

revista

EXCLUSIVE

JULHO 2023 - #122

REVISTAEXCLUSIVE.COM.BR



Fotos: Ton Nettos

CRECHE SÃO JUDAS TADEU

Como a CEDRO MINERAÇÃO ajudou a creche a voltar ao topo de maior de Minas Gerais e modelo de qualidade para outras propostas educacionais



A sabedoria
de um mestre!
A sinceridade
de um amigo!



Feliz
» Dia «
Pais



EPA
@epasupermercados

13 de Agosto
Dia dos Pais



X EDITORIAL

AJUDAS QUE SALVAM

Maior creche do estado de Minas Gerais, a Creche São Judas Tadeu – idealizada por Flávio de Almeida, um soldado da Polícia Militar, e sua família – viveu durante a pandemia da Covid-19, em 2020, o pior pesadelo para aquela e tantas outras famílias que necessitavam daquele espaço: o fechamento. Em 2022, porém, com a pandemia controlada, a família pensou em reabrir, mas era preciso doação, já que uma reforma era necessária e as contas deveriam estar em dia, até porque, mesmo fechada, os custos não pararam. Foi aí que apareceu a Cedro Mineração. A parceria com a mineradora trouxe resultados acima das expectativas. E nesta nova edição, é exatamente sobre a força de resistência dada à creche, por meio da Cedro, que vamos discutir.

LETÍCIA PIMENTEL
EDITORA-CHEFE

revista
EXCLUSIVE

DIRETOR-GERAL

Jader Kalid

EDITORA-CHEFE

Letícia Pimentel

COLUNISTAS

Alfredo Cardoso, Alysson Resende, Bárbara Bracarense, Bruno Carneiro, Bruno Sander, Carla Oliveira, Carlos Lindenberg, Germano Gomes Vieira, Jussara Naves, Leonardo Neves, Lourenna Rodrigues, Luan Silveira, Luís Cláudio Chaves, Marcela Mattos, Marcelo Soares, Norma Sena, Rachel Capucio, Simone Demolinari, Stephanie Carvalho, Téo Mascarenhas.

DIRETOR DE ARTE

Leandro Godinho

REPÓRTER E SOCIAL MEDIA

Gabrielle de Andrade

ASSISTENTE DE REDAÇÃO

Thauany Andrade

FOTÓGRAFO

Léo Andrade – Andrade Fotografia

DIRETORA COMERCIAL

Aline Matos

PRODUTORA EXCLUSIVE

Thiago Kalid, diretor de negócios multiplataforma

Tiragem: 25 mil exemplares | **Periodicidade:** mensal

Gráfica: Koloro Indústria Gráfica

Distribuição: Clube Motoboy, Correios e logística interna.

Escritório Exclusive – Ed. Atlanta
Alameda Oscar Niemeyer, 1.033, portaria 3, sala 516
Vila da Serra/Nova Lima | CEP: 34.006-065
Contato: (31) 3282-8262

Diretoria: jader@revistaexclusive.com.br

Produtora Exclusive: thiago@revistaexclusive.com.br

Comercial: aline@revistaexclusive.com.br

Marketing: marketing@revistaexclusive.com.br

Administrativo: financeiro@revistaexclusive.com.br

Redação: leticia@revistaexclusive.com.br

Assinatura: geral@revistaexclusive.com.br

facebook.com/revistaexclusive 
[@revistaexclusive](https://instagram.com/revistaexclusive) 

Edições on-line em www.revistaexclusive.com.br ou via aplicativo Revista Exclusive, disponível para Android e iOS.

11.707.147/0001-32

Inscrição municipal: 256229/001-6

T.K.M Serviços e Publicidade LTDA.

Acesse o nosso site





ALFREDO CARDOSO

Alfredo Cardoso é analista de gestão, economista efetivo do estado de Minas Gerais, pós-graduado em Auditoria e Perícia, mestre em Economia Aplicada e graduando em Gestão/Inovação em Gestão. Palestrante e autor de diversos artigos. Foi integrante das Forças Especiais do Brasil (Corpo de Fuzileiros Navais/CFN). @alfredo_c_andre



CARLA OLIVEIRA

Carla Oliveira é nutricionista e pós-graduanda nas áreas esportiva e funcional. É apaixonada pelo poder que a nutrição tem de transformar a vida das pessoas por meio de uma alimentação saudável e equilibrada, impactando a melhora da saúde, performance, energia, disposição, autoestima ou, simplesmente, pela melhora do físico/estética. Atende presencialmente em BH, bem como faz atendimentos on-line. Abordará na **Exclusive** os mais diversos assuntos relacionados à nutrição.



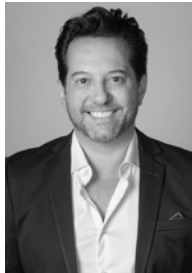
LUAN SILVEIRA

Consultor de imagem e estilo, além de fashion business. Possui formação como personal stylist pela Escola de Moda São Paulo, atuando na construção de identidade artística. Na **Exclusive**, aborda os principais acontecimentos da moda mineira.



RACHEL CAPUCIO

É advogada com foco em *fashion law* e empreendedorismo na moda, além de escritora e redatora. Assina as colunas *No Mundo da Moda*, *Horizonte Gerais* e *Horizonte dos Inconfidentes*, no jornal *Espaço Horizonte*. Produziu vários conteúdos para os sites Destrinchando (Portal Uai), YOO Mag (Portal Uai) e Guia In BH. Atualmente, é também colunista das revistas *Conexão Moda* e *Mercado Comum*.



ALYSSON RESENDE

Atuando como dentista há cerca de 20 anos, Alysson Resende é sócio-proprietário da AR Estética Implante Ortodontia e traz para a **Exclusive** as novidades e os assuntos que estão em pauta no universo odontológico.



CARLOS LINDENBERG

É um dos jornalistas mais renomados do Brasil. Discorre sobre o universo político em Minas e no país. Lindenberg é autor do livro *Quase História* e comentarista da TV Bandeirantes, do jornal *Metro* e da Rádio Itatiaia.



LUÍS CLÁUDIO CHAVES

Luís Cláudio Chaves é advogado, mestre em Direito, membro honorário vitalício da OAB/MG e foi vice-presidente da OAB Nacional. Está na Diretoria Técnica e Jurídica da Presidência do Senado Federal. Sua coluna aborda sobre as novas leis aprovadas no Congresso Nacional, as quais impactam a vida dos brasileiros.



RODRIGO LOPES

Cirurgião plástico com título de especialista pela Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBPCP). Lopes concluiu residências médicas em Cirurgia Geral e do Trauma, pela Fundação Hospitalar do Estado de Minas Gerais; e Cirurgia Plástica, pelo Hospital da Baleia. Além disso, possui *fellowship* em Medicina Estética Avançada. Em sua coluna, discorrerá sobre os assuntos mais relevantes no universo da cirurgia plástica. CRM-MG: 36044. RQE: 16340.



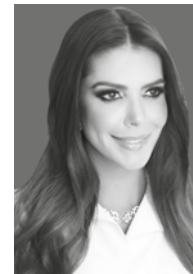
BÁRBARA BRACARENSE

Especialista em estética corporal e facial. É habilitada em drenagem linfática manual (DLM) no Método Joana Medrado e graduanda em Estética e Cosmética.



GERMANO GOMES VIEIRA

Germano Gomes Vieira é advogado especializado em meio ambiente e sustentabilidade. Pós-graduado em Educação Ambiental e mestre em Avaliação de Impactos Ambientais. Atuou como secretário de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável de Minas Gerais.



MARCELA MATTOS

Dermatologista especializada pela Sociedade Brasileira de Dermatologia. Possui *fellowship* em Tricologia, pela Universidade de Miami; e em Cosmiatria e Laser, pela Universidade de Harvard.



SIMONE DEMOLINARI

Psicanalista clínica com mestrado e dissertação em Anomalias Comportamentais. Pós-graduada em Marketing e em Gestão Empresarial, pela Fundação Getúlio Vargas. Consultora, palestrante, professora de Gestão de Pessoas e apresentadora de programas das rádios 102.9 FM e 98 FM. Entusiasta do comportamento humano e do espírito livre.



BRUNO CARNEIRO

Empresário e cinéfilo apaixonado. Ele cataloga e classifica obsessivamente todos os filmes que assiste. Mais de 4 mil até hoje.



JUSSARA NAVES

Pós-graduada em ESPM e B.I Internacional, é empresária nas áreas de comunicação e educação, e tem bom acesso ao mercado. Em sua coluna, apresenta as principais novidades empresariais do estado.



MARCELO SOARES

Advogado, sócio-fundador da Araujo Soares & Cruz Advogados Associados, professor universitário e para concursos públicos. Palestrante, pós-graduado em Direito do Trabalho e Direito Civil pela PUC Minas. Na **Exclusive**, dissertará sobre temas variados do direito.



STEPHANIE CARVALHO

CEO da Insânia, marca mineira de sucesso nacional, Stephanie Carvalho é engenheira civil, designer de moda e mentora em treinamentos empresariais. Como empreendedora de sucesso, sobretudo, no e-commerce, aqui na **Exclusive**, Stephanie discorrerá sobre moda, empreendedorismo, tecnologia, marketing e muito mais.



BRUNO SANDER

Médico-cirurgião, endoscopista e gastroenterologista. Diretor do Hospital Dia Sander Medical Center, em BH, é especializado em emagrecimento com tratamentos clínicos, procedimentos pouco invasivos e cirúrgicos. RQE: cirurgia-geral: 14.270 | endoscopia: 32.354 | gastroenterologia: 41.292.



LOURENNA RODRIGUES

Jornalista, pós-graduada em Escrita Criativa, com ampla experiência em assessoria de imprensa. Atua com comunicação no setor político e também em projetos culturais realizados por pessoas negras. Usa a escrita para registrar histórias e fatos associados à negritude. Na **Exclusive**, abordará assuntos relacionados à temática racial.



NORMA SENA

Formada em Massoterapia pela Escola de Formação do Governo do Estado de Minas Gerais, terapeuta integrativa, mestra em Reiki e graduada em Estética e Cosmética. Atua com as mais diversas terapias integrativas e complementares, além de atuar no ramo da estética. Traz pautas dentro do seu segmento no que se refere à saúde, beleza e bem-estar.



TÉO MASCARENHAS

Apassionado pelo universo motociclístico, Téo Mascarenhas já atuou em veículos de comunicação impressos e on-line. Na **Exclusive**, testa as novidades do mercado e dá sua impressão, na coluna *Duas Rodas*, sobre as motos mais modernas e potentes que encontramos por aqui.

x // SUMÁRIO



28
CAPA

CINEMA
10

SAÚDE
70

EVENTOS
86



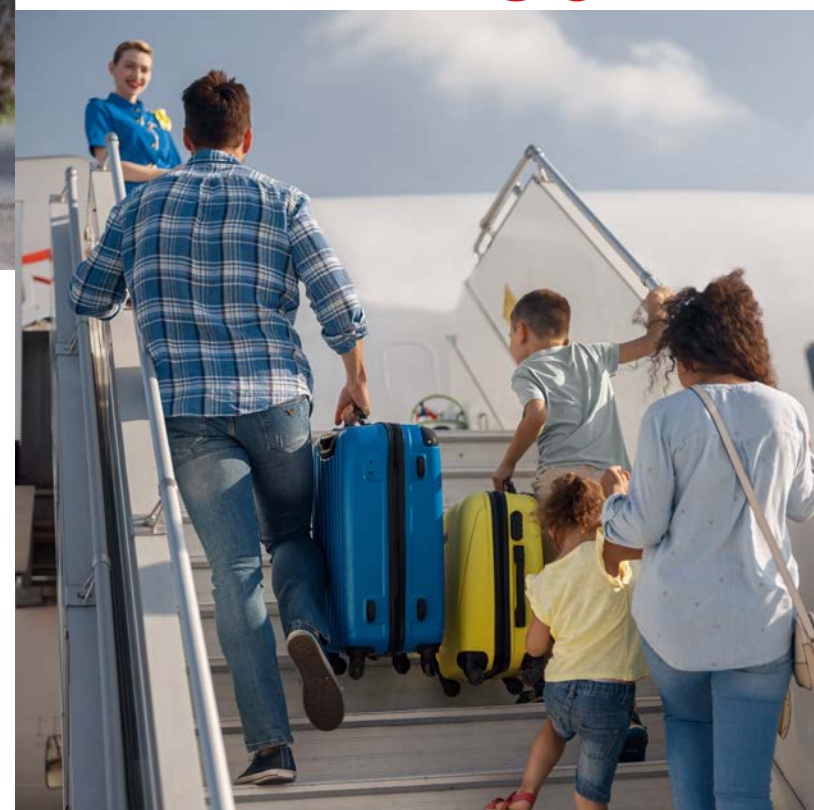
44 ODONTOLOGIA

36 CULTURA & ARTES



50 EDITORIAL DE MODA

80 DIREITO





RONDELLI AUROORA

Ingredientes

Massa

- 100g de farinha de trigo
- 1 ovo
- Uma colher (de sopa) de azeite
- Queijo parmesão ralado

Recheio

- 200g de peito de frango
- Duas colheres (de sopa) de requeijão cremoso

Molho

- 1 litro de leite
- 3/4 de xícara (de chá) de farinha de trigo
- 3 colheres (de sopa) de manteiga
- Uma cebola ralada ou bem picadinha
- 1/2 xícara (de chá) de molho de tomate
- 1/2 limão (suco)
- Uma folha de louro
- Sal, pimenta-do-reino e noz-moscada a gosto

Modo de preparo

Massa

Junte os ingredientes, forme uma massa macia e deixe descansar por 15 minutos. Depois, com um rolo, abra a massa sempre peneirando com a farinha de trigo, para que ela (a massa) não grude. Em uma panela, coloque água e sal, e deixe ferver. Cozinhe a massa por cerca de 5 minutos até ficar al dente.

Recheio

Corte o peito de frango em cubos. Tempere o frango, refogue-o e coloque-o para cozinhar em um pouco de água, na panela de pressão, por 15 minutos. Retire o frango da água, desfie ou processe e misture a ele o requeijão. Retire, coloque o recheio e enrole como um rocambole. Corte em pedaços de 3cm. Coloque um pouco de molho de tomate e polvilhe queijo parmesão. Em seguida, leve ao forno para gratinar.

Molho

Em uma panela, coloque o leite e a folha de louro, e deixe ferver. Reserve. Em uma caçarola funda, derreta a manteiga e junte a cebola ralada (ou bem picada) e deixe fritar até ficar transparente. Junte a farinha de trigo peneirada e mexa até virar uma pasta. Deixe dourar por alguns minutos. Adicione o leite (retire o louro) devagar, mexendo sempre, para não formar grumos. Deixe cozinhar por alguns minutos e tempere com sal, pimenta e noz-moscada a seu gosto. Por último, acrescente o molho de tomate e o suco do 1/2 limão. Deixe esquentar. Se quiser o molho mais encorpado, use menos leite. Sirva em um prato fundo e bom apetite!

UM BRINDE PRA QUEM JÁ É DE CASA.

ADEGA SUPERNOSSO:
MAIS UMA VEZ, NA CASACOR.



A NOSSA ADEGA HARMONIZA
COM OS MELHORES MOMENTOS:

Mais de 1.000 rótulos nacionais e
importados com *sommelier* nas lojas.

Curadoria de Rodrigo Fonseca -
Restaurante Taste Vin.

Condições especiais para eventos
e ações corporativas.

Assinante Prime ganha
+ 10% DE DESCONTO em todos
os vinhos da adega.



CASACOR / MINAS GERAIS
2023 EMPRESA
PARTICIPANTE

GRUPO Abril



POR Bruno Carneiro
FOTOS Divulgação

BILHETERIAS NOS CINEMAS BRASILEIROS 1º SEMESTRE DE 2023

Tivemos uma ótima notícia para a indústria do entretenimento em 2023: os brasileiros estão voltando a prestigiar nossas queridas salas de cinema. Um dos grandes receios dos exibidores durante a pandemia da Covid-19 era o público se acostumar a assistir filmes no sofá de casa, pelos serviços de *streaming*, e parar de comprar ingressos. A bilheteria dos cinemas ainda é, e continuará sendo por muito tempo, a principal fonte de receita dos estúdios cinematográficos.

A bilheteria é responsável pela maior parte do faturamento projetado para um longa-metragem e praticamente viabiliza as filmagens. Um exemplo visível dessa necessidade de rentabilidade ligada aos ingressos vendidos ocorre quando um filme importante atrai pouco público. Este, indubitavelmente, não terá continuação ou derivados.

Os seis primeiros meses de 2023 são prova da retomada do amor dos brasileiros pelos cinemas: tivemos 55,6 milhões de ingressos vendidos, um aumento de 25% em relação aos 44,5 milhões do primeiro semestre de 2022. Em termos de valores, a arrecadação total chegou a R\$ 1,1 bilhão, 26,4% acima do faturamento no mesmo período do ano passado. Os números foram divulgados com orgulho pela Agência Nacional do Cinema (Ancine).

Apesar do aumento significativo, ainda estamos longe de chegar ao cenário anterior à pandemia. No mesmo período de 2019, tínhamos quase 84 milhões de ingressos vendidos. Estou tentando fazer minha parte para melhorar esses números e, somente neste ano, assisti 33 filmes nas salas escuras.

O TOP 10 das bilheterias brasileiras no primeiro semestre de 2023 ficou assim:

FILME	ESTÚDIO	ARRECAÇÃO (R\$)
1 Velozes e Furiosos 10	Universal Pictures	134.624.730
2 Super Mario Bros – O filme	Universal Pictures	133.075.000
3 Gato de Botas 2: O Último Pedido	Universal Pictures	94.843.000
4 Guardiões da Galáxia Vol. 3	Disney/Buena Vista	90.859.000
5 A Pequena Sereia	Disney/Buena Vista	80.560.757
6 Homem-Aranha: Através do Aranhaverso	Sony Pictures	59.253.000
7 Homem-Formiga e a Vespa – Quantumia	Disney/Buena Vista	56.224.000
8 John Wick 4: Baba Yaga	Paris Filmes	50.658.000
9 The Flash	Warner Bros.	31.727.213
10 M3GAN	Universal Pictures	27.637.366

Depois de analisar atentamente essa lista, gostaria de deixar uma pergunta para vocês, meus leitores: apenas filmes destinados a crianças e adolescentes podem gerar grandes bilheterias? De todos esses dez filmes, assisti apenas a um, o live action de *A Pequena Sereia* (★★★★), que, infelizmente, não faz jus à clássica animação de 1989.

A notícia ruim desses números do primeiro semestre são

as bilheterias dos filmes produzidos no Brasil. O faturamento de todos os longas-metragens nacionais, juntos, foi de R\$ 9 milhões, menos de 1% do total arrecadado – apesar de alguns lançamentos de muita qualidade nesse período. *Marte Um* (★★★★) e *Noites Alienígenas* (★★★★) são excelentes exemplos de muita qualidade e pouco prestígio junto ao público tupiniquim.

AS ESTREIAS MAIS AGUARDADAS NOS CINEMAS

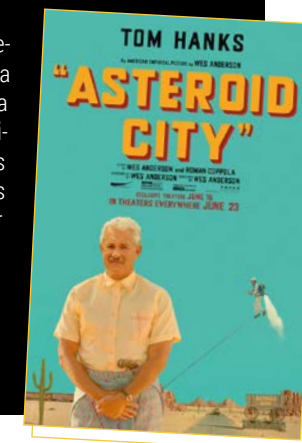


MANSÃO MAL-ASSOMBRA-DA – Uma mãe e seu filho de nove anos estão tentando recomeçar a vida e mudam para uma adorável mansão em Nova Orleans. Inspirado na atração clássica do parque temático da Disney, conta com espetacular elenco: Jamie Lee Curtis (vencedora do Oscar deste ano), Winona Ryder, Owen Wilson, Danny DeVito, o também oscarizado Jared Leto e Rosario Dawson. Ainda sem nota no IMDB.

VIDAS PASSADAS – Dois amigos de infância, Nora e Sung, são separados quando a família de Nora emigra da Coreia do Sul. Vinte anos depois, eles se reencontram e começam um romance. Esse drama romântico

coreano é um dos filmes mais aclamados pela crítica em 2023 e certamente entrará nas listas de melhores do ano. Nota excelente no site dos amantes do cinema, o IMDB (8,4), e excepcional Metascore (94/100). O Metascore é a fórmula usada pelo IMDB para compilar a média das notas dos críticos dos grandes veículos de comunicação de todo o mundo.

ASTEROID CITY – Ambientado na década de 50, em uma cidade fictícia no deserto norte-americano e encenado como uma peça de teatro, a história segue uma convenção organizada para unir pais e alunos em uma competição acadêmica. Novo trabalho do inconfundível diretor Wes Anderson, postulante à Palma de Ouro em Cannes neste ano com este trabalho e responsável por um estilo único, tratado com excelência na obra-prima *O Grande Hotel Budapeste* (★★★★★). Nota boa no site dos amantes do cinema, o IMDB (7,1) e interessante Metascore (73/100).



TESOUROS ESCONDIDOS NAS PLATAFORMAS DE STREAMING

Principais indicações no grupo Clube do Filme, do WhatsApp, no último mês. Alerta que não são necessariamente produções recentes. Há também filmes clássicos escondidos nos catálogos dos serviços de *streaming* – muitos deles sumidos desde a época das finadas locadoras de vídeo:

- Netflix: *Sangue Negro* (★★★★★), *Retorno da Lenda* (★★★★★) e *2 Coelhos* (★★★★).
- Amazon Prime: *Django Livre* (★★★★★), *Infiltrado na Klan* (★★★★★) e *Moonlight* (★★★★★).
- HBO Max: *Sempre em Frente* (★★★★), *Relatos Selvagens* (★★★★★) e *Tootsie* (★★★★★).
- Star+: *Tempo* (★★★★), *Alta Fidelidade* (★★★★★) e *Ela e Eu* (★★★★).
- MUBI: *The Doors* (★★★★★), *O Caso dos Irmãos Naves* (★★★★★) e *Conversa Truncada* (★★★★★).

Dos filmes indicados nesta coluna, estão disponíveis para streaming:

- Netflix: *Noites Alienígenas* (★★★★).
- Star+: *O Grande Hotel Budapeste* (★★★★★).
- Globoplay: *Marte Um* (★★★★).



Bons filmes, muitos baldes de pipoca e até o próximo mês!

Dúvidas e sugestões pelo e-mail cinema@revistaexclusive.com.br

ou pelo meu perfil no Instagram, [@abrunocarneiro](https://www.instagram.com/abrunocarneiro).



X ARTE
DA Redação
FOTOS Divulgação



VAN GOGH & IMPRESSIONISTAS

Shopping Del Rey promove espetáculo de projeções imersivas; atração promete encantar o público com projeções 360° de obras de artistas consagrados

Desde 14 de julho, o Shopping Del Rey se transformou em um dos grandes palcos de celebração das artes em Belo Horizonte. O empreendimento promove com exclusividade a aclamada exibição *Van Gogh & Impressionistas*, que já reuniu milhares de pessoas em todo o país. O espetáculo completo tem cerca de 1 hora de duração e combina arte, alta tecnologia e emoção, inserindo o público dentro do processo criativo e de obras do pintor holandês Van Gogh. As projeções 360°, que cobrem as paredes e o chão, são exibidas em alta definição dentro de um atelier imersivo, que permite às pessoas "mergulharem" nas cores e traços de quadros de grande sucesso do artista, como *A Noite Estrelada*, *Quarto em Arles*, *Girassóis*, *Amendoeira em Flor*, entre outras. A exposição também celebra o Impressionismo e Pós-Impressionismo, ao exibir telas de quatro artistas internacionais expoentes deste movimento: **Monet, Renoir, Gauguin e Cézanne**.

O conteúdo de videografismo – que promove as releituras baseadas em efeitos e movimento –, combinado com uma trilha sonora especial com clássicos da música universal, promete emocionar o público no grande atelier. Durante a visita, as pessoas poderão conhecer mais a fundo a genialidade dos autores em instalações interativas, que contam suas trajetórias de um jeito particular, além de criar conteúdo em um labirinto instagramável, deliciar-se com boa prosa no café temático, assinado pela The Waffle King, e visitar a loja de souvenirs.

Infraestrutura chama atenção

Um complexo tecnológico foi preparado para receber a mostra e instalado no estacionamento G (primeiro piso) do Shopping Del Rey. O espaço conta com quase 2,5 mil m², totalmente ambientados e climatizados, com sistema de sonorização, super-processamento e múltiplos projetores para oferecer a melhor experiência ao público. "Trazer *Van Gogh & Impressionistas* para Belo Horizonte era um desejo nosso pelo diferencial do público e por se tratar de uma cidade que sabemos ser vocacionada para a cultura, o conhecimento e a inovação tecnológica. Por isso, preparamos algo especial e grandioso, à altura de Minas Gerais. Buscamos inspiração em grandes atrações internacionais, como o Atelier des Lumières (Paris) – um dos precursores em exposições imersivas – e o Museu de Arte Digital (Tóquio), para **agradar pessoas de todos os perfis e idades**, desde aqueles que buscam a contemplação em sua forma mais genuína até quem gosta de produzir fotos e vídeos incríveis", ressalta o diretor-geral da atração, Davi Telles.

O Shopping Del Rey também comemora a parceria para exibição do espetáculo com exclusividade. "É com muita alegria e entusiasmo que recebemos este evento, não só por sua magnitude, mas por poder oferecer ao público mineiro uma experiência diferenciada, de padrão internacional e que enaltece a cultura e as artes. Esta atração se conecta com o momento de modernização do Del Rey, em que buscamos novas oportunidades de oferecer uma experiência completa para as famílias, para além das compras, apostando também em gastronomia e entretenimento de qualidade", afirma Juliana Isabel, gerente de marketing do shopping.

Prático
para ser
produzido
em casa.

Provencal
emporium & cuisine gourmet



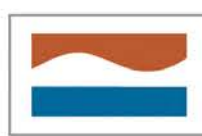
Peça on-line!

www.provencalgourmet.com.br



Lotes a partir de 1000 m²

Condições especiais



TERRAMARE

P E N Í N S U L A

Encontre seu feito de viver

VENDAS:



D-FILIPPO netimóveis



Rua Benedito Fernandes de Oliveira, 15
Jd. Boa Vista · São João da Boa Vista - SP

Tel: (31) 98881-5931
E-mail: terramare@netimoveis.com
Instagram: @terramare_peninsula
www.descubraterramare.com.br

GENGIVOPLASTIA PRÉVIA À FACETA DENTAL TRAZ ESTÉTICA DE IMPACTO

A gengivoplastia é uma técnica de cirurgia plástica gengival que pode ser realizada principalmente antes do tratamento com facetas dentais, para trazer ainda mais impacto estético ao seu sorriso. As transformações de impacto do sorriso são associadas pelas correções marcantes na cor e forma dos dentes. Apesar da fama, o que quase ninguém sabe é que **muito da harmonia e naturalidade dos procedimentos de facetas dentais é resultado da gengivoplastia.**

Segundo a dra. Josiana Las Casas, especialista em estética oral, facetas e clareamento dental, uma vantagem da técnica é o alinhamento gengival, que pode fazer toda a diferença nos procedimentos estéticos. “A gengivoplastia consiste por recortes simples das gengivas ao redor dos dentes para a remodelação dos tecidos gengivais. A necessidade estética para nivelar e alinhar gengivas antes de procedimentos estéticos pode não ser tão óbvia quanto parece”, ressalta Josiana.

Uma desvantagem da técnica, porém, seria a demora da confecção das facetas ou lentes de contato dentais, pelo tempo de cicatrização da gengiva. “Sua indicação seria para pacientes que têm um sorriso gengival, ou seja, excesso de gengiva, aumentando no tamanho dos dentes, colocando-os no mesmo alinhamento gengival”, explica a especialista.

Uma contraindicação seria para pacientes com problemas sistêmicos, gengivais e periodontais. Segundo a dra. Josiana Las Casas, antes de realizar a cirurgia, deve-se fazer um minucioso planejamento com exames clínico, radiográficos e laboratoriais, para saber se o paciente está apto para realizar o procedimento. “Deve-se analisar ainda a saúde periodontal do paciente, com remoção de placa bacteriana, tártaro e instrução ao paciente para uma boa e correta higienização bucal antes e após a cirurgia”, ressalta.

Após toda essa análise e estudo do caso, realiza-se a remoção do excesso da gengiva que fica no topo do dente. Sobre o tempo do procedimento, a especialista explica que depende do número de dentes envolvidos e da técnica cirúrgica, podendo variar entre 30 minutos até 2 horas. “Geralmente não há necessidade de suturas. Prescrição de analgésicos simples. **Pós-operatório e recuperação bem rápidos e simples, sem a necessidade de se ausentar do trabalho ou de suas atividades rotineiras**”, comenta a doutora.

Contudo, cuidados simples podem ser suficientes para que a cicatrização ocorra de forma indolor e sem contratempos, como evitar exercícios físicos nas primeiras 48 horas, restrições a alimentos quentes e duros nos três primeiros dias e escovar bem devagar os dentes próximo à região cirúrgica e realização de bochechos com enxaguante bucal (sem álcool) por até 10 dias. “Após três semanas da cirurgia, edemas e cicatrizes cirúrgicas já são praticamente imperceptíveis. Depois, é só fazer os retornos semanais para avaliação da gengiva e planejamento da realização das tão sonhadas facetas dentais”, finaliza.



Dra. Josiana Las Casas, especialista em estética oral, facetas e clareamento dental

@dra.josiana_las_casas
@lascasasodontologia

Convidamos você a salvar vidas!

Vem aí o **20º Jantar Amigos do Baleia!** Um evento que celebra a solidariedade e apoia a missão do Hospital da Baleia em oferecer assistência médica de **qualidade e salvar vidas.** Junte-se a nós nessa noite especial e faça parte desse movimento de amor e cuidado com a população mineira. Sua presença faz toda a diferença! Você também pode apoiar sendo um patrocinador ou adquirindo uma mesa corporativa. **Vamos unir forças e, juntos, fazermos a diferença.**

Atração musical:
Tiago Abravanel



XX JANTAR
AMIGOS DO
BALEIA

MIX GARDEN
Rua Projetada 65 - Jardim Canadá,
Nova Lima

BUFFET
Cristina Misk

28/09
20h00

Para mais informações:
(31) 3489-1660 ou (31) 3489-1654
rede01@hospitaldabaleia.org.br

REALÇANDO A BELEZA DE CADA OLHAR

Trabalhar com o que realmente gosta é o sonho de muitas pessoas. Felizmente, para a *lash designer* Bruna Oliveira, esse sonho se tornou mais do que realidade. Após trabalhar com vendas, administração e recepção, Bruna optou por dar uma repaginada na sua vida profissional, tornando-se especialista em visagismo de cílios. Ela, que sempre foi apaixonada pelo universo da estética, viu na profissão uma forma de exercer aquilo que tanto ama: realçar a beleza natural das pessoas. “Me tornar *lash designer* foi uma oportunidade de fazer isso de uma maneira única e personalizada”, conta.

Além de desempenhar um trabalho impecável, o seu sucesso no mercado foi motivado pelo desenvolvimento de uma técnica exclusiva de extensão de cílios: Coffee B. “Coffee B é uma evolução de todas as técnicas de extensão de cílios. A ideia é trazer mais naturalidade, aliada à durabilidade. É, com certeza, uma técnica que encanta as clientes e que revolucionou a vida de muitas *lashes* que fizeram o curso profissionalizante”, fala orgulhosa. Para que pudesse criar esse método inovador, Bruna se debruçou em muito estudo. “Foi preciso muita pesquisa, experimentação e aperfeiçoamento ao longo do tempo. Eu combinei técnicas tradicionais de *lash design* com minha própria abordagem, levando em consideração as necessidades e preferências das minhas clientes”, explica.

Mesmo com uma agenda extensa de atendimentos, Bruna, que faz parte do Conselho Nacional dos Profissionais da Beleza, não se conteve em manter esta nova técnica apenas para si: **desenvolveu um curso para que mais mulheres pudessem ser bem-sucedidas na área.** “A decisão de ministrar cursos veio do desejo de compartilhar meu conhecimento e ajudar outras pessoas a ingressar nesse campo. Foi uma maneira de expandir meu negócio, ao mesmo tempo em que contribuo para o crescimento profissional de outras pessoas, afinal de contas, todo início é bastante desafiador, e ter alguém com quem contar é maravilhoso. Por isso, me coloco à disposição das minhas alunas, para que tenham um início bem mais leve, com a confiança de prestar um atendimento de excelência”, pontua.

Dito isso, a *lash designer* ainda dá uma dica de ouro para quem está iniciando ou pretende fazer parte do segmento: “Treine, estude, se dedique e deixe a preguiça de lado. Seja sua melhor versão!”



Tenha em mente que cada cliente é única. Trabalhe com cuidado, amor, responsabilidade, e priorize a saúde dos cílios”. Tudo isso que ela menciona, aliás, é o que ela de fato entrega em todos os seus atendimentos, que são totalmente personalizados. “Antes do procedimento, converso com cada cliente, para entender suas preferências e expectativas. Em seguida, aplico as extensões de cílios de acordo com o estilo e efeito desejados, levando em consideração a saúde dos cílios naturais”, ressalta.

Mesmo com tanto sucesso, Bruna não pretende deixar de continuar se aperfeiçoando e, para o futuro, ela revela: “Meus planos incluem continuar aprimorando meu método de *lash design*, expandir meu negócio para outras regiões e abrir a primeira unidade Visage for Lashes Academy, em que teremos atendimento de visagismo humanizado para cílios, além de ministrar cursos e workshops para compartilhar ainda mais conhecimento com as profissionais da área”.

@brunaoliveira_cilios

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.



BORDADOS QUE ENCANTAM

Há quem tome muito gosto por algo devido às influências vindas de outras pessoas, como no berço familiar. Por outro lado, tem aqueles que sentem seu coração bater mais forte em razão do *match* que acontece entre a sua essência e aquilo que conheceu. Com a fundadora da By Me (marca *handmade* de roupas bordadas feitas com tecidos nobres), Flavia Loteiro (43), foi exatamente assim.

Flavia está no mercado de moda desde 2003. Mas, mesmo que não tenha herdado de seus pais o gosto por esse universo, a vida seguiu seu curso e fez com que a moda e a empreendedora se encontrassem e se conectassem. “Não venho de uma família do ramo da moda ou da confecção. Minha mãe é dona de casa. Meu pai trabalha na construção civil. Contudo, desde pequena sempre fui apaixonada por moda. Parava na banca perto da escola e ficava admirando as capas das revistas de moda; e, às vezes, folheava timidamente algumas. Eu não podia comprar. Sabia que era uma realidade muito distante da minha, então evitava falar sobre o assunto”, relembra-se emocionada.

A realidade dela naquele momento, aliás, era de estar se dedicando para realizar um sonho que não era de fato seu, era o que o seu pai queria para ela: tornar-se uma professora. “Me formei e realizei o sonho dele. No entanto, não gostava de dar aulas. Me casei e pedi dispensa na escola em que eu lecionava. O motivo? Conheci uma colega de trabalho que me ajudou a conseguir um emprego no ramo da moda, fazendo com que eu chegasse mais pertinho do meu sonho. Não era uma confecção, era um atacado de peças para montagem de bijuterias, acessórios e material de bordado. Porém, eu (que



sempre fui muito criativa) imaginava as peças prontas, afinal, vendíamos o material desmembrado”, conta.

A vivência dentro dessa empresa fez com que Flavia – sempre muito atenta ao que acontecia ao seu redor – percebesse a necessidade de cada cliente que atendia. Assim, fez dessa experiência uma grande oportunidade. “Foi aí que eu decidi montar uma empresa que desenvolvia qualquer tipo de produto para confecção. Trabalhávamos com cintos, apliques em solda, fivelas, plaquinhas de metal, botões em metal etc. Foi um sucesso! Fomos pioneiros no ramo. Mas, com o tempo, todo mundo resolveu fazer a mesma coisa, devido a tamanho sucesso; e, claro, o mercado ficou saturado. Com isso, em 2015, paralisamos as atividades. Foi o momento mais difícil da minha vida. Achei que era o fim do meu sonho”, revela.

Mas, felizmente, a empreendedora estava muito enganada. Na verdade, o seu grande sonho estava apenas começando. O combustível para que ela desse a volta por cima foi a sua família: seu marido e seus dois filhos. “Certo dia falei para mim mesma: ‘Preciso sair, ver meus clientes e recomeçar. Amo meu trabalho. Meus filhos dependem de mim’. Como nosso nome era forte no mercado, meu marido e eu pegamos várias pastas para representar (tecido, material de bordado, botões, cintos). Nossos clientes nos acolheram muito bem e sempre nos apoiaram. Diante disso, eu vi uma luz no fim do túnel. Eu amava atendê-los, visitar as fábricas, montar composição de bordado com os estilistas, visitar as feiras. Era muito gratificante ver as roupas prontas com o nosso material”, pontua Flavia.

A By Me começou aí! Em 2018, com a ajuda de sua melhor amiga e sua família, Flavia tirou a sua sonhada loja do papel, fruto da vontade de entregar alto valor agregado por meio de peças com bordados lindíssimos e feitos à mão, com todo o cuidado. “Peças bordadas, para mim, são joias eternas, mas, com tecido ruim, essas joias não são tão valorizadas como deveriam ser. **É preciso tecido de muita qualidade.** Por meio de uma representação nossa, conheci algumas indústrias de tecido nacional e me apaixonei pela ideia de uma base perfeita com um bordado perfeito, formando uma combinação perfeita”, ressalta empolgada.

As peças da By Me seguem a premissa de, como Flavia bem salienta, “algo que encante, não sature e dure”. E, após muito batalhar para que a marca – que é on-line e entrega para todo o Brasil – desse certo, Flavia teve o prazer de ver grandes per-



Ludmila Rangel e Fabíola Paiva, do @fashionistando, em um editorial para a marca em Amsterdã

sonalidades vestindo peças feitas por ela e sua equipe. “Ana Furtado usou moletom By Me apresentando o *É de Casa*. Fátima Bernardes e a Luciana Gimenez também usaram peças minhas. Tudo isso fez com que os produtos se tornassem desejados pela qualidade e identidade. Tudo é feito à mão, e alguns clientes ainda se assustam quando recebem as peças, porque são, de fato, verdadeiras joias”, finaliza orgulhosa.

@byme_oficial

TRABALHO PAUTADO EM LEVAR MAIS QUALIDADE DE VIDA

Proporcionar bem-estar. É pensando nisso que foram (e ainda são) feitas as escolhas da fisioterapeuta e CEO da clínica Viva Saúde Estética Avançada, Andréa Santos Santana (38). Déa, como é chamada, vem trilhando um belo caminho na profissão que, há mais de 20 anos, escolheu com tamanha determinação. “Com apenas 17 anos, já tive a certeza de que eu poderia colaborar com a qualidade de vida das pessoas, ajudando na recuperação física e na saúde mental”, revela.

Para que, de fato, pudesse desempenhar o papel que propôs para si, Andréa coleciona importantes especializações. Sua primeira especialização foi em Fisioterapia Cardiorrespiratória. Determinada a continuar adquirindo conhecimento, também se especializou em Fisioterapia Dermatofuncional, abrindo as portas para que iniciasse sua trajetória na clínica Viva Saúde Estética Avançada. “Entre na Viva em 2010, a convite da Paula Seabra. Ela foi minha mentora em Fisioterapia Cardiorrespiratória no hospital Socor. A Paula soube que eu estava na Dermatofuncional e me convidou para ser sócia da Viva. Desde então, percebi que sempre quis ter uma clínica de estética”, conta.

Sobre a escolha desse segundo campo da Fisioterapia, Déa ressalta: “Ainda na faculdade, fiz o curso de pilates, em 2005. Era o início da modalidade no Brasil. O público era na maior parte feminino. A mulherada me perguntava: ‘Você faz drenagem linfática no pós-operatório de cirurgia plástica?’; ‘Tenho celulite e me incomoda muito. Você conhece algum tratamento?’; ‘Como faço para eliminar essa estria?’. Foi quando me deu um clique: vou me especializar na área dermatofuncional”. Diante disso, e como ela bem pontua, uma especialização puxou a outra. A CEO da Viva Saúde se tornou expert em obesidade e emagrecimento, além de fitoterápicos e ortomolecular. E, na Viva Saúde, consegue levar mais autoestima e qualidade de vida para inúmeras pessoas.

Viva Saúde, aliás, foi um nome escolhido a dedo, revelando toda a nobre intenção por trás do trabalho que Andréa e equipe desempenham. “O nome era Viva Spa Day. Tivemos algumas mudanças e logo pensei em Viva Saúde. Antes da Viva, tive uma clínica que se chamava Respirar Saúde, sendo que as atividades principais eram de reabilitação ortopédica, pilates e reabilitação respiratória e cardíaca. Eu já gostava do ‘Viva’, mas faltava a ‘Saúde’ para exaltar o sentido de **viver feliz, viver bem, viver**”.



mais, viver com saúde. Assim, nasceu a Viva Saúde!”, explica bem-humorada.

Por lá, são oferecidos os serviços de nutrição, emagrecimento, criomodelagem, endolaser, depilação a laser, estética corporal, harmonização facial, botox, preenchimentos, fios de PDO, endo-lifting, bioestimuladores de colágeno, harmonização corporal, GlúteoMax e ozonioterapia. “Contamos com uma equipe multidisciplinar com fisioterapeutas, nutricionista, biomédica, esteticista e manicure. Priorizamos o atendimento humanizado. Esse é o nosso destaque. Temos acompanhamento multidisciplinar. O lugar de atendimento é amplo e confortável, aparelhos estéticos de última geração, excelente localização e fácil estacionamento”, completa Andréa, que finaliza: “Queremos investir ainda mais na infraestrutura do local e em aparelhos estéticos, para garantir melhores resultados para os nossos pacientes/clientes”.

@vivasaudeeesteticaavancada

PROMOVENDO BOAS NOITES DE SONO



Não são todos que desejam se aventurar nas ondas do empreendedorismo. Mas existem aqueles que têm DNA empreendedor. Lucas Lemos (34) que o diga! Atualmente, Lucas está à frente de duas lojas da franquia Ortobom. No entanto, sua jornada no empreendedorismo iniciou-se em um ramo distinto: o de restaurantes.

Esse primeiro contato com esse universo lhe rendeu conhecimentos importantíssimos e, ainda por cima, estreitou ainda mais a relação com seu pai. “A motivação para empreender veio de berço. Meu pai sempre teve muita facilidade com números e pessoas. Assim, por meio de sua influência, abrimos um restaurante que ainda segue operando”, conta. Juntos, colheram ótimos frutos do negócio que atendia, majoritariamente, funcionários de uma fábrica de calçados.

Após um período de “vacas gordas”, vieram grandes desafios, e Lucas optou por mudar o seu rumo. “Decidi voltar ao mercado de trabalho. Fiz vários processos seletivos e fui selecionado para integrar a equipe do setor de compras do Grupo Vitória da União. Considero essa experiência um divisor de águas na minha vida profissional. Além de todo o crescimento profissional e pessoal, minha liderança sempre me disse que tinha o perfil para vendas”, relembra-se.

Os aprendizados obtidos durante esse período foram cruciais para que Lucas voltasse sua atenção para construir o seu próprio negócio. Conheceu, assim, o sistema *franchising*. “Tive minha primeira experiência como dono de franquia e conheci um pouco mais desse setor. Era uma franquia pequena de venda de máquinas de cartão de crédito para comerciantes, mas que nos trouxe bons resultados. A partir daí, começamos a procurar voos maiores. E foi aí que surgiu a Ortobom. Depois de um longo processo e de análise de mercado, inauguramos, em 2018, nossa primeira loja, na Rua Rio de Janeiro, 815, em BH. Indo para o quinto ano de negócio, entendemos que, agora sim, **estamos prontos para voar**”, conta empolgado.

É com empolgação, aliás, que o empreendedor fala sobre a rede de franquias que resolveu investir. “A Ortobom é a maior fabricante de colchões da América Latina e a maior loja franqueadora de colchões do

mundo. E vivemos uma nova era da venda de colchões.” Já sobre a sua loja em si, Lucas não mede esforços para demonstrar seu empenho em seguir as tendências do mercado e para melhor atender todos os seus clientes. “O cliente não é mais o mesmo; e, para o nosso segmento, não é diferente. Sabemos que estamos em um novo momento e o consumidor está cada vez mais atento e preocupado com sua saúde. E o sono é um dos principais pilares para uma vida saudável. Por meio de um atendimento único e exclusivo, nossa equipe de vendas está preparada para auxiliar e orientar os clientes a realizar uma ótima compra”, revela.

Levando em consideração que uma de suas unidades está situada no Centro de uma grande capital, o empreendedor explica, com agilidade na resposta, como consegue levar os clientes até a região. “O Centro é um patrimônio da cidade, e devemos valorizá-lo cada vez mais. O acesso é fácil, e possuímos parceria com estacionamentos para os nossos clientes”. Além de ocupar a área central, ele conta com outra unidade no bairro São Gabriel.

As duas unidades têm um importante ponto em comum: equipes altamente treinadas e prontas para sanar todas as dúvidas. “Estão aptos a detalhar até o processo produtivo [risos]. Em todo atendimento, é importante detalhar sobre as molas, espumas, tecidos de cada modelo. Entendemos que esse conhecimento é a base de um bom atendimento. Mas, além disso, nosso grande diferencial **é o atendimento sincero, de coração**. Acho que, assim, conseguimos criar uma conexão maior com o cliente e obter informações essenciais para a escolha do colchão ideal”, ressalta. Para finalizar, Lucas Lemos revela os planos para o futuro: “O próximo passo é aderirmos ao digital. A internet veio para ficar e tem sido uma grande aliada. Queremos levar a loja até a casa dos clientes”.

@ortobombhcentro
(31) 99961-5802



UM CRESCIMENTO EQUILIBRADO

Aos idos de 1986, Gustavo Oliveira de Siqueira decidia sua trajetória profissional e não imaginava que hoje estaria inserido em um conceito tão abrangente de atuação. Nascido na capital mineira em 1966, hoje com 56 anos, é o sócio-fundador e idealizador do formato de advocacia que atualmente se diferencia do tradicional escritório jurídico. A advocacia, aliás, é paixão antiga, que contagia inúmeros profissionais que conviveram e ainda têm a honra de dividir a mesa de audiência com ele. “Minha paixão pela advocacia vem desde a faculdade, quando frequentava os corredores da Faculdade de Direito da UFMG e discutia com colegas e amigos o futuro da profissão”, comenta Gustavo.

Sua trajetória começou na Imobiliária Silvio Ximenes Imóveis, na qual desenvolveu ainda mais sua visão crítica jurídica e de negócios. Em 1994, partiu com outros três colegas e amigos para a fundação de um escritório. “Foi um negócio que cresceu. Tinha uma equipe de mais de 50 profissionais e permaneceu até 2013. De lá colhemos muitos frutos”, conta o advogado.

Mas a ideia inicial e mais apaixonada de Gustavo sempre foi **um formato de escritório diferente, em que o atendimento ao cliente é realizado por cada um dos sócios, delegando apenas o essencial à sua equipe**. Nesse ambiente, o time assume a estratégia técnica integralmente. Como ouvimos de Gustavo, “a cereja do bolo” é o que fará o atendimento do profissional diferenciado e o que mudará o resultado de um processo.

Assim então nasceu o Siqueira e Viegas Sociedade de Advogados. A convite de Gustavo (da antiga configuração do seu primeiro escritório de advocacia), a advogada Fabiola Viegas Alfenas trouxe sua expertise e aprendizado de anos de trabalho e amizade com o advogado, resultando nesta sociedade atual. Fabiola, nascida em 1980, concluiu sua graduação em 2003 e, a partir de então, foi contaminada pela paixão pelo Direito. “Atuei por mais de duas

décadas em conjunto com o Gustavo e coleciono boas histórias e muito aprendizado”, ressalta ela.

Por fim, em 2016, o Siqueira e Viegas Sociedade de Advogados recebeu uma importante convidada para integrar a sociedade: a advogada Mariana Borba Carneiro de Siqueira. Mariana agregou sua experiência e conhecimento ao time de sócios. Nascida em 1985, concluiu o curso de Direito em 2009 e desde então não abandonou a advocacia por um só minuto. “Já integrei o corpo jurídico de grandes escritórios e empresas. Atualmente, sigo minha trajetória profissional ao lado de dois grandes profissionais e amigos”, pontua Mariana.

O escritório Siqueira e Viegas Sociedade de Advogados, neste ano, completa **10 anos de existência**, sendo o resultado da união entre três advogados com larga experiência no mercado. Essa junção de diferentes expertises possibilita somar e atender às diversas necessidades de cada cliente. O modelo de operação funciona como uma divisão jurídica interna dos clientes, para atender às suas necessidades diárias, executando serviços consultivos e de advocacia litigiosa, além de trabalhar na solução dos problemas e questões da empresa moderna e das pessoas físicas em geral, sem nunca perder a pessoalidade no atendimento. A missão do Siqueira e Viegas é **assessorar, defender e apoiar os clientes nas mais diversas demandas jurídicas**. “Atuando de forma ética e eficiente, dedicamos a cada um de nossos clientes toda a experiência e competência, a fim de alcançar resultados positivos, seja na esfera consultiva, na prevenção ou solução de conflitos”, finaliza o trio.



Os sócios da Siqueira e Viegas Sociedade de Advogados: Mariana Borba Carneiro de Siqueira, Fabiola Viegas Alfenas e Gustavo Oliveira de Siqueira

@siqueiraeviegas_sociedade
www.siqueiraeviegas.adv.br

UMA HISTÓRIA DE SUPERAÇÃO, PERSISTÊNCIA E (MUITA) DOÇURA

Das máximas populares mais ditas quando se pensa em empreendedorismo, uma especificamente narra esta história que vamos contar agora: “Se tiver um limão, faça dele uma limonada”. Foi mais ou menos assim que Cláudia Regina (41) precisou pensar para, literalmente, enxergar um mundo novo de possibilidades à sua frente, quando passou por (muitas!) dificuldades. Hoje, nome à frente da Cláudia Regina Confeitaria, a empresária conta como seu dom para a gastronomia a levou a empreender e, ainda, salvou sua vida.

Cláudia é natural da capital mineira, mas sempre morou em Jaboticatubas, cidade pela qual ela sente um grande apreço. Durante boa parte da sua infância, mais precisamente até os 12 anos, a confeitaria viveu na zona rural da cidade. Para conseguir finalizar os seus estudos, ela se mudou para a zona urbana, saindo, então, da casa dos seus pais. Com tão pouca idade, a empreendedora se encontrou frente à construção de sua independência. “Eu vendia as coisas que eram produzidas lá na roça para os vizinhos da minha avó, onde eu morava. Aos 14 anos, eu já tinha minha independência financeira. Trabalhava na casa da minha tia. Nesse período, aprendi a fazer salgados. A gente fazia salgados para o Buffet Sandra Mara. Depois, trabalhei em comércios, na Secretaria de Saúde de Jaboticatubas. Fui secretária de Saúde por um período. Após isso, fui atendente em uma agência de atendimento ao público”, recorda-se.

O tempo passou, Cláudia se casou e teve dois filhos. Foram eles, aliás, que fizeram com que ela tivesse um contato ainda mais sólido com o empreendedorismo. “Em 2014, após fazer salgados e doces para as festas dos meus filhos, alguns amigos começaram a me incentivar a transformar as habilidades culinárias em um negócio. Nasceu aí uma pequena empresa nas horas vagas, pois eu ainda trabalhava em outra empresa”, conta. Já em 2016, devido a um grande infortúnio da vida, a produção de salgados passou a ser sua principal fonte de renda. “Nesse ano, fiquei desempregada. Foi um momento muito difícil. Enfrentei muitas dificuldades financeiras, pois não vendia o suficiente. Enfrentei muitos obstáculos. Iniciei uma depressão, baixa autoestima, entre outras coisas. Tudo parecia dar errado”, relata emocionada.

Felizmente, a empreendedora teve muito apoio durante essa fase, além de ter encontrado a famosa “luz no fim do túnel”. “Conheci o



Confeitar Minas e foi a grande virada. Participei do primeiro encontro e não parei mais de participar. Ficava ansiosa esperando quando seria o próximo evento. Os encontros me ajudaram não só financeiramente, nos negócios, mas também a acreditar mais em mim mesma, que, sim, seria possível vencer, ser bem-sucedida”, pontua. Por ter começado a colocar mais fé em si mesma, **teve cada vez mais certeza de que era capaz de conquistar tudo o que almejava**. Com

essa confiança, topou um desafio que fez nascer a Cláudia Regina Confeitaria. “Depois de tanto incentivo da equipe do Confeitar Minas, em 2017, minha amiga Mara estava organizando o seu casamento e, junto com a Organização Daniel Festas, sugeriram que eu fizesse os bem-casados. Mesmo eu nunca tendo feito, ela me lançou o desafio de aprender.”

A confeitaria não só aprendeu, mas dominou essa arte com maestria, apesar de, novamente, a vida lhe impor mais alguns grandes percalços. “Eu tinha mais desafios, além do desafio de aprender a fazer bem-casados e de empreender. Devido à alta miopia (uma doença que eu trato desde criança), perdi aproximadamente 95% da visão do olho direito. Mas isso não me impediu de ir à luta. Tinha minhas dificuldades ao dar lacinho (meu marido que fazia para mim, porque eu não enxergava).”

A persistência – somada à vontade de vencer e sempre adquirir novos conhecimentos – fez com que seus deliciosos bem-casados fossem fortemente desejados por tantos paladares. “Após muitos cursos, encontrei um da **massa portuguesa, que é a verdadeira massa de bem-casados**. Nossa massa faz o maior sucesso por ser macia, que derrete na boca e não tem cheiro nem gosto de ovo”, ressalta orgulhosa. Quando questionada sobre o que aprendeu olhando toda a sua trajetória até agora, Cláudia responde com um sorriso no olhar, dando uma preciosa inspiração. “É possível, sim, começar do zero. Eu comecei abaixo do zero. Comecei para pagar dívidas que eu já tinha. Comecei com o que eu tinha em casa, na cozinha de casa. Comecei pegando dinheiro emprestado com a vizinha para comprar a matéria-prima”, afirma a confeitaria, que finaliza: “Hoje, eu me considero uma pessoa de sucesso, porque sucesso não é o lugar que você chega, e sim o caminho que você percorre. E eu tenho muito orgulho do caminho que fiz até aqui! Não vejo a hora de estar nos palcos do Confeitar Minas contando a minha história de sucesso!”.

@claudiareginaconfeitaria

PONTOS DE LUS NA SUA PERSONALIDADE

Conversamos com Luciana Moraes, a Lu, da Lus Acessórios

Quantas vezes na sua vida você percebeu que um acessório foi capaz de enriquecer ainda mais o seu look? Ou mudá-lo completamente? Ou, até mesmo, por meio dele, ter um look mais chique, mais casual, mais despojado? Pois foi exatamente isso que ficou na minha cabeça, por dias, depois que conheci Luciana Moraes (36), nome à frente da Lus Acessórios, marca mineira de semijoias banhadas a ouro e prata, com montagem e criação de peças próprias. Lu, para os mais íntimos e as clientes tão fiéis, exala simpatia e didática ao explicar a importância dos acessórios para transmitir personalidade, autoridade e, por que não, leveza. E nesta leveza foi o nosso bate-papo, que você confere agora!

REVISTA EXCLUSIVE: Você é apaixonada por acessórios desde criança? De onde vem essa paixão? Alguma referência?

LUCIANA MORAES: Sim, desde sempre. Ligando os pontos da minha vida, percebo que os meus olhos sempre brilharam para os acessórios. Lembro-me de ficar horas brincando com o porta-joias da minha mãe.

RE: Como foram os seus estudos?

LM: Cursei até o sexto período de Moda, mas me formei mesmo em Administração no Cefet-MG. Gostava de moda, mas minha realidade era mais dura e precisava de um curso que me desse mais opções, caso não seguisse esse caminho.

RE: Quando e como foi que surgiu a ideia de ter uma marca própria?

LM: Aos 17 anos criei a marca Merci, minha primeira marca, com o objetivo de pagar a matrícula da faculdade de Moda que sonhava em ingressar. Desde então nunca mais parei. Com a Merci, desenvolvíamos produtos para outras marcas e também comercializávamos nossos próprios acessórios. Nunca vendemos acessórios de outras marcas. Sempre trabalhamos com montagem e criação de peças próprias. Costumo dizer que, com 17 anos, transformei minha paixão em negócio.

RE: E como foi e tem sido empreender – sendo mãe, inclusive?

LM: Nossa! Um desafio diário. Sempre estou "devendo" alguma coisa [risos]. Mas, depois da maternidade, sinto que tenho mais perseverança para os negócios (que sempre têm altos e baixos) em prol das minhas filhas. É como se a Lus fosse uma espécie de "herança" profissional, caso alguma delas queira seguir este caminho.

RE: Quais produtos a Lus oferece? Tem algum carro-chefe?

LM: A Lus oferece semijoias de personalidade para mulheres que querem se diferenciar por meio dos acessórios. O carro-chefe da marca são os acessórios de metais polidos e estruturados; e os muranos, que sempre estão presentes nas nossas coleções.

“Não se trata de ter todos [os acessórios], e sim de ter os certos.”

RE: A Lus se preocupa muito em, por meio dos acessórios, transmitir personalidade. Para isso, oferece uma consultoria especializada. Como esta funciona?

LM: Sim, nossa visão consultiva é muito forte e temos como maior objetivo auxiliar nossa cliente na escolha dos acessórios perfeitos para ela. Não se trata de ter todos, e sim de ter os certos. Esta consultoria se dá por meio dos conteúdos que disponibilizamos no Instagram, nos atendimentos de WhatsApp e presencial. Agora, no segundo semestre, também vamos lançar um curso presencial, em que as alunas poderão levar seus próprios acessórios e, além de aprender como usá-los, vamos identificar quais acessórios ela precisa e quais mensagens eles transmitem.

RE: Como são feitas as vendas da Lus? E como as redes sociais colaboram para estas?

LM: As vendas são finalizadas por meio do nosso e-commerce, WhatsApp, Instagram e loja física. E as redes sociais, principalmente o Instagram, têm um papel importantíssimo de nichar e aumentar o alcance e visibilidade da marca. A cliente consome nossos conteúdos nas redes, se identifica e depois já chega superdirecionada para finalizar a compra. É o poder da visão consultiva! Além do mais, estamos presentes em todas as redes: Instagram, Facebook, TikTok, Pinterest...



RE: Quais os planos futuros para a marca?

LM: Muitos e os melhores! Em agosto, vamos lançar nossa nova identidade visual, com mudança de plataforma e de toda a papelaria. E em comemoração a esta grande mudança, vamos lançar a nossa primeira coleção de lenços com estampas exclusivas criadas pela designer de superfície Alyne Andrade. Expandiremos a loja física e aumentaremos consideravelmente nosso alcance na web, com projetos e eventos que já estão sendo colocados em prática. O segundo semestre promete!

“A cliente consome nossos conteúdos nas redes, se identifica e depois já chega superdirecionada para finalizar a compra.”



UMA HISTÓRIA
DE **AMOR**
E SOLIDARIEDADE

Creche São Judas Tadeu recebeu ajuda da Cedro Mineração para reabertura, após o fechamento na pandemia; empresa escolheu ser mantenedora do projeto, que atende crianças no bairro Jardim Canadá

O amor é puro e baila com leveza nos pensamentos de uma criança. Uma dança de muitas nuances, cores e sorrisos que podem ser materializados no olhar das 360 crianças atendidas pela creche São Judas Tadeu, localizada no bairro Jardim Canadá, em Nova Lima. O espaço emana amor em cada cantinho cultivado pela família Almeida, há 35 anos. A história da creche começou com Flávio de Almeida, um soldado da Polícia Militar que escolheu dividir o pouco que tinha com famílias do bairro que precisassem desse acolhimento.



De acordo com Lucas Kallas, o surgimento da parceria partiu do DNA da empresa focado em responsabilidade social, que conduz a jornada da Cedro. "Hoje, **já apoiamos mais de 50 projetos sociais e temos foco na qualidade de vida dos mineiros**", conta o presidente do Conselho de Administração da Cedro Participações, que também direcionou recursos para outras frentes de atuação em Nova Lima, como a obra rotatória no bairro Vale do Sol, a estrada Rio Peixe, obra de drenagem da Quinta avenida, doações de itens de segurança para a Polícia Militar, entre outros..

A parceria se tornou um sucesso que ultrapassou todas as expectativas. A creche iniciou o ano com cerca de 200 crianças atendidas, e o objetivo era alcançar 300 no meio do ano. Porém, o esforço da direção da creche aliado à disposição da Cedro em contribuir fez com que a creche já atingisse o número de 350 crianças atendidas. "Hoje estamos bastante animados com o futuro não só da instituição, mas de tantas crianças e famílias", destaca Thiago Almeida.

Para se ter uma ideia da grandiosidade do projeto, a cozinha da creche produz alimentos para **mais de mil refeições por dia**. "Juntando as crianças, funcionários e, muitas vezes, familiares das crianças e somando café da manhã, almoço e lanche da tarde, passa de mil refeições", conta.

A CRECHE E O ESFORÇO PELO BEM-ESTAR

A alimentação, por sinal, é o ponto de prioridade dentro das diretrizes da creche. Até porque esse direito básico foi o ponto de partida para a fundação da Creche São Judas Tadeu, com o compromisso de oferecer comida de alta qualidade. E o cheiro que exala pela cozinha em sintonia aos rostos animados das crianças mostra que esse é um pilar de sustentação para as famílias diretamente atendidas pela creche.

Com a reforma, o refeitório e a cozinha foram ampliados. "Foi lindo ver tudo funcionando! A cozinha [choro] funcionando é gratificante. As crianças vão ser bem alimentadas. A mãe tem tranquilidade e sabe que o cuidado com as crianças é bem-feito. E mesmo com todas as dificuldades, nunca faltou nada", fala emocionado.

A emoção de Thiago tem a motivação na ideologia ensinada em casa, na qual as mães têm na Creche São Judas Tadeu o acolhimento necessário para um dia de trabalho tranquilo. Inclusive, **um dos critérios importantes de seleção é o fato de a mãe trabalhar fora**. "Meu pai é filho de uma mãe solo e ele sem-



Tal acolhimento, aliás, começou nos anos 90, numa casa que recebia 35 crianças e tinha o aluguel bancado por Flávio. O caminho foi repleto de desafios, os quais colocariam muitos no chão. Porém, com a creche, a história de resistência sempre ditou o ritmo e, entre tombos, eles seguiram firmes, com as portas abertas.

Contudo, em março de 2020, o pior aconteceu. A pandemia da Covid-19 assolou o mundo e ceifou as flores do jardim da creche, que sempre foi um alento para as famílias do bairro. "Quando vimos a creche fechada, foi angustiante. A gente pensava: o que nossas crianças e as mães estavam fazendo? Foi muito triste [choro], e a gente não conseguia ajudar aquelas famílias", relata cheio de emoção Thiago de Almeida, filho do fundador da creche.

A emoção de Thiago tem fundamentos firmes na estrutura da creche, que foi igualada pelo seu pai e sempre foi o "quintal de casa" de toda a família. As flores murchas no jardim acompanhavam o ritmo de tristeza em todo o ambiente, que contava com um prédio completamente deteriorado.

A PANDEMIA E O ALENTO

Foi aí que a história de resistência da Creche São Judas Tadeu contou com uma enorme ajuda para que as flores voltassem a crescer. "A Cedro tem um compromisso social muito grande. Durante a pandemia, nós já estávamos conversando. O Lucas [Lucas Kallas, presidente do Conselho de Administração da Cedro Participações] já conhecia a nossa instituição e queria ajudar. Até que, em 2021, **a Cedro nos procurou e mostrou o interesse real de contribuir com o retorno da creche**", lembra-se Thiago.

A parceria com a Cedro Mineração trouxe resultados acima da expectativa. Depois de fechar as portas durante a pandemia e ver quase encerrado um sonho de décadas, os motivos para os sorrisos soltos da família Almeida retornaram novamente. Em 2022, com a pandemia controlada, eles pensaram em reabrir, mas era preciso doação, já que a reforma era necessária e as contas deveriam estar em dia, até porque, mesmo fechada, os custos não paravam. Foi aí que apareceu a Cedro.

pre soube dos desafios de alimentar uma criança. E as pessoas necessitam de um serviço social de qualidade. Aqui, as crianças nos chamam de tio; e é impossível passar pelo corredor entre as salas sem receber um abraço caloroso", relata emocionado.

Essa emoção e verdade foram, aliás, fundamentais para que a Cedro escolhesse proporcionar tranquilidade para o dia a dia da São Judas Tadeu. "A creche sempre lutou para sobreviver. Luta sobre luta. Quando reabrimos, saímos do zero; e **ter a Cedro como parceira é uma tranquilidade**. Essa é a nossa paz, para ser sincero com você. Eu admiro demais o Lucas, pois uma coisa é o empresário dar o dinheiro e outra é participar do processo. E ele, ao lado da família, busca participar. Tanto que, desde que reabrimos, a Raquel [esposa do Lucas] já esteve aqui inúmeras vezes para fazer trabalho de escovação com as crianças", comenta.

O trabalho na creche está a todo vapor com atividades extra-classe, como aulas de judô e futebol, por exemplo. **A parceria com a Cedro garantiu não apenas a reforma total da creche, com a restauração e reestruturação do prédio e compra de equipamentos, mas também a contratação de funcionários e professores**. A creche foi projetada para atender até 600 crianças e, segundo a direção da instituição, já há uma fila de espera de mais de 400 pessoas, além das 350 crianças entre 4 meses e 12 anos que já estão sendo atendidas, o que mostra a importância do trabalho realizado. Esses números fazem da Creche São Judas Tadeu **a maior do estado de Minas Gerais e modelo para outras propostas educacionais**.

Para atender tanta gente, é preciso ter uma estrutura adequada e muita criatividade. E essa dobradinha também vem funcionando. Por isso, a Fa-

zendinha Cedro está em reta final para, em breve, começar a funcionar. Trata-se de um espaço dedicado à criação e tratamento de animais, como codornas, galinhas ornamentais e até coelhos.

A ideia é ajudar as crianças a interagirem com os bichos e desenvolver nelas os valores de cuidados e respeito aos animais. "Estamos em reta final e muito ansiosos para ver a interação das crianças com os animais. Esse convívio será um aprendizado muito bacana, que levarão para a vida inteira", pontua Thiago.

Segundo Lucas Kallas, é muito importante manter essa troca constante com a creche, pois é fundamental para a solidez da parceria. "Nova Lima foi a cidade que nos recebeu muito bem e nos proporcionou desenvolver nosso negócio da forma como desenvolvemos. Poder criar essas parcerias é um prazer enorme, principalmente quando vemos o resultado e percebemos que a ação da companhia está gerando bem-estar para a comunidade", conta.

Para Guilherme França, diretor de Sustentabilidade da Cedro Mineração, o projeto da Creche São Judas Tadeu envolveu toda a empresa de uma forma muito positiva. "Quando trabalhamos com



"Poder criar essas parcerias é um prazer enorme, principalmente quando vemos o resultado e percebemos que a ação da companhia está gerando bem-estar para a comunidade."

Lucas Kallas
Presidente do Conselho de Administração
da Cedro Participações



o carinho e o cuidado que empregamos neste projeto, o resultado vem. Hoje, são centenas de crianças que têm abrigo, formação, alimentação adequada com segurança e cuidados enquanto seus pais trabalham. Isso faz a diferença. Estamos muito felizes com essa parceria, que só tende a crescer", acredita.

Thiago, assim como Lucas e Guilherme, acredita que a parceria com a Cedro tem sido fundamental para o alento dos dias, o que reflete na tranquilidade do trabalho. Claramente os sonhos de Thiago para as crianças da creche voam mais alto, mas com passos certos e de mãos dadas com grandes parceiros. Assim, o projeto caminhará ainda por longas distâncias. "Eu posso não chegar, mas a creche vai completar 100 anos."

SOBRE A CEDRO

A Cedro Mineração é uma mineradora especializada na extração, beneficiamento e comercialização do minério de ferro, matéria-prima utilizada em diversos setores da economia nacional e mundial. As atividades da Cedro são desenvolvidas de forma sustentável, aplicando as melhores soluções ambientais no processo de extração e beneficiamento do minério sem utilização de barragens, em uma planta de filtragem de 100% dos rejeitos com posterior empilhamento a seco. Responsabilidade social é uma premissa. Desse modo, a Cedro apoia mais de 50 projetos culturais, esportivos e sociais que promovem saúde, lazer e bem-estar para as comunidades.





DIVERSIDADE EM FOCO

O poder do marketing de influência para transformar negócios e vidas

Quando me perguntam sobre como usar a diversidade como ferramenta para impulsionar negócios e transformar vidas, digo que o principal é pensar além e quebrar barreiras. Com uma paixão inabalável por gerar um impacto positivo por meio da influência, coloco em primeiro plano a autenticidade, a diversidade e a representatividade. Mas, afinal, você sabe o que é o marketing de influência?

O marketing de influência é uma estratégia cada vez mais relevante que envolve a parceria entre marcas e pessoas influentes nas redes sociais, para promover produtos, serviços ou causas. Com o papel crescente das redes sociais e dos influenciadores digitais na sociedade contemporânea, essa estratégia se tornou fundamental. Aqui estão algumas razões pelas quais o marketing de influência é importante:

Credibilidade e confiança

Quando um influenciador recomenda ou endossa uma marca, seus seguidores tendem a acreditar e confiar nessa recomendação, aumentando a credibilidade da marca.

Alcance e exposição

Ao colaborar com influenciadores relevantes para o seu mercado, as marcas podem alcançar um público amplo e diversificado, aumentando sua visibilidade e exposição.

Segmentação do público-alvo

Ao escolher influenciadores que se alinham com o público-alvo da marca, é possível direcionar as mensagens de marketing de forma mais precisa e eficaz.

Engajamento e interação

Os influenciadores têm a capacidade de gerar um alto nível de engajamento e interação com seu público. Essa interação pode incluir comentários, compartilhamentos, curtidas e até mesmo a participação dos seguidores em concursos ou desafios propostos pelo influenciador.

Criação de conteúdo autêntico

Ao trabalhar com eles, as marcas podem se beneficiar da habilidade desses influenciadores em contar histórias e criar conteúdo autêntico, o que pode ajudar a gerar interesse e aumentar o envolvimento dos consumidores com a marca.

Aproveitamento das tendências digitais

Os influenciadores estão frequentemente atualizados sobre as últimas tendências e mudanças nas redes sociais.

É importante ressaltar que o marketing de influência não é a única estratégia de marketing que deve ser utilizada. Ele pode complementar outras estratégias e fazer parte de uma abordagem mais ampla e integrada, para alcançar os objetivos de marketing de uma marca.

CASTING DE DIVERSIDADE DA LL CULTURAL: DESTACANDO A IMPORTÂNCIA DA REPRESENTATIVIDADE

Para gerar os resultados necessários, a LL Cultural oferece um casting com criadores de conteúdos e artistas que representam a diversidade. Conheça alguns deles:

Ana Baccarini: comunicóloga nata, com vasta experiência no teatro, dança, música e apresentações de eventos.

Beto Maia: consultor em acessibilidade e inclusão na tecnologia, que aborda a inclusão em suas redes sociais. Além disso, é paratleta, cantor e compositor.

Fernanda Hermsdorff: apaixonada por futebol, uma das maiores produtoras de conteúdo do Cruzeiro Esporte Clube e comentarista do futebol mundial feminino. Inclusive, não deixe de conferir suas *lives* comentando sobre os jogos da Copa do Mundo Feminina.

Joelma Marques: modelo e promotor, com mais de 10 anos de experiência em eventos. Sua beleza, simpatia e força chamam a atenção por onde passa.

José Vilaça: ator mineiro que já atuou na Globo e Record. Atualmente, é o protagonista da peça *Acredite, um espírito baixou em mim!*, que já foi assistida por mais de 1 milhão de espectadores.

Nêga Kelly: multiartista com uma voz e beleza que roubam a cena. Já dividiu o palco com grandes artistas como Skank, Jota Quest e Frejat. Também é embaixadora da Cervejaria Albanos.

Otávio Sá Fortes: médico e modelo que desafia estereótipos e supera barreiras com sua competência – tem, ainda, o sorriso mais fofo que você vai ver.

Portal do Galo, liderado por Arthur Abreu: jovem empreendedor que mostrou desde cedo seu amor pelo Clube Atlético Mineiro. Hoje, lidera um dos maiores portais do time.

Rafa Ventura: agitador cultural com personalidade efervescente. Atua como ator, cantor, diretor e apresentador de TV.

Rayssa Neves: publicitária e produtora de conteúdo, que quebra estereótipos e mostra que as mulheres são incríveis em qualquer estilo, além de ser uma eterna apaixonada pelo Cruzeiro Esporte Clube. Ela defende a liberdade e a admiração pela diversidade.

Rejane Soilho: modelo e influenciadora que prova que a beleza não tem idade e rompe barreiras por onde passa.

Vamu Galo, liderado por Lorena Amaro: empreendedora que mostra seu conhecimento sobre futebol. Lorena lidera o portal Vamu Galo, mantendo os torcedores atualizados sobre o time e compartilhando a paixão que vem de sua mãe, Dona Wanda.

A força do mercado da diversidade é inegável. Grandes marcas reconhecem a importância de se conectarem com seu público pela diversidade, encontrando eco nas demandas e desejos de uma sociedade mais inclusiva. O sinal para o mercado vem das próprias marcas. Sejam gigantes ou pequenas, todas elas estão apostando na diversidade como uma ideia de um mundo que se sustenta, tanto humanamente quanto ecológica e biologicamente. Apostar em soluções que valorizem a diversidade trará benefícios significativos para a saúde e o futuro das marcas.

E aí? Que tal usar o marketing de influência para alavancar seu negócio? Se precisar de ajuda, pode contar comigo!

LUCIANA LEITTE

Empresária, produtora cultural e especialista em marketing e tecnologia. Lidera o Grupo LL Comunica, que inclui a produtora cultural e agência de marketing LL Cultural, bem como a empresa especializada em tecnologia para comunicação interna e intranets Massai Tech



@lucianaleitte | @llcultural | @massaitech | @grupollcomunica

X CULTURA & ARTES



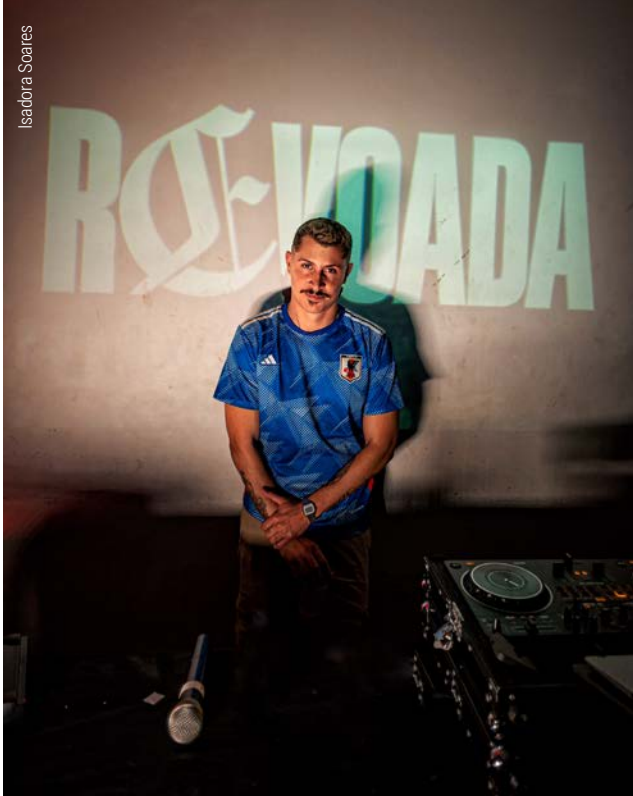
POR Lourenna Rodrigues
@lourennamiguel

DAS PERIFERIAS PARA O CENTRO, OS BEATS DO FUNK MINEIRO

Para celebrar o primeiro ano do projeto musical REVOADA.31, o produtor cultural e DJ Diego Fernandes reuniu cerca de 800 pessoas no dia 8 de julho, na Casa Sapucaí, um recorde de público, que curtiu por 9 horas o melhor do funk de Minas. Há 16 edições celebrando a batida mineira do funk, o projeto nasceu a partir da percepção de Fernandes de que as festas que produzia incorporavam cada vez mais o ritmo com a presença de DJs pretos e da periferia. **A REVOADA.31 foi criada como uma plataforma de difusão e exaltação do funk nacional de favela, com foco especial na produção mineira.**

O REVOADA caminha com diversas parcerias e, ao longo de 15 edições e mais de 10 mil pessoas se divertindo, já passaram pelas pick-ups da festa DJs e produtores consagrados como WS da Igrejinha, Leo Lg, DJs Kingdom (Masterplano), Apsu (1010), Bonina (Batekoo), Danv (Baile Room), Jahnu (Original Sundays), Trava Elétrica, DJ Diaa (MAC Julia) e DJ Cost (FBC). "O funk nasceu nas periferias das grandes metrópoles e é uma expressão cultural que ainda sofre muito preconceito. Por isso, meu trabalho é também construir um espaço único na cultura mineira para esse ritmo, que se movimenta e transmuta rápido. A intenção é levar os beats de BH e Minas para outros lugares e torná-los parte da cultura da cidade, usando para isso,

Quarto Estúdio



inclusive, os editais das leis de incentivo à cultura", arremata Diego.

O cenário escolhido para os bailes é um dos pontos marcantes da capital mineira, e que abraça a cultura periférica: a Rua Sapucaí, numa casa tombada pelo Patrimônio Histórico. A escolha pelo espaço da Casa Sapucaí primeiro foi natural, já que, até pouco tempo, Diego era produtor do local e também porque é um marco cultural da cidade. Os duelos de MCs eram realizados no entorno do Viaduto Santa Tereza, festivais de música e culturais na Praça da Estação, bem como a própria estação ferroviária compõem esse cenário tão belo-horizontino.

O público que comparece às festas é diverso. "Grande parte das pessoas que participam do REVOADA se identifica como LGBTQIAPN+. A meu ver, isso acontece porque as nossas festas são acolhedoras. O nosso espaço é confortável para reunir pessoas diferentes que buscam diversão, sem precisarem se preocupar com rótulos. Uma das nossas ações, desde a primeira edição, é **disponibilizar uma lista off exclusiva para pessoas transexuais**", pontua Diego Fernandes.

Belo Horizonte ferve em música desde sempre: MPB, pop rock, o fenômeno do Carnaval e o mais recente movimento, o funk mineiro. O ritmo de Minas e Belo Horizonte é riquíssimo, mas continua muito à margem, tanto da cultura da cidade como do próprio mercado nacional do segmento, que ainda privilegia a produção do eixo Rio-SP. De acordo com o produtor, **o grande diferencial do funk mineiro é que ele é mais envolvente, menos acelerado.** "O Brasil tem dimensões continentais, por isso temos tantas variações de ritmo. Criamos um estilo próprio com montagens que brincam entre sons antigos e beats novos, arranjos e produções. A nossa festa quer projetar cada vez mais os artistas da cidade. Em um ano, já tivemos muito sucesso!", comemora Diego.

X PLÁSTICA & ESTÉTICA



POR dr. Rodrigo Lopes



CIRURGIA PLÁSTICA NO INVERNO

Os benefícios da realização de procedimentos nesta época

De acordo com os dados da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP) existe um aumento de 50% no número de cirurgias realizadas no inverno. Porém, todas as cirurgias plásticas podem ser realizadas em qualquer época do ano e com excelentes resultados. Entretanto, a realização de um procedimento cirúrgico no inverno tem muitos benefícios para o tão temido período de recuperação pós-operatório.

O clima mais ameno da estação diminui a retenção de líquidos pelo organismo. Com menor inchaço, o desconforto e o período de recuperação são menores. O uso das malhas compressivas, tão importantes para a recuperação, são mais toleradas no inverno. O tempo de exposição ao sol e às altas temperaturas também é reduzido neste período do ano, colabo-

rando ainda mais com a regressão dos hematomas.

Além dos benefícios físicos pós-operatórios, os benefícios sociais são bastante evidentes no inverno. As roupas da estação são mais largas e aconchegantes, facilitando camuflar os sinais imediatos da cirurgia. O período também coincide com as férias escolares, determinando um tempo de menor comprometimento às obrigações alheias à cirurgia. E, não menos importante, **a realização de uma cirurgia plástica no inverno possibilita uma recuperação plena do corpo para o verão.**

Mesmo sabendo que não existe uma estação ideal para a realização das cirurgias plásticas, há um grande aumento das consultas pré-operatórias nos períodos que antecedem o inverno. Os benefícios da realização de procedimentos cirúrgicos neste período são muitos, principalmente se comparados aos períodos mais quentes e ensolarados do ano. Por isso, caro leitor, se sua intenção é se submeter a uma cirurgia plástica, ainda dá tempo de realizá-la neste inverno.

QUER SABER MAIS?

Site: www.clinicarodrigolopes.com.br
Instagram: @drrodrigolopes
Facebook: clinicarodrigolopes





POR Stephanie Carvalho
FOTOS Divulgação
@stephanieinsania

Barbiecore

A febre do momento

Desde os primeiros rumores do filme *Barbie*, produção da Warner e Mattel com direção de Greta Gerwing, não se fala em outra coisa. O *live action* da famosa boneca, desde o ano passado, é motivo de animação no mundo todo. Logo quando surgiram as primeiras imagens e cenas, o longa se tornou o assunto do momento.

A cor rosa também teve muito destaque após o desfile da grife Valentino, em que todos os looks eram compostos pelo icônico Pink PP, cor desenvolvida em parceria com a Pantone. Tendências não são criadas do nada. Elas são observadas pelo próprio comportamento do consumidor, um processo de observação apurada e detalhada do que ocorreu no passado e do que acontece no presente. Os *coolhunters* são os profissionais que ficam observando comportamentos e identificando o que será tendência. Sendo assim, **um filme que nos leva às nossas melhores lembranças de infância não poderia passar despercebido.**

A Barbie é uma boneca icônica, que foi criada pela empresária Ruth Handler e seu marido Elliot Handler, em 1959. Ruth teve a ideia de criar uma boneca adulta e elegante, depois de observar sua filha Barbara brincando com bonecas infantis. Ela percebeu que havia uma lacuna no mercado de bonecas que representassem o mundo adulto. A boneca tinha cabelos



loiros, usava um elegante maiô de listras em preto e branco, brincos de pérola e sapatos de salto alto. Ela foi comercializada como uma "modelo *teenager*", representando uma jovem mulher na faixa dos 17 anos.

A Barbie foi sucesso instantâneo, conquistando a imaginação das crianças e se tornando um ícone da cultura pop ao longo das décadas seguintes. Com o tempo, a linha de bonecas Barbie se expandiu para incluir uma variedade de profissões, estilos de moda, etnias e acessórios, refletindo os desejos e aspirações das meninas em todo o mundo. Contudo, após passar por algumas discussões sobre padrões inalcançáveis, estereótipos e falta de diversidade, ao longo dos anos, a Mattel tem respondido a essas preocupações e se esforçado para diversificar a linha de bonecas Barbie. A marca introduziu diferentes tipos de corpo, tons de pele e estilos, bem como incluiu Barbies que representam pessoas com deficiência (PCDs).

A empresa também lançou iniciativas voltadas para a inclusão e representatividade, visando promover uma imagem corporal positiva e ampliar as possibilidades e aspirações das crianças. O filme é ainda mais uma afirmação desse posicionamento da marca. Todas as bonecas do longa-metragem são Barbies, personagens principais de suas próprias histórias, como mostra o trecho do filme que gerou o viralizado vídeo "Hi, Barbie!", que você provavelmente já viu por aí.

Tudo isso refletiu na tendência Barbiecore, que ganhou muita popularidade nas redes sociais nos últimos tempos. O termo Barbiecore é uma junção de "Barbie" e "core", um sufixo utilizado para descrever um estilo ou estética específica. Essa tendência se refere a uma estética nostálgica e retrô inspirada nos anos 90 e 2000, incorporando elementos da cultura pop e da própria Barbie.

Nas redes sociais, os adeptos do Barbiecore compartilham fotos de roupas, acessórios e até mesmo cenários que remetem à estética da Barbie daquela época. Essa estética inclui cores vibrantes, estampas chamativas,

brilho, elementos de moda característicos dos anos 90/2000 e referências à cultura pop da época. As pessoas recriam looks inspirados nas roupas icônicas da Barbie, elaborando um visual divertido e nostálgico.

E por falar em nostalgia, outra grande sacada é que momentos como estes causam uma identificação em toda uma geração. A geração atual se lembra de seus melhores momentos da vida, todo sucesso de filmes, tendências e épocas. Trazem de volta memórias que queremos reviver e nos lembrar. Essas voltas de bandas antigas, séries nostálgicas... As empresas e artistas por trás disso sabem muito bem a hora de voltar e causar essas sensações na população.

O filme da Barbie é mais um exemplo disso. Agora, com o lançamento dele, estamos observando o fenômeno que é a boneca/personagem. Todas as lojas e marcas estão criando estratégias de vendas e produtos com o tema, aproveitando o hype do momento. **É ótimo pegarmos temas atuais para trazer para dentro de nossas empresas e impulsionar as vendas por meio de algo que carrega muito desejo.** Eu mesma criei um vestido pink em razão do lançamento do filme, e foi um sucesso! Dá só uma espiada no pequeno ensaio que fiz com ele, para mostrar cada detalhe da peça aqui, para vocês.

Principalmente para quem trabalha com o público feminino, a dica é: temos que estar atentas aos acontecimentos do mundo e nos inspirar nessas fortes tendências. Assuntos em alta prendem mais a atenção das pessoas e causam um senso de pertencimento, em que você também quer fazer parte daquela tribo.

E você? Já escolheu seu look rosa para ir aos cinemas?





Hi, Barbie!

Estamos cercados de rosa por todos os lados. Isso porque o filme *Barbie*, lançado recentemente, trouxe, além de muita nostalgia, o Barbiecore, tendência em que peças da moda entram na onda da boneca mais famosa do mundo. E na Marrie Josefine isso não foi diferente. A marca cria calçados para encantar, com o objetivo de apresentar às clientes calçados exclusivos com o DNA Marrie: refinados, femininos, sofisticados e, claro, duráveis. Tudo isso sem deixar de estar atenta às tendências de moda, traduzindo aos clientes um estilo diferenciado, com calçados de alta qualidade e conforto. Vale a pena conferir!



Sapatilha Borboletas:



Mule Coração



Tamanco Color



Tamanco Coração



Tamanco Julie



Scarpin Pink



Mule Vitória Pink



Mule Celine



Sandália Cristal



Sandália Borboletas



POR Bárbara Bracarense
FOTOS Divulgação

PEELING DE FENOL

Até onde você iria para ficar mais jovem e bonita?

Na coluna deste mês, o assunto mais falado na internet nestes últimos anos: a busca constante por um rosto e corpo mais jovens. Vivemos em um mundo onde cada vez mais as pessoas estão em constante busca pela perfeição. Mas até onde isso é saudável?

Nos últimos meses, não se fala em outra coisa a não ser no tal "peeling de fenol". Vocês já ouviram falar? O peeling de fenol é **um procedimento estético que consiste na aplicação de uma solução com fenol (ácido), promovendo a renovação da pele.** A sua ação ocorre por meio de uma queimadura química, que estimula a produção de colágeno. Com isso, consolida-se como um potente redutor de rugas e linhas de expressão. Ele chega a ser melhor do que uma cirurgia plástica, pois o resultado pode durar até 15 anos. Em cirurgias, o retoque pode ser necessário depois de cinco a 10 anos. No entanto, o preparo do paciente para o procedimento do peeling de fenol dura de 15 a 30 dias. Pode somente ser realizado por um médico especialista em cirurgia plástica ou dermatologista, para maior segurança ao paciente. É um tratamento caro, que custa de R\$ 3 mil a R\$ 10 mil por sessão, a depender da clínica e do médico.

E como o fenol age na pele? Você já se perguntou? O fenol produz a coagulação das proteínas da pele. É considerado um agente químico que produz rejuvenescimento facial intenso, quando utilizado corretamente. Clinicamente, o fenol produz efeitos bacteriostáticos em concentrações mínimas de até 1% e, acima dessa concentração, possui ação bactericida. Mas, como todo tratamento estético, ele também exige muitos cuidados. Em pesquisa, encontrei fontes em que a médica dermatologista Meire Parada explica sobre. Presidente da Sociedade Brasileira de Cirurgia Dermatológica, ela faz peeling de fenol em pacientes há 18 anos.

O peeling de fenol é um tratamento que exige uma série de cuidados que devem começar muito antes da aplicação da solução de fenol e óleo de cróton na pele. "A agressividade e penetração das substâncias utilizadas



no peeling de fenol, que são cardiotoxícas, hepatotóxicas e também podem comprometer os rins, obrigam que o paciente seja avaliado sob esses três aspectos antes de se submeter a esse procedimento", alerta a dermatologista. Ou seja, **o paciente precisa estar com coração, fígado e rins saudáveis**, porque esse tipo de peeling pode trazer riscos graves à saúde, principalmente a pessoas com problemas relacionados a esses três órgãos.

Outro cuidado importante é com a saúde mental e emocional. O peeling de fenol é uma espécie de queimadura. Assim, o paciente precisa estar consciente dos incômodos que o procedimento pode causar, tanto no momento da aplicação, por conta da dor provocada pela aplicação das substâncias, quanto no período de recuperação, quando a pessoa pode se olhar no espelho e talvez não "se reconhecer" durante semanas e até meses. Por isso, Meire Parada chega a recomendar a seus pacientes que evitem se olhar no espelho, especialmente nos 10, 15 primeiros dias após o procedimento, que é o tempo em que ocorre a "troca de pele", quando a pele queimada vai aos poucos se soltando e dando lugar à nova.

Nesse período, Parada também sugere que a pessoa evite sair de casa. E, caso seja necessário, use e abuse do protetor solar. Por sinal, o produto vai ter que se tornar o "companheiro inseparável" de quem faz peeling de fenol, não só durante o tempo em que a pele fica avermelhada (entre 30 e 90 dias após o tratamento, variando de pessoa para pessoa), mas pelo "resto da vida".

Por isso, a escolha do profissional ideal também é indispensável nesse tipo de tratamento. Ele **tem que ser médico cirurgião plástico ou dermatologista.** Serão realizados vários exames e consultas em ambiente hospitalar ambulatorial e, de preferência, com a presença de um anestesista. Não é de hoje que falo por aqui sobre a escolha de profissionais capacitados para qualquer que seja o procedimento estético cirúrgico ou não cirúrgico, sobretudo nesses casos, quando o procedimento é muito agressivo.

E vocês? Até onde estão dispostos a ir pela busca do corpo ou face mais jovens, mais perfeitos? Todo cuidado é pouco, ainda mais em casos nos quais os procedimentos são invasivos e podem trazer sequelas irreversíveis. Lembrem-se: menos é sempre mais!

POR Patrícia Alvarenga
FOTO AdobeStock

SOU FELIZ?

PARTE 1

Nesta e nas próximas edições, falaremos de um tema superimportante: felicidade. Vamos lá! Bom, de acordo com a psicologia, a felicidade pode ser definida como uma combinação de satisfação que uma pessoa tem com a sua vida pessoal (família, casal, trabalho) e também fatores mentais – sendo um sentimento no dia a dia. **Ser feliz significa estar em um estado mental de bem-estar composto por emoções positivas, da alegria ao prazer.**

A felicidade representa a superação das dificuldades e também a ausência do sofrimento, já que a pessoa feliz se sente plenamente realizada ou completa. A felicidade é uma emoção básica caracterizada por um estado emocional positivo, com sentimentos de bem-estar e prazer, associados à percepção de sucesso e à compreensão coerente e lúcida do mundo. Nos últimos anos, diversos pesquisadores têm se preocupado em desvendar as relações entre felicidade e saúde mental.

Uma das abordagens mais conhecidas é a psicologia positiva, que busca estudar os aspectos positivos do ser humano, com o objetivo de tornar a vida das pessoas mais gratificante e prevenir doenças, bem como promover a saúde. De acordo com Martin E. P. Seligman, eminente pesquisador da psique humana e fundador da psicologia positiva, **não basta acabarmos com o sofrimento para sermos felizes, e sim descobrirmos o que há de melhor dentro de nós.**

Segundo Seligman, a experiência dos principais aspectos da psicologia positiva pode levar ao estado de bem-estar que todos buscam alcançar. Esses aspectos são: emoção positiva, engajamento, sentido, relacionamentos positivos, realização positiva, resiliência e otimismo.

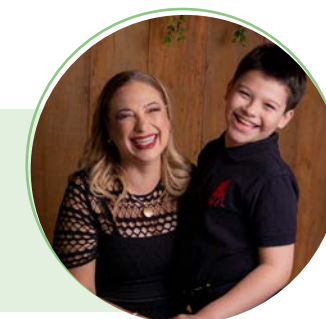
Esses fatores aparecem no relato de experiências e vivências das pessoas e influenciam na forma como elas definem a felicidade.

A felicidade, no meu entender e de vários teóricos, é um fenômeno predominantemente subjetivo, estando subordinada mais a traços psicológicos e socioculturais do que a fatores externamente determinados. Muitos me perguntam: "Posso desenvolver a minha mente ou psique para ser feliz?". A resposta é: sim. Mas temos ressalvas.

A identificação desses fatores é particularmente útil na subpopulação que é mais predisposta a doenças mentais, favorecendo o desenvolvimento de abordagens preventivas, com potencial repercussão nas áreas social e ocupacional. Se você quiser saber mais sobre felicidade autêntica, indico livros de psicologia cognitivo-comportamental ou da psicologia positiva, como é o caso do livro de Seligman, que apresenta a revolucionária psicologia positiva e nos mostra como aplicá-la no dia a dia.

PATRÍCIA ALVARENGA

É psicóloga, mestre, professora, palestrante e consultora. Diretora executiva-financeira do Ciee-MG. CRP:12.456 / 4ª região





POR dr. Alysson Resende
FOTOS Acervo pessoal
@alyssonresende

INSPIRAÇÃO PARA SORRIR

A dificuldade te faz desistir? Quantas vezes você chegou ao fundo do poço e não conseguiu sair de lá? A felicidade é uma responsabilidade individual; aprenda com a Tônia como é a escolha pelo sorriso

“... e não ter a vergonha de ser feliz.”

Antônia Maciel (70) leva o conselho do poeta a sério e tem como filosofia de vida o encontro diário com a felicidade. Responsável pelo Instagram @idosasimvelhano, Tônia levou fortes empurrões da vida, mas desistir nunca foi uma possibilidade.

Meu encantamento por Tônia foi instantâneo e à primeira vista. Ela chegou ao consultório com uma história de vida conduzida pela leveza de grandes sorrisos que se espalharam por todo o ambiente da AR Odontologia. Sim, todos ficaram impactados com a força e alegria de Antônia, mais conhecida como Tônia.

Ela havia sofrido um AVC no ano passado e, após uma rotina intensa de fisioterapia, o sorriso solto voltou a brilhar em seus olhos. E é claro que essa vitória merecia ser celebrada com um sorriso radiante. Escutei cada detalhe da vida de Antônia, emocionei-me em vários momentos e apertei as mãos daquele exemplo de vida que estava à minha frente.

Lembro-me perfeitamente de ela falando: **“O sorriso é a melhor**



roupa que uma pessoa pode usar. É seu cartão de visita, melhor expressão de acolhimento e solidariedade. É abrir portas para os outros”. As palavras encheram meu coração e foram o fio condutor ideal para embelezar o sorriso de Tônia pós-AVC. E foi exatamente isso que fizemos, a partir da história dela, com o propósito de criar um novo sorriso, respeitando as características de Tônia.

O resultado mostrou exatamente essa mulher, com mil facetas, que se reinventou inúmeras vezes depois de encontrar o fundo do poço, mas que escolheu seguir o trajeto com felicidade e muitos sorrisos. A rotina de Tônia é verdadeiramente inspiradora e nos mostra que a alegria é realmente uma questão de escolha: “Aprendi a dividir o que tenho com quem não tem nada. Não espero nada de ninguém e, assim, não tenho expectativas. Quem quer faz”. Siga essa referência nas redes sociais e aprenda a encontrar formas de sorrir nas cores e no perfume das flores, como bem ensinou Tônia.



VILLA
TORINO
Eventos

Rua Laranjal, 441,
bairro Anchieta



Espaço para todos os tipos de eventos.



POR Carla Oliveira
FOTO AdobeStock
@carlaoliveira.nutri

O COLÁGENO REALMENTE AJUDA A DEIXAR A SUA PELE PERFEITA?

Antes de saber a resposta, vamos entender o que é o colágeno. O colágeno é uma proteína encontrada principalmente em tendões, cartilagens e pele. Na pele, ele é responsável em manter a firmeza e elasticidade. **À medida que envelhecemos, nosso corpo passa a produzir cada vez menos colágeno, o que contribui para a flacidez e formação de rugas.** E exatamente por isso que muitas pessoas acreditam que devem suplementar o colágeno para manter a pele lisinha e saudável. Mas será que é tão simples assim? Quem dera se fosse, né? Então, para entender a resposta, antes, você precisa saber que proteínas são um conjunto de outras moléculas menores, chamadas aminoácidos. E o colágeno, em geral, é uma união entre três moléculas diferentes, repetidas em sequência, como na imagem a seguir:



Podemos consumir colágeno na alimentação por meio de alimentos como carnes e gelatina (que é produzida a partir de couro, ossos e ligamentos de animais), porém, após ingerido, seu destino pode ser outro, não a sua pele. Isso porque, após ingerido, ele será quebrado; e as moléculas menores ficarão livres no sangue para

formar novas substâncias, que podem ser outras proteínas ou até glicose. Ou seja, não temos como garantir que o colágeno ingerido será transformado em colágeno novamente. Isso dependerá da necessidade atual do seu corpo.

Mas e o tanto de artigo mostrando melhora da pele com uso de colágeno? A grande maioria são financiados ou feitos pelas marcas e indústrias que os vendem, sem grau seguro de evidência científica. Fora que a maioria desses estudos não consideram os hábitos alimentares das pessoas. Logo, fica difícil afirmar que, quando há uma melhora na pele, foi de fato pela suplementação de colágeno. Pode ter sido apenas porque a pessoa passou a consumir mais proteínas na dieta. Isto é, **não existem evidências suficientes para apoiar a suplementação de colágeno para melhora da pele.**

O que fazer, então, para melhorar a formação de colágeno? Uma alimentação adequada de proteínas em geral e de vitamina C – que é importante para a formação do colágeno – é o suficiente. Lembrando que a quantidade de proteínas é individual, e a orientação é que se consulte um nutricionista para isso. Já a vitamina C é facilmente encontrada em alimentos, como mamão, acerola, laranja e mexerica. Além disso, outros fatores, além da alimentação, são relevantes para a formação de colágeno, como uso do protetor solar, boa hidratação e não fumar.

Aqui, entendemos que cada fase da vida merece atenção especial, desde o delicado começo da jornada com o bebê até a sabedoria acumulada do vovô. Somos mais do que uma farmácia de manipulação, somos parceiros dedicados a promover saúde e felicidade em todos os momentos.



Ao escolher a Pharmacia Bem-Viver, você está optando por qualidade, responsabilidade e segurança. Nossa equipe é composta por profissionais altamente qualificados, comprometidos em seguir rigorosos protocolos de análise, produção e entrega das soluções farmacêuticas.

Um lugar onde cuidar da saúde é
**sinônimo de amor,
segurança e qualidade.**

PARQUES PODEM SER DIVERTIDOS — E PERIGOSOS



Levar o seu cão em parques pode ser muito divertido. Os parques podem proporcionar atividades físicas, brincadeiras; e seu cachorro terá oportunidade de socializar e até interagir com outros de sua espécie. Vale se lembrar de que os cães são seres sociais e não só gostam do convívio, como também precisam dele. Quando falamos de cachorros soltos, sem a guia, estamos aumentando a probabilidade de conflitos, principalmente num espaço em que cães grandes e pequenos ficam juntos, sem um critério de segurança ou de separação. Os cachorros podem brigar entre eles e acabar ferindo pessoas também.

A priori, os cães só poderiam conviver depois de terem sido apresentados. E é preciso monitorar o comportamento durante o tempo todo, mediar as interações, fazer intervenções de forma positiva e direcioná-los a outra atividade ou a outro ambiente, sempre que necessário. Esse critério quase não existe dentro de um parque. Mesmo porque a maioria dos tutores defendem que seus cachorros são altamente sociáveis e que nunca atacarão. Contudo, vai um alerta: **todos podem atacar em um momento de estresse, até mesmo por defesa ou por se sentirem ameaçados.**

Muitas vezes, não damos importância aos sinais. O seu peludinho pode ser sociável, mas pode estar num momento ruim. Às vezes os hormônios estão alterados, às vezes o cão está desconfortável com a presença de outro. Às vezes ele não queria estar ali, e você ignorou esse fato tão importante.

Os parques geralmente não têm um responsável que entenda de comportamento, que possa organizar o convívio. Nos lugares apropriados para isso, que são as creches, existem profissionais preparados para lidar com cães em grupo de forma mais segura, porém, nesse caso, sem a presença dos tutores. A verdade é que muitos desses animais se comportam de maneira diferente quando estão perto de seus tutores. Às vezes, são cães com elevado instinto de proteção; às vezes, cachorros que não conseguem lidar com a disputa de recursos. Às vezes são cães pouco tolerantes. Portanto, esses bichinhos não deveriam frequentar um parque, pelo fato de colocarem em risco a vida deles e a de outros cães e pessoas.

Muitos tutores ignoram fatores importantes, como a sociabilidade e a força do seu cão. Assim, acabam comprometendo a segurança de todos. Muitos acidentes também já aconteceram nesses espaços simplesmente por falta de conhecimento

sobre linguagem e comportamento dos cães. Sempre haverá aquela pessoa pouca civilizada, que, além de não obedecer às regras, provoca conflitos e acaba tornando o passeio um grande tormento. Além disso, tem aquele tutor que não recolhe o cocô do seu pet, aumentando o risco de contaminação da área; e aquele que finge que não vê o seu filhote destruindo o espaço ou brincando de forma agressiva com um amiguinho.

Os cães não são obrigados a gostar de todos os outros que estão ali presentes. Portanto, apresente o seu animal a outro e veja como ele reage a essa amizade, antes de deixá-lo livre. Existem uma linguagem e uma comunicação entre os cachorros que devem ser observadas. Além disso, eles possuem uma etiqueta social. Eles se conhecem pelo cheiro. Então, se o seu cão está cheirando o rabinho do outro, ele está conhecendo aquele possível amigo da forma correta. É como se fosse o nosso aperto de mão. Mas, se ele rosnou, eriçou os pelos, lambeu os lábios, recuou, mostrou sinais de desconforto... fique atento! Seu cão não quer interagir. Ele vai brigar se você insistir.

Seja prudente e sensato. Monitore o tempo todo. Dialogue com os outros pais ali presentes. Converse abertamente sobre o histórico comportamental daquele cão. Envolve, separe, retire o bichinho. Se a interação está saudável, se os dois cães estão curtindo, então deixe rolar. No entanto, se um dos cachorros já se cansou, acabou a brincadeira. Reconheça o momento de se retirar do parque ou coloque seu filhote na guia e vá circular. À distância, e na guia, pode até não ser muito divertido para você, mas seu cão já está sendo estimulado. Além disso, é muito mais seguro, e você vai voltar para casa com seu filhinho intacto e bem feliz.

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.



U M L U X O D E G E R A Ç Õ E S

Treslli. Três linhas traçam a trama que une Sabrina e Cássia Gontijo – mãe e filha vindas de uma família de artesãs por natureza – e a marca fundada há apenas um ano, mas que já conta uma história cheia de significado. Com a missão de transformar o tradicional crochê em acessórios com design sofisticado e contemporâneo, a Treslli cria bolsas artesanais com DNA de luxo. Os modelos autorais já conquistaram admiradoras em vários estados brasileiros, um fato que evidencia outra proposta da marca: criar produtos versáteis que caem bem em qualquer cenário, dos centros urbanos às paisagens litorâneas; e, mais recentemente,

comemorações e cerimônias, com o lançamento da linha festa. A atenção aos detalhes é onipresente nas criações da Treslli, a começar pelos nomes das bolsas, carregados de essência, que fazem homenagem às pessoas que inspiraram Sabrina; passando pela escolha do fio náutico como matéria-prima distintiva da marca até as embalagens preparadas tão cuidadosamente quanto seus conteúdos. Tudo na Treslli faz reverência ao ato de amor e cuidado nascido na ponta da agulha, que passou entre gerações como dom de família e hoje é herança compartilhada, eternizando o espaço do crochê na moda nacional.









FICHA TÉCNICA

STYLING E FOTO:
Elizabete Lisboa.

PRODUÇÃO DE ARTE E FOTO:
Camila Carregal.

MODELO: Laura Lisboa.

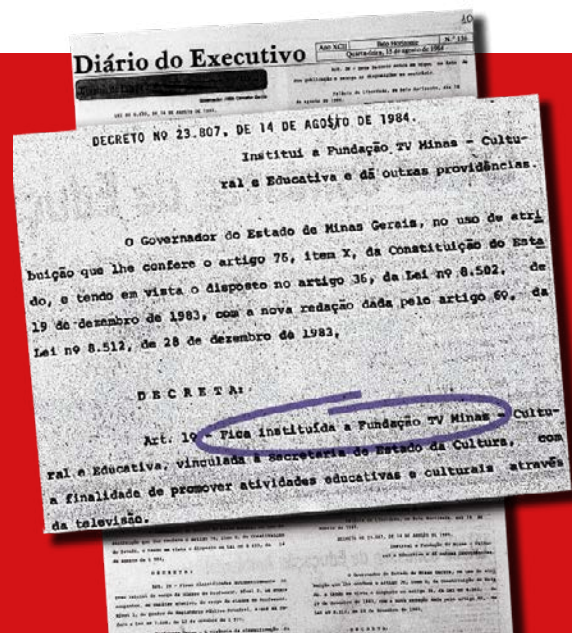
MARKETING:
Natália Oliveira.



EMC FORTALECE A COMUNICAÇÃO, LEVANDO CULTURA E INFORMAÇÃO PARA OS MINEIROS

Televisão, rádio, streaming e as políticas audiovisuais estão nas mãos dessa potência da mídia mineira, que avança no estado com novidades

Terça-feira, 14 de agosto de 1984. Um dia que seria comum, mas era o último de Tancredo Neves como governador de Minas Gerais. O político, que se tornou símbolo da redemocratização do Brasil, fecha o mandato com chave de ouro para se tornar candidato a presidente. Ele assina o decreto que cria a Rede Minas, “com a finalidade de promover atividades educativas e culturais”. Próximo à data que marca esse momento histórico, a emissora, que completará 39 anos, segue firme na telinha com a certeza de missão cumprida e que foi além. Hoje, a TV se mantém funcionando vinculada a um forte aparato, a Empresa Mineira de Comunicação (EMC).



Decreto que cria a Rede Minas e entrevista de Tancredo no dia da inauguração

853 municípios mineiros ainda este ano. As ações ousadas para conseguir tal façanha já saíram do papel com a implantação do Digitaliza Minas e a adesão ao Digitaliza Brasil.

“A TV analógica tem prazo para acabar, e queremos garantir o acesso ao telespectador. Por isso, o Governo de Minas investiu R\$ 74 milhões no Digitaliza Minas, para levar o sinal digital para 332 municípios; e os trabalhos já começaram. Além disso, o estado também foi contemplado no programa federal Digitaliza Brasil,

A EMC se apresenta como uma potência no mercado da mídia em Minas Gerais. Vinculada ao Governo do Estado, é responsável pela TV, Rádio Inconfidência Brasileiríssima FM, Inconfidência Gigante do Ar AM, plataforma de *streaming* EMCplay, além de ser a vitrine do projeto de educação a distância Se liga na Educação e estar à frente das políticas audiovisuais de Minas. Essa indústria da comunicação planeja se tornar mais robusta. Para isso, **trabalha com a meta de chegar a todos os aparelhos televisores dos**



Sede da EMC – Rede Minas e Rádio Inconfidência



Presidente da EMC, Gustavo Mendicino

para atender 470 cidades com até 50 mil habitantes”, explica o presidente da EMC, Gustavo Mendicino. Segundo ele, a transmissão também se adaptou aos avanços tecnológicos, garantindo que a programação chegue pela internet. “No ano passado, a Kantar Ibope divulgou uma pesquisa que aponta que 32,7% do alcance de vídeos é exclusivamente pela tradicional TV, enquanto 12,9% é on-line. Entretanto, quase 20% utilizam as duas ferramentas. A gente não ignorou essa realidade e antecipou a demanda.

Criamos uma plataforma que torna possível ver aquilo que está na TV e ainda ter acesso a programas, séries, além de conteúdos exclusivos, como filmes”, diz ele, que acrescenta que o mesmo foi feito com a Rádio Inconfidência, **garantindo que o ouvinte tenha acesso a programas, também, por aplicativo.**

Secretaria de Comunicação

As mudanças foram muitas, em quase quatro décadas, e a mais recente ocorreu em abril, com a criação da Secretaria de Estado de Comunicação Social. O Governo de Minas promoveu uma reforma administrativa, e a Secom ganhou status de secretaria, já acolhendo a Empresa Mineira de Comunicação, que antes era subordinada à Secretaria de Cultura e Turismo. Na época, houve questionamentos sobre a utilização das emissoras como comunicação institucional, e o governo insistia no papel de informar e fortalecer a função cultural e educativa. A promessa está sendo cumprida. Quase dois meses depois, a Rede Minas anunciou novidades na programação. A nova grade ampliou a quantidade de produtos, que hoje somam mais de 20 atrações. São programas e conteúdos especiais com enfoque em cultura, turismo, esporte, temas atuais e infantis que entraram na telinha.

“O apoio da Rede Minas de Televisão e da Rádio Inconfidência, dois veículos de jornalismo geridos pela Empresa Mineira de Comunicação (EMC), mantida pelo Governo de Minas, também é frente importante para ampliar a chegada da informação pública a mais cidades do interior. Hoje, a Rede Minas chega a 350 cidades de forma direta ou por meio de emissoras parceiras, e queremos que esse número cresça. Neste ano, a Rádio Inconfidência, com seus 86 anos de história, passou a ofertar acesso global e gratuito por meio do Aplicativo Rádio Inconfidência Oficial. Além de ouvir a rádio em qualquer lugar do mundo, as pessoas podem ter, na palma da mão, acesso a podcasts, entrevistas e playlists de música”, diz o secretário Bernardo Santos.



Novidades na programação

Futebol ganha espaço

Em 1936 entrou no ar a Rádio Inconfidência AM. Pioneira, foi a primeira emissora de Minas Gerais e, acredita-se, do Brasil, a transmitir, de outro país, uma Copa do Mundo de futebol. A bola continua rolando, e a EMC fez mais gols. Em uma parceria inédita com a Federação Mineira de Futebol, as emissoras firmaram o compromisso de transmitir o Campeonato Mineiro Módulo II. “O futebol também está no interior do estado, e não vamos dei-

xejar os mineiros de fora da competição, mostrando os jogos na TV aberta”, diz Gustavo Mendicino. Segundo o presidente, novos acordos já estão em discussão para ampliar a transmissão de outros campeonatos. Além dos jogos, a Rede Minas, que já contava com o programa *Meio de Campo* dedicado ao esporte, ganhou o reforço diário do *Primeiras Esportivas*, que nasceu na rádio e que agora ganhou espaço nos estúdios da TV.



Divulgação Rede Minas



Divulgação Rede Minas

Sulimar Silva, um dos narradores dos jogos do Módulo II do Mineiro



Lilian Lacerda/Divulgação Rede Minas

Adriano Aro, presidente da FMF, e Gustavo Mendicino, presidente da EMC, firmam parceria e transmissão dos jogos

Políticas de incentivo para o audiovisual

A Lei Paulo Gustavo permitirá um investimento de R\$ 273,5 milhões no setor audiovisual em Minas Gerais. Desse montante, R\$ 133,5 milhões serão executados pelo Governo de Minas em gestão compartilhada entre a Empresa Mineira de Comunicação e a Secretaria de Cultura e Turismo. A EMC participa da execução da LPG no estado como coordenadora da subcomissão do audiovisual, dentro da Comissão Estratégica de Gestão da Lei Paulo Gustavo, formada pela Secult e diversos segmentos da sociedade civil. Além disso, por meio da Diretoria de Audiovisual, a EMC oferece apoio técnico para que os municípios executem os demais R\$ 140 milhões a serem destinados ao setor em suas localidades.

A diretora de Audiovisual e Produtos Digitais da EMC, Flávia Moreira, destaca a importância do diálogo com a sociedade civil para garantir que os recursos da Lei Paulo Gustavo atendam às demandas do setor e tenham um impacto estruturante no audiovisual mineiro. “Assim como foi com a Lei Aldir Blanc, todas as propostas de aplicação dos recursos da Lei Paulo Gustavo para o setor audiovisual estão sendo amplamente discutidas com representantes dos diversos segmentos do audiovisual no estado, por meio de mais de 90 horas de reuniões, escutas públicas e *lives*. Há um espaço aberto e direto para receber e discutir as demandas tanto no que se refere a categorias e modalidades de editais, quanto em relação aos critérios de seleção e outros aspectos da forma de aplicação desses recursos. Essa construção coletiva e democrática garante que as propostas sejam qualificadas e legitimadas pelo próprio setor”, reforça a diretora.

A Empresa Mineira de Comunicação dá mais fôlego à cadeia produtiva do audiovisual com iniciativas que impulsionam o setor. São diversas ações executadas, como o curso Cidade de Cinema, que capacita municípios para receberem o selo Cidade Amiga do Audiovisual e os reconhece como localidades preparadas para receber produções audiovisuais e colher os benefícios econômicos, turísticos, culturais e sociais que essas atividades proporcionam. Também organiza eventos de promoção e difusão do audiovisual mineiro, colabora com a execução e acompanhamento de políticas públicas es-



Léo Bicalho

Entrega do selo Cidade Amiga do Audiovisual: Flávia Moreira, diretora de Audiovisual e Produtos Digitais da EMC; Gustavo Mendicino, presidente da EMC; Cinara Soares Caetano Vanoni, do Departamento Municipal de Cultura de São Sebastião do Paraíso; e Leônidas Oliveira, secretário de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais



Paulo Lacerda

Flávia Moreira

pecíficas e desenvolve outras ações de impulso na área. Além disso, abre espaço privilegiado de visibilidade para as produções do estado na programação da Rede Minas e na plataforma gratuita e pública de *streaming* EMCplay.

Reconhecimento

A Rede Minas foi destacada no Ranking dos +Premiados da Imprensa Brasileira, organizado pelo Jornalistas & Cia e Portal dos Jornalistas e divulgado em janeiro. **O levantamento apontou que a emissora está em 22ª colocação entre os veículos mais premiados, em todo o país, e o primeiro, se considerado só os veículos de Minas Gerais.** Na categoria Grupos de Comunicação do Ano, a emissora ficou em 19ª posição.

Além de troféus, a TV ganhou a atenção do público. Pesquisa realizada por meio de dados do Ibope entre os meses de outubro de 2022 e fevereiro de 2023 identificou um aumento de 45% na audiência de pessoas que acompanham a programação da Rede Minas. A visibilidade na internet também cresceu. No último levantamento realizado em maio, o número de acessos ao site da emissora subiu 32% em relação ao mês anterior. Já no YouTube, o aumento foi de 14%. A emissora também ganhou visibilidade nas redes sociais nesse período. O número de novos seguidores que passaram a acompanhar a emissora no Instagram em maio deu um salto, aumentando em 59% em relação ao mês anterior. Quando se trata de compartilhamentos de conteúdo, o crescimento foi de 661%.



Divulgação Rede Minas

Apresentadoras Lorena Mendonça e Aline Scarponi



Alessandro Carvalho

Equipe da Rede Minas recebe Prêmio CDL de Jornalismo: Lucas Pitta, da CDL-MG; Sandro Romero, cinegrafista; Amanda Amaral, produtora; Renato Franco, repórter; e Willian Félix, cinegrafista

TUDO EM UM

Já pensou em, com um único produto, fazer seu skincare completo? É exatamente isso que a Kesser oferece



Fotos: Divulgação



Quem vê a Kesser crescendo cada dia mais mal sabe da história que está por trás da empresa ou, mais especificamente, da dupla que deu vida a ela. Se você ainda não a conhece, nós a apresentamos agora: a Kesser é uma Digital Native Brand (DNVB), que nasceu em 2021 para revolucionar o autocuidado, por meio do *skincare*, e integrar o mercado de *wellness*. Este se traduz pelo ato de praticar hábitos saudáveis diários e constantemente para obter melhorias na saúde física e mental. A empresa, por sua vez, foi fundada por duas mulheres, ex-advogadas, apaixonadas por saúde e bem-estar. Julia Camara e Gabriela Vidigal são sócias e cofundadoras da Kesser, uma marca que, como você verá aqui, tem uma proposta única e disruptiva.

Ju e Gabi são advogadas de formação, apesar de terem percorrido caminhos distintos no Direito. Julia sempre atuou na área acadêmica, formou-se e fez mestrado em Administração Pública e Desenvolvimento Estratégico na UFMG, onde lecionou durante algum tempo. “Meu foco, desde a faculdade, sempre foi o estudo para concursos públicos. Fui aprovada em alguns, especialmente em Procuradoria no Estado de São Paulo, e ‘aguardo’ a nomeação desde o início da pandemia”, conta. Julia tem 29 anos, é casada e mãe de Theodoro, de 1 ano. Com o marido José Felipe Carneiro, aliás, fundou a empresa K-Happy Kombucha – aquela mesma que contamos na edição passada.

Já Gabi, por outro lado, desde que se formou, passou a trabalhar diretamente com a advocacia. Devido à sua habilidade comunicativa, foi convidada a trabalhar no setor comercial de renomado escritório de Belo Horizonte, em que tinha contato com grandes nomes empresariais e importantes fundos de in-

vestimento. Gabriela tem 28 anos e é casada. “Sempre tive meu pai como grande referência no Direito, apesar de ter trilhado um caminho diferente. Minha família materna é referência na indústria de moda no Sul de Minas e, por isso, desde jovem, tive contato com os frutos do empreendedorismo”, ressalta.

A história de união das empresárias começou durante a pandemia, em que ambas se viram insatisfeitas e sem perspectiva em suas profissões. Julia aguardava a nomeação de seu concurso, mas percebia que isso demoraria algum tempo. “Passei por um processo de autorreflexão e percebi que a vida após a nomeação talvez não fosse como imaginava. Comecei a estudar outros temas, como marketing digital, empreendedorismo, e decidi renunciar ao antigo sonho para, de fato, empreender”, comenta Ju, que é complementada por Gabi, ao contar seu início nessa trajetória: “Eu não via mais perspectiva de crescimento

no escritório em que trabalhava. Fui a cabeça de diversas inovações naquele local e sentia que estava ‘empreendendo’ num local que não era meu. Surgiu assim a vontade de criar algo próprio, em que pudesse dar tudo de mim, sem limites para o meu crescimento”.

Naquele momento, as sócias eram apenas conhecidas da academia e da yoga. Uma tinha um carinho e admiração muito grande pela outra, mas não eram amigas de fato. “Nós nos aproximamos mais durante a organização do projeto social Crie o Impossível, a maior sala de aula para alunos de escolas públicas do país. E, no início de 2021, a Julia já estava decidida que iria empreender e gostaria de criar um produto com foco em venda on-line, para todo o país”, lembra-se Gabi.

Foi nessa ocasião que Ju viu diversas postagens no Instagram de Gabriela, rede em que Gabi compartilhava a experiência com produtos de beleza das empresas que eram clientes do escritório em que trabalhava. Julia, então, perguntou se Gabi poderia apresentá-la àqueles empresários e contou da sua vontade de criar o seu próprio produto. Gabriela disse que seria um prazer, mas aquela pergunta ficou martelando em sua cabeça, até que tudo ficou muito claro. Assim, quando Julia ligou, Gabi logo disse: “Ju, se couber mais uma pessoa no seu sonho, eu quero entrar. Posso ser sua sócia?”. Julia nem pensou duas vezes, e assim a sociedade começou.

O primeiro aspecto que as duas amigas definiram foi o nome da empresa. Como ambas dão muito valor ao significado por trás das coisas, com o nome da sociedade não poderia ser diferente. Kesser significa prosperidade e boas vibrações em hebraico – tudo o que sempre desejaram durante a jornada empreendedora. Sociedade estabelecida, faltava definir qual produto desenvolveriam. “Durante alguns meses de pesquisa, a bagagem pessoal de cada uma foi essencial para decidirmos pelo ramo *wellness* e, especificamente, o *skincare*. A Gabi trabalhava diretamente com fundos de investimento e percebeu o quanto estavam interessados em investir em setores dessa natureza. Além disso, teve a experiência pessoal de ver a sua pele se transformar, devido a questões hormonais, e o quanto isso impactou em sua autoestima. Eu, por outro lado, tinha acabado de voltar da Ásia, onde os cuidados com a pele são um hobby, um aspecto cultural. Voltei com a mala repleta de produtos e ideias”, conta Júlia.

Assim, a dupla percebeu que o interesse pelos cuidados com a pele estava em ascensão, mas que não havia produtos específicos para a pele e para a rotina da brasileira. Foi desse modo que chegaram ao conceito do *All in One* (AIO), desenvolvido a partir de nanotecnologia e aprovado por especialistas, em que são reunidos os principais ativos de cuidados com a pele em



Julia Camara e Gabriela Vidigal

Andrade Fotografia

um único produto, **deixando a rotina de cuidados mais prática, eficiente e econômica**. “O ‘tudo em um’ da Kesser se adequa à vida de quem não tem paciência nem tempo para passar diversos produtos em um *skincare* exaustivo”, pontua Gabi, que é complementada por Ju: “Além disso, ao adotar uma rotina de cuidados muito extensa e pouco prática, as pessoas gastam muito dinheiro. Perdem muito tempo e não alcançam os resultados esperados. A pele precisa ser enxergada de forma diferente, a fim de que cuidar dela se torne um hábito simples, eficaz e fácil de incorporar no dia a dia”.

Isso posto, contrataram engenheiros químicos e farmacêuticos para chegarem à fórmula do produto, que é **não só prevenção e cuidado diário, mas também tratamento para diversas dores de pele, como melasma, manchas, linhas de expressão, dermatite, rosácea, acne, espinhas e outros**. O bálsamo facial *All In One* é ainda o único produto da Kesser, apesar de as empresárias já estarem com diversas ideias engatilhadas e pesquisas a todo vapor. Como a empresa é o reflexo da vida saudável que sempre levaram, as sócias desejam que a marca tenha produtos que aumentem a saúde, o autocuidado e a alegria de seus clientes.

A marca jovem tem conquistado corações em todo o Brasil. Além das vendas on-line, a Kesser já está em pontos físicos em seis estados brasileiros. Mas o crescimento não para por aí. “Os próximos lançamentos estão no forno e seguem a mesma linha de consumo inteligente, prático e eficaz da marca. Não vemos a hora de conhecê-los!”, finalizam Ju e Gabi.

@kesser.lab



POR Jussara Naves,
com colaboração de Ícaro Ambrósio
@jussaranaves

GRUPO CASA

O Grupo Casa apresenta ao mercado uma união de três empresas voltadas à gestão e serviços ao atendimento condominial e imobiliário: Administradora Casa, Casa Imóveis e Casacert. Hoje, o nicho alcança a vida de cerca de 50 mil pessoas e está presente em habitações de Belo Horizonte e cidades de sua Região Metropolitana. Com um público tão grande, o grupo fundamentou que vai do síndico ao morador, passando pelo locatário e até mesmo pelo funcionário do condomínio. Porém, a perspectiva com o novo grupo é para planos mais ousados e, para o futuro, almeja encontrar clientes além das divisas de Minas Gerais. Dessa forma, na avaliação societária, será possível um salto de 100% no número de condomínios atendidos – 60% em unidades alugadas, mais de 300% em certificados emitidos – e criação de diversos outros negócios auxiliares nos próximos cinco anos.

Divulgação/Grupo Casa



Os sócios do Grupo Casa

HOSPITAL FELÍCIO ROCHO

Foi a solidariedade e a vontade de ajudar o próximo que levaram o imigrante italiano Nicola Felice Rosso a iniciar a maior obra de sua vida: o Hospital Felício Rocho. Em 2023, a instituição comemora 71 anos de sua inauguração e ainda mantém o propósito de cuidar das pessoas. Hoje, o Hospital Felício Rocho opera como uma das mais modernas e promissoras instituições de saúde de Minas Gerais. As instalações dispõem de mais de 350 leitos que comportam mais de 40 especialidades clínicas, cirúrgicas, exames e de pesquisa. São mais de 1,2 mil médicos e ainda outros 2,8 mil colaboradores, dispostos em tempo integral. O hospital atende a qualquer faixa etária, opera com mais de 90 convênios, dispõe de 124 consultórios médicos, 60 leitos de CTI e também 23 salas cirúrgicas.

IRPF

Após sete anos de estagnação, a tabela do Imposto de Renda de Pessoa Física (IRPF) recebeu uma nova correção, ainda bastante modesta, como avaliam os economistas, mas que deverá impactar a vida de 14 milhões de contribuintes. Uma medida provisória já publicada no Diário Oficial da União (DOU) alterou a faixa de isenção para o exercício 2024, passando de R\$ 1.903,38 para R\$ 2.112. “A última correção da tabela aconteceu em 2016, portanto há sete anos. Porém, mesmo antes disso, já há uma pressão para que o Governo Federal tome medidas mais drásticas para a correção da tabela, o que nunca aconteceu”, revela o advogado Diogo Montalvão Souza Lima, sócio e administrador da MSL Advocacia de Negócios.

DR. PAULO COELHO ANDRADE



Divulgação

De acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Dispositivos Médicos (Abimo), cerca de 12 milhões de brasileiros recorrem a um cirurgião-dentista para melhorar a qualidade de vida. E, de fato, alcançam o objetivo. “As facetas dentárias são opções protetoras e estéticas para melhorar a aparência dos dentes. Em nossa clínica podem ser feitas lentes de compósitos híbridos feitas com aparelho de laser e arco de plasma alemão ou por meio de lentes de contato em porcelana esculpidas pelo sistema alemão Cerec. As facetas alemãs proporcionam maior resistência e resultados estéticos notáveis para os pacientes”, assinala o cirurgião-dentista dr. Paulo Coelho Andrade, mestre e especialista em implantodontia e odontologia estética.

O cirurgião-dentista dr. Paulo Coelho Andrade

GERDAU

A Gerdau se prepara para um investimento de R\$ 3,2 bilhões entre 2023 e 2026 em uma nova plataforma de mineração sustentável em Minas Gerais. O montante segue o ciclo de investimentos realizado no estado nos últimos anos para modernização, atualização tecnológica, aprimoramento de práticas ambientais e ampliação de suas operações locais. A nova capacidade anual de produção de minério de ferro da empresa na mina de Miguel Burnier, distrito de Ouro Preto, de 5,5 milhões de toneladas, está prevista para entrar em operação no fim de 2025. O projeto permitirá à empresa aumentar a competitividade de suas operações e ampliar futuramente sua produção de aço em Minas Gerais.

Divulgação/Gerdau



Gustavo Werneck, CEO da Gerdau

BIGTRADE

A mineira Bigtrade entra no mercado das *agfintechs* com uma missão bem definida: ampliar o crédito para os produtores rurais brasileiros, começando pelos cafeicultores. Em sua primeira rodada de captação, com a assessoria da Impacto Hub, a empresa recebeu um aporte de R\$ 20 milhões, que serão destinados a acelerar a operação. A expectativa é fazer desembolsos de R\$ 500 mil, em média. Com isso, a Bigtrade pretende financiar cerca de 100 produtores ainda neste ano, o que deve circular em torno de R\$ 50 milhões; 600 agricultores em três anos e 2 mil agricultores em cinco anos, alcançando a marca de R\$ 1 bilhão.

Divulgação/Most



Jean Michel Guillaume, fundador e CEO da Most

MOST

A Most foi reconhecida como uma das 70 melhores empresas para se trabalhar em 2023. O ranking é do Great Place to Work e levou em conta alguns requisitos, como confiança dos profissionais em seus gestores, respeito mútuo entre liderança e colaboradores, imparcialidade, orgulho de vestir a camisa da firma, qualidade de vida no ambiente corporativo, abertura para inovação, salários que condizem com a demanda de trabalho e benefícios trabalhistas, entre outros. Este é o segundo ano consecutivo que a empresa entra para o ranking.

SICOOB

No início deste mês, o Sicoob anunciou que planeja elevar os financiamentos na safra 2023-2024. Os planos são de expandir os aportes em 33%, para mais de R\$ 52 bilhões no âmbito nacional. Trinta e sete bilhões de reais deste recurso deve ser dirigido para operações de custeio agrícola, já R\$ 8 bilhões para operações de investimento e ainda R\$ 7 bilhões para industrialização e comercialização, para pequenos e médios produtores, em sua maioria. Ao menos é o que distingue o atual Plano Safra. Hoje, o Sicoob detém mais de 7,3 milhões de cooperados, sendo mais 430 mil produtores rurais.



POR Rachel Capucio
@rachelcapucio

Apricot Crush: A COR PARA 2024

A previsão de cores traz o *apricot crush* como tendência para o ano de 2024. O tom damasco é uma cor restauradora, refrescante e energética, perfeita para um momento em que estamos lidando com as inquietações perante o futuro.

Cultivar uma mentalidade esperançosa, positiva e de dias melhores se tornou um mecanismo de sobrevivência para todos nós. **Cuidado e conexão são os conceitos que sustentam esta cor para 2024**, despertando também as propriedades nutricionais das vitaminas e antioxidantes presentes na laranja, na mexerica e no damasco.

Além disso, os tons de laranja são conhecidos por expressar energia e liberdade, tudo o que você precisa para dias leves. Pre-

visto pela primeira vez como a cor do ano, o *apricot crush* traz muita energia, intensidade e luminosidade.

A suavidade e a tonalidade desbotada deste tom combinam perfeitamente com os tons neutros. **A combinação fica atual e estilosa.** Seu lado lúdico se conecta com a alegria das peças e acessórios.

Versátil e democrático, o *apricot crush* será perfeito para moda-festa, moda esportiva, jaquetas, casacos e *loungewear*. Seus atributos restauradores deixam o look *cool and fresh*. Esta cor para 2024 une a expertise da previsão de tendências com as inovações do futuro das cores.

É hora de colorir sua gaveta e trazer vida para os seus dias!



Terapia capilar
um cuidado que transforma.



Nossos cabelos
contam histórias.

E mais:

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



tete beleza capilar

Rua Zito Soares, 33 - Mangabeiras / Belo Horizonte

DOENÇA DE MÉNIÈRE

Entenda a doença que acomete o padre Fábio de Melo e a atriz Mariana Rios

A partir desta edição, teremos este novo espaço sobre saúde aqui, na revista **Exclusive**. Estou falando da coluna *Vivendo em Equilíbrio*. Eu sou o Dr. Marcelo Henrique de Oliveira, e todo mês trarei um assunto relacionado ao nosso equilíbrio.

O primeiro assunto será a Doença de Menière. Nos últimos meses, esta tem sido bastante comentada, principalmente nas redes sociais. Esse tema se tornou relevante ao público geral depois que duas personalidades conhecidas revelaram que apresentam essa doença: o padre Fábio de Melo e a atriz Mariana Rios. Por conta disso, temos observado uma série de notícias e especulações sobre a doença e, infelizmente, muitas informações são exageradas ou, até mesmo, incorretas.

Por conta disso, resolvi escrever sobre este assunto, sobretudo por se tratar de uma doença que é muito comum na minha prática médica. Sou médico otorrinolaringologista, especialista em otoneurologia. A otoneurologia é uma área de conhecimento da otorrinolaringologia que aborda as doenças do equilíbrio.

A Doença de Menière não é uma doença recente. Em 1861, o francês Prosper Menière sugeriu que o equilíbrio e a audição eram controlados pela orelha interna, e ele foi um dos primeiros médicos que descreveram os sintomas dessa doença. Esta, por

sua vez, **é uma patologia da orelha interna e é caracterizada por crises de vertigens acompanhadas por zumbido, sensação de pressão na orelha afetada e flutuações na audição** (perda auditiva que pode ser reversível ou irreversível). Entretanto, nem sempre ela se manifesta com todos os sintomas de uma só vez. Somente 30% dos pacientes apresentam todos os sintomas logo no início da doença, ou seja, a grande maioria vai apresentar um ou outro sintoma. A doença acomete os dois ouvidos em torno de 50-60% dos pacientes, mas nem sempre vai se manifestar com sintomas nos dois lados.

Por conta dessas características, é muito importante fazer o diagnóstico precoce da doença. Esperar que esta se manifeste com todos os sintomas pode afetar bastante o tratamento. O ideal é sempre fazer um diagnóstico precoce para controlar a doença o mais breve possível, já que, até o momento, não existe uma cura definitiva. O diagnóstico envolve critérios clínicos bem estabelecidos, mas felizmente hoje existem diversos exames – tais como a eletrococleografia e a ressonância magnética – que colaboram bastante na definição diagnóstica. Especificamente sobre a ressonância, o diagnóstico da Doença de Menière só é possível com um tipo específico de ressonância magnética,

conhecida como 3 Tesla. Outros exames são importantes no manejo e acompanhamento dos pacientes, tais como audiometria e o VEMP.

Neste momento, você pode estar se perguntando: mas o que, de fato, causa essa doença? Apesar de até hoje não estar totalmente elucidada, diversos fatores podem estar associados, tais como hereditariedade, doença autoimune, alterações estruturais da orelha internas, alimentação, doenças crônicas (como diabetes) etc. No entanto, a grande maioria dos casos permanece sem uma causa definida.

Contudo, independentemente da causa, o mecanismo que gera os sintomas na Doença de Menière já é conhecido. Chamamos esse processo de hidropsia endolinfática. De um modo bem simples, podemos definir que o labirinto é dividido em dois “compartimentos”: um contém um líquido que chamamos de endolinfa e outro é composto também por um líquido, com características diferentes, que chamamos de perilinfa. Esses líquidos são separados por membranas que impedem a mistura destes. O equilíbrio entre esses líquidos é fundamental para o funcionamento normal da orelha interna.

Na Doença de Menière, ocorre um acúmulo de endolinfa dentro do labirinto. Dessa maneira, o “compartimento” que contém endolinfa passa a comprimir o “compartimento” que contém a perilinfa, modificando a estrutura interna do labirinto. Essa modificação estrutural, que chamamos de hidropsia endolinfática, pode modificar o funcionamento adequado do labirinto, gerando os sintomas da doença (tontura, zumbido e/ou perda auditiva).

O tratamento envolve principalmente mudança no estilo de vida, focando numa alimentação saudável, bons hábitos de sono, atividade física e boa hidratação. Além disso, é muito importante identificar os eventuais gatilhos ou fatores desencadeantes das crises. Uma parcela de pacientes com Doença de Menière pode precisar de medicamentos para controlar a doença e também para tratar as eventuais crises de tontura ou perda auditiva. Geralmente são medicamentos administrados por via oral. Em alguns casos, pode ser necessário o uso de aplicações de medicamentos por via intratimpânica. E por fim, em raros casos, normalmente em pacientes que não respondem bem ao tratamento clínico, pode ser necessário algum procedimento cirúrgico para controlar os sintomas.

Apesar de pouco conhecida, a Doença de Menière não é uma doença rara. O grande problema é a falta de conhecimento. Muitas pessoas e muitos médicos que não são especialistas em tontura costumam chamar a Doença de Menière (e também as outras doenças do labirinto que causam tontura) pelo nome de labirintite. Porém, **devemos ter em mente que existem dezenas de doenças que podem causar a tontura; e a labirintite, que é bastante “conhecida”, na verdade, é bem mais rara do que a Doença de Menière.**

Em breve compartilharei informações sobre outras doenças que afetam o labirinto e o nosso equilíbrio, além de diversas questões que afetam o nosso equilíbrio como um todo. Afinal, nada melhor do que curtir a vida **vivendo em equilíbrio**.

Reprodução TV Globo



Reprodução Instagram



DR. MARCELO HENRIQUE DE OLIVEIRA

Médico graduado – UFMG, estágio acadêmico em Mount Sinai School of Medicine – New York; especialista em saúde da família – UFMG; residência em Otorrinolaringologia – Jundiaí-SP; mestrado em Infectologia – UFMG; ex-docente no Instituto Metodista Izabela Hendrix e na Faculdade de Medicina Unifenas-BH; idealizador e cofundador da Clínica Otoneuro; pós-graduação em Medicina Integrativa pelo Hospital Albert Einstein.





AdobeStock

TUMORES DE CABEÇA E PESCOÇO

Eles figuram entre os mais incidentes em mulheres e homens em BH

Para cada ano do triênio 2023-2025, o Brasil somará em torno de 40 mil casos de tumores de cabeça e pescoço, segundo o Instituto Nacional de Câncer (Inca). Dentre os seus tipos, o da glândula tireoide e o da cavidade oral estão entre os mais prevalentes na capital mineira, atrás do tumor de mama feminino, próstata e colorretal, e à exceção da neoplasia de pele não melanoma, que é a mais recorrente em todas as regiões do país. O primeiro é o mais incidente entre as mulheres, registrando 300 casos ao ano; e o segundo, entre os homens, com 200 acometimentos por ano.

Contudo, parte da população desconhece que é possível reduzir os riscos de desenvolvimento de ambos e de outros tumores ao adotar hábitos saudáveis, evitar o sobrepeso e a obesidade. Segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS), 40% dos casos de câncer podem ser prevenidos evitando fatores de risco, como tabagismo e consumo de álcool, e 30%

podem ser curados mediante diagnóstico precoce e tratamento adequado – um desafio para países de baixa e média renda, que concentram 70% das mortes globais pela neoplasia. Tais comportamentos protetores são indispensáveis no combate a uma doença considerada pela mesma agência internacional como um dos principais problemas de saúde pública, que vem avançando globalmente: em 2040, o número de novos registros de câncer chegará a 28,4 milhões.

Por falar em crescimento, o especialista em cirurgia de cabeça e pescoço do Grupo Oncoclínicas Belo Horizonte, Alexandre Andrade Sousa, afirma que o câncer de tireoide aumentou em todo o mundo nas últimas décadas. “Contudo, essa evolução é associada em parte ao aumento da detecção por meio de exames de imagem, feitos por outro motivo, e em consultas de rotina. Difícilmente a neoplasia cursa com sintomas, em geral, cresce lenta e silenciosamente. Na maio-

ria dos casos, o tumor é descoberto durante a palpação do pescoço pelo médico quando são identificados nódulos na região da tireoide ou até mesmo linfonodos acometidos pelo tumor (metástase)”, explica.

Os tipos mais comuns são o carcinoma papilífero, que representa aproximadamente 80% dos casos, folicular, medular, linfoma de tireoide e anaplásico. “Os carcinomas papilífero e folicular apresentam excelente prognóstico com alta taxa de cura. O tipo histológico mais agressivo e fatal é o anaplásico, que acomete idosos, porém é pouco frequente. O medular pode aparecer isoladamente, de forma esporádica, ou pode ser uma das neoplasias endócrinas de uma doença congênita de alta penetrância. Nesse caso, recomenda-se a pesquisa genética no paciente e em todos os familiares de primeiro grau”, informa.

O médico relata que são fatores de risco de tumores da glândula tireoide doenças autoimunes, radiação ionizante na infância, obesidade e história familiar positiva para parentes de primeiro grau (10%), e que o tratamento é sempre cirúrgico. “É feita a retirada total ou parcial da glândula e, em alguns casos de carcinoma papilífero ou folicular, realiza-se terapia com Iodorradioativo depois da cirurgia. Vale ressaltar que não há indicação nem benefício na adoção de quimioterapia ou radioterapia”, descreve.

Câncer de boca: um dos mais prevalentes entre homens belo-horizontinos

No tumor da cavidade oral, também denominado câncer de boca, os sintomas iniciais podem ser confundidos com condições benignas, especialmente aftas. “Qualquer lesão/ferida branca ou avermelhada na boca que não regrida em poucos dias após o tratamento merece atenção. Outros sinais se manifestam quando a doença está mais avançada, como ulceração, dor local, disfagia (principalmente em tumores localizados na região posterior da língua), odinofagia, amolecimento de dentes e massa cervical, trismo (que é a dificuldade em abrir a boca), fixação da língua, sangramento e odor fétido – à medida que o tumor progride, necrosa, infecta e se infiltra nos tecidos adjacentes”, alerta o médico.

De acordo com Alexandre Andrade Sousa, o câncer da cavidade oral é mais prevalente no grupo masculino acima de 40 anos; e, embora os fatores de risco mais conhecidos sejam o tabagismo e o consumo de bebida alcoólica, a infecção pelo vírus HPV também está relacionada ao surgimento da neoplasia. “Comumente, o câncer de boca HPV positivo acomete ho-

Acervo pessoal



Alexandre Andrade Sousa, especialista em cirurgia de cabeça e pescoço do Grupo Oncoclínicas

mens e mulheres com idade entre 40 e 60 anos, e muitos deles não têm hábitos de tabagismo ou etilismo. A forma de prevenção se dá pela proteção contra a infecção pelo papilomavírus humano, por meio do uso de preservativos e da vacinação. A vacina contra o HPV é oferecida gratuitamente pelo SUS a meninas de 9 a 14 anos, meninos de 11 a 14 anos e pacientes imunossuprimidos de até 45 anos”, orienta.

Os tumores bucais podem ser tratados com intervenção cirúrgica e outras abordagens, o que dependerá do estadiamento da doença, como esclarece o cirurgião. “Na fase inicial, o tratamento é exclusivamente cirúrgico. Em tumores avançados, conforme a necessidade de cada caso, realiza-se a ressecção cirúrgica, seguida de radioterapia e quimioterapia. No entanto, o melhor caminho continua sendo a prevenção: junto à imunização contra o HPV, que ajuda a prevenir esse e outros cânceres, como de colo de útero, vagina e pênis, e uso de preservativo, abandone o tabagismo, evite o consumo excessivo de bebida alcoólica, priorize uma alimentação saudável e pratique atividade física”, finaliza Alexandre Andrade Sousa.



PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS NA ÁREA DA SAÚDE *O que é preciso saber?*

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) está em voga no Brasil. Todas as empresas devem se adequar às exigências da lei, no sentido de garantir a privacidade e a proteção dos dados pessoais dos indivíduos. Na área da saúde, a importância do tema é ainda maior, já que o dado referente à saúde de qualquer indivíduo é definido pela Lei Geral de Proteção de Dados como dado pessoal sensível, ou seja, **um dado ainda mais importante do que o dado pessoal, pois possui um grande potencial de dano em caso de utilização indevida.**

Diego Moreira, do Advocacia Moreira Santos Consultivo & Contencioso, esclarece que dado pessoal é toda e qualquer informação que identifique ou torne identificável uma pessoa, como nome, RG, CPF, e-mail, IP de conexão à internet, tatuagem, entre outros. Por sua vez, o dado pessoal sensível está definido em rol taxativo na LGPD como aquelas informações relacionadas à origem racial ou étnica; convicção religiosa; opinião política; filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político; dado referente à saúde ou à vida sexual; dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural.

Na área da saúde, os dados pessoais sensíveis são diariamente utilizados pelos profissionais, que devem ter acesso ao histórico médico, resultado de exames, prontuários, informações genéticas etc., para prestar um bom e adequado atendimento. Diego Moreira explica que a LGPD busca conceder aos indivíduos um maior controle sobre os seus próprios dados pessoais e dados pessoais sensíveis, **a fim de fortalecer a segurança das relações jurídicas e a confiança do titular no tratamento dos seus dados, assegurando o direito à privacidade e à proteção de dados**

pessoais dos indivíduos por meio de práticas transparentes e seguras, garantindo direitos fundamentais.

Nesse sentido, a lei cria, para o titular dos dados, uma série de direitos antes não previstos no ordenamento jurídico do país, como o direito de saber qual a finalidade do tratamento dos seus dados pessoais e dados pessoais sensíveis; quais dados serão tratados, a fim de alcançar a finalidade informada; por quanto tempo esses dados serão tratados; se haverá compartilhamento desses dados com terceiros e, em caso positivo, para qual finalidade e quais os meios utilizados nesse compartilhamento; entre diversos outros direitos. Dados pessoais sensíveis, portanto, são imprescindíveis ao exercício das atividades realizadas por profissionais e empresas que atuam na área da saúde, o que aumenta o grau de importância e atenção que deve ser dado ao tema, uma vez que a LGPD cria uma série de exigências que devem ser cumpridas quando do trato desses dados e, consequentemente, uma série de sanções caso essas exigências não sejam atendidas.

SILVIA SALVADOR

É mestre em Administração e sócia-diretora da Saúde no Lar. Especialista em gestão de relacionamentos.

@saudenolarmg



CIRURGIA PLÁSTICA

POR dr. Fábio Campos
FOTO AdobeStock



PRINCIPAIS PROCEDIMENTOS DE RECONSTRUÇÃO CORPORAL PÓS-BARIÁTRICA

A cirurgia bariátrica tem o potencial de proporcionar uma perda de peso significativa, melhorando a saúde e a qualidade de vida dos pacientes. No entanto, muitas vezes, essa rápida redução de peso deixa para trás o excesso de pele flácida, o que pode afetar a autoestima e a aparência física dos indivíduos. Felizmente, a cirurgia plástica pós-bariátrica oferece uma solução para a reconstrução corporal, ajudando os pacientes a alcançarem um contorno corporal mais harmonioso e uma imagem corporal satisfatória.

1. Abdominoplastia (dermolipectomia abdominal)

A abdominoplastia é um procedimento cirúrgico que visa remover o excesso de pele e a gordura da região abdominal, além de reparar e fortalecer a musculatura abdominal enfraquecida. Isso resulta em **um abdômen mais firme e tonificado.**

2. Lifting de braço (braquioplastia)

A braquioplastia é indicada para pacientes com flacidez nos braços, geralmente caracterizada por excesso de pele, que causa um aspecto "balançante". O procedimento envolve a remoção do excesso de pele e a remodelação dos tecidos, para obter braços mais firmes e contornados.

3. Lifting de coxa (cruroplastia)

A cruropastia é realizada para tratar a flacidez na região das coxas, que pode ocorrer após a perda maciça de peso. Durante o procedimento, o cirurgião remove o excesso de pele e gordura, remodelando a área e proporcionando coxas mais firmes e proporcionais.

4. Mamoplastia de redução

A mamoplastia de redução é recomendada para pacientes que sofrem com o excesso de pele e flacidez nas mamas após a ci-

urgia bariátrica. O procedimento envolve a remoção do excesso de tecido mamário e a remodelação das mamas, para **criar uma forma mais harmoniosa** e proporcionar suporte adequado.

5. Lifting de corpo inteiro (Body Lift)

O lifting de corpo inteiro é um procedimento abrangente que visa tratar múltiplas áreas do corpo simultaneamente. Ele combina a abdominoplastia, o lifting de coxa, o lifting de braço e outros procedimentos específicos para tratar a flacidez e o excesso de pele em várias áreas, proporcionando um contorno corporal globalmente harmonioso.

Os principais procedimentos de reconstrução corporal pós-bariátrica oferecem aos pacientes a oportunidade de remodelar e transformar seu corpo após a perda de peso significativa. Esses procedimentos podem ajudar a **melhorar a autoestima, a qualidade de vida e a confiança dos pacientes**, permitindo que eles aproveitem plenamente os resultados alcançados com a cirurgia bariátrica. É essencial que os pacientes consultem um cirurgião plástico experiente e qualificado, que possa avaliar suas necessidades individuais e recomendar os procedimentos mais adequados.

DR. FÁBIO CAMPOS

Cirurgião plástico e nome à frente da Clínica Modelle, localizada no Hospital Life Center (Av. do Contorno, 4.747/810 – Serra | Belo Horizonte/MG).

@dr.fabiocampos

(31) 98420-3755 | (31) 3262-0749





CARLOS PENNA LANÇA COLEÇÃO COM MANUELA XAVIER

A história da Carlos Penna é feita de encontros e trocas pela vida. Esse caminho guia exatamente a nova *collab*, a sétima lançada em 2023 pela marca, agora criada a quatro mãos com a comunicadora Manuela Xavier. Como narra muito bem abaixo, Manu se aproximou e virou cliente e amiga de Carlos, a partir de uma troca de olhares durante um desfile. Depois dali, histórias e vontade estética desembarcaram no *drop* de acessórios, com lançamento no fim de junho, em Belo Horizonte, com a presença de Carlos e Manu – e nós estivemos por lá, é claro.

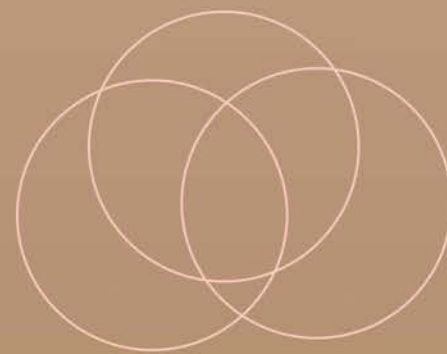
São 13 peças (entre anéis, colares e brincos) em metal, que mesclam os traços característicos de Carlos com os amores e humores de Manuela, pelas peças marcantes e cheias de histórias. São feitas em metal, com banho em prata e ouro, com camada de verniz eletrolítico. Os preços variam entre R\$ 180 e R\$ 380, e tudo está disponível on-line pelo e-commerce www.carlospenna.design.

Sobre esse encontro, Manuela ressaltou:

"Em novembro de 2022, um desfile corriqueiro em São Paulo, primeira fila. Entre tecidos e texturas, vejo um brilho dourado que também me vê de volta. Quem era o moço bonito de olhos de mar com as orelhas enfeitadas de traços enormes? Com um aço firme, abraçando gentilmente o pescoço? Do lado de lá, os olhos que me olhavam também se perguntavam quem era eu, que enfeitava as mãos, as unhas, os braços. Esse encontro de olhares foi também identificação: eu e Carlos nos enxergamos um no outro. Criatividade, drama, expressão. Acessórios são apêndices das curvas que carregamos no corpo. É nisso que acredito e é isso que fazemos



agora, neste momento, em que unimos nossas potências numa criação. Das flores maximalistas que se tornaram brincos, broches, choker e pulseira, esta collab se apresenta agora como desdobramento dessa fertilidade. Trazemos raízes, sementes, pétalas e flores como marca da potência do feminino e expressão da sensibilidade, e também as curvas suaves da dureza do aço que dança retorcido, lembrando-nos de que flexibilidade é resistência. Portanto, esta coleção é, sobretudo, uma ode ao encontro: o sensível e o expressivo, a grandeza e a sutileza, a leveza do peso de ser na integridade, a potência do feminino e a inequívoca perspicácia de quem está comprometida com o próprio desejo".



Visage

BEAUTY EXPERIENCE

Seja sua melhor versão!



Um espaço de beleza focado no visagismo humanizado. Conecte sua imagem com a sua personalidade, seu gosto e sua intenção.

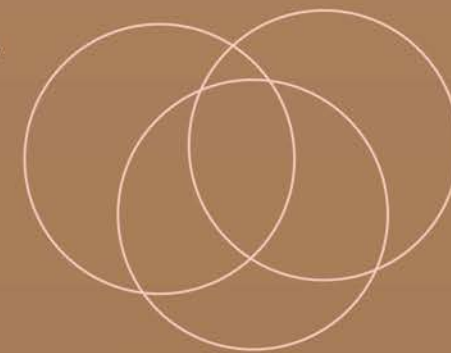
Av. Afonso Pena, 1.967 - Funcionários / Belo Horizonte



(31) 99471-7541



@visagebeautyexperience





INTERFONE DE BOLSO

A comodidade de atender o interfone pelo smartphone

Finalmente a mobilidade chegou à interfonia condominial. Agora você pode se comunicar e controlar o acesso dos seus visitantes de onde estiver, mesmo fora do condomínio. E tudo isso sem aplicativos e sem consumo de dados. Se analisarmos os sistemas de interfones dos condomínios, em sua grande maioria, perceberemos que o formato de atendimento ainda é bem arcaico. Só podemos atender se estivermos em casa.

Uma tática bem comum, que facilita a ação do criminoso, é ele tocar o interfone para ver se vai ser atendido, ou seja, se tem alguém em casa. Ele toca uma vez, espera um tempo e toca de novo. Caso ninguém atenda, fica constatada a ausência de moradores naquele apartamento, e então o criminoso age.

Bem, esse cenário está mudando. Um sistema de interfone digital promete revolucionar e colocar de vez os condomínios na era da mobilidade e reforçar a segurança. Mas, afinal, do que se trata?

É um sistema em que o próprio morador atende o visitante. Até aí, nada de novo, certo? Errado! Com esse sistema, você leva o interfone para onde quer que vá. O atendimento é feito diretamente pelo smartphone, podendo, na mesma ligação, fazer a abertura das portas e liberar o acesso. Assim, **não é necessário um porteiro físico no condomínio nem mesmo uma empresa de atendimento remoto**. E, caso tenha mais de um morador no mesmo apartamento, isso não será problema. O sistema fará as ligações para vários números que estejam cadastrados.

Vantagens

- Sem investimento em equipamentos – o sistema vem na modalidade de comodato.
- Feito para condomínios de todos os tamanhos.
- Fácil e rápida implantação. Não necessita de nenhuma obra no condomínio nem no apartamento.
- As chamadas são via smartphone e sem custo para o morador.
- Não depende de internet.
- Pode ser cadastrado mais de um número por apartamento. O interfone faz a ligação via rede celular. Caso o primeiro número não atenda, a chamada é desviada para o segundo e assim por diante.
- Registros de eventos de chamadas, aberturas etc., com relatórios.
- Controle de acesso dos moradores, podendo ser por biometria facial, chaveiro de aproximação, QR-Code ou senha.
- Não depende de obras ou infraestrutura – o sistema funciona via smartphone.
- Instalação em até 24 horas.
- Baixo custo, sendo acessível por condomínios com poucas unidades.
- Evita gastos com manutenção.
- Aumento da segurança.

Para mais informações:

(31) 99444-0100 – Whatsapp | @digiporterbh

CHRISTOPHE PIRES

Empresário e sócio-fundador da Vox Portaria Remota. Especialista em segurança condominial e controle de acesso, alia automação aos sistemas de segurança eletrônica, visando aplicar tecnologia e inteligência artificial em prol do conforto e da segurança.

@christophepires



CONCORRA A UMA DAS
**7 CHOPEIRAS
HEINEKEN**

EVENTO COM PETISCOS
PREPARADOS PELO CHEF
LÉO PAIXÃO*
[MENU BAR NICOLAU]

O evento será transmitido ao vivo no programa "Bastidores", da Rádio Itatiaia, com a presença de narradores, repórteres e personalidades do mundo esportivo.

A cada
R\$100,00 = 1
acumulados
em compras
nas lojas físicas, site ou
app Verdemar Até Você número
da sorte

A cada
R\$50,00 = 1
acumulados
em compras
de produtos das
Marcas Aceleradoras** número
da sorte

Para concorrer, basta digitar seu CPF no caixa, a cada compra, e fazer seu cadastro, apenas uma vez, no programa de vantagens Meu Verdemar pelo site verdemaratevoce.com.br ou no app Verdemar, de 18/7/23 a 16/8/23.

MARCAS ACELERADORAS: AMSTEL, CLASH'D, BADEN BADEN, BLUE MOON, FYS, Heineken, LAGUNITAS, Lays

verdemar
SUPERMERCADO & PADARIA
Sempre o seu melhor



ACESSE AQUI
E CADASTRE-SE!



POR Bruno Sander
CRM-MG: 41490
RQE:
Cirurgia Geral: 14270
Endoscopia: 32354
Gastroenterologia: 41292
FOTO AdobeStock



PROJETO VERÃO SE CONSTRÓI AGORA

Saiba quais são os tratamentos mais indicados para esta época do ano

Faltam pouco mais de cinco meses para o fim do ano, e logo o assunto não é outro: como entrar em forma? Algumas pessoas começam a cuidar da alimentação, iniciam ou intensificam os exercícios físicos pensando no verão. Mas será que ainda dá tempo?

Dois fatores contribuem para que esta época do ano, o inverno, seja excelente para emagrecer: o período de férias e a mudança na rotina. Por um lado, este momento pode ser um vilão quando não se tem hábitos saudáveis e acompanhamento profissional. Por outro, quando se coloca em mente a importância de começar uma vida saudável, essa mudança na rotina para quem entra de férias pode ser excelente para criar novos hábitos longe das tentações que aparecem na correria do dia a dia, além de ter mais tempo para realizar atividades físicas.

Além disso, a maioria dos tratamentos que precisam ser realizados cirurgicamente – no caso de pacientes obesos ou com sobrepeso já em nível avançado – é necessário um tempo para se recuperar dos procedimentos. Assim, **estando de férias, é mais fácil ficar de repouso e cuidar melhor da saúde.**

Tratamentos mais indicados

Saiba quais são os principais tratamentos da área e hábitos que podem ser desenvolvidos para melhorar a saúde, emagrecer de forma saudável e combater a obesidade. Confira!

Nutrição

O principal método para conseguir mudar de hábitos e evitar exageros é o acompanhamento com profissionais da área da nutrição. Após avaliação do organismo e do estilo de vida de cada pessoa, o especialista montará um **cronograma personalizado**. E, caso o paciente tenha outros problemas relacionados à alimentação, como transtornos psicológicos ou outra dificuldade para manter uma rotina saudável, o especialista também o encaminhará para obter o tratamento multidisciplinar com outros profissionais adequados.

Balão intragástrico

Quando se fala em combate à obesidade e ao sobrepeso, o balão se tornou um dos tratamentos mais procurados da atualidade. A sua eficácia e rápida recuperação ajuda pacientes que já tinham tentado diversas opções sem sucesso. Além de ser um procedimento mais seguro – realizado **de forma menos invasiva**, por via endoscópica –, o balão intragástrico ajuda a adquirir hábitos saudáveis de forma mais rápida e impede a ingestão de alimentos prejudiciais à saúde. E, com acompanhamento nutricional, o paciente consegue perder peso de forma mais ágil e segura.

Overstitch®

Esta é a famosa técnica conhecida como redução de estômago por endoscopia. Ela possui o mesmo objetivo que a cirurgia bariátrica, porém **o procedimento é muito mais seguro**, já que não existe a necessidade de cortes cirúrgicos e a recuperação também é muito mais rápida.

Hospital Dia Sander Medical Center

Quer conhecer mais sobre os tratamentos para perda de peso? Emagreça com saúde e obtenha o auxílio de uma equipe médica completa, experiente e especializada. Entre em contato com o Sander Medical Center, tire dúvidas e marque sua avaliação!

Telefones: (31) 3588-1155 | (31) 3261-4515

WhatsApp: (31) 97225-5055

Endereço: Avenida Bernardo Monteiro, 1.265 – Funcionários | Belo Horizonte/MG.

@sandermedicalcenterbh | @drbrunosander

www.sandermedicalcenter.com.br



FÉRIAS

Quais são os direitos do trabalhador?

A Constituição Federal e a Declaração Universal dos Direitos do Homem estabelecem que, a cada um ano trabalhado, o empregado adquire direito a um período de férias. Com as férias, o empregado pode retirar parte do desgaste físico e mental causado pelo trabalho, descansar, passar um tempo com a família e viajar. Como resultado, nas férias, o empregado tem direito a se desconectar inteiramente do seu trabalho e receber por esse período normalmente. Além disso, a Constituição Federal estabelece um acréscimo de um terço do salário pelo gozo das férias, para permitir um usufruto melhor desse período.

O empregado adquire o direito a férias a cada 12 meses trabalhados, contados a partir da sua admissão, sendo este período intitulado como "período aquisitivo", quando o empregado está adquirindo o seu direito às férias. **Conseqüentemente, ao concluir o ciclo de 12 de meses de**

trabalho, o empregado terá o direito ao período de 30 dias de férias remuneradas acrescidas de 1/3 sobre a sua remuneração. O período que gozará das férias é intitulado como "período concessivo".

Nesse sentido, para que possa gozar da integralidade do período concessivo, o empregado deve se atentar a algumas regras, dentre elas, a quantidade de faltas injustificadas que possui, pois estas interferem proporcionalmente na quantidade de dias de férias a qual terá direito. Além da quantidade de férias, outras situações interferem no período concessivo, como deixar o emprego e não ser readmitido em 60 dias, gozar de licença com percepção de salário por mais de 30 dias, paralisação total ou parcial da empresa com a percepção de salário, recebimento de contribuição pecuniária da Previdência Social em razão de acidente de trabalho.

Como se vê, é importante que o empregado se atente às

regras que dispõem acerca do seu período aquisitivo, para que não se surpreenda com a redução do período concessivo. Acerca do período concessivo, este, da mesma forma, é cuidadosamente regulamentado. Primeiramente, importante mencionar que a definição do período concessivo se dá de acordo com as necessidades do empregador. Entretanto, o empregado pode optar por gozar dos 30 dias de forma ininterrupta ou dividi-lo em três períodos, desde que um desses períodos tenha ininterruptamente 14 dias de duração.

Noutro ponto, as férias não podem ter data de início em dois dias antecedentes a um feriado ou em um dia antecedente ao repouso semanal remunerado. Durante o período concessivo, o contrato de trabalho se encontra interrompido. Logo, nenhuma das partes pode praticar qualquer ato que interrompa as férias. No caso dos trabalhadores-estudantes menores de 18 anos, estes deverão tirar férias do trabalho em período coincidente ao de suas férias escolares, no mesmo sentido, familiares que trabalham na mesma empresa, se assim desejarem, tirarão férias no mesmo período, respeitando a disponibilidade da empresa para o mister.

Importante esclarecer que, uma vez finalizado o contrato de trabalho, as férias não usufruídas devem ser indenizadas, pois constituem direito adquirido do empregado. Logo, de acordo com a quantidade de meses trabalhados, as férias serão indenizadas de forma integral ou proporcional. Contudo, **o empregado que dá causa à demissão, ou seja, é dispensado com justa causa, perde o direito à indenização das férias não usufruídas.**

Cumpra asseverar que a concessão das férias é um ato exclusivo do empregador, ou seja, é o empregador que fornece férias a seus empregados e define quando elas ocorrerão. Nesse sentido, a Constituição Federal dispõe sobre o direito dos trabalhadores nos seguintes termos: "gozo de férias anuais remuneradas com, pelo menos, um terço a mais do que o salário normal".

Quanto ao direito de acréscimo de um terço previsto na Lei Maior, este deve ser calculado utilizando todos os adicionais recebidos pelo empregado, como horas extras, adicional noturno e insalubridade, por exemplo, utilizando-se a média recebida no período de 12 meses. Além disso, o pagamento deve ser efetuado até dois dias antes do início do período fixado para o gozo das férias.

O direito às férias surge da necessidade de preservar, dentre outras coisas, a saúde do trabalhador. Por esse motivo, as férias não podem ser suprimidas, nem mesmo por vontade do empregado. Obrigatoriamente o empregado não pode renunciar da totalidade do seu direito a férias. Contudo, o empregado pode converter um terço das suas férias em abono pecuniário, isto é, pode "vender" essa parcela das férias, desde que seja da vontade de ambas as partes e que haja manifestação nesse sentido com, pelo menos, 15 dias de antecedência do início das férias. Ressalta-se: vender a totalidade das férias é ato ilícito e o empregador que o fizer pode sofrer consequências dessa ilegalidade.

As disposições tratadas até o momento dizem respeito às férias individuais, àquelas garantidas constitucionalmente, que o trabalhador adquire ao trabalhar pelo período de 12 meses, diferentes das férias coletivas e do recesso. As férias coletivas são concedidas por opção do empregador aos seus empregados, normalmente, em períodos de menor produção e atividade no mercado. Mesmo que o empregado não tenha completado 12 meses de trabalho, por decisão do empregador, poderá sair em férias coletivas em tempo proporcional ao trabalhado. Nesse sentido, as férias coletivas possuem suas próprias regras, dentre elas, a comunicação ao Ministério do Trabalho e Previdência e aos sindicatos e o seu desfrute em apenas dois períodos iguais ou superiores a 10 dias corridos. Destaca-se, **nas férias coletivas, os empregados também recebem salário acrescido de um terço da sua remuneração.**

Por outro lado, o recesso é concedido por opção do empregador por meio de um acordo interno, sem que haja necessidade de comunicação a outras entidades, sem prejuízo da remuneração. Logo, não há descontos na folha de pagamentos. Em suma, as férias constituem direito constitucional do empregado, quando deve se ausentar do exercício de suas atividades recebendo normalmente o seu salário, acrescido, ainda, de um terço sobre a sua remuneração, quando completados 12 meses de trabalho na empresa.

No caso de o empregador não conceder ou atrasar a concessão ou não efetuar o pagamento da remuneração das férias aos seus empregados, ele poderá sofrer um conjunto de sanções trazidas pela Consolidação das Leis do Trabalho, como o pagamento das férias em dobro, sem prejuízo de outras sanções administrativas.



POR Germano Gomes Vieira
FOTO AdobeStock

SEGURANÇA JURÍDICA E EFICIÊNCIA

O Índice de Desempenho Ambiental no
Licenciamento em Minas Gerais

O Governo de Minas Gerais está de parabéns! Em uma ação pioneira rumo à otimização e agilização das análises de processos de licenciamento ambiental no estado e, conseqüentemente, no combate à burocracia, o governador, mediante proposta da Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável (Semad), publicou no dia 23 de junho o Decreto nº 48.640/2023.

Esta norma estabelece a adoção de um índice de desempenho ambiental para a renovação de licenças ambientais, definindo critérios de avaliação nas análises de renovação de licenças, que serão regulamentados por meio de uma resolução conjunta a ser publicada entre a Semad, o Instituto Mineiro de Gestão das Águas (Igam) e a Fundação Estadual de Meio Ambiente (Feam). Essa resolução definirá os parâmetros e indicadores que comporão o Índice de Desempenho Ambiental no Licenciamento (IDAL), trazendo mais clareza e objetividade ao processo de renovação de licenças ambientais.

Nos últimos 10 anos, o sistema ambiental do Estado tem mostrado importantes inovações no trâmite de seus processos e na diminuição da burocracia. Digitalização de processos, sistemas eletrônicos, geoespacialização das informações ambientais, modernização de regras e definição de parâmetros e índices de gestão têm contribuído para a redução de cerca de 2,6 mil processos (em 2017), que estavam fora do prazo de análise, para cerca de 300 processos atualmente. Certamente, muito em breve será passivo zero!

Com a última atualização das normas ambientais, os prazos das licenças ambientais de operação aumentaram, passando para 10 anos. Entretanto, em muitos casos, após encerramento desse prazo, é necessária a renovação dessa licença com base na análise do desempenho ambiental do empreendimento ou projeto. Aí mora o grande desafio: fazer com que essa análise ganhe contornos mais objetivos e de segurança técnica, evitando desvios, imprecisão e subjetivismo.

A implementação dessa ferramenta constitui também um importante passo em direção à transparência no processo de renovação

das licenças ambientais, tendo em vista que, anteriormente, esse procedimento era baseado basicamente em análises subjetivas sobre dados de monitoramento, que dependiam muito da experiência e visão individual de cada analista ambiental face à eventual demanda. Essa abordagem, embora tenha sido utilizada por muitos anos, resultava em uma enorme dificuldade aos servidores públicos em parametrizar e balizar sua avaliação. Essa dificuldade acabava, em algumas situações, acarretando decisões discrepantes entre diferentes unidades administrativas e gerava incertezas além da insegurança jurídica para o empreendedor.

Com a introdução do IDAL, um novo paradigma será estabelecido. Agora, a análise das renovações de licenças poderá ser embasada em critérios de avaliação de desempenho ambiental, os quais serão quantificados por meio de resultados qualitativos. Isso permitirá que os empreendedores tenham uma visão clara do desempenho de seus empreendimentos ao longo da validade da licença, inclusive os critérios técnicos que influenciarão sua renovação e, assim, poderão direcionar seus esforços para mitigar determinados impactos ambientais e atender aos requisitos estabelecidos.

Essa abordagem traz outros benefícios significativos para além da garantia de maior segurança jurídica ao conceito de desempenho ambiental, tendo em vista a definição de critérios de avaliação padronizados e baseados em indicadores bem definidos. O IDAL proporcionará uma utilização mais eficiente dos recursos de que o órgão ambiental dispõe, sejam financeiros e/ou humanos, vez que cerca de 35% dos procedimentos de licenciamento fora do prazo de análise são relacionados a renovações de licenças, e não de novas licenças.

Em linhas gerais, esse instrumento de gestão ambiental não apenas otimiza os processos e garante maior previsibilidade, como também impulsiona a adoção de práticas mais sustentáveis pelas empresas, consolidando o estado de Minas Gerais em um papel de liderança e reforçando o compromisso do estado com a preservação ambiental e a busca pela sustentabilidade.



JÁ PENSOU QUE SONHO
SERIA PODER
EXPERIMENTAR AS
ROUPAS QUE VOCÊ AMA
NA SUA CASA?

A HAVA REALIZA!

HAVA BAG REVELA TODO O ESTILO
HAVA DE SER: PRÁTICO, VERSÁTIL E
CONFORTÁVEL.

- ESCOLHA SUAS PEÇAS HAVA
- PEÇA SUA HAVA BAG SEM CUSTO DE ENTREGA E DEVOLUÇÃO
- TENHA 24H PARA EXPERIMENTAR AS PEÇAS NA SUA CASA
- FIQUE APENAS COM O QUE VOCÊ AMAR!

NOSSA BAG PERMITE QUE VOCÊ
COMBINE AS PEÇAS ESCOLHIDAS
COM A REALIDADE DO SEU
GUARDA-ROUPA E MONTE LOOKS
COM O QUE VOCÊ JÁ TEM E
AMA, FAZENDO ESCOLHAS
CONSCIENTES!

COM HAVA VOCÊ TERÁ PEÇAS
VERSÁTEIS, LINDAS E
CONFORTÁVEIS E ESTARÁ
SEMPRE PRONTA PARA VIVER
O MELHOR
DA VIDA!

**PEÇA A SUA HAVA BAG E RECEBA
NA SUA CASA O MELHOR DA
MODA ATEMPORAL!**



WWW.HAVASTORE.COM.BR

@HAVASTORE

WHATSAPP: (31) 98334-5523



PESSOAS TÓXICAS X RELACIONAMENTO SAUDÁVEL

É possível equilibrar essa situação?

Lidar com uma pessoa tóxica é bem complicado e desgastante, não é mesmo? Em resposta às agressões dela, ficamos na defensiva. Em reação às tentativas de controle, entramos em lutas pelo poder. Em resposta à superioridade dela, nós nos sentimos inferiores. Em reação às críticas, nós nos encolhemos.

Por isso, o que mais me incomoda nas pessoas tóxicas não é o fato de elas serem tóxicas. É que também nos tornamos tóxicos quando estamos com elas. Porém, excluir a pessoa da sua vida nem sempre é a solução. Muitas vezes, os indivíduos com quem mais temos problemas são aqueles que não podemos nos livrar tão facilmente, pois eles são membros da família, colegas de trabalho e velhos amigos, por exemplo.

Por isso, a dica que eu gostaria de deixar é que podemos melhorar a dinâmica do relacionamento, processando nossos sentimentos com eles. Podemos dizer "quando você faz isso, eu me sinto..." e dizer a verdade.

Mas isso só funciona com aqueles que estão realmente preocupados com o impacto de suas atitudes sobre nós. Se isso não funcionar, significa que você tem que se livrar dessa pessoa? Não necessariamente. É possível equilibrar essa situação.

No entanto, você deve decidir parar de ceder seu poder. Você deve se recusar a ser motivado ou manipulado por medo, obrigação ou culpa em qualquer relacionamento.

Esteja disposto a falar a verdade, a expressar o que você deseja e a estabelecer limites para o mau comportamento do outro. Não tenha medo de dizer "Ah, você está sendo desrespeitoso novamente", "Não estou confortável com esse comportamento" ou "Vamos fazer uma pausa até que você consiga se controlar".

Crie o hábito de falar a verdade, porque ela tem um jeito de eliminar a toxicidade. **O segredo de ter relacionamentos saudáveis com pessoas tóxicas é responder a elas de maneira saudável.**

ADAILTON SOARES

Adailton Soares é máster coach de amor e relacionamento. Com mais de 25 anos de experiência, é autor de dois livros: *Amor em Curso* e *Separação Consciente*. Nestes, ele aborda a questão do amor próprio e do relacionamento com o outro.



@adailtonsoarescoach | adailtonsoares.com

(31) 98448-0525

Descubra como o Business Intelligence pode transformar seus negócios!

Somos especialistas em Business Intelligence e queremos oferecer a você informações estratégicas para tomar decisões melhores e mais inteligentes, através do uso de ferramentas como Power BI, Python, Machine Learning e Inteligência Artificial.

Vamos explicar em etapas simples como isso funciona:

Você já ouviu falar de Business Intelligence?

É uma ferramenta poderosa que vai ajudar sua empresa a crescer e se destacar no mercado.

Não fique no escuro!

Não importa o tamanho ou segmento da sua empresa, descubra como a análise de dados pode ajudar a tomar decisões melhores e impulsionar o sucesso e estabilidade do seu negócio.

All Analytics Consulting

tiago.paula@allanalytics.com.br

(34) 99774.1713



Dados Organizados

Reunimos todas as informações importantes da sua empresa, como vendas, estoque, clientes, e organizamos tudo em um único lugar. Assim, você tem uma visão completa do seu negócio.

Usamos os dados para identificar padrões, tendências e obter informações valiosas, que possibilitam a tomada de decisões assertivas.



Informações Valiosas



Resultados Claros

Apresentamos os resultados da análise de um jeito simples e fácil de entender, através de relatórios e gráficos personalizados, que vão ajudar a ver claramente o que está acontecendo no seu negócio.

Além de olhar para o passado, mostramos informações atualizadas, em tempo real, e prospectamos cenários futuros, meses, anos ou décadas à frente.



Decisões Rápidas

PROJETO CONFRARIA À MESA

Adelaide Machado e Karla Azevedo reuniram em torno de 60 mulheres no último encontro do Projeto Confraria à Mesa. Realizada no Avec Gastronomia, no dia 12 de julho, a última edição teve o tema *Identidade*. O próximo evento já tem data marcada (23 de agosto), e as inscrições estão abertas para as veteranas e novas participantes. Os encontros ocorrem todos os meses, com palestras voltadas para a evolução pessoal feminina. Saiba mais em: @confrariaamesa.



NOITE DE SOLIDARIEDADE EM PROL DO INSTITUTO MÁRIO PENNA

O Instituto Mário Penna recebeu, no dia 26 de julho, no Espaço Origem, em Nova Lima, mais de 500 pessoas em seu primeiro jantar beneficente, realizado em comemoração aos 52 anos da instituição. O diretor-presidente do Instituto Mário Penna, Marco Antônio Viana Leite, recebeu empreendedores, artistas, representantes da sociedade civil e do poder público, em uma noite de solidariedade. O valor arrecadado com a venda dos convites foi 100% revertido em melhorias para o atendimento aos mais de 320 mil pacientes, além da ampliação de suas unidades, novos equipamentos e infraestrutura. A noite foi abrilhantada pelo show de Vanessa da Mata junto com a Orquestra Opus. Para a realização do evento e manutenção de suas atividades, o Instituto Mário Penna contou também com o patrocínio da AVB, SDS Siderúrgica, Minas Mineração, Sicoob Credicom, Aterpa, Cedro Mineração, Instituto Você, Agéo Agropecuária, Arquivo Brasil, Aspen Xp, Casasanto, Datamed, Estilo Call Center, Grupo Vita, Herculano Mineração, Instituto Café, J. Mendes, Kaiz Telecom, LCA Engenharia e Arquitetura, Sercom e Visa Atacadista. Em continuidade às comemorações aos seus 52 anos, o Instituto Mário Penna abrirá um leilão on-line de obras doadas pelos artistas Marcus Paschoalin, Rogério Fernandes, Michel Esteban, André Oliveira, Franklin Brito, Paulo Apgáua, Ana Elisa Murta e Cris Carneiro.





COQUETEL DE LANÇAMENTO DA INSÂNIA

No cenário da Casa Insânia, localizada na Orla da Lagoa da Pampulha, foi realizado o coquetel para marcar o lançamento da mais recente coleção Natureza em Movimento, inspirada na beleza e na harmonia encontradas na natureza. Enquanto os convidados aproveitavam a ocasião para socializar e apreciar o coquetel, a nova coleção também foi apresentada em uma *live* para as clientes de todo Brasil.



BEM ÓPTICA E A IMPORTÂNCIA DOS ÓCULOS NA IMAGEM PESSOAL

No dia 17 de junho, a Bem Óptica (@bemoptica) convidou seus clientes a viverem uma experiência única e descobrirem o poder da comunicação dos óculos. Com a consultoria personalizada da visagista e estrategista de estilo Ana Luiza Amorim, o dia foi pensado e dedicado a proporcionar aos convidados a melhor experiência na hora de escolher seus óculos, sejam eles escuros ou de grau. Com uma curadoria exclusiva, a Bem Óptica está localizada na Avenida dos Engenheiros, 640, no bairro Castelo.



DEBORAH RIEDEL EM SUPERCELEBRAÇÃO DE ANIVERSÁRIO

No dia 24 de junho, a prestigiada empresária do ramo de *facilities* Deborah Riedel – CEO do Grupo Impacto Facilities – recebeu 300 amigos para comemorar suas 60 primaveras. Escolhendo o charmoso Espaço Maggiore como palco para a festa, a anfitriã convidou Wilson Sideral para conduzir a noite ao lado do DJ Vinicius Amaral. O menu da vez foi assinado por Massimo Battaglini e seu Club do Chef, com o bar harmonizado pela LifeDrinks. A decor ficou a cargo do Ateliê das Flores, com inspirações em fúcsia e amarelo em majestosas orquídeas. Na condução da supernoite, a primorosa coordenação do Artfas Cerimonial. À frente de uma das maiores empresas especializadas em segurança, conservação, manutenção e limpeza de empreendimentos de alto padrão da capital mineira, Déborah Riedel ficou conhecida pela arrojada condução do negócio familiar, contando com suas três filhas, Renata, Rachel e Vanessa, para posicionar ao longo de três décadas de trajetória o Grupo Impacto Facilities como um dos líderes do segmento na Grande BH. A festa entrou madrugada a fora, com a pista de dança lotada por toda a noite, e os convidados dançaram músicas típicas judaicas. O evento ainda ofereceu espaço para a família.



TÔ RICA: O NOVO GRUPO DE NETWORKING FEMININO

O novo grupo de networking Tô Rica (@toricanapratica) reuniu mais de 30 empresárias de Belo Horizonte no seu último evento, que ocorreu no dia 28 de junho, no restaurante Pellegrino. O grupo assistiu à palestra de Aline Matos, diretora comercial da revista **Exclusive**, que mostrou, de forma leve e didática, a importância do networking no empreendedorismo. O encontro foi regado a um saboroso vinho e tira-gostos deliciosos. Idealizado pelas irmãs Daniela e Renata Barra, os eventos ocorrem mensalmente e prometem conteúdos de valor em um ambiente descontraído e com networking real.



EXCLUSIVE + SORORIDADE

No dia 22 junho, a revista **Exclusive**, em parceria com o espaço de eventos Villa Torino, realizou o Exclusive + Sororidade. O evento tinha como objetivo reunir mulheres empreendedoras de Belo Horizonte, com o intuito de promover networking, compartilhar conhecimentos e fazer negócios.

Além das empresárias, a diretora comercial Aline Matos e a editora-chefe Letícia Pimentel receberam parceiras, anunciantes e colunistas da revista. Ofereceram palestras enriquecedoras as empreendedoras Melissa Gualberto e Gabriella Lopes. O evento foi um sucesso e ainda contou com o apoio da Tia Lia Lanches, K-Happy Kombucha e Cervejaria Läut. O DJ Lucas Camarano soltou o som nos momentos de descontração.



LANÇAMENTO DA FACCIO FASHION SHOP

No dia 1º de junho ocorreu, na Villa Torino, o evento de lançamento da Faccio Fashion Shop, um marketplace fundado por Nathalia Faccio, consultora de imagem e estilo. A loja pretende revolucionar a forma como se compra moda. Saiba mais em www.facciofashion.com.br.



Licença, o melhor
pão de queijo está
passando...



ACESSE E
SAIBA MAIS


Delimassa[®]
PÃO DE QUEIJO
Verdadeiras Delícias

ENCONTRO VIVENCE

A Vivence (@byvivence) – empresa que mais conecta mulheres empreendedoras – reúne empresárias que se apoiam, inspiram e impulsionam mutuamente a jornada dessas mulheres rumo ao sucesso. A Vivence é um “lugar” onde todas têm voz e espaço para brilhar. O último encontro, realizado no dia 26 de junho, contou com a presença da mentora Alessandra Alkmim, que trouxe uma palestra interessantíssima: *Liderança Shakti – As novas Líderes do futuro.*



TEM GENTE QUE ACHA QUE
GRÁFICA É TUDO IGUAL.
É PORQUE NUNCA CONTRATOU
UMA **INDÚSTRIA GRÁFICA.**



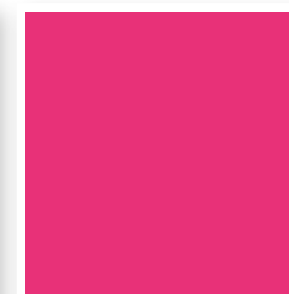
90 ANOS DE
EXPERIÊNCIA.



106 PRÊMIOS
CONQUISTADOS.



2.600M² DE PARQUE
GRÁFICO.




OS MAIS MODERNOS
EQUIPAMENTOS.

Soluções de impressão e acabamento que a sua empresa merece:
Livros | Revistas | Jornais | Convites | Caixas | Embalagens | Pastas | Catálogos
Sacolas | Agendas | Kits Promocionais | Copos, Potes e Vasilhas de Papel


KOLORO
INDÚSTRIA GRÁFICA
sem limites!

Antes de imprimir, faça um orçamento com a Koloro.

 31 99924 6290

 orcamento@koloro.com.br

 koloro.com.br




O Grupo Avante se orgulha em ser o patrocinador oficial do Itabirito Futebol Clube. Vamos juntos, projetar Itabirito no cenário esportivo, inspirando pessoas por meio da paixão nacional que é o futebol!



 @gsmmineracao

 @ferropuomineracao

 @itabiritofc

www.grupoavante.com.br