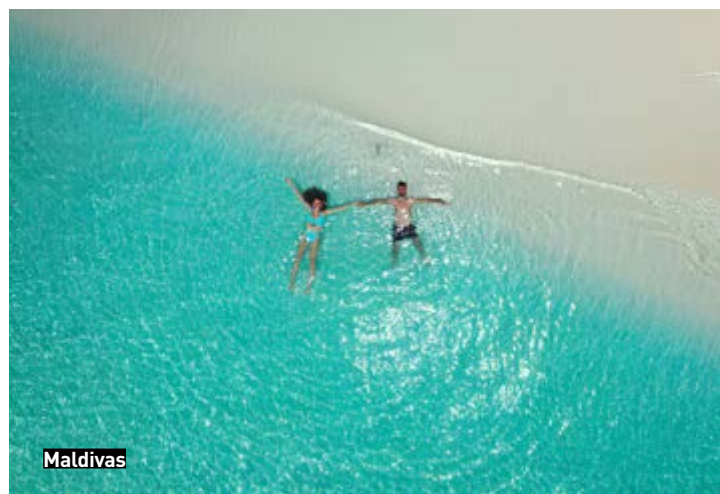
Mais informações no site Costa Cruzeiros e no portal Costa Extra, exclusivo para as agências de viagens. Italiana com sede em Gênova, a empresa também é responsável pelo **Carnival Corporation & plc**, o maior grupo de cruzeiros do mundo. Há mais de 75 anos, os navios da Costa percorrem os mares do mundo.



Luciano Mortula-LGM/AdobeStock



Tawattchai1990/AdobeStock



Buddha/AdobeStock



Pszabo/AdobeStock



◆ Ícaro Ambrósio ◆

Jornalista com MBA em Comunicação Estratégica e Branding. É ex-repórter da TV Alterosa, assessor de imprensa e especialista em roteiro e produções independentes de audiovisual.

📷 @icaroambrosio

BS Fotografias



Divulgação



BS Fotografias

MUNDIAL DE WAKEBOARD: 25 ANOS DE (MUITA) HISTÓRIA

Lagoa dos Ingleses é palco de campeonato internacional em sua 25ª edição; a competição apresenta o Brasil Wake Open e reafirma histórico de ser um dos melhores eventos da modalidade no mundo

À frente de um dos maiores campeonatos de wakeboard da história, Bruno Dib, organizador do evento e sócio da DIBBRA, prepara a próxima edição – que **ocorrerá de 16 a 18 de maio**, às margens da Lagoa dos Ingleses, em Nova Lima – em clima de celebração. Em 2024, a disputa contou com mais de cinco mil espectadores no total e um recorde de novos participantes.

Importante intercâmbio entre competidores e público de diversas partes do Brasil e do mundo, o Brasil Wake Open ocorre em três dias de programa-

ção intensa. Os espectadores poderão acompanhar não só a primeira etapa do Campeonato Brasileiro de Wakeboard, mas também a participação de alguns dos melhores riders do planeta, que prestigiam o Pro Worlds, evento homologado pela ABW e que conta pontos para o ranking mundial da IWWF (Federação Internacional de Wakeboard e Esqui Aquático).

Com uma estrutura completa de lazer e entretenimento, a edição de 2025 promete atrações para públicos diversos, incluindo **música, esportes, cultura e gastronomia, em um cenário deslumbrante**. A expectativa é que o número de atletas inscritos supere o recorde de 2024. Bruno Dib destaca que, além da diversidade de atrações, as competições também são uma importante plataforma para futuros campeões. “Temos grandes expectativas para esta edição, que contará com uma seletiva para os Jogos Pan-Americanos Sub-21 do próximo ano, no Paraguai. O evento ainda é rankeado no Circuito Mundial e válido para o Campeonato Brasileiro de Wakeboard”, afirma Dib.

25 anos de história

O Clube Serra da Moeda, localizado às margens da Lagoa dos Ingleses, é o berço do wakeboard em Minas Gerais e tem sido fundamental na formação de grandes atletas de ski aquático. Luciano Ballesteros, sócio do clube e um dos primeiros praticantes do esporte, ajudou a organizar, junto com os amigos Marco Paulo e Gustavo Penna, o primeiro campeonato de wakeboard na Lagoa dos Ingleses e ainda se consagrou campeão brasileiro adulto de 2000.

Surfista desde os anos 90, ele iniciou no esporte de forma improvisada, antes de se tornar uma referência na modalidade. “Eu surfava desde os 12 anos com meus primos no Rio, mas, quando chegava em BH, não havia muitas opções. Um amigo tinha um barco que vivia com problemas mecânicos, mesmo assim, a gente levava a prancha de surfe para tentar brincar. Junto com os atletas Marco Paulo e Gustavo Penna, retomamos o esporte anos depois, no fim dos anos 90, com uma prancha que viria a ser o protótipo do atual wakeboard, uma Skurfer”, conta Luciano.

“Em 2005, na época da recém-lançada revista Ragga, o atleta Felipe Penna, que na época era presidente da Associação Brasileira de Wakeboard, fez um convite para assumir a organização do evento. A partir daí, começamos a profissionalizar o campeonato, que até hoje segue uma fórmula híbrida, criando tendências e de olho no futuro, mas sempre valorizando nossa história. Já realizamos campeonatos regionais em Nova Lima, Itaúna e Escarpas do Lago, nacio-

nais, incluindo cidades como Florianópolis e Brasília, etapas do Wakeboard World Series em Nova Lima e na cidade de Valle de Bravo, México, uma etapa do Pan-Americano de wakeboard, além da única etapa do Campeonato Mundial de WakePark realizada no Brasil, no estado de São Paulo,” recorda Dib.

“Este campeonato foi fundamental para colocar o Brasil no radar do Wakeboard mundial.

No ano passado, atingimos um número expressivo de inscritos e sempre recebemos a presença de alguns dos melhores *riders* do mundo. No Brasil, nomes como Marcelo Giardi, o Marreco, Mariana Nep e o mineiro Henrique Daibert se destacam como fortes candidatos ao topo do pódio em 2025”, afirma Daniel Garcia, vice-presidente da Associação Brasileira de Wakeboard e membro do conselho mundial de wakeboard da IWWF.

Já são mais de duas décadas de campeonatos no Clube Serra da Moeda, e o organizador se prepara para um encontro especial. “Estamos planejando uma edição comemorativa de 25 anos desde o início do esporte no Clube Serra da Moeda, com homenagens e presenças especiais, sempre reforçando a importância da tradição. Acompanhamos e fizemos parte do desenvolvimento da região da Lagoa dos Ingleses, levando um estilo de vida que se tornou referência para gerações. É um grande privilégio sediar um evento de tamanha magnitude no estado, tendo **Nova Lima como cidade-sede do maior campeonato de wakeboard do Brasil**”, finaliza Bruno Dib.



Fotos: Divulgação

Carlos Penna: *forma, gesto e expansão*

Por mais de uma década, Carlos Penna tem desafiado os limites entre moda, arte e design com uma marca que habita o território do sensorial e do simbólico. Agora, com **espaços em Belo Horizonte e São Paulo**, ele se prepara para inaugurar um novo endereço na capital paulista — o maior da marca até hoje. Não se trata apenas de uma loja, mas de um espaço vivo, pensado para ativações, colaborações e experiências imersivas. A abertura marca uma nova fase do designer, que segue expandindo o universo Carlos Penna sem perder a coerência de linguagem. “É um lugar onde a marca pode se expandir não apenas fisicamente, mas conceitualmente”, diz ele.



“A moda entrou na minha vida como um desdobramento natural do desejo de construir. O design passou a ser uma linguagem para expressar o que ainda não havia sido dito.” ◆

Carlos Penna iniciou sua trajetória de forma intuitiva; primeiro na Arquitetura, depois na Moda até chegar ao Design de Joias. Contudo, mais do que títulos ou formações, **o que guia seu trabalho é a arte**. Artistas como Hélio Oiticica, Lygia Clark e Louise Bourgeois moldaram o pensamento estético da marca, que explora as relações entre corpo, espaço e matéria. “A moda entrou na minha vida como um desdobramento natural do desejo de construir. O design passou a ser uma linguagem para expressar o que ainda não havia sido dito.”

Sua formação acadêmica passa pela Arquitetura, Moda e Design de Joias, mas é a arte contemporânea que dá a tônica do seu fazer. Com referências que vão de instalações sensoriais a esculturas corporais, Penna desenvolveu uma linguagem própria, em que **o acessório é também gesto, discurso e presença**. “A peça precisa emocionar e, ao mesmo tempo, acompanhar. Precisa ter presença, mas também liberdade.”

A marca Carlos Penna se estrutura como um campo de experimentação, onde a matéria nunca é apenas suporte, mas linguagem. “Nosso trabalho parte do desejo de provocar uma reação sensorial. Pode ser o brilho de uma superfície áspera, a curva inesperada de uma estrutura urbana ou um gesto cotidiano.

“No ateliê, a ideia ganha forma no toque, no erro, na escuta do material. É um processo que mistura impulso e precisão, em que a peça final carrega a memória do corpo que a moldou.

Esse desejo de cruzar fronteiras também está presente no novo endereço em São Paulo. Ali, além das coleções de joias e esculturas corporais, serão apresentadas linhas de aromas, objetos de decoração e produtos de coautoria. **O espaço funcionará como loja, mas também como galeria e plataforma de encontros**. “Queremos que seja um ponto de conexão para pessoas criativas, um espaço em constante transformação.”

O projeto arquitetônico reflete essa busca por uma experiência lúdica e deslocada: superfícies metálicas, estruturas que parecem suspensas, um branco absoluto que funciona como campo de pos-

sibilidades. “É quase como uma odisseia no espaço tropical. Um ambiente futurista, mas com sotaque brasileiro.”

A proposta é que o espaço acolha novas linguagens que dialogam com o universo da marca — arte, moda, arquitetura, som, cheiro e gesto. **Haverá cursos, lançamentos, ativações sensoriais, encontros com artistas e projetos colaborativos**. A ambientação minimalista provoca o olhar e amplia a experiência de quem passa por ali.

A loja também marcará o lançamento de novas linhas da marca, como a coleção olfativa **Aurum**, criada em parceria com a Saboaria Brasil, que traz um perfume exclusivo com identidade visual assinada. Ela será apresentada ao lado de sabonetes, sprays e produtos de bem-estar. Haverá também o lançamento das primeiras **bolsas** da marca e a estreia no universo do mobiliário, com peças que exploram o gesto escultural aplicado ao design de interiores. A interseção entre diferentes disciplinas é uma das

principais forças da marca, que encontra justamente no hibridismo um terreno fértil para criar.

No exterior, Carlos Penna tem conquistado espaço com sua linguagem autoral. A marca já participou de semanas de moda em Paris, Milão, Londres, Nova York e Copenhagen, e colaborou com nomes como a estilista Ka-

roline Vitto. Em 2023, uma parceria com a ANDRE-ADAMO, em Milão, colocou suas peças na passarela em tempo recorde. “Estávamos em Milão e tivemos quatro dias para desenvolver tudo. Foi intenso, mas inesquecível.”

O convite surgiu de forma inesperada, e a equipe correu para produzir tudo entre a fábrica em Ipatinga (MG) e o ateliê em São Paulo. “Foi exatamente o tipo de surpresa que gosto de viver: aquelas que nos tiram da zona de conforto e provam que estamos prontos para qualquer cenário.”

Essas experiências internacionais reforçaram a ideia de que existe um espaço aberto para uma estética brasileira não caricata. “O público de fora se encanta com o nosso olhar desobediente, com o uso de materiais pouco convencionais e com a liberdade de misturar arte, joalheria e moda.”

*Estávamos em Milão
[...]. Foi intenso, mas
inesquecível.” ◆*



Fotos: Leca Novo

Suas criações já foram usadas por figuras como Ivete Sangalo, Pablllo Vittar, Claudia Raia, Camila Pitanga, Xuxa, Erykah Badu, Sevdaliza, Ashley Graham e Barbie Ferreira.

Cada conexão, segundo ele, acontece de forma orgânica, por meio de stylists, produtores ou da curiosidade direta das artistas. “Quando essas pessoas escolhem usar Carlos Penna, ajudam a levar nossa visão para mais longe. A peça deixa de ser acessório e vira discurso.”

Camila Pitanga, por exemplo, usou acessórios da marca para compor a personagem Lola, na novela de grande sucesso da Max, *Beleza Fatal*. Ivete Sangalo escolheu um brinco especial para o show de 30 anos de carreira no Maracanã. Já Xuxa, ao usar uma peça no dia do próprio aniversário, acabou gerando até teoria da conspiração por causa do formato do acessório. “Acabamos, sem querer, nos tornando parte do folclore pop.”

Entre os projetos futuros estão colaborações com nomes como Luiz Cláudio, da Apartamento 03, e o lançamento de uma **linha de luminárias**. A marca

também quer entrar no universo do mobiliário.

“Estamos com os pés no chão, mas com os olhos bem atentos a tudo que ainda podemos ser.”

Processo criativo

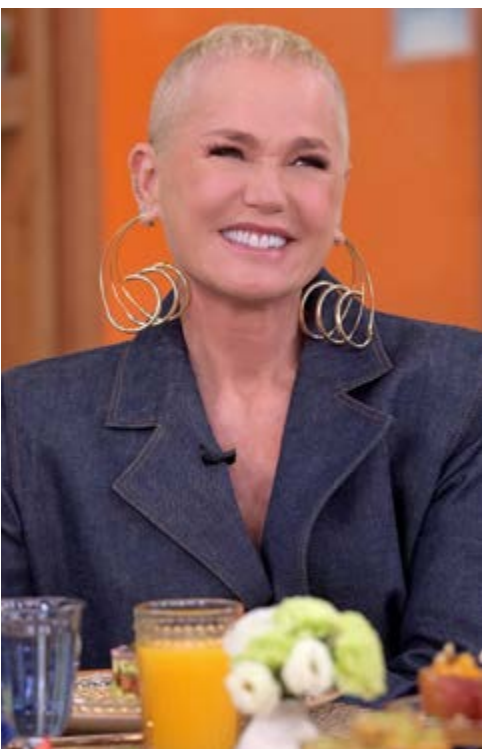
Carlos Penna acredita na escuta como motor criativo: escuta do corpo, da matéria, da equipe, do tempo. Seu processo é coletivo, com envolvimento direto do ateliê e da fábrica em Ipatinga, em Minas Gerais. “Nada acontece sozinho. A equipe participa ativamente de todas as etapas, e muitas vezes as soluções mais potentes surgem justamente da troca.”

As coleções nascem tanto de impulsos espontâneos quanto de processos estruturados. Uma textura no chão, uma dobra na roupa ou um abraço podem se tornar pontos de partida. “Criar, para mim, é estar atento ao que está ao redor. É uma forma de escuta.”

Para o futuro, o desejo é seguir expandindo com sentido. “Queremos estar em lugares que façam sentido com nossa linguagem. Mais do que chegar rápido, queremos chegar da forma certa.” E se perguntado sobre o que ainda o instiga depois de tantos



Ester Mendes



***“O público de fora
se encanta com o nosso
olhar desobediente,
com o uso de materiais
pouco convencionais
e com a liberdade
de misturar arte,
joalheria e moda.”***



Fotos: Reprodução Instagram

anos, ele responde sem hesitar: “Saber que ainda não esgotei as possibilidades. Enquanto houver matéria, ideia e afeto, ainda tem muito o que fazer.”

Carlos Penna também se mostra aberto a **novas linguagens e colaborações** inusitadas. Para ele, moda e design não devem habitar zonas de conforto. “A potência está no encontro entre opostos, no ruído, no imprevisto, no que escapa da previsão. A beleza nem sempre está no controle — às vezes, ela mora no acidente.”

A trajetória do designer é marcada por coerência, inquietação e generosidade estética. Sua marca, mais do que um nome, é uma linguagem. E essa linguagem segue ganhando corpo — em cada peça, em cada espaço, em cada nova ideia que se transforma em forma.

Ao longo da conversa, fica evidente que não se trata apenas de lançar produtos ou ocupar espa-

ços comerciais. **A marca Carlos Penna é, antes de tudo, uma postura diante do mundo.** Um modo de criar com escuta, de habitar o tempo com delicadeza e de se relacionar com o outro por meio da forma. Há um compromisso com a sensibilidade, com o detalhe, com a honestidade estética.

Seus acessórios, objetos e projetos não têm a pretensão de serem definitivos. São, ao contrário, convites ao movimento, à transformação, à possibilidade. Cada peça carrega algo que transborda sua materialidade — uma história, uma ideia, um gesto. Talvez por isso tantas pessoas, dos mais diferentes estilos, se reconheçam nelas. E talvez por isso a marca tenha encontrado um lugar tão particular dentro do universo do design brasileiro.

No momento em que inaugura seu novo espaço em São Paulo, Carlos Penna reafirma aquilo que vem construindo há anos: um trabalho que pulsa, que arrisca, que escuta. Uma marca que desafia categorias, atravessa linguagens e insiste em criar beleza onde menos se espera. Um nome que já é, há muito tempo, sinônimo de linguagem própria e presença afetiva. Um autor cuja obra não se contenta com o óbvio e que seguirá sendo, peça a peça, espaço a espaço, **um dos principais nomes do design contemporâneo brasileiro.**

O futuro da marca aponta para uma presença cada vez mais híbrida e interativa, em que a experiência do público com as criações seja tão relevante quanto os próprios objetos. Com atenção ao detalhe e sensibilidade à forma, Carlos Penna está esculpindo, mais do que acessórios ou ambientes, uma visão generosa e provocadora de mundo. Em tempos de excesso e repetição, sua proposta de criar com profundidade e intenção oferece um respiro — um convite à atenção, ao gesto, ao olhar que se demora. E isso, hoje, é tão raro quanto precioso.

Mais do que uma marca, Carlos Penna se estabelece como um território criativo em expansão, onde o tempo é matéria-prima e cada detalhe importa. Seu trabalho nos lembra de que o design pode ser íntimo, sensorial, poético — e que beleza também é gesto, processo, escuta.

A nova fase da marca, com um espaço ampliado em São Paulo e o diálogo cada vez mais intenso com outras linguagens e territórios, aponta para um futuro generoso. **Um futuro onde vestir é também experimentar, pensar, sentir.**



Reprodução Instagram

*“Criar, para mim, é estar
atento ao que está ao redor.
É uma forma de escuta.” ♦*



O SONO EM PAUTA DE SAÚDE, BEM-ESTAR E NEGÓCIOS

Referência nacional em fisioterapia do sono, Dra. Renata Aurichio nos conta sobre sua trajetória e os desafios da vida de mãe, empreendedora, fisioterapeuta e coordenadora do Serviço de Fisioterapia em Sono na Rede Mater Dei de Saúde

Essencial para a saúde e o bem-estar, o sono ainda não é prioridade na vida de muitas pessoas, o que traz consequências para a saúde física, mental e emocional. Dra. Renata Aurichio, fisioterapeuta certificada pela Academia Brasileira do Sono, é uma das grandes vozes dessa área no Brasil. Com anos de experiência, além de tratar pacientes em seu consultório e coordenar a área de Fisioterapia do Sono na Rede Mater Dei de Saúde, Renata também capacita profissionais e gerencia a sua própria empresa, a Primar Saúde do Sono Ltda. E nesta entrevista exclusiva, Dra. Renata nos conta sobre sua trajetória. Confira!

BEMVINDA: Você atua na fisioterapia desde que se formou na universidade, em 2008, sempre focada nos distúrbios respiratórios do sono. O que despertou seu interesse pela área e como foi sua trajetória até se tornar referência?

DRA. RENATA AURICHIO: Desde a universidade, o sistema respiratório me fascina. Em 2007, durante um congresso internacional de pneumologia, ouvi a frase “*Breathing after breathing*”, e aquilo me marcou profundamente. Era como se o pulmão, com toda a sua elasticidade, complacência e maestria, estivesse me mostrando que o tempo era a resposta para tudo. Comecei a minha carreira em unidades de terapia intensiva, mas percebi que os plantões somados às cargas horárias diurnas estavam prejudicando a minha saúde. Foi então que entrei para uma empresa nacional de aparelhos auditivos, para estruturar e dar início ao serviço comercial de CPAPs (*Continuous Positive Airway Pressure* – ou Pressão Positiva Contínua nas Vias Aéreas). Trabalhei por anos com atendimento ao cliente, ministrei palestras para residentes de otorrinolaringologia e pneumologia das principais instituições de medicina do país e participei de projetos de expansão de negócio. Meu trabalho me tornou conhecida no setor de transtornos do sono e me permitiu construir uma rede sólida de contatos.

“Meu trabalho me tornou conhecida no setor de transtornos do sono e me permitiu construir uma rede sólida de contatos.” ♦

BV: Você é mãe de duas meninas e, durante a pandemia, enfrentou o desafio de se recolocar no mercado e acabou tendo a coragem de empreender. Como foi essa virada de chave para criar a Primar Saúde do Sono Ltda. e quais foram os principais obstáculos e aprendizados, que sempre existem no empreendedorismo?

RA: Fui desligada logo no início da pandemia da Covid-19. Recém-divorciada, com duas crianças pequenas e em plena pandemia, não conseguia recolocação no mercado. As empresas não estavam priorizando a contratação para cargos com alta remuneração e, quando comecei a buscar vagas na área assistencial, como fisioterapeuta, cheguei a ouvir que algumas não eram “adequadas” para mim e que as vagas estavam aquém do meu perfil, o que era frustrante. Quando fiquei sem opção, decidi criar minha própria empresa. Em janeiro de 2021 nasceu a Primar Saúde do Sono Ltda., com a missão de promover a melhor experiência no tratamento dos distúrbios respiratórios do sono

aos nossos clientes, por meio de soluções acessíveis e do desenvolvimento de treinamentos interdisciplinares para os profissionais da área. Até hoje o maior desafio dessa empreitada foi lidar com a burocracia e a área contábil, mas já superamos essa fase.

BV: Muitas pessoas ainda não conhecem o papel da fisioterapia do sono nem relacionam a má qualidade deste a danos na saúde física, mental e emocional. Como esse tratamento pode impactar a qualidade de vida dos pacientes e quais são os principais benefícios do CPAP para quem sofre de apneia?

RA: A apneia atinge 30% da população brasileira, sendo o segundo distúrbio do sono mais comum do país, atrás apenas da insônia. O tratamento padrão-ouro para a apneia é o CPAP, um equipamento de pressão positiva ligado à via aérea dos pacientes por meio de uma máscara, que deve ser usado durante todo o período de sono, seja diurno ou noturno. Cada paciente

tem necessidades e dificuldades específicas, o que exige a personalização do tratamento, uma avaliação detalhada e um acompanhamento constante. É um verdadeiro desafio essa rotina. Os benefícios são inúmeros. Melhora a performance cognitiva, o humor, a disposição, e pode contribuir até para a redução da pressão arterial e dos riscos de morte súbita. Ter bons períodos de sono é mais importante do que a maioria da população pode imaginar. São benefícios para a vida. Precisamos aumentar a conscientização das pessoas e dos profissionais da área da saúde sobre esses benefícios, por meio de educação, informação, campanhas e treinamentos.

BV: A adesão ao CPAP é um grande desafio, mas seus índices são bastante positivos. Qual abordagem você adota para garantir que os pacientes sigam o

tratamento corretamente e obtenham bons resultados?

RA: Envolver o paciente e seus familiares faz toda a diferença. Nossos índices de adesão ao CPAP são superiores a 82%, justamente porque oferecemos acompanhamento contínuo e suporte personalizado, otimizando continuamente, reduzindo custos e aumentando a eficiência do tratamento. Fazer parte integralmente dessa jornada e envolver todas as pessoas que estão ao redor do paciente, seja no convívio social ou assistencial, desmistifica o estereótipo do tratamento como desafiador e, quando ele percebe os benefícios no dia a dia, compromete-se mais e constrói uma trajetória sólida em cuidados com a saúde no geral.

“A Primar Saúde do Sono Ltda. tem a missão de promover a melhor experiência no tratamento dos distúrbios respiratórios.” ♦



BV: Além do seu próprio consultório, você coordena o Serviço de Fisioterapia em Sono na Rede Mater Dei de Saúde e está junto a uma equipe multidisciplinar dentro do hospital. Como essa abordagem integrada melhora os resultados dos pacientes?

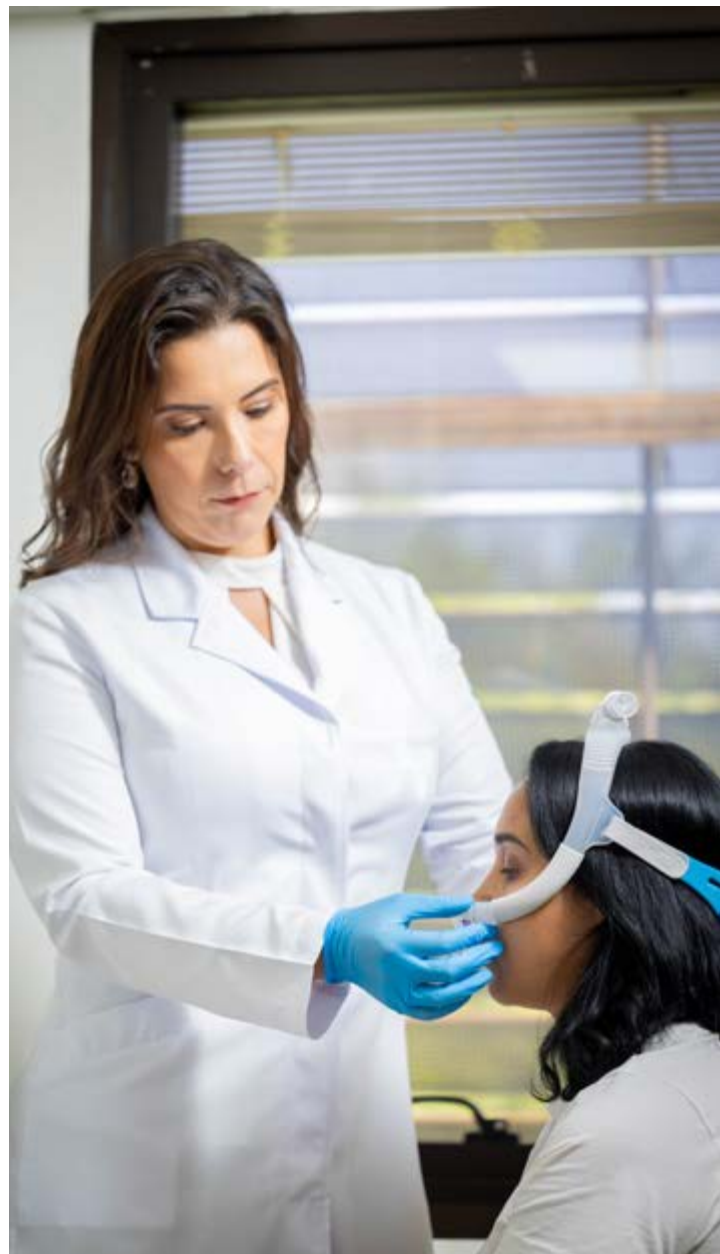
RA: Os transtornos do sono envolvem fatores biológicos, psicológicos e comportamentais. Por isso, o trabalho integrado de profissionais como fisioterapeutas, médicos, psicólogos, nutricionistas e fonoaudiólogos é fundamental. Cada pessoa tem necessidades e expectativas diferentes, o que exige que a equipe se adapte caso a caso. Fatores como a faixa etária, a condição de saúde, o tipo de transtorno do sono e o nível de comprometimento do paciente, tudo isso influencia na abordagem.

BV: Você criou um modelo de consultoria e treinamento em negócios para fisioterapeutas e profissionais interessados na área do sono. Quais dicas você daria para os profissionais que estão ingressando nesse mercado?

RA: O campo da fisioterapia do sono é vasto e promissor. É possível atuar no diagnóstico (laboratórios de polissonografia e dispositivos de triagem domiciliar), no tratamento (consultórios, ambulatórios e clínicas) ou no setor comercial (representação de equipamentos, vendas e locações). Todas essas alternativas deixam os profissionais à deriva e com receio de fazerem investimentos de alto risco. Independentemente da escolha, é fundamental manter uma atuação ética e humanizada. Outra sugestão é construir uma rede de contatos com outros profissionais da área da saúde, participar de associações profissionais e investir em educação contínua. Tudo isso pode abrir portas para oportunidades de crescimento.

BV: Você é mãe de duas meninas e, além do consultório e do hospital, ainda gerencia sua própria empresa. Como equilibrar essas múltiplas funções? O que você faz para conseguir manter a sua rotina?

RA: Costumo dizer que não tenho clientes, tenho amigos. Consigo conciliar a minha agenda profissional e a minha vida pessoal criando uma forte aliança terapêutica, em que sempre transmito confiança e harmonia. O grande segredo está na organização e na



“A apneia atinge 30% da população brasileira, sendo o segundo distúrbio do sono mais comum do país, atrás apenas da insônia.” ♦



“Ter bons períodos de sono é mais importante do que a maioria da população pode imaginar. São benefícios para a vida.” ♦

definição de prioridades. Demorou, mas consegui até conciliar o meu MBA em Gestão de Saúde, que estou cursando pela USP. Apenas o primeiro de muitos que estão no meu radar. Tenho uma rotina bem estruturada, incluindo dias reservados para as crianças e autocuidado. Além disso, sou rigorosa com o sono. É prioridade na rotina da minha casa. Uma boa noite de descanso é essencial para manter a minha produtividade e bem-estar; e o mesmo acontece com as crianças, desde a primeira infância.

BV: Você construiu uma trajetória de muita dedicação e hoje está colhendo os frutos do seu trabalho. Quais são seus próximos passos profissionais e como você enxerga o futuro da fisioterapia do sono no Brasil?

RA: A cada novo degrau, a cada novo desafio, me sinto mais instigada, mais entusiasmada e mais determinada. É um ciclo vicioso e muito gratificante para mim! O futuro da fisioterapia do sono é promissor, principalmente com o crescente reconhecimento da impor-

tância do sono para a saúde. Com a combinação de avanços tecnológicos e abordagens multidisciplinares, sinto que estamos em franca expansão. Os transtornos do sono trazem consequências para os pacientes que podem abranger diversas áreas da saúde. Nesse cenário, temos lacunas de conhecimento que podem ser exploradas para minimizar diagnósticos imprecisos, tratamentos ineficazes e inadequados para casos específicos. Precisamos seguir transformando vidas e contribuindo para um futuro em que o sono seja tratado com a importância que merece. Claro, sempre com dedicação, compromisso com a saúde e humanização.

Dra. Renata Aurichio

Crefito 4 - 124531F | (31) 99126-2497

www.renataaurichio.com

@fisiorenataaurichio

IMPACTO QUE ENCANTA

Em um cenário no qual a competição é intensa e o tempo do consumidor é cada vez mais precioso, a vitrine assume o papel de uma ponte decisiva entre o ponto de venda e o cliente. Um design bem elaborado não apenas destaca os produtos, mas também constrói uma narrativa visual que comunica exclusividade, valor e urgência. Cada detalhe – da disposição dos itens à seleção das cores, iluminação e acessórios – é pensado para despertar o interesse imediato e incentivar a ação.

Ao exibir combinações de produtos e demonstrar aplicações práticas, a vitrine transcende a função meramente decorativa. Ela **transforma o olhar do consumidor em uma experiência sensorial**, permitindo que este imagine o uso dos produtos em seu dia a dia. Essa comunicação visual e conceitual é a essência do visual merchandising, uma estratégia de marketing que se utiliza do design para criar uma experiência de compra única e marcante.

Especialmente em datas comemorativas, quando o emocional se intensifica, uma vitrine temática se torna ainda mais estratégica. Em ocasiões como o **Dia das Mães ou o Dia dos Namorados**, a vitrine pode capturar o carinho e a comoção do público, reforçando a identidade da marca e diferenciando-a num mercado competitivo. Essa conexão emocional não só valoriza o produto, mas também fortalece a relação entre o consumidor e a loja, promovendo um retorno rápido e eficaz no investimento.

Investir em uma vitrine bem planejada é apostar em uma ferramenta de marketing poderosa, que alia design e emoção para transformar o ambiente da loja e converter a curiosidade em decisão de compra.



◆ Samuel Freitas ◆

É arquiteto e urbanista, especialista em comunicação visual com foco em viabilidade, execução de projetos e consultoria técnica. Vasta experiência nos métodos construtivos da área.

📷 @cia.da.cor



CÃES E CRIANÇAS

Dicas para criar um relacionamento harmonioso

A convivência entre cães e crianças pode ser uma fonte inesgotável de alegria, experiências e amor. E, claro, hoje o pet já faz parte da nossa família. Por isso, tão importante quanto desenvolver essa convivência, é torná-la segura e harmoniosa para todos. E aí? Bora focar nestas dicas?

Supervisão constante: Antes de tudo, supervisão! As interações entre cães e crianças devem ser acompanhadas e instruídas o tempo todo, especialmente quando a criança é muito pequena. Nunca deixe crianças sozinhas com um cão sem a presença de um adulto responsável, para garantir que as brincadeiras não saiam do controle.

Ensinar limites: Eles não são brinquedos! Muitos acidentes acontecem quando a criança, de forma

ingênua, acaba gerando desconforto ao cão, com abordagens inadequadas, nas brincadeiras e nos toques em momentos impróprios. Por isso, explique que não se deve puxar o rabo, as orelhas, ou apertar o cachorro – muito menos bater, né, gente? Alguns movimentos ríspidos e inesperados podem fazer o bichinho interpretar a ação como uma ameaça e, assim, reagir. Foca na segurança, hein?

Adultos precisam conhecer a linguagem do cão: É importante que o adulto que estiver acompanhando a convivência conheça bem a linguagem corporal do cachorro, porque ele dá sinais de que não está se sentindo confortável em determinada abordagem. A criança não tem condição de interpretar essa linguagem nem de avaliar os riscos.

Educação e treinamento: Treinar o cão, ensiná-lo comandos básicos e criar uma rotina para ele, independentemente da criança, pode ser o “pulo do gato”. Cachorros precisam conviver com outros de sua espécie, para que tenham qualidade de vida. Evita que eles fiquem frustrados, ansiosos e até reativos. Isso pode ajudar a controlar o seu bichinho em situações diversas.

Espaços delimitados: Tanto o cão quanto a criança precisam de seu próprio espaço. Assegure que o cachorro tenha um local tranquilo onde possa se retirar quando precisar de um tempo sozinho. Da mesma forma, crie lugares seguros para a criança brincar sem a interferência do cachorro, especialmente quando estiver manipulando brinquedos pequenos ou delicados.

A chave para um relacionamento harmonioso entre cães e crianças está no equilíbrio entre supervisão, educação e respeito. É possível criar um ambiente onde ambos se sintam seguros e amados, fortalecendo o vínculo familiar. Um cão bem-educado e uma criança consciente formam uma dupla inseparável, trazendo felicidade e companheirismo para toda a família.



◆ Leonardo Martins ◆

É comportamentalista e educador de cães. Idealizador e CEO do Vivenda Pet Care, uma creche e hotel para cães em Belo Horizonte/MG, com vasta experiência técnica no manejo, adestramento e bem-estar de cães, também na gestão de daycare e pet hotel.

📷 @vivendapetcare

Educação dos filhos é para sempre.

Fazer Kumon é o máximo



Você segura na mão e leva seu filho pelo caminho. Se há um obstáculo, a mão segura mais forte, dá suporte.

É nessa hora, e em cada conquista, que o Kumon está ao lado de vocês. Estimulando nos estudos, ajudando a superar desafios, estabelecendo laços fortes.

Porque nosso método é um aliado para a vida.

**Matrículas abertas
o ano todo.**

**inglês português
matemática**



Unidade Santo Agostinho - Mato Grosso

☎ (31) 3646-4066 @ @kumonsantoagostinho

Rua Mato Grosso, 860 - Santo Agostinho, Belo Horizonte - MG

KUMON

CRESCIMENTO RUMO À ESTABILIDADE

O poder da gestão, finanças e RH no sucesso empresarial

No Clube Tô Rica, o networking vai além do simples contato: ele promove conexões estratégicas que impulsionam negócios e transformam carreiras. Neste mês, destacamos três associadas que, cada uma em sua área, ajudam empreendedores e empresas a alcançarem alta performance: Deyse Marinho, Ana Luiza Kamel e Jéssica Rodrigues.

Deyse Marinho (@deymarinho) é especialista em consultoria, mentoria e treinamento, focando no crescimento e na performance empresarial. Utilizando ferramentas de gestão e liderança, além de aplicar o método CIS Assessment, ela **auxilia empresários a organizarem seus processos e desenvolverem habilidades que potencializam resultados**. Sua missão é clara: transformar negócios para que alcancem níveis superiores de produtividade e sucesso.

No caminho da estabilidade financeira, **Ana Luiza Kamel** (@consultorakamel) atua como consultora financeira com mais de cinco anos de experiência no mercado. Com uma abordagem personalizada, ela analisa a realidade de cada cliente, identificando oportunidades de economia e investimentos que fazem sentido para seus objetivos. Criando um planejamento financeiro 360°, Ana Luiza **ajuda seus clientes a estabelecerem metas reais e traçar estratégias eficientes** para uma vida financeira saudável e próspera.

Já no universo do capital humano, **Jéssica Rodrigues** (@jessicarodriguesconsultoriarh) faz



Deyse, Ana Luiza e Jéssica

a diferença no recrutamento e seleção de talentos. Com 15 anos de experiência em RH e um MBA em Gestão de Pessoas e Processos, ela **auxilia empresas a montarem equipes de sucesso**. Seu trabalho inclui a aplicação do método DISC, que identifica o perfil comportamental dos candidatos, garantindo que as contratações sejam estratégicas e alinhadas às necessidades do negócio. Para Jéssica, um processo seletivo bem estruturado é a base para a construção de equipes eficientes e engajadas.

No Tô Rica, o crescimento profissional e empresarial caminha lado a lado com a colaboração e o aprendizado mútuo. Deyse, Ana Luiza e Jéssica são exemplos de mulheres que, com seu conhecimento e experiência, fortalecem o ecossistema empreendedor feminino, mostrando que, com as estratégias certas, é possível alcançar alta performance, estabilidade e equipes de sucesso.



◆ Renata e Daniela Barra ◆

Renata e Daniela Barra são duas irmãs que, após anos em profissões tradicionais, medicina e engenharia civil, decidiram mudar o rumo de suas vidas e empreender no ramo de semijoias. Apaixonaram-se por essa nova vida e descobriram, no networking, o melhor e mais rápido caminho para atingir o sucesso, criando assim o Grupo Tô Rica.

📷 @toricanapratica

CONECTANDO VOCÊ AO MELHOR DA COMUNICAÇÃO **ONLINE E OFFLINE**

Online ou offline, nós estamos onde o seu público está. Unimos o melhor do digital com a força do offline para transformar sua marca em algo **memorável**, onde quer que seu público esteja. De campanhas digitais a eventos presenciais, nós fazemos mais do que conectar: **nós impactamos**. Seja visto, seja lembrado.

Você está pronto para transformar a sua comunicação? *Entre em contato e descubra como não ser esquecido*





Por que participar?

Se você:

- Tem uma ideia, mas não sabe por onde começar;
- Sente-se sobrecarregada por incertezas ou autocobrança;
- Quer transformar ansiedade em aliada...

...este é seu espaço para respirar e agir.

O que você vai aprender?

1. **Propósito e objetivos:** da paixão ao modelo de negócio.
 2. **Estrutura do negócio:** precificação, proposta de valor e diferenciação.
 3. **Marketing digital:** estratégias práticas para atrair clientes.
 4. **Gestão do tempo:** produtividade sem abrir mão do bem-estar.
 5. **Resiliência empreendedora:** técnicas para lidar com desafios emocionais.
- Tudo 100% prático, adaptado ao seu ritmo.

Vamos juntas?

Se está cansada de adiar seus sonhos, este é **seu momento**. A ansiedade pode ser o impulso que faltava para agir.

Meu convite: respire fundo, dê o primeiro passo e deixe-me guiá-la nessa jornada. Entre em contato comigo e comece hoje!

Sua história de sucesso espera por você!

EMPREENDA (MESMO) COM ANSIEDADE

Transforme sonhos em negócios

Querida empreendedora,

Se você tem um sonho engavetado ou um negócio que precisa crescer, mas a ansiedade trava seus passos, eu entendo. Já vivi isso. Como CEO do Grupo LL Comunica (LL Cultural, Massai Tech e Alô Produção), aprendi a transformar a ansiedade em combustível para criar negócios inovadores. Hoje ensino você a empreender com autoconfiança, mesmo quando a mente parece sabotar seu potencial. A mentoria **Empreenda (Mesmo) com Ansiedade** nasceu para unir estratégia de negócios e inteligência emocional. Não é sobre perfeição, mas sobre ação.



◆ Luciana Leitte ◆

Empreendedora indicada ao Women that Build Awards 2023 da Globant – prêmio internacional que celebra mulheres que fazem a diferença no setor de tecnologia. CEO do Grupo LL Comunica, detentor das empresas LL Cultural, Massai Tech e Alô Produção.

📱 @lucianaleitte | @grupollcomunica

DESTRUIÇÃO CRIATIVA E MELHORIAS CONTÍNUAS

Empreendedorismo, inovação e tecnologia

Nas edições anteriores, destacamos a importância da liderança digital e, apesar das dúvidas sobre seu impacto nos negócios, uma coisa é certa: ela é a combinação de visão estratégica, adaptabilidade e a capacidade de impulsionar mudanças, alcançando os objetivos organizacionais de forma assertiva.

Ao falar de **liderança e revolução digital**, não podemos deixar de abordar o conceito de “destruição criativa”, que está diretamente relacionado ao dinamismo e evolução constante do mercado, impulsionados pela competitividade.

Esse dinamismo é alimentado pela destruição criativa, um processo no qual o empreendedor assume o papel de protagonista, buscando incessantemente a inovação. O economista austríaco Joseph Schumpeter cunhou o termo em 1942 para descrever as transformações causadas por empreendedores que criam novos produtos ou formas de produzi-los, resultando em mudanças duradouras, até que um novo ciclo surja, superando as soluções anteriores.

A destruição criativa ocorre quando novas tecnologias encontram viabilidade de mercado, tornando obsoletas as antigas. Esse processo pode parecer contraintuitivo, mas grandes empresas de tecnologia o adotam diariamente: elas destroem seus próprios produtos para dar lugar à **inovação**, que é a **força propulsora do progresso**.



Os empreendedores inovadores são capazes de identificar produtos com vantagens competitivas em relação aos concorrentes defasados tecnologicamente. Aprender e desenvolver novas competências deixou de ser uma escolha e se tornou uma necessidade. Adaptar-se às mudanças e atualizações se tornou a regra, não a exceção.

Esses empreendedores compreendem e “sonham” com o ciclo de introdução e desaparecimento das inovações, afastando-se da lógica tradicional de concorrência baseada em preços. Comprovam, assim, a perda de força frente às ofertas fundamentadas na inovação da destruição criativa.

Em resumo, os conceitos discutidos ressaltam a importância vital da inovação e o papel essencial do **empreendedor inovador**. A capacidade de superar desafios e promover mudanças é, sem dúvida, o verdadeiro motor do progresso, moldando o futuro dos negócios e da sociedade.



◆ Louise Amaral ◆

É arquiteta urbanista, por formação, especialista em Gestão de Negócios pela FDC, CEO da Mais Mineiro Pão de Queijo e gestora de empresas no ramo de alimentos.

📷 @louiseamaraloficial | @maismineirooficial

◆ liderança

POR David Braga FOTO Saksit/AdobeStock



LÍDER É QUEM INSPIRA, E NÃO QUEM DÁ ORDENS

A liderança inspiradora vai além da simples presença de um líder; trata-se de cultivar um ambiente onde os colaboradores se sintam motivados a dar o seu melhor. Para alcançar esse ideal, um líder deve ter uma visão clara e a habilidade de comunicá-la de maneira eficaz. Essa visão não deve ser restrita a metas de curto prazo, mas deve abranger um propósito maior do que a equipe pode conquistar em conjunto. A comunicação apaixonada e autêntica desta visão cria uma conexão emocional entre líder e liderados, promovendo maior motivação e engajamento.

Saiba que construir **uma cultura positiva é fundamental para a liderança inspiradora**. Enfoques em valores como respeito, empatia e gratidão criam um ambiente acolhedor e motivador. Líderes inspiradores devem ser exemplos a serem seguidos, demonstrando integridade e comprometimento com os valores da organização.

Conheça seus liderados

Um aspecto crucial da liderança é o entendimento profundo dos membros da equipe. Ouvir ativamente, compreender aspirações, desafios e habilidades individuais é fundamental. Quando um líder demonstra um verdadeiro interesse pelas suas pessoas, estabelece um relacionamento de confiança. Esse vínculo é essencial, pois uma equipe que se sente compreendida e respeitada tende a se comprometer mais com o trabalho e a buscar inovações. Reuniões individuais se tornam uma ferramenta valiosa para explorar as paixões e motivações de cada colaborador.

Promova o aprendizado

Criar um ambiente propício ao crescimento e aprendizado contínuo é vital para inspirar as pessoas. Isso envolve oferecer oportunidades de desenvolvimento, como treinamentos, workshops e mentorias. Um líder deve **incentivar a experimentação e encorajar a aceitação de falhas como parte do processo de aprendizado**. Celebrar conquistas, mesmo as pequenas, e reconhecer o esforço dos colaboradores contribui para um clima organizacional positivo, em que todos se sentem engajados na jornada comum.

Dê autonomia

Para que a inspiração se concretize, é essencial que o líder ofereça autonomia no trabalho. Isso significa confiar nos colaboradores, para que eles possam tomar decisões e assumir responsabilidades em suas atividades. Um líder que delega e capacita, efetivamente, permite que cada membro descubra seu estilo de trabalho e sinta-se dono de suas entregas. Essa autonomia não apenas promove confiança, mas também fortalece o senso de pertencimento e comprometimento com os objetivos da equipe.



◆ David Braga ◆

CEO, board advisor e headhunter da Prime Talent. Conselheiro de Administração e professor da Fundação Dom Cabral. Presidente da ABRH-MG, VP do Conselho de RH da ACMinas e conselheiro de ADM do ChildFund Brasil.

@davidbraga | @prime.talent

HAVA

ESCOLHER O SEU LOOK FICOU MAIS FÁCIL COM HAVA BAG!

—
ESCOLHA
ONLINE.

—
EXPERIMENTE
POR 24 HORAS.

—
RECEBA SEM
CUSTO DE ENTREGA
OU DEVOLUÇÃO.

—
FIQUE COM
O QUE AMAR.



MULTIPLIQUE SEUS LOOKS

com uma moda
inteligente e
descomplicada.

#VISTAHAVA



www.havastore.com.br



@havastore



31 98334-5523

Disponível para regiões selecionadas de
BH, nos consulte sobre a disponibilidade



EQUIPARAÇÃO SALARIAL

Como reconhecê-la, após a Reforma Trabalhista?

A equiparação salarial é um direito indispensável dos trabalhadores, estabelecido pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), com o intuito de garantir que empregados que desempenham funções idênticas dentro da mesma empresa recebam a mesma remuneração, com fundamento nos princípios da igualdade, dignidade da pessoa humana e valor social do trabalho, todos assegurados pela Constituição Federal de 1988.

O direito do trabalhador à equiparação salarial visa evitar que um empregado receba um salário inferior a outro que realize as mesmas atividades, **garantindo um tratamento justo e equitativo dentro do ambiente de trabalho**. O conceito de equiparação salarial está estabelecido no artigo 461 da CLT, alterado pela Reforma Trabalhista ocorrida em 2017, que prevê claramente que, havendo identidade de função, todo trabalho de igual valor,

prestado ao mesmo empregador, no mesmo estabelecimento empresarial, deve corresponder a um mesmo salário, independentemente de critérios como sexo, etnia, nacionalidade ou idade.

O objetivo do legislador é garantir a equidade na remuneração e evitar discriminações injustificadas no ambiente corporativo, o que, infelizmente, é muito comum. Para que surja o direito à equiparação salarial, é necessário que sejam cumpridos alguns requisitos cumulativos.

O primeiro requisito é que o empregado que procura a equiparação e o chamado “paradigma” (empregado utilizado como referência de funções e salário) estejam vinculados ao mesmo empregador e realizem suas funções no mesmo estabelecimento empresarial. Isso implica que, mesmo que a empresa possua diversas filiais, o empregado não pode utilizar como paradigma de referência um colega que

trabalhe em outra unidade da empresa. O objetivo da norma é assegurar que as condições de trabalho e os padrões salariais sejam equivalentes dentro do mesmo contexto organizacional.

Outro critério crucial é a identidade de função, ou seja, o empregado que busca a equiparação deve exercer as mesmas atividades que seu paradigma, com a mesma perfeição técnica e produtividade. Nesse sentido, a CLT destaca que não importa a denominação do cargo, mas sim as atividades desempenhadas pelo empregado.

Portanto, **se dois empregados realizam as mesmas atividades e possuem a mesma produtividade e qualidade de trabalho, ambos devem receber remuneração igual, independentemente do nome do cargo ocupado.** Além disso, a equiparação salarial exige que o intervalo de tempo de serviço na empresa entre o empregado e o paradigma não seja superior a quatro anos. Antes da Reforma Trabalhista ocorrida em 2017, o tempo era de até dois anos.

Isso implica que, se um empregado tem mais de quatro anos de diferença de tempo de serviço em comparação ao paradigma, ele não terá o direito à equiparação salarial. Igualmente, o intervalo de tempo na função entre ambos não pode ultrapassar dois anos. Esse padrão de tempo foi estabelecido para evitar que empregados mais experientes e com maior tempo na função sirvam de paradigma para aqueles que ainda estão em estágio inicial na mesma atividade.

Outro ponto relevante a ser destacado é a contemporaneidade do paradigma. A legislação atual veda expressamente a utilização de paradigmas remotos, ou seja, empregados que desempenharam a função em um período anterior ao do trabalhador que busca a equiparação. O legislador acrescentou

essa limitação para prevenir que decisões judiciais passadas ou disparidades salariais anteriores pudessem resultar em novas equiparações indefinidamente. Nesse ínterim, somente trabalhadores que desempenharam a mesma função (e ao mesmo tempo) podem ser paradigmas.

Ademais, existem situações excepcionais que impedem a equiparação salarial. **A principal barreira surge quando a empresa implementa um plano de carreira estruturado ou implementa um plano de cargos e salários** estabelecido por norma interna ou negociação coletiva. Em tais situações, a ascensão salarial se dá de acordo com critérios pré-definidos como promoções por mérito ou antiguidade, não seguindo um padrão de acordo apenas com as atividades desempenhadas.

É crucial enfatizar que, para que essa norma tenha validade, o plano de cargos e salários ou a norma advinda da negociação coletiva devem ser efetivamente aplicados e não podem ser apenas uma formalidade sem implementação prática. Se assim for, o plano de cargos e salários passa a ser inválido e é possível vislumbrar a equiparação salarial com aquele empregado que esteja classificado em cargo estrutural diverso.

Em conclusão, a equiparação salarial é um direito fundamental que visa assegurar a justiça e a igualdade no ambiente de trabalho, garantindo que empregados que desempenham funções idênticas recebam remuneração equivalente. Contudo, para que a equiparação seja efetivamente reconhecida, é imprescindível o cumprimento de requisitos específicos, como a identidade de função, a contemporaneidade do paradigma e a observância dos critérios temporais de serviço. Cumpridos os requisitos, a equiparação salarial se torna um instrumento fundamental para garantir a igualdade de tratamento no ambiente de trabalho.



◆ Marcelo Soares ◆

Pós-graduado em Direito do Trabalho e Direito Civil. Professor universitário, palestrante e advogado no escritório Araújo, Soares e Cruz Advogados Associados.

📧 @marcelo.soares.advogado | @araujosoaresecruz

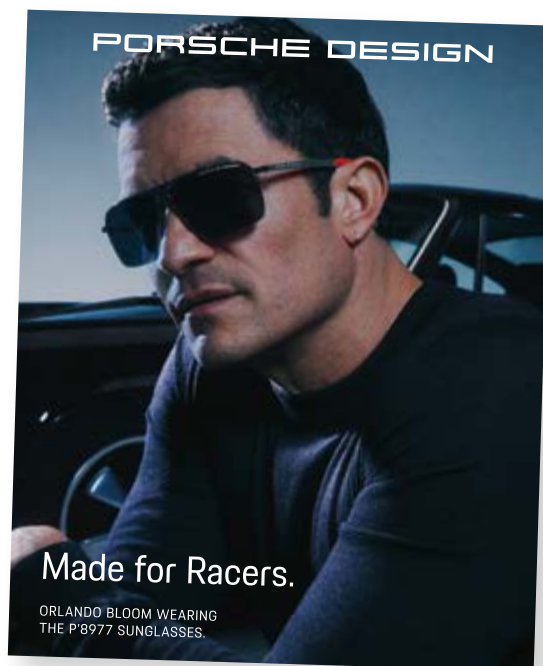
A ESSÊNCIA DA PORSCHE EM UM PAR DE ÓCULOS

Se há uma marca que soube transpor a sofisticação das pistas para o universo dos acessórios, essa marca é a Porsche. Quando falamos de design funcional, engenharia de ponta e um apelo estético inconfundível, logo pensamos nos lendários carros da fabricante alemã. No entanto, essa identidade visual e tecnológica também se manifesta nos óculos da Porsche Design, que carregam no DNA o mesmo espírito de **inovação, luxo e desempenho** que consagrou a marca no mundo automobilístico.

Desde a fundação da Porsche Design em 1972 por Ferdinand Alexander Porsche, a marca tem seguido um princípio inegociável: criar produtos com design purista, materiais premium e uma funcionalidade impecável. Assim como um 911 esculpido para cortar o vento, os óculos da Porsche Design são concebidos para **unir estética e eficiência em cada detalhe**. Não é apenas um acessório; é um reflexo da filosofia de engenharia de precisão.

Os modelos icônicos da linha de óculos da Porsche Design traduzem essa obsessão por excelência. A utilização de titânio, um material leve e extremamente resistente, remete diretamente ao uso de componentes de alta tecnologia nos carros da marca. Já os designs minimalistas e aerodinâmicos, com traços limpos e formas elegantes, são um tributo às linhas fluidas dos esportivos Porsche.

Além do design, a ergonomia também recebe atenção especial. A Porsche Design sabe que, assim como no cockpit de um 911, conforto e ajuste são cruciais. Por isso, seus óculos são desenhados para proporcionar um **encaixe preciso e confortável**, garantindo que o estilo não comprometa a experiência do usuário.



Outro ponto de destaque é a sofisticação discreta, uma característica que tanto os carros quanto os óculos da Porsche Design compartilham. Nada é excessivo, nada é supérfluo. Cada detalhe tem um propósito, e a funcionalidade se alia à estética de maneira magistral. Isso faz com que os óculos da marca sejam uma escolha natural para aqueles que apreciam o luxo sutil e a precisão técnica.

No fim das contas, os óculos da Porsche Design não são apenas acessórios de moda. Eles são uma extensão do espírito Porsche: inovação sem concessões, desempenho sem esforço e estilo sem ostentação. Para os apaixonados por carros e design, **vestir um Porsche no rosto é, sem dúvida, uma experiência tão icônica quanto dirigir um**. Afinal, seja na estrada ou no olhar, a marca alemã continua sendo sinônimo de sofisticação e vanguarda.



♦ Luiz Gustavo Soares ♦

Formado em Administração de Empresas, pela PUC Minas, e em Saúde Visual, pela Fatec-MG. CEO da Ótica MultiVisão, especialista em atendimento infantil e criador do projeto Visão e Educação.

📷 @otica_multivisao

A solução musical ideal
para agregar qualidade
ao seu evento.

DJ LUCAS CAMARANO



📞 31 98741-8884

📷 djlucascamarano_

✉️ lucascamarano@gmail.com



Concurso que nasceu em BH movimentará 125 bares da cidade entre 11 de abril e 11 de maio; evento celebra, neste ano, suas bodas de prata

O primeiro e maior concurso de botecos do Brasil deu *start* no dia 11 de abril em sua 25ª edição. Até 11 de maio, os belo-horizontinos poderão saborear os petiscos do Comida di Buteco em 125 bares da cidade, além de escolherem o melhor boteco por meio de votação popular somada às avaliações de um júri especializado. A lista com todos os participantes pode ser conferida em www.comidadibuteco.com.br.

Com o conceito *Paixão pelo Buteco*, as bodas de prata do concurso pretendem celebrar as mais de duas décadas de emoções e vivências que se entrelaçam com a cultura do boteco de raiz e reafirmá-lo como um símbolo de permanência em um mundo em constante transformação. “Ele [o buteco] é o cená-

rio de momentos marcantes, em que celebramos os grandes amores, superamos desilusões e construímos amizades longevas. Faça chuva ou sol, continua firme, como um elemento de forte presença em nossa identidade cultural”, destaca a cofundadora do Comida di Buteco, Maria Eulália Araújo, acrescentando que **o tema norteador das receitas desta edição é livre, mas os butecos foram inspirados a, de alguma forma, seja no prato, ambiente ou atendimento, homenagear o aniversário de 25 anos.** Além de BH – a única cidade a comemorar 25 edições –, outros 50 municípios de Norte a Sul do país participarão do concurso. “Teremos 27 circuitos e quase 1,2 mil botecos inscritos em todo o Brasil, que prometem entregar receitas com muito sabor, bom humor, criatividade e histórias de famílias para contar”.

Ainda segundo Eulália, a dinâmica de avaliação na escolha do Melhor Buteco belo-horizontino segue a mesma: público e jurados visitam os estabelecimentos dando notas de 1 a 10 em quatro quesitos: atendi-

mento, temperatura da bebida, higiene e petisco. Este último leva 70% do peso da nota; e as demais categorias, 10% cada uma. O voto do público vale 50% do peso total; e dos jurados, mais 50%. Ao fim do período de votação, os 25 últimos colocados no ranking perdem o direito de participar no ano subsequente, o que promove uma oxigenação no roteiro de botecos, além de uma competitividade sempre animada.

No ano passado, o boteco campeão do Comida di Buteco em Belo Horizonte, com o prato *Boi Bandido*, foi o Espetinhos do Paulão, no bairro Nova Cachoeirinha, Região Nordeste da capital. A receita combinava costela bovina, milho verde e mandioca cozida, envolvida na manteiga e acompanhada de farofa da casa. Casa da Madrinha, com o prato *Orai por Nós*, e o Andrade's Beer, que apostou em uma costelinha com ora-pro-nóbis à mineira, ficaram na segunda e terceira colocação, respectivamente.

Desde 2016, após a eleição dos vencedores de cada um dos 27 circuitos, outro corpo de jurados visita e avalia os campeões para que seja eleito, então, o Melhor Buteco do Brasil, revelado em julho em uma festa realizada em São Paulo.

Homenagem

Para celebrar as bodas de prata, o Comida di Buteco fará **uma homenagem ao Bar do Careca, primeiro campeão, no ano 2000**, que será o convidado especial da edição 2025, mas sem participar da votação. A casa, localizada no bairro Cachoeirinha, estará ambientada e esperando todos os butequeiros para matar a saudade ou conhecer o primeiro petisco ganhador do concurso: língua à moda do Careca, que permanece no cardápio até hoje.

Uma chave de impacto socioeconômico

Para além de um concurso gastronômico, Maria Eulália Araújo enfatiza que, ao longo desses 25 anos, o Comida di Buteco se consolidou como uma chave de impacto socioeconômico, transformando vidas por meio da cozinha de raiz. Em seu ¼ de século, o concurso gerou mais de R\$ 2,5 bilhões de receita na cadeia produtiva do setor de bares e restaurantes. Mais de 10 mil botecos, em todo o país, já participaram das edições. Juntos eles receberam mais de 4,8 milhões de visitantes. “Só no ano passado, os 27 circuitos espalhados pelo Brasil atraíram **150 mil turistas**. Mais de **13 mil empregos** foram gerados”, completa.



LOMBALGIA

Será que devemos ter tanto medo dela assim?

A lombalgia, ou dor nas costas, é uma das condições mais comuns e incapacitantes no mundo, afetando até 80% da população em algum momento da vida. Embora seja uma das principais causas de absenteísmo no trabalho, o medo que ela provoca é exacerbado pela falta de informação e pelo uso de termos técnicos como “artrose”, “bico de papagaio” e “hérnia de disco”. Muitos têm um grande receio da hérnia de disco, mas será que ela realmente é tão assustadora assim?

Pesquisas indicam que as imagens de exames, como a ressonância magnética, nem sempre refletem a realidade da dor. Em um estudo com 3.110 pessoas, muitos mostraram alterações nos exames, mesmo sem sentir dor. Além disso, quanto mais velha a pessoa, mais alterações são observadas nas imagens. Isso sugere que a presença de alterações na coluna não está diretamente ligada à dor, e exames não devem ser usados como critério para determinar a gravidade do problema.

Em relação à prática de atividades físicas, a corrida, por exemplo, não é prejudicial à coluna, como muitos pensam. Estudo com corredores de longas distâncias mostrou que seus discos intervertebrais eram mais saudáveis e hidratados, o que sugere que o impacto da corrida pode, na verdade, ser benéfico. A degeneração discal, um processo natural de envelhecimento, também não está necessariamente relacionada à dor lombar. Com o avanço da idade, a prevalência de degeneração aumenta, mas muitas pessoas com esse problema não sentem dor.

A **obesidade**, por outro lado, é um fator de risco importante para o desenvolvimento de problemas na coluna, como hérnia de disco e estenose espinhal. O

sedentarismo também é altamente prejudicial, pois está relacionado à degeneração discal, enquanto a prática regular de exercícios físicos pode melhorar significativamente a dor lombar e a funcionalidade da coluna. Ficar sentado por longos períodos é um fator que pode aumentar a chance de dor na coluna, sendo recomendada a movimentação a cada 40 a 60 minutos, mesmo que seja se levantar ou somente mudar a posição sentada.

O **tabagismo**, embora não cause diretamente dor nas costas, está associado a um estilo de vida sedentário e a um aumento da dor lombar. Outro fator agravante é a cinesiofobia, o medo de se mover, que faz com que a dor se torne mais severa. Pacientes que acreditam que o repouso é a melhor solução tendem a ter uma recuperação mais lenta e mais difícil.

Em relação à **hérnia de disco**, um estudo mostrou que 97% dos pacientes não precisam de cirurgia para se recuperar. A cirurgia só é indicada após 12 semanas de fisioterapia sem melhorias significativas. Portanto, é importante não desesperar e buscar alternativas ligadas a exercícios de alongamentos e fortalecimento antes de considerar procedimentos invasivos.

Para quem sofre de dor lombar, manter um estilo de vida saudável, com alimentação balanceada e atividade física regular, é fundamental. Além disso, a variação de postura e a movimentação constante são hábitos que ajudam a prevenir e aliviar a dor. Em resumo, a melhor forma de tratar a lombalgia é adotar hábitos saudáveis, evitando o medo e o sedentarismo, e entendendo que a dor não é necessariamente um reflexo de graves problemas estruturais na coluna.



◆ Bruno Avelar ◆

Fisioterapeuta, especialista em fisioterapia musculoesquelética, credenciado Mundial pelo McKenzie Institute International, sócio do Instituto RV BH e proprietário da Bruno Avelar Fisioterapia.

📷 @brunoavelarfisioterapia

ARMAS DE BOLINHAS DE GEL: UM BRINQUEDO PERIGOSO PARA A SAÚDE OCULAR

Médica alerta para o risco de lesões graves nos olhos causadas por impactos diretos dessas bolinhas, que podem levar até a perda permanente da visão

Febre entre crianças e adolescentes, as armas de bolinhas de gel têm gerado grande preocupação entre especialistas em saúde ocular, pais e autoridades. Apesar da aparência inofensiva, o brinquedo tem potencial para causar sérias lesões nos olhos. As bolinhas, vendidas separadamente e com preços acessíveis, tornam o brinquedo ainda mais atrativo.

No entanto, o impacto direto nos olhos pode provocar desde abrasões na córnea até complicações graves, como descolamento de retina e perda permanente da visão. “O risco aumenta pela falta de proteção adequada, como óculos de segurança, durante o uso dessas armas”, alerta a médica Erika Yumi, oftalmologista especializada em atendimento pediátrico e glaucoma do NEO Oftalmologia, clínica localizada na Vila da Serra, em Belo Horizonte.

Sinais de alerta e necessidade de avaliação médica

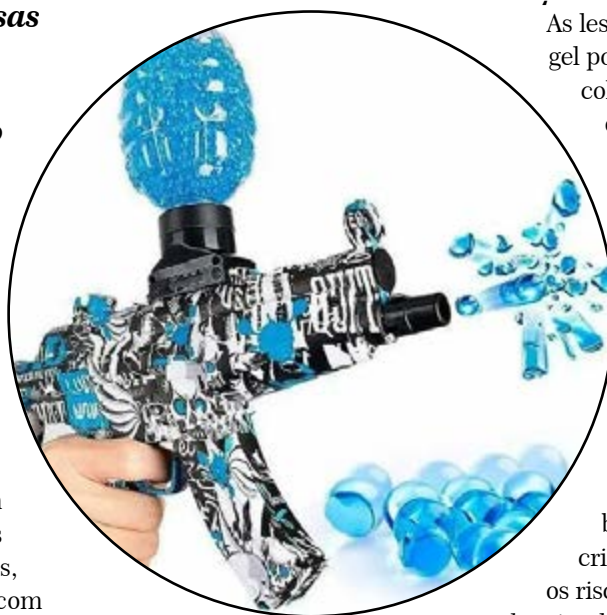
Os sintomas de lesões oculares causadas pelas bolinhas de gel variam em gravidade. Vermelhidão, dor intensa, lacrimejamento excessivo e sensação de corpo estranho são os sinais mais comuns. Em casos mais

graves, pode haver visão embaçada, flashes de luz ou manchas escuras, indicando danos sérios, como descolamento de retina.

A especialista reforça a importância de buscar ajuda médica imediatamente em casos de trauma ocular, mesmo que os sintomas pareçam leves. “Traumas considerados menores podem evoluir para complicações silenciosas, como inflamações e sangramentos internos. A avaliação precoce é fundamental para evitar sequelas visuais permanentes”, orienta a médica.

Prevenção e tratamento

As lesões causadas por bolinhas de gel podem exigir desde o uso de colírios lubrificantes e antibióticos, para casos leves, até intervenções cirúrgicas para situações mais graves, como descolamento de retina. Além disso, é essencial o acompanhamento médico contínuo para garantir uma recuperação segura. “O melhor tratamento ainda é a prevenção. Utilizar óculos de proteção durante as brincadeiras e conscientizar crianças e responsáveis sobre os riscos dessas armas são medidas simples, mas eficazes para evitar lesões oculares”, conclui a oftalmologista.



Leca Novo



Oftalmologista Erika Yumi,
do NEO Oftalmologia

QUANDO DEVO PROCURAR UM FONOAUDIÓLOGO?

Sinais de que é hora de agir!

A comunicação é uma parte essencial da nossa vida. Quando enfrentamos desafios na fala, audição, linguagem, mastigação e aprendizagem, isso pode afetar o desenvolvimento infantil e nossa qualidade de vida. Neste momento, o fonoaudiólogo é extremamente importante, um profissional altamente treinado em **diagnosticar e tratar distúrbios da comunicação**.

Mas quando é o momento certo para procurar a ajuda deste profissional?

- Se você ou seu filho apresentam dificuldades na fala, como trocas de sons, omissões, distorções ou gagueira, é um sinal claro de que é hora de consultar um fonoaudiólogo. Quanto mais cedo as questões da fala forem abordadas, melhores serão as perspectivas de melhora.
- Crianças que apresentam atrasos significativos na aquisição da linguagem devem iniciar o quanto antes o acompanhamento fonoaudiológico. Isso inclui dificuldades em entender ou expressar palavras e frases apropriadas para a idade. Se você observa crianças com 2 anos que não dizem mais que 50 palavras, precisam de uma avaliação.
- Dificuldades na audição podem afetar a comunicação e o aprendizado. Dificuldade em compreender a fala (dificuldade do processamento auditivo central) ou zumbidos, um fonoaudiólogo pode ajudar.
- Mudanças na sua voz, como rouquidão persistente, é importante consultar um fonoaudiólogo. Alterações na voz que ultrapassem 15 dias precisam da avaliação de um otorrino e provável indicação de fono.



- Problemas na deglutição podem afetar a capacidade de comer e beber com segurança. Fique alerta para os engasgos frequentes e dores ao engolir.
- Dificuldades na amamentação e sucção do bebê.
- Crianças que enfrentam dificuldades de aprendizado, especialmente na leitura e escrita, como dificuldades de interpretação de texto, erros ortográficos não esperados para a idade, dificuldade na alfabetização, dislexia, dificuldade com raciocínio lógico matemático.
- Pessoas muito agitadas, distraídas ou com falta de memória precisam de uma avaliação.
- Pessoas com dificuldade com convívio social.

É importante entender que um fonoaudiólogo não é apenas para crianças. Adultos também podem buscar ajuda para melhorar sua comunicação e qualidade de vida. **Cuidar da sua comunicação é cuidar do seu bem-estar.** A intervenção precoce pode fazer toda a diferença no progresso e na qualidade de vida. Não espere! Aja agora para uma comunicação saudável, eficaz e um desenvolvimento infantil saudável!



♦ Mariana Tomás ♦

Fonoaudióloga e psicopedagoga. Estrategista de imagem e comunicação, palestrante e escritora.

Instagram [@marianatomasoficial](https://www.instagram.com/marianatomasoficial)



SERÁ QUE OS GENES GOVERNAM NOSSAS ESCOLHAS PROFISSIONAIS?

Embora os genes determinem nossa maneira de ser e nossa predisposição para determinados traços, segundo pesquisas, eles não estão associados às escolhas profissionais. Fatores ambientais, sociais e pessoais atuam como as maiores motivações para que sejam feitas essas opções.

Quando se pensa no amplo contexto de interrelações de qualquer profissão, cada um vai se inserir e se moldar de um modo em particular em suas atividades. Há espaço para os introvertidos e extrovertidos, para os falantes, bem como os circunspectos, da mesma maneira que os que buscam seus serviços têm apreço por qualidades diferentes.

Características pessoais que naturalmente buscam compreender o ponto de vista alheio demonstram atitudes e comprometimento que proporcionam bem-estar, confiança mútua e aliviam o estresse nos conflitos.

Isso faz muita diferença. O manejo do estresse é um dos principais desafios do mundo dos adultos no decorrer da existência. Há um equilíbrio entre razão e emoção que atinge seu ápice por volta dos 40 anos de idade. Depois, tende a piorar novamente, o que é motivo de atenção, pois a jornada de desenvolvimento pessoal prossegue a vida toda.

Todo o nosso corpo reage às circunstâncias objetivas ou subjetivas do cotidiano. O que nos diferencia é a velocidade com que cada um lança nova hipótese sobre o porquê aqueles fatos estão acontecendo. A partir daí se adapta com soluções ora mais, ora menos bem resolvidas àquele novo momento.

Assim, a flexibilidade para se encaixar às novas demandas é a condição fundamental para driblar os obstáculos que surgem. **Todas as profissões são expostas a eventos negativos e problemas que se repetem e acumulam.** A exaustão provocada é tanto física como mental. O esgotamento ou burnout facilitam a presença da ansiedade, a desmotivação e até mesmo comportamentos eventualmente rudes ou frios de indiferença. Qual é a melhor forma de se proteger e passar incólume frente aos impactos é motivo de estudo da filosofia, da religião e da ciência.

Alguns hormônios, como a oxitocina presente em homens e mulheres, são responsáveis por ajudar a modular o nosso estresse, reconhecer as emoções que sentimos e proporcionar a empatia que adoça as nossas relações. Tais vivências facilitam a adaptabilidade social que valoriza a cooperação, dá a percepção de aceitação social ou pertencimento. São fatores que decisivamente contribuem para o sucesso de qualquer profissional.

Quando Gabriel o Pensador faz citações homenageando dezenas de profissões em sua canção “Supertrabalhador”, ele explica o que personifica a virtude de cada um: “Enfrento os desafios, o perigo que for”. Cada qual faz o seu papel com muita garra. É uma justa homenagem.



◆ Dr. Fábio Baião ◆

Médico ortopedista, cirurgião e mestre em Educação e Desenvolvimento Local.
É palestrante e autor do livro *Saúde: Compreender a Ciência para Ir Além*.

📷 @fabioribeirobaião

JÁ OUVIU FALAR DO NERVO VAGO?

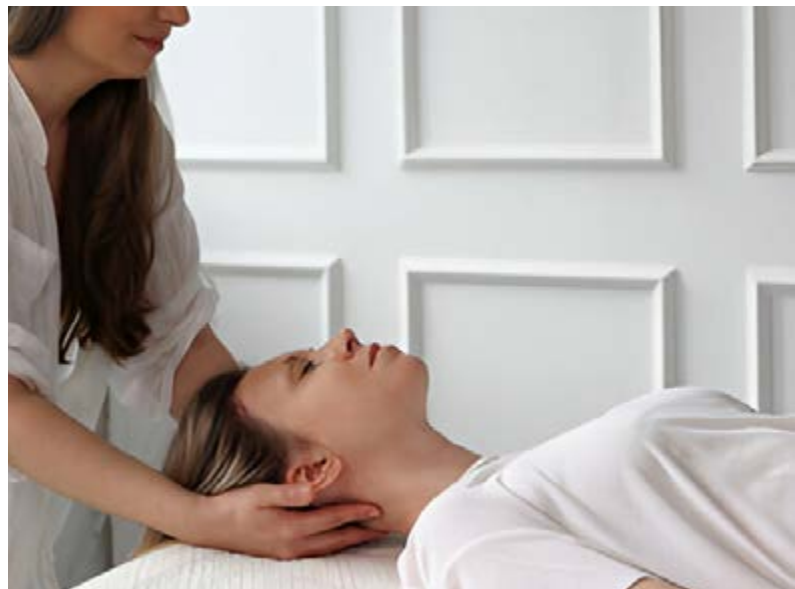
Conheça a ponte para a transformação corporal e mental

Quais os sinais do seu corpo? Você escuta atentamente os pedidos de socorro refletidos no seu organismo? Em meio à complexa rede de sinais e emoções que nos conectam ao nosso corpo, o nervo vago tem sido objeto de estudo de especialistas. Isso porque ele percorre um caminho extenso pelo corpo humano, como uma ponte entre a mente e o organismo.

Essa via neural nasce no tronco cerebral (região localizada mais ou menos atrás na orelha) e desce ao lado do pescoço, passa pelo tórax e chega ao abdômen. Todo esse trajeto faz dele fundamental para a regulação do nosso sistema nervoso autônomo – responsável, por exemplo, por gerenciar o estresse e promover o relaxamento.

Dessa maneira, quando falamos em transformação corporal, é impossível ignorar o papel do nervo vago como ponto de estudo de todo o organismo. Até porque, ele atua modulando respostas fisiológicas, influenciando a digestão, a frequência cardíaca e até mesmo a nossa capacidade de lidar com desafios emocionais. Por isso mesmo, estimular o nervo vago com técnicas elevadas de massagens **pode significar reduzir os níveis de ansiedade e favorecer um estado de bem-estar** que transborda para todas as áreas da vida.

Na minha prática, tenho observado como o entendimento e o cuidado com esse componente tão delicado do nosso organismo pode transformar não só o corpo, mas também a forma como nos sentimos



internamente. O nervo vago, com sua capacidade de “desligar” o modo de alerta constante que o corpo ativa em momentos de estresse, convida-nos a uma jornada de autoconhecimento e regeneração.

Essa conexão é vital para quem busca resgatar a autoconfiança, sobretudo em momentos de transição e mudança, em que **o acolhimento pessoal é essencial**. Assim, por meio da integração entre técnicas estéticas e práticas voltadas para o bem-estar integral, é possível construir um caminho que respeita as singularidades do corpo feminino, oferecendo respostas que vão além do tratamento superficial.

Cuidar do nervo vago é, em essência, cuidar de si mesma; é permitir que o corpo e a mente se comuniquem de forma harmoniosa, abrindo espaço para a transformação e o acolhimento que cada mulher merece. Que possamos, juntas, trilhar essa jornada rumo a um estado de saúde e bem-estar que seja verdadeiramente integral.



◆ Thayane Oliveira ◆

Trabalha com estética integrativa focada na autoestima feminina há mais de 10 anos. Apaixonada pelo empoderamento guiado pela revelação do autoconhecimento, cuidado com gestante e pós-parto.

📍 @thayaneoliveiraestetica

 PALÁCIO
DAS ARTES

ÓPERA **MATRAGA**

17 MAI - 19H

19 MAI - 20H

18 MAI - 18H

20 MAI - 20H



GRANDE TEATRO CEMIG
PALÁCIO DAS ARTES

INGRESSOS À VENDA

RESGATE DA AUTOESTIMA

A harmonização íntima como aliada da confiança feminina

Para muitas pessoas, o termo “autoestima” pode ter se tornado clichê, mas a grande verdade é que ele revela muito da relação de cada pessoa com o próprio corpo. Em um contexto geral, é importante destacar que inúmeras questões físicas e emocionais podem impactar essa percepção, fazendo com que essas pessoas se sintam desconfortáveis ou inseguras.

No consultório, já escutei histórias marcantes e jornadas de silenciamento profundo. Compreender as necessidades e direcionar protocolos individuais de acordo com cada mulher é possível a partir de uma escuta cuidadosa. Foi assim que a harmonização íntima chegou até mim e se tornou **um acalento para muitas mulheres que sofriam em silêncio**.

A solução une técnicas inovadoras para promover bem-estar, confiança e qualidade de vida, permitindo que cada mulher se reconecte com sua própria essência e se sinta plenamente satisfeita com sua imagem. Esse procedimento, que alia conhecimento científico à estética e ao autocuidado, tem se tornado cada vez mais popular entre mulheres que desejam melhorar aspectos funcionais e estéticos da região íntima.

Com técnicas seguras e minimamente invasivas, é possível restaurar a firmeza, melhorar a hidratação e corrigir assimetrias, **proporcionando resultados naturais e respeitando as particularidades de cada paciente**. Mais do que uma questão estética, a harmonização íntima é um ato de amor-próprio e valorização do corpo feminino.



A relação da mulher com sua intimidade é um reflexo da maneira como ela se enxerga no mundo. Sentir-se bem consigo mesma impacta diretamente sua segurança, seu prazer e sua relação com o outro. Muitas mulheres relatam uma verdadeira transformação após realizarem o procedimento, experimentando um aumento significativo na autoestima e no conforto com seu próprio corpo.

É justamente por acreditar nesse poder transformador que decidi ir além do consultório e compartilhar meu conhecimento com outros profissionais. A harmonização íntima exige técnica, sensibilidade e um olhar cuidadoso para cada paciente. Por isso, minha nova empreitada é um curso voltado para profissionais da saúde que desejam se especializar na área, oferecendo um atendimento diferenciado, baseado em protocolos avançados e seguros. Em breve, trarei mais informações sobre essa iniciativa, que tem como propósito ampliar o acesso a essa prática e transformar ainda mais vidas.



◆ Rô Aguiar ◆

Biomédica graduada há 15 anos. É pós-graduada em Análises Clínicas e Perfusão Cardíaca. Especialista em harmonização facial e íntima, é sócia-fundadora da Clínica Benevie.

📷 @roaguiar9 | @clinicabenevie

COLÁGENO: O SEGREDO PARA SAÚDE E BELEZA

Proteína essencial para a pele, articulações e músculos ganha destaque no mercado de bem-estar

A busca por bem-estar e longevidade tem impulsionado o consumo de colágeno, uma proteína essencial para a saúde da pele, articulações e músculos. Sua popularidade crescente está ancorada em estudos que comprovam seus benefícios e em produtos inovadores que tornam seu consumo mais prático e saboroso. O tema esteve em alta na Expo West, a maior feira de alimentos saudáveis do mundo, realizada recentemente nos Estados Unidos, reforçando sua relevância no setor.

Um estudo publicado no *Journal of Cosmetic Dermatology* mostrou que a ingestão de peptídeos de Colágeno Verisol® por 12 semanas melhora a elasticidade da pele, reduzindo sinais de envelhecimento. Além disso, uma pesquisa da Nutrients revelou que essa proteína contribui para a saúde das articulações, auxiliando na **prevenção de dores e lesões, especialmente em praticantes de atividades físicas**.

Mais benefícios do colágeno

- Pele mais jovem e firme: estudos indicam que o colágeno melhora a elasticidade da pele e reduz sinais de envelhecimento.
- Saúde das articulações: contribui para a prevenção de dores e lesões articulares, sendo essencial para atletas e idosos.
- Fortalecimento capilar e das unhas: ajuda a reduzir a quebra e estimula o crescimento saudável.

- Recuperação muscular: a proteína auxilia no ganho de massa magra e na recuperação após atividades físicas.

Para a saúde da pele, das unhas e do cabelo, o Colágeno Verisol® é o mais indicado, por oferecer especificamente os benefícios para essas partes, de acordo com estudo da Gelita. São eles:

- Reduzir rugas e linhas finas;
- Aumentar a elasticidade da pele;
- Melhora a estrutura da superfície da pele (diminui a celulite);
- Aumento da espessura dos cabelos;
- Melhora o crescimento e força das unhas.

Apesar dos benefícios, muitos consumidores encontram dificuldades na suplementação tradicional de colágeno em pó, que pode ser desagradável de ingerir, grudando no copo, nos dedos e na boca. Pensando nisso, a Verde Campo desenvolveu uma solução inovadora:

o Iogurte com Colágeno Verisol®, que combina 2,5g de colágeno e 10g de proteína por dose, garantindo absorção eficiente e resultados reais para a saúde da pele, unhas e cabelo. “O nosso produto é fonte de proteína, zero lactose, adoçado com stevia e contém polpa de frutas para deixá-lo ainda mais saboroso. Utilizamos o bioativo de colágeno aprovado pela Anvisa na dose de 2,5g por embalagem”, explica

Maria Alice Oliveira, engenheira de alimentos da Laticínios Verde Campo.

Disponível nos sabores Cranberry & Goji Berry e Pêssego, o iogurte da Verde Campo é uma alternativa saborosa e conveniente para quem deseja incluir o colágeno na rotina, sem abrir mão do prazer em cada dose.



VOCÊ TEM UMA MARCA OU APENAS UM NEGÓCIO?

A diferença entre existir e deixar um legado

No início dos anos 2000, uma marca brasileira de bolsas de couro surgiu com a promessa de competir no mercado de luxo nacional. O produto era impecável: couro legítimo, acabamentos artesanais e design sofisticado. A empresa investiu pesado na abertura de lojas elegantes em shoppings

de alto padrão, treinou vendedores e montou um site bem estruturado. Mas, mesmo com todos esses esforços, as vendas não decolavam.

Algum tempo depois, outra marca, a Isla, também de bolsas e acessórios, começou a crescer. O curioso? Seus produtos não eram feitos de couro tradicional, eram artesanais de acrílico, rafia e pedrarias, algo que fugia do conceito clássico do luxo. Ainda assim, a Isla virou queridinha de influenciadoras e hoje está presente nos principais marketplaces de luxo, nacionais e internacionais.

A diferença? A primeira marca tinha um ótimo produto, mas era apenas um negócio. Já a Isla construiu uma identidade forte, com storytelling envolvente, embalagens elegantes e um posicionamento claro no mercado.

Enquanto uma tentava competir apenas pelo material e pelo design, a outra criou desejo.

Essa comparação mostra um ponto essencial: no luxo, um produto de qualidade é apenas o começo. O que realmente diferencia uma empresa bem-sucedida de uma que desaparece é a força da marca.

Negócio x marca: o que define o sucesso de uma empresa?

Ter um negócio significa vender um produto ou serviço. Ter uma marca significa criar **uma identidade forte, uma conexão emocional e um desejo contínuo no consumidor**. No mercado de luxo, essa diferença é ainda mais crítica:

- Um negócio vende itens caros. Uma marca vende

status, pertencimento e exclusividade.

- Um negócio disputa preço. Uma marca constrói valor e justifica seu preço.
- Um negócio precisa convencer o cliente a comprar. Uma marca faz o cliente desejar ser parte dela.

O que Isla fez, e que muitas marcas falham em fazer, foi transformar seus produtos em símbolos de um lifestyle desejável. Suas bolsas não eram apenas acessórios: eram declarações de estilo, itens que traziam um toque artesanal brasileiro para um mercado global sofisticado.

O luxo sempre foi sobre marca

Historicamente, luxo e branding andam de mãos dadas. No século XIX, Louis Vuitton deixou de ser apenas um fabricante de malas para se tornar um ícone ao criar um monograma reconhecível e um atendimento exclusivo.

O mesmo aconteceu com Cartier, que não se limitou a vender joias, mas se posicionou como “o joalheiro dos reis”. Quando Grace Kelly usou Hermès e a marca batizou um dos seus produtos de “Kelly” em sua homenagem, não foi apenas uma jogada de marketing, foi **a consolidação de um legado**.

No Brasil, marcas como H. Stern e Granado entenderam essa lógica. Elas não vendem apenas joias e cosméticos, vendem um estilo de vida, uma conexão com a história e a cultura nacional.

Agora, e se sua marca não seguir esse caminho?

O que acontece quando você não constrói uma marca?

Empresas que operam no mercado de luxo sem um branding bem estruturado enfrentam desafios fatais:

1. Concorrência direta e desleal

Se você apenas vende um produto caro, qualquer concorrente pode te superar baixando o preço. No luxo, a força da marca é o diferencial.

2. Falta de desejo e fidelidade

O cliente de luxo não compra só pelo material; ele compra pela história, pelo prestígio. Se você não cria



essa aura, ele compra de quem cria.

3. Dificuldade em justificar preços altos

O que faz um relógio Rolex custar centenas de milhares enquanto um relógio funcional custa menos de mil? O valor da marca. Sem branding, seu produto se torna apenas um objeto caro, sem justificativa emocional para o consumidor.

4. Ciclo de vendas inconsistente

Marcas fortes criam seguidores leais, que compram não apenas por necessidade, mas por paixão. Negócios sem branding precisam sempre atrair novos clientes, porque não conseguem fidelizar os antigos.

Afinal, como transformar um negócio em uma marca?

Criar uma marca em qualquer mercado, mas, principalmente, no mercado de luxo, **não significa apenas elevar preços ou usar materiais nobres**. Significa criar um universo que o cliente quer habitar. Aqui estão os pilares fundamentais:

1. Construa uma narrativa forte

O luxo não se vende apenas pelo produto, mas pela história que ele conta. Quem compra uma bolsa Chanel não está apenas comprando um acessório: está comprando um pedaço da revolução de Gabrielle Chanel, que desafiou convenções. Sua marca precisa ter uma história autêntica, que conecte o consumidor ao produto de forma emocional.

2. Torne a experiência tão importante quanto o produto

O cliente de luxo não quer apenas comprar, ele quer se sentir especial. Desde a embalagem até o pós-venda. Cada detalhe deve reforçar o posicionamento premium da marca. Pense no atendimento da Louis Vuitton, que recebe clientes como convidados

VIPs, ou na Hermès, que controla cuidadosamente o acesso às suas bolsas para reforçar a exclusividade.

3. Invista na identidade visual e sensorial

Marcas de luxo criam um universo estético próprio: cores, embalagens, materiais e até fragrâncias que remetem ao seu DNA. A Tiffany & Co. transformou um simples tom de azul em um símbolo mundial de sofisticação. Sua marca precisa ser instantaneamente reconhecível.

4. Crie escassez e exclusividade

O luxo não pode ser para todos – e nem deve ser. Marcas como Rolex e Ferrari mantêm sua aura restrita limitando a produção e criando listas de espera. Se seu produto é facilmente acessível, ele perde valor simbólico.

Conclusão: não basta ter um negócio, é preciso construir uma marca

A primeira marca de bolsas que mencionamos no início achou que um produto de qualidade era suficiente. Ela não percebeu que qualidade é obrigação; o que realmente faz a diferença é a construção da marca. Enquanto a Isla criou um universo aspiracional, a outra empresa apenas vendia bolsas. E para um negócio, vender não basta, é preciso criar desejo.

O que separa uma simples empresa de um império no setor premium é a capacidade de transformar um objeto em um ícone, um serviço em uma experiência e um nome em um legado. Então, a pergunta final é: você tem apenas um negócio ou está construindo uma marca que será lembrada?



♦ Jéssica Santos ♦

Publicitária, pós-graduada em Comunicação Midiática pela UFMG, com 14 anos de atuação no mercado. Diretora criativa da grife de moda Bôhho e estrategista de marcas pessoais e empresariais na Gerar Conteúdo Criativo.

📷 @jessicasantosbo | @bybohho

◆ aceleração de negócios

POR *Fabricia Maia* FOTOS *Divulgação Implantar*



PROXIMIDADE QUE TRANSFORMA

*A revolução no atendimento da Implantar Telecom
com a expertise da Implementare*

No mercado de telecomunicações, destacar-se é mais do que oferecer tecnologia de ponta; é sobre tecer laços genuínos com os clientes. Nesse cenário, a Implantar Telecom, enraizada no coração de Minas Gerais, redefine o atendimento ao cliente, enfatizando não só a excelência técnica, mas a essência da hospitalidade mineira. A busca por aprimorar esse diferencial levou a Implantar a se aliar à Implementare, com o objetivo de elevar cada interação com o cliente a uma experiência de suporte memorável e eficaz, que vai muito além do básico.

Compromisso com a essência mineira

Originária de Belo Horizonte, a Implantar tem uma missão clara: **compreender profundamente tanto as necessidades técnicas quanto as culturais de seus clientes**. “Entender expressões como ‘o trem está ali e precisa arredar’ faz parte do nosso DNA”, re-

lata um gerente da Implantar. Essa intimidade cultural não só fortalece a eficácia do atendimento, mas também solidifica um vínculo de confiança indispensável.

A mágica da Implementare na transformação do atendimento

A parceria com a Implementare – uma força líder em otimização de processos de vendas e atendimento ao cliente – permitiu à Implantar fortalecer **seu diferencial: o atendimento humanizado**, que hoje acontece desde a venda até o suporte, em que cada contato não apenas soluciona questões técnicas, mas também **enaltece os valores** da Implantar. “A ideia era transformar cada contato com o cliente numa renovação de votos de confiança na Implantar”, explica um especialista da Implementare. O resultado? **Conexões que encantam e fidelizam nossos clientes**.

Impactos e ecos da inovação

Os resultados dessa inovação foram notáveis e rápidos. Em apenas alguns meses, a Implantar observou um aumento significativo na satisfação dos clientes, redução no churn (taxa de cancelamento) e um crescimento robusto nas recomendações de boca a boca — um ativo valioso em um mercado competitivo.

Olhando para o futuro: expandindo fronteiras

Animada com o sucesso atual, a Implantar não só planeja manter a excelência em Belo Horizonte, mas também expandir sua influência para além, investindo em projetos que fortalecem laços comunitários, como apoio a eventos locais e patrocínios esportivos. “Nossa visão é clara: ser mais que uma provedora de serviços. Queremos ser um pilar da comunidade, facilitando conexões que vão além da internet, tocando diretamente o dia a dia dos nossos clientes”, afirma o CEO da Implantar.

Conclusão: a arte de atender bem

A colaboração entre a Implantar Telecom e a Implementare não apenas redefine o atendimento ao cliente; ela molda o futuro de como as empresas de telecom podem e devem interagir com seus clientes. Este casamento entre tecnologia de ponta e um atendimento profundamente humano mostra que o verdadeiro sucesso é construído sobre relações que valorizam cada indivíduo. Na Implantar, **cada chamada é uma oportunidade de reafirmar o compromisso com o cliente**, celebrando a cultura mineira e fortalecendo a fidelidade.

Este é apenas o início de uma jornada que promete transformar não só a maneira como os clientes veem seu provedor de internet, mas como vivenciam cada interação, fortalecidos por uma empresa que verdadeiramente se importa.



◆ Fabrícia Maia ◆

Com mais de 20 anos de experiência, é o nome à frente da Implementare, empresa que ajuda outras empresas a aumentarem resultados com processos comerciais estruturados e estratégias comprovadas.

📷 @fabricia.maia_

A TRAVESSIA DA ADOLESCÊNCIA

Medos, desafios e apoio necessário

Transformação. Talvez essa seja a palavra que melhor resuma a adolescência. A fase de intensas transformações traz oscilações, já que o corpo muda, a mente se expande, as relações se tornam mais complexas e o adolescente se encontra diante de um mundo de possibilidades e incertezas.

Como psicóloga com mais de 30 anos de experiência e atuando com a Terapia Cognitivo-Comportamental (TCC), observo que esse período pode ser desafiador tanto para os jovens quanto para suas famílias. Entre os muitos aspectos que envolvem a adolescência, um tema pouco abordado é a **efebofobia**. O termo se refere ao medo ou aversão exagerada e persistentes dos adolescentes, mas também pode descrever o próprio receio que eles sentem em relação à fase de vida.

Esse medo pode ser resultado das inseguranças comuns do período ou estar ligado às expectativas externas, o que cria graves problemas para a saúde mental com grande pressão emocional.

Muitos adolescentes lidam com uma série de medos, dentre eles:

- **Medo de falhar:** a pressão acadêmica e a necessidade de corresponder às expectativas de pais e professores podem gerar ansiedade e bloqueios emocionais.
- **Medo da rejeição social:** a necessidade de pertencimento faz com que o receio de ser excluído ou julgado seja uma grande preocupação.



- **Medo da mudança:** mudar de escola, fazer novos amigos ou lidar com as transformações da puberdade pode ser assustador.
- **Medo de desapontar os pais:** o desejo de corresponder às expectativas familiares pode gerar uma carga emocional significativa.
- **Medo do futuro:** questões sobre profissão, vida adulta e responsabilidade são fontes de ansiedade.

Para apoiar os adolescentes, pais e cuidadores devem criar um ambiente de segurança emocional e compreensão. Algumas estratégias são fundamentais, como **comunicação aberta, encorajamento positivo, ambiente seguro e apoio profissional**.

Cada adolescente é único e precisa de abordagens personalizadas para atravessar esse período. Com acolhimento e suporte, essa fase pode se transformar em um momento de crescimento e autodescoberta. E caso o acolhimento e cuidados não ocorram, os reflexos para a vida adulta podem ser destrutivos, com problemas graves com transtornos mentais. No entanto, é possível que essas oscilações sejam equilibradas na fase da adolescência e esses medos sejam enfrentados. Estou pronta para te ajudar. Entre em contato, priorize o seu autocuidado e cuide de quem você ama!



◆ Patrícia Alvarenga ◆

Psicóloga, mestre, professora e consultora.
Diretora executiva-financeira do Cíee-MG.

📷 @patriciaav.psicologa



Terapia capilar, um cuidado que transforma.

E mais:

Cortes
Makeup
Pé e mão
SPA dos pés
Manutenção de cabelos
Manutenção de unhas de gel



 @tetebelezacapilar

 (31)98678-4354

Av. dos Bandeirantes, 1.764, 4º andar - Mangabeiras/BH

DEIXAR FLUIR FAZ PARTE DA JORNADA

Na infância, tudo parece ser maior do que realmente é. As coisas têm uma dimensão ampliada diante da nossa pequenez — de tamanho, de conhecimento, de capacidade de entender o mundo. Eu olhava para aquela mulher, e ela era gigante. Trabalhava em duas escolas, uma como professora e outra como vice-diretora. Dirigia para cima e para baixo, dando carona a quem pudesse.

Enquanto o seu marido trabalhava viajando, ela assumia as tarefas que lhe cabiam — e também as que seriam de um pai presente. Ele estava distante, não por querer; e é curioso como sua ausência não o tornava ausente. Depois de cuidar de tudo que era atividade doméstica, sentava-se diante da mesa, compenetrada, para preparar a aula do dia seguinte.

Essa mulher imensa é minha mãe, que, para manter a sobriedade, décadas atrás, engolia o choro e resolvia o que fosse preciso nas batalhas diárias — e olha que não eram poucas. Por cobrarem demais que fosse forte, e pelas próprias circunstâncias, ela precisou se endurecer. Era amável, determinada, mas nunca a vi chorar. Não tinha tempo para sofrer suas dores — ao menos não diante de nós.

Quando meu pai adoeceu, ela já tinha mais de 70 anos. Renovou a carteira de motorista para ajudá-lo nas urgências. Ele teve câncer e ficou internado por meses. Ela não arrefeceu. Seguiu forte, como sempre acreditamos que fosse.

Com a morte dele, minha mãe mergulhou numa tristeza mais duradoura. **O tempo não alivia nada, mas exige que sigamos,** mesmo sem acreditar que a dor do luto vá passar. Ela, de fato, não passa — apenas se reconfigura. Nem toda perda pode ser transformada em algo útil, e algumas coisas que nos acon-

tecem não têm seu lado positivo. É um simples (ou complexo) doer. O luto é o preço que pagamos por ter amado alguém. Lembro-me do que disse Byung-Chul Han, no livro *Sociedade Paliativa*: “Temos que parar de anestesiarmos as dores”.

Tempos depois, consegui ver minha mãe chorar. E dizer “eu te amo” — algo que já estava ali, dentro dela, mas que só depois ela aprendeu a deixar fluir. Rumi dizia que o amor mora em nós; precisamos apenas encontrar e quebrar as barreiras que o represam.

Hoje, sei que minha mãe não era forte todos os dias — e fico feliz por isso. **Foi ao reconhecer suas dores e limites que ela se revelou ainda mais humana.** Como diz a personagem do filme *Pássaro Branco*: “O amor é normal. Mas só saber disso ‘não’ basta. Deve ser partilhado e praticado”. E talvez o melhor caminho para isso seja colocar presença verdadeira em tudo o que fazemos. Isso pode evitar, no futuro, o peso de uma culpa silenciosa que, por vezes, aprisiona-nos.



◆ Tio Flávio ◆

Relações públicas, jornalista e professor universitário há 25 anos. Escritor, colunista da Rádio CDL FM, no Juventude Prateada e criador do movimento voluntário Tio Flávio Cultural.

📷 @tioflavio

Aumente a produtividade da sua equipe com um café da manhã *de qualidade!*

Imagine começar o dia com um café da manhã completo e balanceado, repleto de nutrientes essenciais para o seu corpo.

Apresentamos a você o café da manhã fornecido pela Tia Lia Lanches, uma opção que vai transformar as manhãs dos seus colaboradores.

Entre em contato e
faça um orçamento!

☎ **(31) 99953-0145**

Invista no bem-estar dos seus colaboradores e colha os benefícios de uma equipe mais motivada, produtiva e saudável.



O SEQUESTRO DA CONSCIÊNCIA

Autor de três best-sellers, Louis Burlamaqui lança livro apartidário sobre polarização política e manipulação social

A polarização política e a disseminação de desinformação vêm moldando sociedades ao redor do mundo. Mas como esse processo acontece? Como pessoas bem-intencionadas são levadas a aderir a ideias extremas, muitas vezes sem perceberem que estão sendo manipuladas?

Essas são algumas das questões levantadas por Louis Burlamaqui em seu mais recente livro, *O Sequestro da Consciência: Como Nossa Mente é Manipulada Sem Que Percebamos*. Com 30 anos de experiência em estratégia e cultura organizacional, Burlamaqui amplia seu campo de estudo para analisar um fenômeno que atravessa histórias, regimes políticos e diferentes contextos culturais: **a manipulação da consciência coletiva**. O autor examina como narrativas são construídas para direcionar comportamentos, levando indivíduos a aderirem a ideias sem que percebam os mecanismos de controle por trás delas.

A obra percorre desde princípios filosóficos e conceitos da psicologia social até estudos sobre comportamento de massas. Burlamaqui demonstra como regimes totalitários e democracias utilizam estratégias semelhantes para influenciar opiniões, consolidar poder e marginalizar vozes dissonantes. A diferença está nos métodos: enquanto no passado o controle era imposto

pela força, hoje ele se disfarça na manipulação sutil de informações.

Um dos temas centrais do livro é **o impacto das redes sociais**. O autor detalha como algoritmos re-

forçam crenças preexistentes, confinando usuários em bolhas de informação e dificultando o diálogo entre diferentes perspectivas. Esse fenômeno não apenas contribui para a radicalização das opiniões, mas também mina a capacidade crítica dos indivíduos.

Burlamaqui também investiga como líderes e movimentos, ao longo da história, utilizaram discursos morais para justificar perseguições e medidas autoritárias. “O grande perigo do sequestro da consciência é que ele não se impõe pela força, mas pela sedução”, alerta o autor. E é justamente essa sedução que

torna o fenômeno tão difícil de ser identificado. Mas como escapar dessa manipulação? Para Burlamaqui,

a alfabetização midiática, o pensamento crítico e o autoconhecimento são essenciais para recuperar a autonomia intelectual. O autor

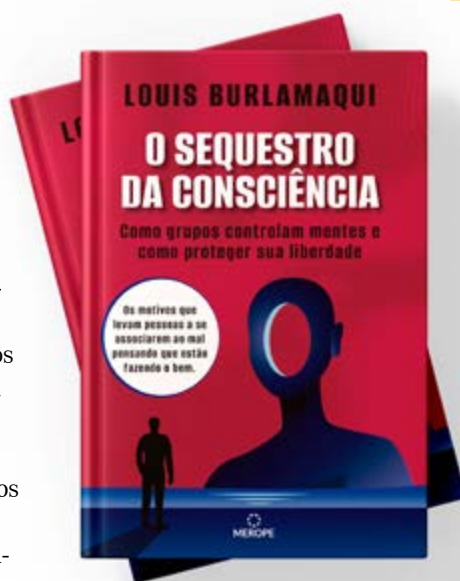
propõe um olhar mais questionador sobre o mundo, incentivando o leitor a analisar discursos e buscar informações de fontes diversas antes de formar opinião.

A importância do tema também foi destacada por Romeu Zema, governador de Minas Gerais, que assina o prefácio da obra: “A maior virtude deste livro de Louis Burlamaqui é que ele não se limita a fazer um diagnóstico da situação atual, com exemplos do sequestro da consciência atuais e históricos. Ele vai além e apresenta ações que podemos adotar para fugirmos das armadilhas criadas para dominar o nosso pensamento”.

Luiza Ferraz



O autor
Louis Burlamaqui



Confira como foi o lançamento de *O Sequestro da Consciência*, de Louis Burlamaqui!



Apoie uma Chef

Com o objetivo de fortalecer uma rede de chefs e empreendedoras, Gabriela Gontijo e Bruna Costa, sócias d'A Chef – Art of Catering and Home, criaram a iniciativa *Eu Apoio uma Chef*. O lançamento oficial ocorreu no dia 11 de março, reunindo nomes importantes da gastronomia mineira, jornalistas e empresárias, na sede do bufê, para uma noite descontraída e repleta de networking. Saiba mais em: @achefcatering.



Bruna Costa e Gabriela Gontijo



Equipe A Chef - Evelyn, Karine, Gabriela e Julia



Bruna Costa, Agnes Farkasvolgyi e Gabriela Gontijo



Bruna Costa, Silvana Watel e Gabi Gontijo



Bruna Costa, Ana Gabi Costa, Tuca Schirmel e Gabriela Gontijo



Cibele Guimarães



Ju Duarte



Silvana Watel, Mafe Lages, Joana Khouri e Isabela Teixeira da Costa



Elisa Dayrell



Letícia Pimentel e Aline Matos



Joana Khouri, Isabela Teixeira da Costa e Juliana Gontijo

Rubra apresenta noite única de TechnoBrass

A Equilibrista promoveu, em março, no Distrital, o primeiro show em Belo Horizonte da banda TechnoBrass, com apresentação da Rubra. Formada por músicos da cena jazz e do Carnaval alternativo do Rio de Janeiro, o grupo combina a energia da música eletrônica com instrumentos de sopro e percussão, criando uma atmosfera híbrida e explosiva. O Technobrass já se apresentou em festivais como Universo Paralello (BA), Psicodália (SC) e Rock the Mountain (RJ), além de realizar turnês pela Europa, destacando-se em eventos como Bout du Monde e Château Perché. Quem abriu a noite em BH foram os Estagiários Brass Band, que levaram ainda performers em pernas-de-pau para completar a experiência.





EPIC
FITNESS

SPiVi®

PLATAFORMA DE TREINO IMERSIVA COM TECNOLOGIA DE MONITORAMENTO DE INTENSIDADE E GAMIFICAÇÃO.

CENÁRIOS INTERATIVOS 3D PARA UMA EXPERIÊNCIA MOTIVADORA E METODOLOGIA DE TREINAMENTO QUE POTENCIALIZA O RESULTADO.

EPIC
FITNESS

epicfitness.com.br

R. dos Aimorés, 2152 - Lourdes

 **@epicfitnessbh**

 **(31) 3568 4271**

 **(31) 3568-5976**

Encontro Tô Rica

No dia 20 de fevereiro, o Clube Tô Rica promoveu um encontro superinovador na Forja Taverna Épica Medieval. Virgínia Silva ensinou a como transformar sua comunicação. Lúcia Messano abordou sobre os benefícios dos óleos essenciais, e Deise Marinho destacou o encantamento no atendimento ao cliente. As participantes desfrutaram do restaurante temático e tiveram uma noite agradável, repleta de conexões e negócios fechados.



UMA
páscoa
completa

VAI MUITO ALÉM
DO CHOCOLATE!



Mais Mineiro®
PÃO DE QUEIJO

Tradicionalmente gostoso



ACESSE
AGORA E
**SAIBA
MAIS**

Deixamos o melhor para o final.

A solução completa para a comunicação visual do seu negócio.

Comunicação visual:

sinalização, displays, painéis publicitários, banners, letreiros, adesivação de frota.

Resultados incríveis em:

sacolas, caixas, agendas, pastas e envelopes, cadernos, calendários, catálogos e toda linha editorial.

Portfólio diversificado e uma equipe dedicada para transformar ideias em soluções de alto impacto.

☎ (31) 9 8854 8351
✉ vendas@ciadacor.com.br
📷 @cia.da.cor

