

ANO II | Nº 3

IGUATEMI

BOSQUE

por

TAPIS ROUGE



*Talynie
& Talyzie*
MIHALIUC

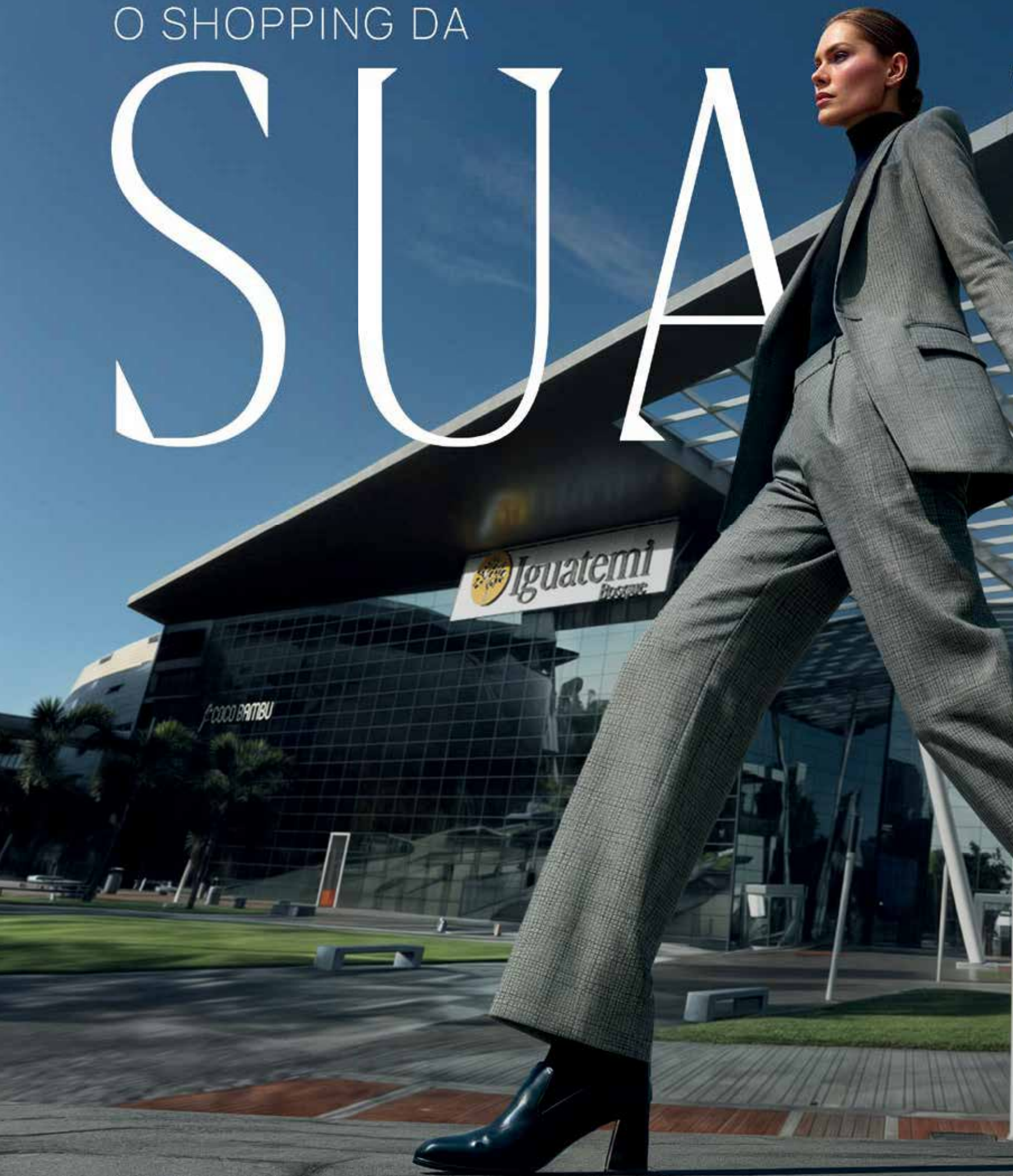
GRUPO
OTIMISTA



GLORIA KALIL + I'CLUB + BRUNA WALESKA + CARLOS FERREIRINHA

O SHOPPING DA

SUA



VIDA



Iguatemi
Bosque

TALLIS

JOIAS



IGUATEMI BOSQUE FORTALEZA

@ TALLISJOIAS





A FORÇA DA **TECNOLOGIA** NO TREINO

A Bodytech apresenta um novo padrão de treino, conectando corpo e mente por meio da tecnologia.

► **GOPER PRO** | TREINO COM TECNOLOGIA, PERFORMANCE E DIVERSÃO

Muito mais que um equipamento, ela é uma **plataforma inteligente** que une **treino e entretenimento** em uma experiência totalmente conectada.

Com acesso direto a **Spotify, Netflix, Instagram, TikTok, Prime Video, Disney+** e mais, você treina ouvindo, assistindo ou navegando, sem sair do foco.

A **Goper Pro** combina tecnologia, gamificação e senso de comunidade, criando uma conexão real entre o aluno e seus objetivos.



Com **monitoramento preciso e personalização em tempo real**, cada treino se adapta às metas individuais, oferecendo um **acompanhamento exclusivo** que potencializa resultados e reforça a motivação.

▶ **YOGA IMERSIVA** | SILÊNCIO, CONEXÃO E TECNOLOGIA PARA O CORPO E A MENTE

A Experiência Interativa de **Yoga com Fones** é uma proposta inovadora que transforma a prática em um mergulho profundo de **concentração, ritmo interno e presença.**



▶ **BOXE STUDIO** | FORÇA, TÉCNICA E INTENSIDADE EM CADA GOLPE



O **Boxe Studio** é uma experiência exclusiva, que combina os fundamentos do boxe com o **dinamismo do treino funcional** de alta intensidade.

▶ **CARDIO BURN COM POLAR** | INTENSIDADE SOB CONTROLE, RESULTADO EM MOVIMENTO

A **Bodytech Iguatemi Fortaleza** eleva o nível da experiência fitness com uma aula que une **potência, precisão e performance** em 30 minutos.



ONDE MORAM OS DESEJOS

Há lugares que se tornam palco de descobertas, encontros e experiências que permanecem na memória. No Iguatemi Bosque, é assim. Aqui, onde moram os desejos, cada visita revela novas possibilidades – do prazer de escolher à sensação de viver momentos únicos em um ambiente pensado para acolher, inspirar e surpreender.

Mais do que reunir marcas desejadas e exclusivas, o shopping se afirma como um destino completo, onde o público encontra serviços de alto padrão que fazem parte do seu estilo de vida. A academia Bodytech, referência em performance e bem-estar; a clínica Essence, que integra saúde e estética com excelência; os salões PJ Hair e PJ Kids, que transformam o cuidado pessoal em experiência; a escola de música Musiqueria, que desperta talentos; e a concessionária Porsche, símbolo máximo de sofisticação e engenharia, são exemplos desse ecossistema que celebra qualidade e exclusividade.

Para quem busca ainda mais privilégios, o I'Club amplia essa experiência. Com benefícios especiais, como descontos, valet gratuito, campanhas de colecionáveis e muitas outras vantagens, o programa de relacionamento aproxima o shopping do seu público de forma afetiva e constante.

Nesta terceira edição da revista **Iguatemi Bosque Tapis Rouge**, convidamos você a explorar esse universo onde desejo e experiência caminham juntos. E além. Vamos conhecer um pouco mais da vida e da trajetória das empresárias Talyzie e Talynie Mihaliuc, mentes por trás do sucesso da Tallis Joias. As irmãs estampam a capa e o principal editorial de moda. Quem também surge – mais bela do que nunca – em nossas páginas é a influenciadora Bruna Waleska, ícone fashion cearense, em um ensaio glamuroso. A moda segue em foco com um *shooting* masculino que traz peças de algumas das grifes mais importantes do setor. Tudo isso apresentando os *must-haves* que dominarão as ruas em 2026.

Este número traz ainda conteúdos exclusivos com grandes nomes nacionais, como a coreógrafa Deborah Colker, a jornalista e referência em estilo Gloria Kalil, o consultor de luxo Carlos Ferreirinha e o *chef* Diego Lozano. Destaque também para a prática do hipismo, esporte que vem crescendo em nosso estado, e para um roteiro de hotéis selecionados como os melhores do País pelo *Guia Michelin*.

As páginas a seguir, caro leitor, foram pensadas para transformar o cotidiano em algo extraordinário. Assim como no Iguatemi Bosque, onde seus desejos encontram um lugar para viver
Boa leitura!

EXPEDIENTE

IGUATEMI BOSQUE TAPIS ROUGE

Coordenação Geral: **Adriano Nogueira**

Diretor de Jornalismo: **Emerson Maranhão**

Editor de Revistas e Projetos Especiais:

Rodrigo Rocha

Edição: **Emerson Maranhão e Rodrigo Rocha**

Projeto gráfico: **Barbara De Salvi**

Design: **Marina Rodrigues (Molécula Design)**

Foto de capa: **Nicolas Gondim**

Contato Comercial:

O Otimista Serviço de Comunicação Ltda

CNPJ: 02.553.273/0001-99

85 3879-5005

adm@ootimista.com.br

www.tapisrouge.com.br

Publisher: **Adriano Nogueira**

**TAPIS
ROUGE**



Impresso na **Tecnograf**

Tiragem: **5.000 exemplares**

Periodicidade: **trimestral**

Out/Nov/Dez de 2025



BE THE NEXT **BOSS**

AARON PIERRE
#BEYOUROWNBOS

BOSS STORE
IGUATEMI BOSQUE

SU MÁ RIO

NICOLAS GONDIM

72 FASHION

Bruna Waleska mostra
estilo e autenticidade
em editorial de moda





CHIC PROFISSIONAL/DIVULGAÇÃO

14

COMPORTAMENTO

Gloria Kalil fala sobre elegância, etiqueta e moda

24

ENTREVISTA

Carlos Ferreirinha aponta os caminhos do mercado de luxo

94

ARTE

Conheça a galeria localizada na clínica Essence

116

MODA

A alfaiataria esportiva ganha o guarda-roupas masculino

32

CAPA

O brilho intenso das irmãs Talyzie e Talynie Mihaliuc

146

COTIDIANO

Iguatemi Bosque oferece os mais variados serviços de alto padrão

IAN DE CARVALHO



138

TURISMO

Descubra os hotéis apontados como os melhores do País



DIVULGAÇÃO

MARCAS DE MODA
QUE OFERECEM

EXPERIÊNCIAS DE ALTO PADRÃO,

VOCÊ ENCONTRA
NO IGUATEMI BOSQUE.



ESTAS E
DEZENAS
DE OUTRAS
MARCAS, VOCÊ
ENCONTRA
AQUI:

ADIDAS ORIGINALS
ÁGUA DE COCO
ÁGUA DE COCO HOMEM
ANIMALE
ARAMIS
BOSS
BROOKSFIELD
BROOKSFIELD DONNA
CALVIN KLEIN
CALZEDONIA
CARMEM STEFFENS
CIA. MARÍTIMA
COLCCI
DANKI
DEEP
DOLCE & GABANNA
DUDALINA
ELLUS
FARM
GREGORY
INTIMISSIMI
IURY COSTA
JOHN JOHN
KINGS SNEAKERS
LACOSTE
LASSO
LE LIS
LE SALIS
LEVI'S

LOFTY STYLE
LUIZA BARCELOS
MEIA SOLA
MONTE CARLO
NIKE
OAKLEY
OFICINA
OH, BOY!
OSKLEN
PANDORA
RAY-BAN
RICARDO ALMEIDA
RICHARDS
RIO DE JAS
SACADA
SCHULTZ
SHOULDER
SUNGLASS HUT
SWAROVSKI
TALLIS JOIAS
TOMMY HILFIGER
UZA SHOES
VANS
VICTOR HUGO
VIVA ZOE
VIVARA
VIX
VR COLLECTION
ZEREZES



Iguatemi
Bosque



CHIC PROFISSIONAL/DIVULGAÇÃO

A ELEGÂNCIA COMO

Bússola

GLORIA KALIL CONSOLIDOU-SE COMO UMA DAS VOZES MAIS INFLUENTES DA MODA E DO COMPORTAMENTO NO BRASIL. DESDE OS ANOS 1980, INTERPRETA O ESTILO COMO EXPRESSÃO SOCIAL. SUA ELEGÂNCIA SEGUE REFERÊNCIA PARA GERAÇÕES. EM ENTREVISTA EXCLUSIVA À *IGUATEMI BOSQUE TAPIS ROUGE*, A PAPISA REFORÇA QUE A ELEGÂNCIA É UMA FORMA DE PENSAR E EXISTIR

por Aline Veras

Há mulheres que se tornam referência não apenas por entender o mundo, mas por decifrá-lo com elegância. Gloria Kalil é uma delas. Uma voz que atravessa gerações, costurando com precisão as transformações da moda brasileira e o comportamento de quem a veste. Kalil construiu uma das vozes mais respeitadas do comportamento e da elegância no Brasil – uma referência que atravessa décadas sem perder a atualidade.

Desde os anos 1980, quando dirigia a marca Fiorucci e ajudava a consolidar uma nova linguagem de consumo e estilo no País, Gloria tornou-se uma intérprete das transformações sociais e dos gestos cotidianos. Para ela, moda é mais do que tecido. É sintoma, comunicação, uma narrativa sobre quem somos.

Autora de títulos como *Chic: um guia básico de moda e estilo*, *Alô, Chics!* e *Chic[érrimo!]*, a consultora, empresária e jornalista levou para o papel e para o público o que sempre defendeu em sua trajetória: a elegância como uma forma de pensar e existir. Seus livros, assim como sua presença ativa na mídia e nas redes sociais, democratizaram o acesso à informação de moda, comportamento e etiqueta em um país em que o bom gosto muitas vezes é confundido com ostentação.

Entre o ruído das tendências passageiras e o silêncio do discernimento, Gloria permanece como bússola. Observa o tempo com olhar crítico e sensível, refletindo sobre as mudanças de uma moda que perdeu centralidades, mas ganhou pluralidades. Defende a etiqueta não como formalidade, e sim como delicadeza civilizatória, “a pequena ética do cotidiano”, como ela mesma diz.

“

O QUE MAIS ME AGRADA É A AUDÁCIA DE MUDAR TANTAS VEZES DE TRABALHO, DE RUMO E DE INTERESSE

Gloria Kalil continua a inspirar gerações pela clareza com que traduz o essencial, que elegância não é ornamento, mas conduta. É um modo de caminhar pelo mundo com leveza, respeito e consciência: um exercício de beleza que começa, sempre, pelo gesto.

Iguatemi Bosque Tapis Rouge – Ao olhar para trás, que momentos você considera mais marcantes da sua trajetória como consultora, empresária e jornalista dentro da moda brasileira?

Gloria Kalil – Não sou muito de olhar para trás, mas eu diria que o que mais me agrada é a oportunidade e de ter tido a audácia de mudar tantas vezes de trabalho, de rumo, de veículo e de interesse.

Iguatemi Bosque TR – A moda do Brasil mudou muito nas últimas cinco décadas. O que, na sua visão, foi perdido e o que foi conquistado nesse processo?

Gloria Kalil – Perdeu-se a centralidade e ganhou-se a pluralidade. Ou seja: a moda deixou de ter uma central única, tanto de produção como de informação, para ter múltiplos núcleos que produzem moda e centenas de pessoas que informam (ou palpitam) sobre moda. Ela ficou mais democrática, mas de mais difícil leitura.





Iguatemi Bosque TR – Você acompanhou de perto a profissionalização da moda nacional. Hoje, como avalia o mercado em termos de criação, consumo e comportamento?

Gloria Kalil – O mercado ficou mais cheio de produtos, de informação, mas muito mais confuso. Qualquer um produz moda em casa, vende pela internet, dá dicas de tendências e de usos delas e o consumidor muitas vezes não tem a quem recorrer para ajudar a separar o joio do trigo.

Iguatemi Bosque TR – Quando pensa nas novas gerações de estilistas e influenciadores, o que mais te chama atenção: a liberdade criativa ou a perda de referências clássicas?

Gloria Kalil – O risco de estilistas e influenciadores sem alguma cultura de moda é o de ficar na incômoda posição de achar que estão criando a roda!

Iguatemi Bosque TR – Você foi e continua sendo uma das vozes mais influentes quando o assunto é elegância e bom senso. O que mudou na maneira como as pessoas entendem “ter classe” hoje?

Gloria Kalil – Acho que não mudou muito, não. Quem conhece a expressão e o que ela quer dizer continua sabendo identificar quem a tem. Acho que isso sempre foi assim.

Iguatemi Bosque TR – A etiqueta muitas vezes é vista como algo ultrapassado. Você acha que ela ainda tem espaço num mundo cada vez mais informal e veloz?

Gloria Kalil – Etiqueta, no fim das contas, é a pequena ética do cotidiano, tem a ver com civilidade. Acho que esse valor continua a ser atual e útil pra todo mundo.

Iguatemi Bosque TR – Em um tempo de ostentação digital, o que é, afinal, ser elegante? É uma questão de aparência, de postura, de valores?

Gloria Kalil – Elegância é um comportamento ético, civilizado, amável e estético, ou seja, a união da aparência com o conteúdo. Ostentação é o oposto de tudo isso.

Iguatemi Bosque TR – Você é bastante ativa nas redes sociais, um espaço em que muitos comunicadores da sua

“

ELEGÂNCIA É UM
COMPORTAMENTO
ÉTICO, CIVILIZADO,
AMÁVEL E
ESTÉTICO, OU
SEJA, A UNIÃO DA
APARÊNCIA COM
O CONTEÚDO.
OSTENTAÇÃO
É O OPOSTO DE
TUDO ISSO

”

geração preferem evitar. O que te motiva a estar tão presente ali?

Gloria Kalil – Se você é um comunicador, ou você vai onde as pessoas estão indo ou você perde o bonde.

Iguatemi Bosque TR – Como conciliar a linguagem rápida, emocional e por vezes agressiva das redes com o seu discurso de elegância, discrição e bom senso?

Gloria Kalil – Você pode ser agressivamente gentil, bem humorado, rápido e informativo na sua maneira de se comunicar e existir nas redes. Por que não?

Iguatemi Bosque TR – O que mais te incomoda no comportamento social contemporâneo, e o que ainda te encanta nas boas maneiras?

Gloria Kalil – O que me incomoda: ostentação e arrogância. O que me agrada: gentileza, cultura, bom humor.



Exclusividade QUE APROXIMA



TRANSFORMAR O ATO DE COMPRAR EM UMA EXPERIÊNCIA EXCLUSIVA E REPLETA DE VANTAGENS: ESSA É A PROPOSTA DO I'CLUB, PROGRAMA DE RELACIONAMENTO DO IGUATEMI BOSQUE QUE VEM CONQUISTANDO O PÚBLICO CEARENSE

por Onivaldo Neto

STOCKII STUDIO/ADOBE.COM

Para fortalecer e estreitar ainda mais a conexão com seus clientes, o Shopping Iguatemi Bosque conta com o I'Club, programa de relacionamento que une tecnologia, experiência e benefícios exclusivos para transformar cada visita ao shopping em uma jornada de reconhecimento e encantamento. Criado em 2022, o projeto foi pioneiro no Ceará como o primeiro programa do tipo voltado a clientes de um shopping center no Estado. "O principal objetivo é fidelizar e reconhecer os clientes do Iguatemi Bosque, oferecendo experiências diferenciadas e vantagens que vão muito além das compras", pontua Benjamin Oliveira, gerente corporativo de Marketing do mall.

DINÂMICA

O I'Club funciona de forma simples e totalmente digital: a cada R\$ 1 gasto no Iguatemi Bosque, o cliente cadastra suas notas fiscais no aplicativo do shopping, disponível para iOS e Android, e acumula pontos que definem sua categoria – Prata, Ouro ou Diamante. "A categoria do cliente é definida dentro de um período de seis meses, conforme a pontuação total. Prata, de 1 a 9.999 pontos; Ouro, de 10 mil a 24.999 pontos; e Diamante, acima de 25 mil pontos", explica Oliveira. Esses níveis determinam o acesso a benefícios como estacionamento gratuito, brindes personalizados, convites para eventos exclusivos e experiências premium. Todo o gerenciamento das vantagens é feito de forma prática pelo app, onde o próprio cliente cadastra as notas, acompanha os pontos e resgata seus benefícios.

Atualmente, o I'Club conta com mais de 15 mil membros ativos e já registrou centenas de milhares de notas fiscais cadastradas desde o lançamento. De acordo com o gestor, o engajamento dos participantes do programa de relacionamento é expressivo: clientes cadastrados visitam o shopping, em média, três vezes mais do que os não participantes. Ainda segundo o profissional, em 2024, o cliente mais ativo acumulou mais de 100 mil pontos. "Um



A Dengo oferece café degustação e descontos exclusivos para clientes I'Club

A CAMPANHA I'CLUB COLECIONÁVEIS, SUCESSO ENTRE OS CLIENTES, FOI REALIZADA EM PARCERIA COM A LE CREUSET

reflexo do alto nível de engajamento e da força do relacionamento com o público”, afirma Oliveira.

CRESCIMENTO EXPONENCIAL

Para os próximos meses, Benjamin revela que o Iguatemi Bosque prepara uma série de novidades, incluindo a expansão das parcerias, especialmente com marcas premium. Além disso, o *mall* também visa experiências de *lifestyle*, hotelaria, parques e viagens e, para 2026, sorteios mensais exclusivos para clientes I'Club, junto a eventos de experiências e ativações especiais dentro do shopping. “Realizamos nos meses de outubro e novembro o I'Club Colecionáveis, promovido em parceria com a Le Creuset, o primeiro programa de colecionáveis de um shopping no Ceará, que foi um enorme sucesso de adesão e satisfação dos clientes”, complementa.

Com um olhar atento às tendências de consumo e à valorização da experiência, o I'Club reafirma o compromisso do Iguatemi Bosque em transformar o ato de comprar em um momento de conexão, exclusividade e prazer



FOTOS DANIEL CALVET

Clientes I'Club têm descontos exclusivos na Osklen



Valet gratuito é um dos benefícios da categoria Diamante

– consolidando o shopping como um espaço de relacionamento e vivência contínua com seus visitantes, como destaca o gerente corporativo de Marketing. “O I'Club se diferencia por ser um programa de relacionamento, e não apenas de benefícios. Nosso foco está no encantamento e na experiência do cliente. Queremos que ele se sinta reconhecido e valorizado. Oferecemos vivências exclusivas, como convites para estreias, ações em datas especiais e parcerias com marcas de alto padrão”, expõe.

Contudo, a proposta vai além de recompensar o consumo: busca aproximar laços com o público e oferecer vivências personalizadas. “Outro diferencial é a proximidade com os clientes. Temos um canal ativo de comunicação, um concierge preparado para atendimento premium e ações pensadas a partir do comportamento de consumo. Mais do que um programa, o I'Club é um elo entre o shopping e seus clientes mais fiéis, uma comunidade que cresce a cada mês”.

SERVIÇO

I'CLUB

Baixe o app Iguatemi Bosque, cadastre suas notas de compras no I'Club e aproveite os benefícios.



www.opticasitamaraty.com.br

@opticasitamaraty

Tradição &
inovação



ÓPTICA
ITAMARATY

Para quem
enxerga
além.



O LUXO
SEGUNDO

*Carlos
Ferreirinha*

REFERÊNCIA INTERNACIONAL
EM MERCADO DE LUXO, CARLOS
FERREIRINHA FALA SOBRE O SEGMENTO
COMO GESTÃO E EQUILÍBRIO ENTRE
SENSIBILIDADE E ESTRATÉGIA;
QUESTIONA A IDEIA DE “NOVO LUXO”,
ASSOCIADA AO TEMPO DISPONÍVEL
COMO CÓDIGO ESSENCIAL; E DESTACA O
HUMANO E A ARTESANIA COMO PILARES
DE UM MERCADO QUE VALORIZA A
DIFERENCIAÇÃO E A EXCELÊNCIA

por Candice Machado

Luxo é tudo o que ultrapassa o necessário, de acordo com o senso comum, há séculos e séculos. Através da história, o conceito ganhou liberdade, deixou de gerar culpa e passou a ser compreendido como escolha e desejo. Firmou-se também como linguagem, uma forma de identidade e distinção. Hoje, para muitos, é o privilégio do encantamento: presença, silêncio, o tempo que se pode viver sem pressa. Para Carlos Ferreirinha, luxo é gestão. Exige diferenciação, método e excelência tangível. Ele traduz o desejo contemporâneo de desacelerar apenas como sentimento humano, não categoria de mercado. Mas reconhece que a emoção é o que mantém o extraordinário vivo: gente emocionando gente, com técnica, sensibilidade e propósito.

Referência internacional em economia e mercado de luxo, Ferreirinha construiu uma trajetória que cruza setores e regiões, unindo estratégias locais e globais. Absorveu diversidades e lapidou olhar sobre o comportamento do mercado. Chegou ao universo do luxo por acaso. Foi convidado a liderar a Louis Vuitton na América do Sul e, depois, na América Latina e no Caribe. A experiência consolidou a visão que mais tarde se tornaria a base da MCF Consultoria: o luxo como inteligência de gestão e diferencial competitivo. Confira entrevista exclusiva que o especialista concedeu à *Iguatemi Bosque Tapis Rouge*.

Iguatemi Bosque Tapis Rouge – Com mais de quatro décadas de atuação no mercado e à frente da MCF Consultoria, que completa 25 anos em 2026, como começou sua trajetória nesse universo? Houve um momento ou experiência que despertou seu interesse em transformar o luxo em uma área de estudo, gestão e estratégia?

Carlos Ferreirinha – Meu início na gestão do luxo se deu por uma oportunidade não planejada, quando fui selecionado pela Louis Vuitton para dirigir a operação na América do Sul, logo após América

“
SOU
EXTREMAMENTE
OBSERVADOR,
ABSORVO AS
DINÂMICAS
DE MERCADO,
CONSUMO E
COMPORTAMENTO
DE FORMA LIVRE,
SEM O FILTRO DO
MEU GOSTO
”

Latina e Caribe, finalizando como CEO Brasil. Entretanto, minha experiência anterior na EDS – Electronic Data Systems – já me trazia vivência no que chamo de inteligência de valor agregado: diferenciação, percepção de marca, incremento de desejabilidade. Costumo dizer que a EDS foi minha faculdade e a Louis Vuitton meu MBA. Apenas na MCF – e não de imediato como intenção estratégica – foi que percebi ao longo do caminho que existia um espaço para transformar minha experiência em uma área de estudo, gestão e estratégia. Digo que na MCF somos especialistas na inteligência da gestão do luxo como diferencial competitivo e como inspiração estratégica. Nem todas as empresas e marcas precisam ou deveriam focar no luxo, mas todas as atividades podem se beneficiar dessa inteligência de gestão. Ao perceber e “envelopar” essa reflexão, passei a ser intencionalmente estratégico na condução.

Iguatemi Bosque TR – Essa trajetória tão extensa, entre o universo executivo e a consultoria, certamente moldou sua forma de abordar o luxo. O que mudou na sua percepção ao longo desses anos? Como essa vivência te ajuda a interpretar as transformações culturais, econômicas e emocionais que cercam o luxo hoje?

Carlos Ferreirinha – Aqui uma reflexão importante: eu não “nasci” consultor nem empreendedor. Sou profissional de mercado, executivo. E ao longo da minha trajetória, principalmente na EDS e na Louis Vuitton, fui me tornando estrategista. A vida de consultor e empreendedor não foi um plano visionário, mas uma consequência natural de oportunidades que surgiram. Considero-me um consultor executivo. Não sou da teoria, sou da prática. Sou pragmático e uso minha vivência como decisor, com cabeça estratégica e experiência em projetos transversais, regionais e setoriais – uma das mais relevantes características de quem sou e de quem é a MCF. Essa vivência foi moldando minhas competências. Sou extremamente observador, absorvo as dinâmicas de mercado,





consumo e comportamento de forma livre, sem o filtro do meu gosto pessoal. Sou viciado em tramas regionais e acredito nas nuances da diversidade. Acredito que a maior capacidade de traduzir oportunidades está em olhar o mercado sem o vício da lente pessoal. Há um universo poderoso quando se observam movimentos econômicos, transformações culturais e nuances emocionais. É preciso domar o olhar preconceituoso e pré-definido.

Iguatemi Bosque TR – É possível definir o que é luxo? Ele tem relação direta com consumo, dinheiro e ostentação, ou se trata de um sentimento que varia conforme as culturas e se transforma ao longo das gerações?

Carlos Ferreirinha – Na ótica do Ferreirinha e da MCF, definimos e olhamos o luxo como atividade de negócio – marcas que alcançam o patamar máximo do extraordinário, o estado da arte da excelência. Olhamos o luxo pela lente da gestão. Cada um pode ter sua interpretação pessoal do que é luxo, mas na gestão usamos inteligência de mercado. Como qualquer outra atividade, não se deve ter “achismos”. Ninguém questiona o que é varejo ou cinema com base em opinião. O luxo, no meu trabalho, é inteligência de gestão. Luxo não é indústria, não tem regras ou legislação. É transversal: hotelaria, automóveis, viagens, beleza, moda, gastronomia. Sua interpretação decorre de um consenso histórico construído por marcas, modelos e formatos ao longo dos séculos. Muitos atribuem a alguns produtos, serviços ou sentimentos o código do luxo por estarem associados à escassez, unicidade, raridade – ao não disponível.

Iguatemi Bosque TR – Você concorda que o conceito de luxo vem se expandindo para dimensões mais intangíveis, como tempo, silêncio, presença, encantamento e consciência?

Carlos Ferreirinha – Não concordo. Esse conceito é percepção individual. Muitos chamam de “novo luxo” o tempo, o silêncio, a presença, porque usam o código do não disponível – o que se tornou raro. Mas o tempo continua sendo de 24 horas;

ninguém vende uma hora a mais do dia. Não se comercializa encantamento ou consciência. São sentimentos, percepções. Entendemos o luxo como gestão, negócio, economia real.

Iguatemi Bosque TR – A ideia de diferenciação parece estar relacionada ao luxo. Num mundo saturado de estímulos e de velocidade essa ideia de distinção estaria menos ligada ao consumo e mais à forma de viver o tempo? O verdadeiro luxo seria a capacidade de desacelerar, de viver com atenção e presença?

Carlos Ferreirinha – Exclusividade sempre foi e segue sendo um código essencial na atividade do luxo. O luxo sempre foi experiencial. O momento atual favorece as experiências porque evoluímos da era da qualidade para a era das experiências. Mas, para que elas sejam luxo, é preciso que produtos e serviços tenham diferenciação clara – no que entregam, em como são feitos, em como são produzidos. Associar presença, silêncio e pausa à exclusividade é usar o código da escassez, mas trata-se de manifestação humana, não mercadológica. Não entendemos isso como “novo luxo”. As premissas na ótica da gestão permanecem as mesmas: excelência, comprometimento imperativo com o extraordinário, qualidade não negociável, unicidade, exclusividade. O desejo de desacelerar é uma manifestação de comportamento humano, não uma atividade de negócio. É sobre vontade, não sobre gestão.

“
EXCLUSIVIDADE
SEMPRE FOI E
SEGUE SENDO
UM CÓDIGO
ESSENCIAL NA
ATIVIDADE DO
LUXO. O LUXO
SEMPRE FOI
EXPERIENCIAL
”

Iguatemi Bosque TR – O consumo pode ser visto como um ato simbólico de distinção social? No Brasil, a ostentação do que se consome assume sentidos distintos entre classes?

Carlos Ferreirinha – Não há diferença entre o Brasil e outros países. O que muda são as fases de maturidade do consumo. O Brasil é um país jovem, aberto há cerca de 30 anos. Não podemos comparar nossos códigos de consumo aos de italianos ou franceses. Consumo sempre foi e continua sendo um ato simbólico de distinção – para o outro e para si. Em qualquer parte do mundo. A ostentação é um código

LUXO NO SHOPPING

Referência absoluta no mercado de alto padrão, Carlos Ferreirinha atua como consultor de luxo do Iguatemi Bosque por meio de sua empresa, a MCF Consultoria. Com visão estratégica e sensibilidade apurada para tendências, o profissional contribui para elevar ainda mais a experiência premium do shopping.

“

NÃO VEMOS O
LUXO NA LENTE
DO TEMPO OU
DO SILÊNCIO,
MAS SIM NO
NEGÓCIO.
AS MARCAS
QUE NÃO
TRABALHAVAM
COM VALORES
HUMANOS
ESTAVAM
ATRASADAS

presente em todas as camadas sociais, em diferentes formas e intensidades. A maestria está em reconhecer que há espaço para tudo e todos: para o silencioso, o discreto, o ostensivo, o vaidoso.

Iguatemi Bosque TR – A ostentação parece muitas vezes performática, mas também redentora, especialmente nas periferias brasileiras, onde o consumo visível se torna uma forma de afirmação. Há força estética e política nesse gesto?

Carlos Ferreirinha – Será que é performática apenas nas periferias brasileiras? E nos *rappers* americanos? E na juventude japonesa dos anos 1980 e 1990, que se vendia para comprar marcas de luxo? E o novo barco do Jeff Bezos? E os carros de diamantes no mundo árabe? As periferias brasileiras são camadas sociais como qualquer outra. Os códigos de ostentação na elite muitas vezes são embrulhados pela ótica da intelectualidade – mas podem ser tão ferozes quanto.

TR Iguatemi Bosque – Ao tentar romper fronteiras, essa exibição pode acabar reforçando as mesmas barreiras que pretende quebrar?

Carlos Ferreirinha – Sempre foi assim. Desde antes de Cristo. A história mostra claramente. Romper fronteiras por códigos sociais não é algo novo. Todos buscavam pertencimento através do consumo – uns pela bolsa, outros pelo carro, pelas viagens, pela arte. O certo ou o errado importa menos do que a livre expressão de cada um.

TR Iguatemi Bosque – É possível reeducar o olhar do consumidor para o luxo como consciência, e não como vitrine?

Carlos Ferreirinha – Preciso retomar algumas respostas anteriores. Não vemos o luxo na lente do tempo ou do silêncio, mas sim na gestão, no negócio. As marcas que não trabalhavam com valores humanos ou afetivos estavam atrasadas. O humano, o gentil, o afetivo sempre deveriam ter sido fundamentais – em qualquer segmento. Em um mundo mais doente, hiperconectado e agressivo, o humano e o afeto se tornam imperativos – mas não

apenas no luxo: na padaria, no posto de gasolina, no hospital. Em todos.

TR Iguatemi Bosque – O setor de luxo passou a dialogar cada vez mais com temas como economia criativa, diversidade e novos comportamentos de consumo. Como você enxerga essa evolução e os próximos caminhos do luxo?

Carlos Ferreirinha – Historicamente, o luxo sempre esteve associado à economia criativa – só não usávamos esse termo. As grandes marcas de luxo nasceram do criativo, do artesanal, do homem e suas invenções. O comportamento de consumo sempre evoluiu – porque o homem evolui. O que somos aos 20 não é o mesmo aos 30, 50 ou 70. Evoluímos continuamente. Mercados, marcas e profissionais – sejam de luxo ou populares – precisam interpretar essas transformações. No luxo, isso se traduz na crescente busca por experiências, por materiais mais sustentáveis, por responsabilidade sem perder códigos de desejabilidade. As contradições sociais aumentam, mas não são novas. Apenas se acentuam. E, como sempre, é na tensão entre os extremos que surgem as revoluções.

TR Iguatemi Bosque – Em um país de diversidade cultural e artesanal como o Brasil, como o vínculo com a herança e a arte pode fortalecer o posicionamento das marcas e revelar novas formas de sofisticação?

Carlos Ferreirinha – Aqui está uma das mais importantes características do luxo: o valor da artesanaria, do feito à mão, do artesão, das histórias bem contadas e bem criadas. Não é apenas o fazer, é o significado do “feito cuidadosamente”, do “para você”, do “único”. O Brasil ainda é um país jovem, de caráter desenvolvimentista, ainda amadurecendo seus códigos culturais. Estamos aprendendo a defender nossas diferenciações, nossas tramas regionais, o nosso “eu”. Vejo marcas brasileiras cada vez mais orgulhosas de sua brasilidade, respeitando seus códigos e construindo novas percepções – na moda, na gastronomia, na hotelaria, na arte. Há um futuro promissor na brasilidade autoral.

ARAMIS
next

A marca que antecipa
o amanhã

ARAMIS
next

Leia o QR Code
e conheça a
nova marca.





TOQUE DE *Midas*

EMPRESÁRIAS, CRIATIVAS E HERDEIRAS DE UM LEGADO QUE SE REINVENTA HÁ MAIS DE TRÊS DÉCADAS, AS IRMÃS TALYZIE E TALYNIE MIHALIUC SÃO HOJE DUAS DAS FIGURAS MAIS INFLUENTES DO MERCADO DE LUXO CEARENSE. DA TALLIS JOIAS À BRETON FORTALEZA, ELAS ASSINAM UMA TRAJETÓRIA MARCADA POR VISÃO, SENSIBILIDADE E FORÇA FEMININA. EM CONVERSA COM A *IGUATEMI BOSQUE TAPIS ROUGE*, FAMÍLIA, MODA, CARREIRA, VIAGENS E OUTROS ASSUNTOS ENTRAM EM PAUTA

por Onivaldo Neto

FOTOGRAFIA NICOLAS GONDIM STYLING MARCOS MARLA MAKE E HAIR CELSO FERRER
ASSISTENTE DE FOTOGRAFIA LUCAS HERGUS TRATAMENTO DE IMAGENS ALAN UCHÔA

TALYZIE VESTE: COSTUME EM LINHO **ANIMALE** • TOP DE LUREX **LE LIS** • COLAR, BRINCOS, ANÉIS E BRACELETE **TALLIS JOIAS**
TALYNIE VESTE: COSTUME E CAMISA DE SEDA **BROOKSFIELD DONNA** • BRINCOS, COLAR, PULSEIRAS, ANÉIS E RELÓGIO **TALLIS JOIAS**

No mercado de luxo cearense, poucos nomes sintetizam tão bem tradição, refinamento e força feminina quanto as irmãs Talyzie e Talynie

Mihaliuc. À frente da joalheria Tallis Joias – referência absoluta no setor há mais de três décadas –, elas transformaram um empreendimento familiar em um símbolo de elegância, design autoral e experiência afetiva. “A Tallis Joias é uma paixão. Com a Tallis, nós participamos da vida das famílias. Não é só vender uma peça, é a joalheria num momento especial da vida de uma família, de um casal ou de uma boda”, comenta Talyzie, CEO da marca.

Nascidas em Fortaleza, ambas cresceram respirando trabalho, criatividade e empreendedorismo. “Cresci vendo meus pais trabalhando na Ótica Santa Luzia, no centro de Fortaleza. Foi ali que iniciou minha curiosidade sobre o comércio. Ainda criança, entre idas e vindas da loja, já brincava de organizar os óculos e arrumar vitrines. Também observei a vivacidade do lado negociador do meu pai, Zé Valdir, e a habilidade e simpatia da minha mãe, Gorete. Foi um início simples, mas, muito rico, que moldou não apenas minha carreira, mas também meus valores”, relembra Talynie.

Mas, foi Talyzie quem deu os primeiros passos dessa trajetória brilhante, quando também ainda atuava na antiga ótica, aos 18 anos. Observando o pouco ouro que tinha em casa, viu um negócio que se tornaria referência. “Não tinha plano B. Só o plano A. Tinha que dar certo”, relembra. Hoje, aos 50 anos, administra três lojas da Tallis, representando marcas como Montblanc, Rolex, Bvlgari e Tissot.

Já em 2025, ao lado de Nycole Franco, filha de Talyzie, as irmãs ampliaram ainda mais seus legados com a inauguração da Breton Fortaleza, consolidando presença também no universo do design de interiores e do mobiliário de alto padrão. “Quando eu comecei a comprar os móveis do meu apartamento, achei que Fortaleza tinha pouca opção. Fui para São Paulo e fiz a primeira compra na Breton. Quando



COSTUME
BRANCO E
REGATA
ANIMALE

SANDÁLIA
LUIZA
BARCELOS

BRINCO, COLAR,
PULSEIRA E ANÉIS
TALLIS JOIAS





TALYZIE VESTE:

CARDIGAN LONGO
DE CROCHÊ
VIX

CORPET E CALÇA JEANS
LE LIS

TALYNIE VESTE:

CAMISA DE TRICOLINE
E REGATA
ANIMALE

CALÇA JEANS
LE LIS

AMBAS VESTEM:

COLARES, PULSEIRAS,
ANÉIS E BRINCOS
TALLIS JOIAS



comprei novamente lá, pensei: ‘Nossa, essa loja é tão maravilhosa, tem um preço justo e um mobiliário lindíssimo’. Comecei a perguntar e descobri que já havia 14 franquias dela no Brasil. Após conversa com o proprietário da loja, fechei negócio e trouxe a empresa para cá”, revela Talyzie.

A ROTINA POR TRÁS DO BRILHO

Disciplinada e apaixonada pelo que faz, Talyzie começa o dia na academia – ainda que, como confessa, mais pela saúde do que pelo prazer. Vai ao escritório ainda de roupa esportiva e almoça sempre em casa, onde prioriza alimentos orgânicos. Da sua própria horta às idas semanais à Beira-Mar para comprar peixe fresco, ela controla a qualidade do que consome com o mesmo rigor com que escolhe cada gema de suas coleções.

“O meu dia a dia está bem corrido, realmente. Eu trabalho muito! Adoro trabalhar, mas confesso que meu plano é diminuir a carga horária de trabalho e ter mais qualidade de vida. Mantenho sim uma rotina regrada, minha alimentação é muito saudável. Eu procuro comer só frutas e verduras orgânicas. Gosto também de carne. Sou super eclética, como de tudo”, acrescenta.

Entre reuniões, criação de peças autorais e atendimento a clientes, encontra refúgio em um prazer essencial: o vinho – seu *hobby* assumido. “Amo ficar em casa, amo comer em casa e amo receber em casa. Dificilmente vou a restaurantes porque eu gosto da comida da minha casa – eu sei a procedência de tudo. Vou dizer que meu pecado é o vinho, amo vinho. É também minha diversão. Jantar minha comidinha saudável com uma taça de vinho, para mim, é o ápice do dia”, conta.

A empresária também está participando de um clube do livro e engajada em grupos femininos. Esse novo capítulo da vida é celebrado por ela com leveza e curiosidade. “Gosto de ler, sempre estou lendo um livro. Estou participando de um clube do livro, que eu nunca participei pois nunca tive tempo. Agora, depois dos 50, estou me dando esse direito de participar de grupos de mulheres”, comenta.

"AMO VINHO.
É TAMBÉM MINHA
DIVERSÃO.
JANTAR MINHA
COMIDINHA
SAUDÁVEL COM
UMA TAÇA DE
VINHO, PARA MIM,
É O ÁPICE DO DIA",
CONTA TALYZIE

DESIGN AUTORAL

As joias da Tallis carregam a assinatura das irmãs. Antes do desenho técnico, vêm as ideias, os esboços, o extenso *brainstorm* guiado por tendências, cores, formatos e intuições. "As ideias são primeiramente nossas", explica Talyzie. "O universo criativo sempre me encantou, talvez porque ele une sensibilidade, precisão e a possibilidade de transformar ideias em algo palpável. Mesmo que, à primeira vista, joias, relógios e móveis pareçam mundos distantes, ambos são profundamente ligados. Cada peça, seja ela qual for, carrega história, intenção, sentimento e um toque de perfeccionismo", destaca Talyzie.

Esse olhar aguçado para estéticas possíveis vem não apenas da experiência, mas também de uma relação muito pessoal com a moda, conforme afirma Talyzie. "Eu tenho a minha moda. Eu não sou nada influenciável. Eu tenho o meu estilo de ser, o que eu acredito. Quando estiver com um decote maior, é melhor estar com o resto do corpo mais 'comportado'", diz. Em contraponto, a advogada de 47 anos expõe que para ela a moda é algo muito natural e intuitivo. "Sempre enxerguei a moda como uma forma de expressão, uma maneira de comunicar quem somos antes mesmo de falarmos qualquer palavra", acrescenta.

BLAZER E BERMUDA
EM ALFAIATARIA
BROOKSFIELD DONNA

SCARPIN EM SUEDE
LUIZA BARCELOS

JOIAS E RELÓGIO
TALLIS JOIAS



VIAGENS, MEMÓRIAS E INSPIRAÇÃO

Europa é o destino que mais inspira Talyzie. França pelos vinhos, Portugal pela gastronomia, ambos pela estética e pela cultura. Mas ela não foge de desafios: Japão, China e Singapura também entram na lista. Cada viagem amplia repertórios, sensibilidades, cores e referências – e alimenta o olhar que ela leva para a joalheria e para a Breton. “Eu gosto tanto. Todo ano estou na Europa. Ou na França [que eu amo], em Bordeaux, por causa dos vinhos, ou então em Portugal. Adoro a comida e o vinho também, então, prefiro ir a lugares que tenham bons vinhos. Mas, também estou sempre atrás de outros destinos, de outros destinos diferentes e culturas diferentes”, relata.

FAMÍLIA, LEGADO E FUTURO

A convivência familiar é a espinha dorsal dos negócios das irmãs Mihaliuc. Talynie, que é diretora da Tallis Joias e mãe de Luna e Lucas, sempre esteve ao lado da irmã, construindo juntas uma narrativa de confiança, respeito e complementaridade. “Trabalhar ao lado da minha irmã torna tudo ainda mais especial, porque compartilhamos os mesmos valores, a mesma história e o mesmo compromisso”.

“CADA PEÇA,
SEJA ELA QUAL
FOR, CARREGA
HISTÓRIA,
INTENÇÃO,
SENTIMENTO
E UM TOQUE DE
PERFECCIONISMO”,
DESTACA TALYNIE





VESTIDO LONGO EM CREPE **BROOKSFIELD DONNA** · JOIAS E RELÓGIO **TALLIS JOIAS**



TALYZIE VESTE:

VESTIDO GEORGETTE
DE SEDA
ANIMALE

SANDÁLIA
LUIZA BARCELOS

JOIAS E RELÓGIO
TALLIS JOIAS

PARA 2026,
ESTÁ PREVISTA A
INAUGURAÇÃO DA
CASA TALLIS – UM
ESPAÇO AMPLO
E SOFISTICADO,
PENSADO PARA
RECEBER CLIENTES,
LANÇAR COLEÇÕES,
REALIZAR EVENTOS
E APRESENTAR
MARCAS
INTERNACIONAIS

Além disso, a entrada da filha Nycole nos negócios da família, com a Breton, fortalece o sentimento de continuidade e de legado, conforme Talyzie. “Minha filha, que se formou médica, decidiu vir trabalhar com a gente, para a minha alegria. Eu estou muito feliz com isso. É a garantia que o meu legado vai continuar, que a história vai continuar depois que a gente for. E ela está indo muito bem, estou muito orgulhosa”, diz a empresária.

E os planos não param. Para 2026, está prevista a inauguração da Casa Tallis – um espaço amplo e sofisticado, pensado para receber clientes, lançar coleções, realizar eventos intimistas e apresentar marcas internacionais. O projeto, sonhado há mais de cinco anos, será mais um marco na trajetória da família. “Então, esse plano se concretiza agora em fevereiro ou março. Estamos sempre expandindo”, afirma Talyzie, deixando claro que, assim como as joias que criam, seus negócios seguem em constante lapidação – e brilhando cada vez mais.





JAQUETA BOMBER
ARAMIS



POLO CINZA
LACOSTE



ÓCULOS DE
SOL MIU MIU
OCULUM

JAQUETA E POLO
TEXTURIZADA
OFICINA



VESTIDO
DE PAETÊ
ANIMALE



TÊNIS EM COURO
ARAMIS

LUXURY VIBES

PEÇAS QUE RESPIRAM
SOFISTICAÇÃO E
EXCLUSIVIDADE. DETALHES
IMPECÁVEIS, TECIDOS
NOBRES E DESIGN
CONTEMPORÂNEO
CRIAM VISUAIS QUE
ELEVAM O ESTILO



VESTIDO
EM TRICÔ
METALIZADO
LE LIS



JAQUETA
EM COURO
ELLUS



ÓCULOS DE
SOL GUCCI
OCULUM



ÓCULOS DE
SOL PRADA
OCULUM



BOLSA EM
MATELASSÊ
VITOR HUGO



VESTIDO
EM TELA
E CRISTAL
ELLUS



VESTIDO
EM TRICÔ
SHOULDER



SAIA EM COURO
**BROOKSFIELD
DONNA**



BLUSA EM TRICÔ
SHOULDER



BOLSA DE
COURO ISLA
MEIA SOLA



SANDÁLIA
EM VERNIZ E
CORRENTE
**CARRANO PARA
MEIA SOLA**





T-SHIRT
EM MALHA
PARKO



SAIA DE CÓS DUPLO
ADIDAS ORIGINALS



VESTIDO
EM LINHO
RICHARDS



BOLSA EM COURO
DE PIRARUCU
OSKLEN



ÓCULOS
ESPORTIVO
OAKLEY



TÊNIS EM
CROCHÊ
DANKI



BOARDSHORT COM
ZÍPER LATERAL
PARKO



T-SHIRT
EM MALHA
**ADIDAS
ORIGINALS**



SANDÁLIA
EM COURO
RICHARDS



CAMISA EM LINHO
RICHARDS



MOCHILA
EM NYLON
OAKLEY



TÊNIS COM
DETALHE EM
CAMURÇA
VANS

CALÇA
ESTAMPADA
OSKLEN

STAY COMFY

VIVA LEVE E SINTA-SE
BEM! PEÇAS QUE
UNEM CONFORTO
E ESTILO CRIAM
LOOKS QUE
ACOMPANHAM
SUA ROTINA COM
LEVEZA, SEM ABRIR
MÃO DA ELEGÂNCIA
E DA ATITUDE

uci Kinoplex DE LUX

000000

VENHA VIVER UM MOMENTO EXCLUSIVO
NAS SOFISTICADAS SALAS DE CINEMA VIP DO
UCI KINOPLEX DE LUX IGUATEMI FORTALEZA



uci Kinoplex
CONSULTE A
PROGRAMAÇÃO

UCI Kinoplex De Lux Iguatemi Fortaleza
ucicinemas.com.br @ X d y f

MEIA
ENTRADA uci
UNIQUE

Programação sujeita a alterações sem aviso prévio. Consulte a disponibilidade dos filmes nas salas UCI De Lux na ocasião do lançamento. Verifique a classificação indicativa.

Uma pausa na rotina

O QUE A PINTURA,
O TURISMO DE LUXO,
O CUIDADO COM PLANTAS E
A LIBERDADE DE ESCOLHA TÊM
EM COMUM? PARA O CINEASTA
HALDER GOMES, A CEO DA
WEE TRAVEL NATÁLIA ABREU,
O ARQUITETO RODRIGO
PORTO E A DIRETORA DA
CASACOR NEUMA FIGUEIREDO,
A RESPOSTA É INSPIRAÇÃO,
CONEXÃO E PLENITUDE.
A SEGUIR, ELES CONTAM
COMO ESSES MOMENTOS
DE LAZER ENRIQUECEM
SUAS VIDAS

por Onivado Neto

Natália Abreu

VIAJAR COMO ESTILO DE VIDA

À frente da Wee Travel, agência especializada em viagens de luxo e experiências personalizadas, a CEO Natália Abreu carrega uma paixão que extrapola o universo do trabalho e molda sua forma de viver. Viagens se tornaram seu *hobby* favorito, além de um ofício e ponto de partida para enxergar o mundo com curiosidade permanente – o que para muitos é um desejo eventual.

“Viajar é o que mais me inspira. É quando me sinto viva, curiosa e conectada com o mundo. Arrumar as malas, escolher os destinos, planejar os roteiros, tudo isso me traz uma alegria imensa”, conta. E quando a viagem é profissional, acompanhando grupos, o encanto não diminui; apenas se transforma. “É uma das partes que mais amo do meu ofício: ver pessoas felizes, compartilhando momentos únicos e se encantando com o que descobrem”, diz Natália.

A profissional conta que essa paixão nasceu cedo. Ainda muito jovem, já demonstrava fascínio por novas culturas e lugares desconhecidos. Mas foi no início da carreira, ao organizar sua primeira viagem, que percebeu que aquilo poderia ser mais do que prazer pessoal. Naquele momento, viajar deixou de ser apenas deslocamento e passou a representar conexões, memórias e troca humana.

Com o tempo, o *hobby* se fortaleceu junto à profissão. Entre aeroportos, roteiros e malas sempre prontas, Natália descobriu também o que mais a emociona na prática: o prolongamento natural das viagens. “Quando fico com um pequeno grupo de pessoas para aproveitar alguns dias a mais. É um momento mais leve, mais íntimo, onde conheço melhor as pessoas, experimentamos lugares novos sem pressa e aproveitamos de forma mais relaxada”, relata.

Apesar da intensa agenda, Natália ainda alimenta o desejo de cultivar outros *hobbies* – de preferência, aqueles capazes de desacelerar o ritmo. Fotografia e jardinagem aparecem no topo da lista. “Algo que me ensinasse a estar mais presente, sem deixar de sonhar com a próxima viagem, claro”, salienta. Em sua rotina, viajar é mais do que um hábito. É identidade. É combustível. É o ponto onde profissão, paixão e propósito se encontram.



VIAJAR DEIXOU DE SER APENAS
DESLOCAMENTO E PASSOU
A REPRESENTAR CONEXÕES,
MEMÓRIAS E TROCA HUMANA



DIVULGAÇÃO

Rodrigo Porto

A LIBERDADE DE APRENDER E PRATICAR

Arquiteto, professor da Unifor há 15 anos e sócio-diretor da Lexxa Consultoria, Rodrigo Porto guarda uma singularidade quando o assunto são *hobbies*: ele não tem apenas um. E, para ele, isso é justamente o ponto de partida. “O que realmente me move é manter a mente curiosa e ativa, lendo, estudando, viajando e apreciando boas conversas. Isso, para mim, já é uma forma de *hobby*”, afirma.

Essa liberdade de transitar entre diferentes interesses é o que Porto considera seu *hobby* favorito. Não se trata de uma prática única ou de uma rotina rígida, mas de uma forma de viver que se alimenta de múltiplas experiências – da leitura à observação da arquitetura, da música às viagens. “Cada uma dessas atividades me alimenta de um jeito diferente. É essa possibilidade de estar sempre aprendendo algo novo e vivendo experiências diversas, sem me limitar a uma única prática”, aponta.

Ele conta que essa relação diversa com o tempo livre foi surgindo de maneira natural. Em vez de buscar especializar-se em uma única atividade, percebeu que encontrava realização justamente ao explorar diferentes pequenos prazeres ao longo do dia: estudos, caminhadas, música e viagens. Mas, entre todos esses interesses, há um que toca sua memória de forma especial: o piano.

Rodrigo lembra com carinho do instrumento que marcou sua infância, um piano Steinway que seus avós mantinham na sala. Ele e os irmãos faziam aulas semanais, ainda que, segundo ele, não com grande talento. “Hoje sinto uma falta enorme do instrumento. Esse piano ainda está na família, e tenho a intenção de revitalizá-lo e retomar as aulas. É um desejo afetivo, quase um reencontro com minhas próprias memórias”.

E os próximos *hobbies*? Além de aprofundar o vínculo com o piano, Rodrigo deseja mergulhar mais fundo no universo dos vinhos. Já possui conhecimento intermediário, mas quer avançar com método e curiosidade. “Quero entender melhor *terroirs*, safras, pequenos produtores. Gosto desse tipo de conhecimento que não precisa ser exibido, mas que enriquece a vida de forma genuína”, almeja.

“O QUE REALMENTE ME
MOVE É MANTER A MENTE
CURIOSA E ATIVA, LENDO,
ESTUDANDO, VIAJANDO
E APRECIANDO BOAS
CONVERSAS”

Halder Gomes

DO SET DE CINEMA AO ATELIÊ DE PINTURA

Conhecido por dirigir sucessos do cinema nacional, como *Cine Holliúdy* (2012), o cineasta Halder Gomes guarda uma paixão que o acompanha desde os primeiros anos de vida – e que, longe das câmeras, funciona como abrigo, respiro e fonte de inspiração: a pintura. Segundo ele, pintar é mais que uma atividade paralela. É um ritual capaz de conectá-lo a tudo o que estudou, viu e viveu no universo da arte, além de também o conduzi-lo a um estado de meditação plena.

“Envolve um retrospecto contínuo e inesgotável de tudo que li sobre a história da arte; sobre todas as obras que vi nos museus e galerias; sobre os lugares que visitei, onde viveram artistas revolucionários – e ver o que eles viram e, assim, entender melhor suas inspirações. É como entrar nesse túnel do tempo da história da arte e vivenciá-lo. Tudo isso, integrado ao prazer de pintar, me leva a um estado pleno de meditação”, afirma o Gomes.

A descoberta do hobby aconteceu ainda na infância, quando passava horas virado em livros, enciclopédias, revistas em quadrinhos e nos ensinamentos do artista Daniel Azulay, figura marcante da televisão brasileira nos anos 1970. “Desde então, tem sido raro um dia em que eu não rabisque alguma coisa”, conta. Muito cedo, Halder já enchia cadernos com personagens da TV, caricaturas, dinossauros e tubarões – paixão que mantém até hoje, agora com a ajuda do recurso de “pausa” para capturar cenas de filmes e séries.

Ainda de acordo com o artista, a maior recompensa da pintura está justamente na pausa que a atividade impõe ao mundo exterior. “É poder deixar o tempo – e tudo mais – em suspenso e sentir todo

o prazer da sorte da existência. Não paramos pra pensar nisso, e é algo transcendental fazê-lo. É como se tudo se resumisse àquele ato e nada mais existisse. E ao sair desse 'transe', algo físico emerge em forma de arte. É mágico”, resume o diretor.

Mesmo com tantos anos dedicados ao desenho e à pintura, Halder ainda alimenta outros desejos artísticos. Embora reconheça que não terá tempo para dominar o violino, instrumento pelo qual nutre grande fascínio, sonha em experimentar a escultura, área que considera “ao alcance das mãos”. “Mas já tive outros hobbies esportivos que foram parte da minha vida, como o surfe, o fisiculturismo e, claro, as artes marciais”, complementa.



MUITO CEDO,
HALDER
JÁ ENCHIA
CADERNOS COM
PERSONAGENS
DA TV,
CARICATURAS,
DINOSSAUROS
E TUBARÕES

Neuma
Figueiredo

ENTRE FOLHAS, FILMES E SILÊNCIO

Como diretora da CASACOR Ceará – um dos eventos mais importantes do calendário cultural do Estado –, Neuma Figueiredo lida diariamente com agendas intensas, prazos apertados e a constante movimentação do universo criativo. Mas, longe dos holofotes e da correria, ela cultiva hábitos simples e afetivos que a ajudam a reencontrar o equilíbrio. Seu principal refúgio? Cuidar das plantas.

“Meu *hobby* é cuidar das minhas plantas”, conta Neuma, que transformou a varanda de casa em um pequeno oásis verde. Mesmo morando em apartamento, ela celebra o privilégio de manter um espaço amplo dedicado a vasos, folhagens e flores. É ali que desacelera, respira e se reconecta com o que chama de “paisagem afetiva”. O ritual envolve observação, poda, rega e acompanhar o crescimento de cada planta.

Além do universo verde, Neuma confessa outra paixão: filmes e séries. Muitos domingos, revela, são dedicados inteiramente a maratonas. “Às vezes passo o domingo assistindo até finalizar”, diz. Mas nem só de calma vive o descanso. Quando o estresse aperta ou as preocupações se avolumam, Neuma recorre a um *hobby* capaz de exigir atenção total: quebra-cabeças de 3 mil peças. A concentração intensa se transforma em espécie de antídoto contra a ansiedade. “É quando consigo me desligar”, afirma.

ELA TRANSFORMOU
A VARANDA DE
CASA EM UM
PEQUENO OÁSIS
VERDE



Oficina

Piso Superior L3
Iguatemi Bosque

MISSÃO: OSCAR 2026

O AGENTE SECRETO, DE KLÉBER MENDONÇA FILHO, CONSOLIDA O EXCELENTE MOMENTO DO CINEMA BRASILEIRO NO CENÁRIO INTERNACIONAL. O LONGA DESPONTA COMO FORTE CANDIDATO AO OSCAR 2026. CONFIRA ENTREVISTA EXCLUSIVA COM O ATOR WAGNER MOURA, PROTAGONISTA DO FILME

por Gabriel Amora





Com uma narrativa sofisticada, que alia densidade simbólica e reflexão sobre memória e história, *O Agente Secreto* se apresenta como mais um grito autoral de Kleber Mendonça Filho, reafirmando o cinema brasileiro entre as grandes forças criativas do mundo. Ambientado no Recife de 1977, o longa acompanha Marcelo, vivido por Wagner Moura, um especialista em tecnologia que retorna à cidade natal para cuidar do filho e, aos poucos, vê-se imerso em uma atmosfera de tensão e vigilância, onde passado e presente se entrelaçam de forma perturbadora.

O recorte temporal escolhido por KMF carrega um simbolismo decisivo: 1977 desponta como um ano de renovação para o cinema, no Brasil e no mundo. Neste período, o público se encantava com o primeiro *Star Wars*, de George Lucas, enquanto Hector Babenco marcava o cinema nacional com *Lúcio Flávio, o Passageiro da Agonia*. Ao mesmo tempo, Steven Spielberg redefinía o terror com o relançamento de *Tubarão*, capaz de fascinar e aterrorizar plateias ao redor do planeta. Em meio a

tantos movimentos, no Recife, o Cinema São Luiz se consolidava como o coração pulsante da sétima arte, projetando obras que moldavam o imaginário coletivo da cidade e encantavam gerações.

É nesse contexto que o animal símbolo do filme de Spielberg ganha uma dimensão metafórica em *O Agente Secreto*: a criatura passa a encarnar a sombra de uma ameaça constante e a persistência de um poder autoritário que atravessa o tempo, refletindo tanto o drama íntimo do protagonista quanto as feridas políticas

do Brasil. “O País, em 1979, passou pela Lei da Anistia, proposta pelo regime na época, em que tudo foi perdoado. Todos os crimes hediondos, todos aqueles que cometeram atos de violência em nome do regime militar, eles próprios se perdoaram”, lembrou KMF durante coletiva na 49ª Mostra Internacional de Cinema de São Paulo. Ele acrescentou: “Isso teve um efeito traumático na sociedade brasileira. É uma amnésia autoaplicada”. Ao se debruçar sobre esse trauma coletivo, o filme assume um papel de preservação da



DIVULGAÇÃO



DIVULGAÇÃO

Gabriel Leone
interpreta Bobbi,
um matador
de aluguel

memória, política, cultural e artística, em um país onde tantos foram simplesmente esquecidos e, de certa forma, devorados pelo tubarão da ditadura.

Curioso notar que essa leitura de KMF encontra eco na obra do iraniano Jafar Panahi, vencedor da Palma de Ouro em Cannes neste ano com o longa *Foi Apenas um Acidente*, também cotado ao Oscar de Melhor Filme Internacional. A coincidência temática entre os dois cineastas reforça a urgência e a atualidade das questões abordadas, projetando *O Agente Secreto* para o centro de um diálogo artístico de escala global, uma convergência que torna a disputa entre ambos tão simbólica quanto emocionante.

A TRAJETÓRIA RUMO AO OSCAR

Foi também em Cannes que *O Agente Secreto* iniciou sua trajetória internacional. Em maio, a estreia mundial foi recebida com 15 minutos de aplausos e coroada com dois prêmios: Melhor Direção para Kleber e Melhor Ator para Wagner. “Isso demonstra como a nossa história tocou o público de maneiras diferentes”, comentou o diretor pernambucano, após a celebração. Impedido de comparecer à cerimônia por conflitos de agenda, Moura foi homenageado meses depois, em Paris (FRA), no Cinéma Paradiso Louvre, onde recebeu o troféu das mãos de Juliette Binoche, presidente do júri deste ano, um gesto simbólico que reforçou a projeção internacional do projeto.



VICTOR JUCÁ/DIVULGAÇÃO

Tânia Maria vive
Dona Sebastiana.
A artesã potiguar
brilha no filme

EM CANNES, 'O AGENTE SECRETO'
INICIOU SUA TRAJETÓRIA
INTERNACIONAL E FOI
RECONHECIDO COM DOIS PRÊMIOS:
MELHOR DIRETOR E MELHOR ATOR

A RELAÇÃO ENTRE WAGNER MOURA E KLEBER MENDONÇA FILHO DÁ AO PROJETO UMA DIMENSÃO AINDA MAIS ESPECIAL

Produzido por Emilie Lesclaux, o longa é uma coprodução entre Brasil, França, Holanda e Alemanha, com distribuição nacional pela Vitrine Filmes e internacional pela NEON, a mesma empresa responsável pelo lançamento de *Anora*, vencedor do último Oscar de Melhor Filme e Direção, após sua consagração em Cannes de 2024. Com orçamento estimado em R\$ 28 milhões, a produção mostra que é capaz de dialogar com plateias de qualquer parte do mundo.

À medida em que a temporada de premiações se inicia, *O Agente Secreto* surge como um dos favoritos à indicação ao Oscar de Melhor Filme Internacional. Diferentemente de *Ainda Estou Aqui*, de Walter Salles, que chegou à disputa com menos reconhecimentos prévios, o novo trabalho de KMF acumula menções e indicações em mostras e eventos internacionais, incluindo o Gotham Film Awards, nas categorias de Melhor Roteiro Original e Melhor Atuação para Wagner Moura.

Depois de passar por Toronto (CAN), Nova York e Los Angeles (EUA), cidades estratégicas pela alta concentração de votantes da Academia, veículos como *Variety*, *The Hollywood Reporter*, *Deadline*, *Los Angeles Times* e *Gold Derby* já

apontam o longa como provável indicado. A projeção enfatiza a relevância do filme em um circuito competitivo que inclui o já citado *Foi Apenas um Acidente*, *No Other Choice*, *Valor Sentimental* e *Sirât*.

No Brasil, consequentemente, o impacto não foi menor. A produção embarcou em uma turnê nacional pouco comum, com sessões no Festival de Brasília, no Festival do Rio, no Cine Ceará e na Mostra Internacional de Cinema de São Paulo. O entusiasmo cresceu a cada exibição, alimentado por debates entre o público das pré-estreias e aqueles que aguardavam o lançamento nacional em novembro.

Nas redes, o fenômeno ganhou fôlego: críticas, memes, entrevistas e aparições do elenco transformaram o filme em um verdadeiro acontecimento cultural. Como resultado, em menos de um mês em cartaz, o longa alcançou 750 mil espectadores, superando *Bacurau*, que registrou 730 mil, e se firmou como o maior sucesso da carreira de Kleber Mendonça Filho e o lançamento mais expressivo da história da Vitrine Filmes. É também a produção brasileira de 2025 com maior bilheteria, faturando R\$ 18,7 milhões. Segundo a Comscore, ultrapassou os R\$ 17,2 milhões de *Chico*



DIVULGAÇÃO



O diretor Kleber Mendonça Filho e o ator Wagner Moura no set de *O Agente Secreto*

LAURA CASTOR/DIVULGAÇÃO

Bento e a Goiabeira Maraviosa, enquanto *Vitória*, com Fernanda Montenegro, ocupa o terceiro lugar, com R\$ 15,5 milhões.

A obra reúne um elenco de peso: Alice Carvalho, Gabriel Leone, Maria Fernanda Cândido, Udo Kier, Hermila Guedes e os cearenses Robério Diógenes e Geane Albuquerque. Entre os destaques está Tânia Maria, que, aos 78 anos e em início de carreira, interpreta Dona Sebastiana. Em coletiva, também na Mostra de São Paulo, a atriz arrancou aplausos ao declarar: “Eu não me sinto velha para começar a trabalhar com cinema. Se você se sente velho, então você é velho. Eu não sou. E já vou tirar o meu passaporte para conseguir ir às premiações”.

KLEBER E WAGNER

A relação entre Kleber Mendonça Filho e Wagner Moura dá ao projeto uma dimensão ainda mais especial. Os dois se conheceram há cerca de duas décadas, também em Cannes, quando Moura acompanhava a estreia de *Cidade Baixa*, de Sérgio Machado, filme que protagonizou ao lado do amigo Lázaro Ramos, enquanto Kleber ainda atuava como crítico de cinema. “Fiquei muito surpreso quando vi um nordestino cobrindo, naquela época, o Festival de Cannes. Foi muito especial. Nós nos conhecemos ali”, lembrou o ator durante a Mostra de Cinema de São

Paulo. Kleber elogiou. “Ali percebi que o Wagner era um grande astro. Ele tinha o rosto e o talento de um ator capaz de carregar um grande filme com naturalidade”.

Desde então, a admiração entre os dois permaneceu, mesmo com trajetórias distintas. Kleber consolidou-se como um dos principais diretores brasileiros, com títulos como *O Som ao Redor* (2012), *Aquarius* (2016), *Bacurau* (2019) e *Retratos Fantasma* (2023), enquanto Wagner construiu uma sólida carreira internacional em séries e longas estrangeiros. O reencontro profissional se concretiza agora em *O Agente Secreto*, marcando o retorno do ator ao cinema nacional 12 anos após *Praia do Futuro* (2014), do cearense Karim Aïnouz. “O trabalho de Kleber é muito lento, mas é por isso que é tão bonito. Fico esperando e dando ideias para que, nos próximos projetos, eu esteja junto dele novamente”, contou Moura à *Iguatemi Bosque Tapis Rouge*.

Sobre o Oscar, o ator foi enfático: “O Brasil precisa se assistir, precisa se entender e acompanhar o nosso cinema, que fala de nós para nós. O estrangeiro assistir é um *plus*, um bônus. Estamos fazendo o caminho certo para que as indicações aconteçam, e queremos que aconteçam, mas, antes disso, queremos que o público brasileiro se assista também e se sinta representado com filmes como *O Agente Secreto*”.

DICAS

Para assistir ao *O Agente Secreto* ou outros filmes da sua preferência recomendamos UCI Cinemas Iguatemi Bosque:

Sala Deluxe

As salas De Lux da UCI oferecem uma experiência cinematográfica VIP com poltronas 100% reclináveis eletronicamente, mesas individuais para apoiar alimentos, foyer exclusivo, menu gourmet e serviço de entrega direto na poltrona, tudo com tecnologia de som e imagem de alta definição.

Sala iMax

Uma experiência imersiva através de uma tela maior, com curvatura especial, um sistema de som poderoso e direcional, e projeção com tecnologia laser de alta resolução. As salas também têm assentos dispostos em ângulo para otimizar o campo de visão de todos os espectadores, maximizando a imersão no filme.

O cearense Robério Diógenes (de óculos escuros) interpreta um dos principais papéis no filme



DIVULGAÇÃO

BATE-PAPO COM WAGNER MOURA

Em meio à correria de pré-lançamento do filme no Brasil, Wagner Moura falou com exclusividade à *Iguatemi Bosque Tapis Rouge* sobre a preparação para seu personagem e sobre o impacto político que o filme provoca. Confira.

Iguatemi Bosque Tapis Rouge – Após 12 anos sem trabalhar no cinema brasileiro, como foi voltar a interpretar em português, especialmente em uma narrativa tão complexa, que atravessa três linhas temporais diferentes?

Wagner Moura – Foi maravilhoso. Trabalhar em *O Agente Secreto* foi uma alegria do começo ao fim. Depois de tantos anos sem atuar em português, foi extremamente libertador estar em Recife, no Nordeste, e colaborar com o Kleber, alguém com quem sempre quis trabalhar. Eu já tinha uma compreensão profunda do filme, porque ele nasceu de um diálogo meu com o Kleber, que inicialmente era mais político do que artístico, já que refletíamos sobre o Brasil de 2018 a 2022, durante o Governo Bolsonaro, enquanto ele lançava *Bacurau* e eu dirigia *Marighella*, meu primeiro filme. A partir dessa troca, tudo fluiu de maneira muito natural, e eu realmente me senti feliz durante toda a filmagem.

“
TRABALHAR
EM 'O AGENTE
SECRETO' FOI
UMA ALEGRIA
DO COMEÇO AO
FIM. DEPOIS DE
TANTOS ANOS
SEM ATUAR EM
PORTUGUÊS, FOI
LIBERTADOR

”

Iguatemi Bosque TR – Aproveitando a pauta política, na construção do roteiro de Kleber e na criação do seu personagem, que elementos da sua experiência entre 2018 e 2022 você trouxe para dar vida a alguém que viveu em 1977, antes da redemocratização?

Wagner Moura – Eu acho que, para mim, os personagens acabam sendo cada vez mais uma fusão, uma verdadeira amálgama, entre o que está no papel e quem eu sou, meu jeito de pensar e de enxergar o mundo. Neste momento, estou no ápice desse processo com a peça que estou fazendo agora, *Um Julgamento, depois do Inimigo do Povo*, escrita com Christiane Jatahy e Lucas Paraíso, baseada em *Um Inimigo do Povo*, de Henrik Ibsen. Em vários momentos, sinto o personagem de Ibsen como uma extensão de mim mesmo, como se estivesse dizendo exatamente o que quero e preciso expressar.

Iguatemi Bosque TR – Dá para dizer que há muito de Wagner no Marcelo?

Wagner Moura – Tem sim, bastante. E isso foi muito bom para mim. Em *O Agente Secreto*, como você percebeu, havia um componente pessoal muito forte. Eu e Kleber tínhamos isso muito claro; sabíamos exatamente sobre o que estávamos falando. Me aprofundi bastante no período da ditadura, algo que já havia

explorado em *Marighella*. Foi uma experiência intensa e autoral, mas ao mesmo tempo muito autêntica. Interpretar aquele personagem e dar vida àquelas falas é uma maneira de permanecer fiel aos próprios valores, mesmo quando tudo ao redor parece contradizê-los.

Iguatemi Bosque TR – Ao dar vida a Marcelo, até que ponto você sentiu que estava traduzindo não apenas um roteiro, mas também sua própria visão de mundo e seus valores? Essa experiência pode ser considerada autoral e autêntica para você?

Wagner Moura – Rapaz, sim. Isso sempre me inquietou profundamente, em vários momentos da minha vida. Até onde você vai pelo seu imperativo moral? Até onde se entrega ao que acredita, ao que quer dizer? O que está disposto a sacrificar para chegar lá? Essas questões sempre me perturbam. E tanto em *O Agente Secreto* quanto na peça que estou fazendo agora, vejo essas reflexões ganhando forma.

Iguatemi Bosque TR – Wagner, pensando no roteiro e no subtexto do filme, como foi o diálogo com Kleber para dar vida a Marcelo, que é protagonista e, ao mesmo tempo, nosso ponto de vista dentro da história?

Wagner Moura – Exato, ele é o nosso ponto de vista, porque muita gente consegue se identificar com ele. Em *Marighella*, o personagem era um homem extraordinário, que buscava derrubar a ditadura militar. Já o Marcelo não quer nada disso. Ele é apenas alguém que deseja viver de acordo com seus próprios padrões éticos. Acho que isso se conecta muito com pessoas comuns, que querem levar a vida com honestidade, verdade e integridade. E é através dele que acompanhamos o filme. Só conseguimos entender completamente o que está acontecendo bem mais tarde, e isso é uma característica fascinante do roteiro de Kleber, que foge a todos os manuais de narrativa. É lá pela página 100 que a história se revela, naquela cena do Cine São Luiz. O filme tem, às vezes, a sensação de uma viagem, quase como um *road movie*. Eu me sinto um pouco como a Dorothy, de *O Mágico de Oz*, encontrando diversos personagens pelo caminho, cada um oferecendo um ensinamento ou uma perspectiva. Temos a Emília, a dona Tânia, a Alice Carvalho, cada figura ajuda o espectador a montar mais uma peça do quebra-cabeça da história.

OSCAR/DIVULGAÇÃO



Wagner Moura, no *Governors Awards*, realizado pela mesma entidade que concede o Oscar em Los Angeles (EUA), em novembro

O SALTO DA *Elegância*

POUCOS ESPORTES
TRADUZEM COM TANTA
PRECISÃO O ESPÍRITO
DE SOFISTICAÇÃO QUANTO
O HIPISMO, QUE UNE
TRADIÇÃO, NATUREZA
E PERFORMANCE EM
UMA EXPERIÊNCIA QUE
ULTRAPASSA O FÍSICO E
ALCANÇA O EMOCIONAL

por Lara Veras



VALERI VATEL/ADOBE.COM

“**M**ontar a cavalo é um ato mágico.” A frase da escritora Elma Sant’Ana sintetiza com poesia o fascínio ancestral entre o homem e o cavalo – uma parceria que atravessa séculos e se reinventa com a mesma nobreza. Mais do que um esporte, o hipismo é uma celebração da harmonia, da técnica e da confiança mútua entre dois seres que, juntos, desafiam limites com leveza e precisão.

No Ceará, essa relação ganha nova força e visibilidade. O mercado equestre movimenta milhões de reais e atrai um número crescente de praticantes. A presidente da Federação Equestre do Ceará (FEC), Renata Holanda, destaca o salto expressivo no número de atletas federados: de 30 antes da pandemia para mais de 400 em 2025. “Esse aumento aconteceu principalmente durante a pandemia, quando as pessoas buscaram esportes ao ar livre e um retorno à natureza. O crescimento foi realmente significativo”, explica.

Para Renata, o hipismo é mais do que uma prática esportiva, é uma vivência transformadora. “O cavalo tem um impacto profundamente positivo na vida das pessoas. O contato com um animal de tamanha sensibilidade e a imersão na natureza proporcionam uma experiência única”.

Entre as histórias que traduzem esse encantamento está a da jornalista Jocasta Pimentel, que descobriu o hipismo quase por acaso. “Em setembro de 2022, agendei um passeio para meus dois afilhados. Perguntei à instrutora se eu também poderia montar – e foi uma experiência maravilhosa. Montar é se conectar com o cavalo, exercitar a concentração e, ao mesmo tempo, relaxar. Foi assim que me senti”, conta.

Hoje, Jocasta vê na prática um refúgio da rotina. “Deixo todos os problemas para trás. Quando estou com a Dáfne, a égua que monto, há uma relação de

Jocasta Pimentel:
"Deixo todos os
problemas para trás"



A COMBINAÇÃO
DE TRADIÇÃO,
ELEGÂNCIA E
ACESSIBILIDADE
FAZ DO
HIPISMO UMA
DAS PRÁTICAS
ESPORTIVAS
MAIS
SOFISTICADAS

respeito e confiança. Cada comando é seguido com precisão. O sentimento é de liberdade e prazer”.


**A TRADIÇÃO DO
SALTO E O ESPÍRITO
DA SUPERAÇÃO**

No hipismo clássico, ou salto, cavaleiro e cavalo tornam-se um só. Juntos, enfrentam percursos de obstáculos previamente determinados, em busca do equilíbrio perfeito entre técnica, tempo e confiança. Trata-se de uma arte que combina disciplina e coragem, mas também convida à serenidade.

“É um esporte democrático, que pode ser iniciado em qualquer fase da vida”, afirma o cavaleiro Ricardo Santana. “Temos alunos que montam pela primeira vez aos três anos, e outros que começam aos sessenta. O essencial é o amor pelos cavalos e a vontade de aprender”.

Essa combinação de tradição, elegância e acessibilidade faz do hipismo uma das práticas esportivas mais sofisticadas,





MAIS DO QUE UM ESPORTE,
O HIPISMO É UM ESTILO DE VIDA
– UMA ESCOLHA POR RITMO,
NATUREZA E ELEGÂNCIA

um equilíbrio entre força e leveza, razão e instinto. Símbolo dessa expansão e da busca pela excelência é o Centro Hípico JLP, referência em formação e treinamento de atletas. Fundado há nove anos em Fortaleza, próximo à Arena Castelão, o espaço alia estrutura de ponta a uma filosofia voltada ao desenvolvimento técnico e emocional dos cavaleiros.

Seu fundador, Jorge Luis Passamani, cavaleiro profissional e sargento do Exército Brasileiro, com títulos nacionais e ampla experiência em competições de elite, define o esporte como uma escola de vida. “O hipismo é mais do que um esporte: é uma experiência transformadora. Fortalece o corpo, aprimora o equilíbrio e desperta a disciplina e a persistência, valores que carregamos para todas as áreas da vida”.

Sob o comando de Ricardo Santana, atual campeão Norte-Nordeste e Cearense Sênior – líder em ambos os rankings de 2025 –, a unidade de Fortaleza abriga a única pista de alto desempenho do Nordeste, com piso de tecnologia mista de poliéster, que garante máxima absorção de impacto. O complexo oferece ainda pista coberta, baias amplas e ventiladas, cochos automáticos, atendimento veterinário e programas personalizados de treinamento.

Em São Paulo, o time JLP atua dentro do Doda Training Center, em Itatiba – um dos endereços mais prestigiados do País. Lá, os atletas contam com múltiplas pistas de alto desempenho, piquetes espaçosos, acompanhamento técnico e uma rotina intensa de competições nas principais provas nacionais.

UM ESTILO DE VIDA

Mais do que um esporte, o hipismo é um estilo de vida – uma escolha por ritmo, natureza e elegância. Cada salto, cada treino, cada instante ao lado do cavalo é um exercício de autoconhecimento e equilíbrio emocional. “O hipismo oferece benefícios físicos e mentais. É um excelente exercício, desenvolve a musculatura, melhora a coordenação e, acima de tudo, traz serenidade”, afirma Passamani. “Para os adultos, é um

refúgio do estresse cotidiano. Para as crianças, uma lição sobre paciência, respeito e confiança”.

Fora das pistas, os encontros equestres tornaram-se também espaços de convivência familiar, onde o luxo se manifesta no tempo de qualidade e na harmonia com a natureza. A médica Gabriela Benhardt começou no hipismo aos 10 anos, inspirada por uma prima que competia. “Fui assistir a uma prova e pedi ao meu pai para entrar na escolinha. Sempre amei animais e esportes – o hipismo uniu essas duas paixões”, recorda.

Hoje, leva a filha Eva Benhardt para montar desde pequena. “Não é só montar e sair galopando. Exige dedicação, concentração e resiliência. Estamos lidando com um ser vivo, que tem emoções,

tensões e alegrias. É preciso, antes de tudo, amar o cavalo para amar o esporte”.

Entre o galope firme e o silêncio do campo, o hipismo mantém-se como um dos esportes mais nobres e inspiradores – símbolo de disciplina, liberdade e refinamento. No compasso entre homem e cavalo, revela-se o verdadeiro luxo: a harmonia perfeita.

ONDE PRATICAR

Segundo a presidente da Federação Equestre do Ceará (FEC), Renata Holanda, existem quatro hípicas para a prática do esporte. “Hoje temos o Seu Camará, a Chambord, o JLP e a Equipe FV. A única que é dentro de Fortaleza, próximo do Castelão, é o JLP. As outras ficam no Eu-sébio e em Aquiraz”, explica.

SERVIÇO

Sítio Siel Camará

Camará, Aquiraz

Centro Hípico e Equoterapia Chambord

R. Maria Salete Ciseski de Costa, 103 – Coité

Centro Hípico JLP

R. Itaboraí, 560 – Passaré

Equipe FV

Sítio Curi, 575 – Lt Jd Canaã, Aquiraz

Gabriela Benhardt
começou no
hipismo aos 10 anos





FOTOS EDMAR SOARES

O SILÊNCIO DA FORMA

A CHEGADA DA OFICINA
A FORTALEZA E O NOVO
CAPÍTULO DO LUXO
MASCULINO BRASILEIRO

Há marcas que falam baixo, mas dizem muito. A Oficina é uma delas. Sua presença não precisa de logotipos em evidência, nem de extravagâncias, basta o corte preciso de uma camisa, o caimento que se ajusta sem esforço ao corpo. Criada em Belo Horizonte a partir da ambição de desenvolver a camisa perfeita, a marca se tornou, em menos de uma década, um dos nomes mais relevantes da moda masculina brasileira. Agora, atravessa o País para inaugurar em Fortaleza sua primeira loja no Nordeste, um gesto que, para os fundadores, é mais do que expansão: é um encontro entre tradição, tecnologia e calor humano.

A história da Oficina começou com um algoritmo. Gabriel Zandomênic e seus sócios queriam repensar a relação entre o homem e a roupa. Uniram tecnologia e alfaiataria, precisão e tradição para criar uma camisa sob medida, moldada a

partir de dados corporais e preferências individuais. O resultado foi uma peça que resumia a filosofia da marca: conforto absoluto, durabilidade e forma impecável. “Queríamos unir a precisão da tecnologia à tradição da alfaiataria. O ponto de partida foi o algoritmo que desenvolvemos para criar a camisa perfeita. Descobrimos que tecnologia e artesanania não são opostos – são complementares quando o objetivo é alcançar a excelência”, explica Zandomênic.

Da camisa ao guarda-roupa inteiro, a transição foi natural. O homem contemporâneo, que antes buscava a peça ideal para o trabalho, passou a querer o mesmo nível de qualidade em todas as ocasiões da vida. A Oficina transformou-se, então, de uma *startup* de nicho em uma *fashion-tech* com dezenas de lojas próprias e um portfólio que vai do casual ao formal, do linho ao moletom premium. A obsessão pelos detalhes – mantra repetido em cada etapa de produção – tornou-se seu selo. “Nossas decisões são milimétricas, da altura da gola ao toque do botão. Trabalhamos lado a lado com tecelagens que compartilham esse mesmo padrão de excelência”, diz o fundador.

NA CAPITAL CEARENSE

A chegada ao Nordeste era uma questão de tempo e de propósito. Fortaleza foi escolhida para abrigar a primeira loja da marca na região. Vibrante, solar e com um público cada vez mais atento à moda de alto padrão, a capital cearense simboliza um novo capítulo para a Oficina. “Fortaleza reúne todos os elementos que buscávamos – sofisticação, autenticidade e uma relação calorosa com a elegância”, afirma Zandomênic. O espaço, projetado sob a lógica da calma e do tato, segue a identidade visual minimalista da marca: madeira clara, linhas limpas, luz suave. Mais que uma loja, é uma extensão do que a Oficina propõe, uma experiência sensorial onde cada textura e cada silêncio contam uma história.

A escolha não foi apenas estratégica. Em um país tropical, o conforto é parte essencial da elegância, e isso ganha ainda mais relevância no clima nordestino. Por

“
DESCOBRIMOS
QUE TECNOLOGIA
E ARTESANIA NÃO
SÃO OPOSTOS – SÃO
COMPLEMENTARES
QUANDO O
OBJETIVO É
ALCANÇAR A
EXCELÊNCIA

isso, a marca investe em tecidos tecnológicos que respiram, regulam temperatura e mantêm o caimento perfeito ao longo do dia. “Vivemos em um país quente, e acreditamos que o conforto é parte da sofisticação. Trabalhamos com tecidos inteligentes e naturais, para que o homem se sinta bem sem abrir mão do estilo”, explica o sócio-fundador. Essa atenção ao ambiente e ao comportamento local mostra o cuidado de uma marca que se recusa a ser apenas uma vitrine – quer construir um diálogo com o cliente.

Essa relação próxima se reflete também na aposta contracorrente da Oficina. Em tempos de marcas nascidas e mantidas exclusivamente no digital, ela escolheu o contato físico como peça fundamental da jornada do consumidor. “A Oficina nasceu digital, mas acreditamos que a experiência física é insubstituível. Nossas lojas são a materialização do que somos: lugares de calma e beleza, onde o



cliente pode tocar o tecido, provar o caimento, conversar sobre estilo”, diz Zandomênicó. O espaço físico, para a marca, é um território de confiança, o ambiente em que a tecnologia encontra o humano.

A filosofia da marca se alinha a um movimento que ganhou força globalmente, o *quiet luxury*, ou o luxo silencioso, construído não em torno de logotipos, mas de qualidade, materiais nobres e design atemporal. No caso brasileiro, a marca dá a esse conceito uma tradução própria, mais leve e tropical. “Acreditamos em uma elegância que não precisa de ostentação. Nosso luxo é o da forma e da sensação, feito para o homem que valoriza consistência mais do que aparência”, afirma. O *quiet luxury*, na Oficina, tem sotaque mineiro e tempero brasileiro. É a busca pela excelência silenciosa, nascida da observação e do cuidado.

Essa herança mineira é perceptível não apenas no design, mas na cultura da empresa. O olhar atento aos detalhes, a discrição e o apreço pelas relações estão no DNA da marca. “Minas nos ensinou o valor da consistência e da qualidade genuína. A tecnologia nos fez crescer, mas a essência artesanal e o olhar humano continuam sendo nosso norte”, diz o fundador. Essa combinação entre tradição e inovação explica o equilíbrio que sustenta a marca. Enquanto o algoritmo garante precisão, a mão humana confere alma. Entre a máquina e a agulha, existe o que talvez seja o segredo da Oficina: a consciência de que perfeição também é um gesto de humanidade.

A Oficina enxerga a alfaiataria moderna não como um código de formalidade, mas como uma linguagem de expressão. O homem de hoje, livre das regras engessadas do vestir, busca roupas que comuniquem propósito e identidade. “A alfaiataria contemporânea é sobre forma, não sobre rigidez. Ela acompanha o ritmo real da vida, com tecidos tecnológicos e

DIVULGAÇÃO



Gabriel Zandomênicó é um dos fundadores da Oficina

Marca aposta no luxo da simplicidade bem executada



FOTOS EDMAR SOARES

cortes que permitem movimento e leveza”, diz o fundador. O resultado é uma moda masculina que se adapta, respira e acompanha o corpo e o tempo de quem a veste.

Enquanto outras marcas correm atrás de tendências, a Oficina parece mais interessada em cultivar constância. Em um mercado saturado de novidades efêmeras, sua proposta soa quase subversiva: fazer roupas que durem. E não apenas em termos de material, mas de significado. Cada camisa, blazer ou calça é pensada para resistir às estações e aos modismos. Essa ideia de permanência – o luxo da simplicidade bem executada – tornou-se a assinatura da marca.

Os próximos passos apontam para uma integração ainda maior entre o físico e o digital. As lojas passam a funcionar como hubs de relacionamento e tecnologia, com serviços personalizados e experiências sensoriais que aproximam a marca de seus clientes. “Acreditamos que o futuro da moda masculina será guiado por propósito, funcionalidade e identidade. O homem de hoje quer vestir quem ele é, não apenas o que ele faz”, afirma. Talvez por isso a Oficina tenha se tornado mais do que uma marca – um símbolo de um novo tempo. Um tempo em que vestir-se bem é, antes de tudo, um gesto de silêncio e precisão.

CONHEÇA A OFICINA

Piso 2 Iguatemi Bosque

QUIET LUXURY: O LUXO QUE SE EXPRESSA NO SILÊNCIO

O termo *quiet luxury* ganhou força no pós-pandemia, quando o consumo de moda começou a se deslocar do ostentatório para o essencial. Representado por marcas como Loro Piana, Brunello Cucinelli e The Row, o movimento valoriza a sofisticação silenciosa, aquela que se revela na matéria-prima, no corte e na durabilidade, e não em logotipos ou modismos.

No Brasil, a Oficina traduz esse conceito com sotaque local. Em vez de reproduzir o minimalismo frio das grifes europeias, propõe um luxo cálido e funcional, que une elegância, conforto e tecnologia. Tecidos que respiram, cortes leves e design atemporal formam a base de um vestir que não grita, mas comunica consistência.

Se o quiet luxury internacional fala sobre discrição, a Oficina o amplia para incluir conforto e propósito. É o luxo de vestir uma camisa que dura anos, de sentir o tecido conversar com o corpo, de reconhecer-se no espelho sem precisar provar nada a ninguém. Um luxo que, mais do que status, expressa maturidade.

NATURALMENTE *Bruna*

CARREGANDO LEVEZA NA ROTINA, PROPÓSITO NOS PASSOS E BELEZA NO OLHAR, BRUNA WALESKA TORNOU-SE PRESENÇA MARCANTE NO UNIVERSO DIGITAL CEARENSE. EMPRESÁRIA, MÃE DEDICADA E VIAJANTE APAIXONADA, ELA EQUILIBRA ESTILO, AFETO E AUTENTICIDADE EM TUDO O QUE FAZ. À *IGUATEMI BOSQUE TAPIS ROUGE*, BRUNA FALA SOBRE FAMÍLIA, TRABALHO, MODA, BELEZA, FUTURO E MAIS

por Onivaldo Neto

FOTOGRAFIA NICOLAS GONDIM STYLING MARCOS MARLA MAKE E HAIR CELSO FERRER
ASSISTENTE DE FOTOGRAFIA ISRAEL THIAGO ASSISTENTE STYLING SAMIRA TORRES
TRATAMENTO DE IMAGENS ALAN UCHÔA





TOP DRAPEADO
ANIMALE
LEGGING
NIKE
MULE
IURY COSTA

A

energia de Bruna Waleska está sempre em fluxo. Entre treinos diários, momentos em família, vida profissional e uma presença digital vibrante, a cearense de 39 anos é tocada por um trio que a define: movimento, estilo e afeto. Mãe de quatro – Maria Clara, Maria Gabriela, Francisco e

Oscar – e avó do pequeno David, Bruna é daquelas pessoas que abraçam o cotidiano com intensidade. Além dos filhos, divide a rotina com o marido, Rodrigo Frota, dois cachorrinhos e uma lista de compromissos que se alternam diariamente.

“Sou uma pessoa muito família. Estar sempre presente para meus filhos é o meu grande propósito e o que preenche meu coração. Mas também adoro trabalhar e produzir. Amo praticar esportes e o universo da vida saudável, o contato com a natureza e estar sempre me movimentando. Gosto de conhecer lugares novos e viajar por esse mundo maravilhoso”, adianta a influenciadora, que recentemente se formou em nutrição.

O dia a dia de Bruna é estruturado, mas longe de ser rígido. Os treinos ocupam todos os sete dias da semana, sempre combinados com momentos de estudo e trabalho. Em casa, as refeições com a família são prioridade – embora os jantares fora e uma agenda social agitada também tenham seu espaço. “Nos finais de semana sempre procuramos fazer uma programação em família e nosso esporte do momento é o wing foil”, comenta.


“

SOU UMA PESSOA MUITO
FAMÍLIA. ESTAR SEMPRE
PRESENTE PARA MEUS FILHOS É
O MEU GRANDE PROPÓSITO E O
QUE PREENCHE MEU CORAÇÃO

”

ÓCULOS DIOR
OCULUM

BRINCOS, ANEL,
BRACELETE E
CORRENTARIA
SWAROVSKI

A full-page photograph of a woman with long blonde hair, wearing a long, sleeveless, floor-length gown covered in intricate sequin and beadwork. She is standing on a light-colored stone patio next to a swimming pool. The background is filled with large, leafy trees and a white building with a balcony. The lighting is bright, suggesting daytime.

VESTIDO LONGO
BORDADO EM
PAETÊ E MIÇANGA
LE LIS

BRINCOS, ANEL
E CORRENTARIA
SWAROVSKI



GOSTO DE POSTAR
MOMENTOS
ORGÂNICOS, O
QUE ME CONECTA
FORTEMENTE COM
AS SEGUIDORAS

FASHION ICON

Sua relação orgânica com a moda é o que molda sua identidade estética e aproxima tantas mulheres do seu trabalho. “A moda está na minha vida de forma leve, sem seguir grandes tendências e sim meu próprio estilo, que condiz com meu *lifestyle*. Bato o olho e já sei se gosto ou não de alguma roupa, sapato, bolsa. Tenho meu gosto bem definido”, discorre.

Inclusive, foi essa mesma autenticidade que impulsionou sua trajetória como influenciadora nas redes sociais. Bruna conta que começou produzindo conteúdo para o Orkut, depois Facebook e, por fim, Instagram – sendo uma das primeiras em Fortaleza. “Postava fotos das peças da Rouge, o que chamou atenção de outras marcas. Gosto de postar momentos orgânicos, o que me conecta fortemente com as seguidoras, pois sabem que o que levo para as postagens é bem a vida real e as coisas que gosto de verdade”, declara.

LIFESTYLE

Quando se fala de saúde e beleza, essa naturalidade também aparece – e de forma marcante. Para Bruna, o autocuidado é uma extensão da mesma filosofia que aplica à moda e ao estilo de vida: leveza, verdade e equilíbrio. Adepta do visual *fresh*, ela é fã declarada da maquiagem mínima, daquele estilo “acordei assim” que realça, sem esconder, sua essência.

VESTIDO EM TULE
DRAPEADO
VIX

BRINCOS E COLAR
SWAROVSKI





VESTIDO EM COURO
ANIMALE

BRINCOS E ANEL
SWAROVSKI

SANDÁLIA
AREZZO



“Adoro cuidar de mim e da minha saúde. Procuo manter as consultas com a minha dermatologista em dia, além de realizar o meu *skincare*. Sou do time de tudo mais leve, mais natural”, revela.

VIAGENS, MATERNIDADE E PROPÓSITO

Viajante frequente, Bruna carrega o mundo na bagagem, colecionando destinos marcantes por onde já passou. Entre lugares que despertam encantamento e experiências que ampliam horizontes, ela cita a Arábia Saudita. Visitado nos últimos meses, o país no Médio Oriente entrou para a lista de descobertas inesquecíveis. “Me surpreendi bastante! País belíssimo!”, conta. Ainda assim, são as viagens em família que ocupam lugar especial em seu coração. Os passeios anuais para esquiar guardam o calor das lembranças afetivas que ela mais valoriza. “Amo nossas viagens de ski em família que fazemos todo ano”, afirma.

No entanto, segundo ela, nenhuma experiência a define tanto quanto a maternidade. É justamente no ambiente familiar que reside sua maior aventura. “É o meu propósito. Amo estar com eles e ser



ADORO CUIDAR DE
MIM E DA MINHA
SAÚDE. PROCURO
MANTER AS
CONSULTAS COM A
DERMATOLOGISTA
EM DIA, ALÉM DE
REALIZAR O MEU
SKINCARE

PARKA METALIZADA
ANIMALE

REGATA DE TELA
LE LIS

TOP DE SEDA
INTIMISSIMI

ÓCULOS E RELÓGIO
SWAROVSKI

SHORT DE CREPE
E RENDA
IURY COSTA

ÓCULOS
SWAROVSKI

MULE
LUZ DA LUA

PARKA ROSA
ADIDAS ORIGINALS

CORSET DE RENDA
LIEBE

SHORT DE COURO
E CINTO
ANIMALE

SANDÁLIA
AREZZO

BRINCOS, COLAR
E BRACELETES
SWAROVSKI

alguém importante na vida deles. Mas é um desafio organizar a vida de quatro filhos de idades tão diferentes. Desafio esse que me enche o coração com o amor que recebo deles”, resume ela.

Entre tantas conquistas, Bruna celebra o caminho à frente com o mesmo otimismo que imprime em cada área da sua vida. Ambiciosa na medida certa e guiada por propósito, ela projeta novos passos na carreira no futuro, mas sem abrir mão de uma visão humana e afetiva do trabalho que constrói. Para ela, evolução profissional e impacto positivo caminham lado a lado. “Quero crescer profissionalmente e nutrir com amor a vida das pessoas”, afirma, sintetizando não apenas seus planos, mas também a filosofia que orienta sua trajetória.

BATE-PRONTO

Quais são suas atividades favoritas nos momentos de lazer? Possui algum hobby?

Atualmente o wing foil.

E o que mais te inspira? Seja na vida, no trabalho...

Minha família!

O que você definiria como o seu maior sucesso na vida?

Meus filhos!

E olhando para o passado, você hoje é o que queria ser quando criança?

Sim! Me formar em nutrição era um grande sonho.

Você tem alguma lembrança, de algum momento especial, que não sai nunca da sua cabeça?

Meu casamento com o Rodrigo e o nascimento dos meus filhos.



VERÃO 2026

A ESTAÇÃO MAIS
ESPERADA DO ANO
PEDE TEXTURAS
LEVES E PEÇAS
QUE CELEBRAM
A LIBERDADE DE
MOVIMENTO. MODA
PARA DIAS INTENSOS
E CHEIOS DE ESTILO



BIQUÍNI COM
RECORTES
MEIO TOM



CHAPÉU
EM PALHA
VIX



BOLSA
CESTARIA
**ÁGUA DE
COCO**

CHAPÉU EM PALHA
CIA. MARÍTIMA



SHORT
TEXTURIZADO
**ÁGUA DE COCO
HOMEM**

CAMISA
EM LINHO
**REPUBLIC
PARADISE**



CAMISA EM
LINHO
CALZEDONIA



CAMISA COM BORDADOS
**ÁGUA DE COCO
HOMEM**





COLETE TEXTURIZADO
ÁGUA DE COCO
HOMEM



BIQUÍNI COM
DETALHES
EM CROCHÊ
CALZEDONIA



SHORT EM LINHO
CALZEDONIA



MAIÔ TIE DYE
CIA. MARÍTIMA



ÓCULOS
TARTARUGA
RAY BAN



MAIÔ COM
DETALHE EM
METAL E RESINA
VIX



BIQUÍNI COM
DETALHES EM
TURQUESA
RIO DE JAS

SANDÁLIA
PLATAFORMA
MELISSA





O melhor
empreendimento
do Nordeste
está nascendo.

De frente para o Parque do Cocó e ao lado do Iguatemi Bosque, o sensacional Bosque Condomínio une localização única, lazer monumental e uma vista definitiva para o verde.

- 🏡 1 apartamento por andar com 325 m², vista definitiva e 5 vagas por unidade.
- 🏡 Terreno grandioso de 6.000 m².
- 🏡 2 supertorres com 100 m de altura.
- 🏡 2 rooftops completos.

INÉDITO

- 🏡 Hiper Gym coberto com aproximadamente 3.500 m² com quadra de tênis, quadra de beach tennis, quadra poliesportiva e piscina aquecida.
- 🏡 Área externa com aproximadamente 3.500 m² e piscina com raia olímpica de 50 m.

 **Bosque**
CONDOMÍNIO

Informações Legais: matrícula Nº 109653 do Cartório de Registro de Imóveis da 1ª Zona; Alvará de Construção Nº AC00005113/2025. Órgão emissor: Prefeitura Municipal de Fortaleza; Registro de Incorporação prenotado sob o Nº 393050 / Mat.109653-CRI 1ª Zona.

FUTURA REALIZAÇÃO:



 **Normatel**
Incorporações



A FORÇA DO PRIMITIVO

AO EMOCIONAR PLATEIAS COM O ESPETÁCULO SAGRAÇÃO, DEBORAH COLKER VOLTA A SER O CENTRO DAS ATENÇÕES, REAFIRMANDO PORQUE É UM DOS MAIORES NOMES DA DANÇA CONTEMPORÂNEA. A COREÓGRAFA CARIOCA, QUE HÁ MAIS DE TRÊS DÉCADAS TRANSFORMA MOVIMENTO EM LINGUAGEM UNIVERSAL, UNE AGORA O CLÁSSICO DE STRAVINSKY A RITMOS E SONORIDADES BRASILEIRAS EM UMA OBRA QUE CELEBRA A ANCESTRALIDADE E O PODER DA REINVENÇÃO

por Sâmya Mesquita

Poucos artistas brasileiros conseguem traduzir o corpo como linguagem universal com a ousadia e a consistência de Deborah Colker. Coreógrafa, bailarina e pianista, ela transformou a dança em território de experimentação estética e intelectual.

Desde a fundação da Companhia Deborah Colker, em 1994, a artista vem reinventando o modo de pensar o movimento, unindo técnica, dramaturgia e emoção. Suas criações – de *Rota* e *Casa a Casa Sem Plumas* – renderam-lhe prêmios como o Laurence Olivier Awards e o Benois de la Danse, além de consagrarem seu nome entre os mais importantes da dança contemporânea mundial.

Deborah também fez história ao se tornar a primeira mulher a dirigir um espetáculo do Cirque du Soleil, na sede da companhia, no Canadá,

com *Ovo*. Sua obra é marcada pela busca por novas formas de expressão, pela fusão de linguagens artísticas e pela valorização de temas profundamente humanos. Em entrevista à revista *Iguatemi Bosque Tapis Rouge*, a coreógrafa fala sobre o processo criativo de *Sagração*, que revisita *A Sagração da Primavera*, de Igor Stravinsky.

Com cenário de Gringo Cardia, composto por 170 bambus de quatro metros, Deborah revela que buscou trazer o clássico para dentro da floresta e da cultura dos povos originários, criando um “bordado sonoro” entre orquestra e instrumentos tradicionais do Brasil. E fala ainda sobre a importância do Ceará na trajetória da Companhia e sobre os valores que deseja transmitir às novas gerações de artistas: respeito, coragem e a certeza de que a arte é capaz de transformar o mundo em um lugar mais humano.

Iguatemi Bosque Tapis Rouge – *Sagração* propõe uma releitura ousada de *A Sagração da Primavera*, de Stravinsky, cruzando música clássica e ritmos brasileiros. Qual foi o maior desafio nesse processo de adaptação?

Deborah Colker – A *Sagração* do Stravinsky é uma obra que, desde sua estreia, causou um impacto forte e se tornou um clássico de uma imensa importância. Interferir num clássico demanda muita responsabilidade e conhecimento da obra. Stravinsky buscou o primitivo russo, mexeu na configuração da orquestra, na presença da percussão. Eu segui o comando dele. Fui buscar na sonoridade dos povos originários e diferentes ritmos primitivos brasileiros um bordado sonoro, e trazendo a *Sagração* para nossa floresta, nossa sonoridade, nosso primitivo. Buscamos conexões entre instrumentos da orquestra e instrumentos usados pelos povos originários. E o bordado se deu interferindo na *Sagração* e trazendo-a para dentro de nossas músicas. Foi necessário delicadeza, rigor, estudo e coragem.

Iguatemi Bosque TR – O espetáculo conta com uma cenografia grandiosa, marcada pelos 170 bambus de quatro metros, criada por Gringo Cardia. Como o espaço físico dialoga com a coreografia em *Sagração*?

Deborah Colker – Para mim é fundamental ter o cenário em todo o processo criativo de um novo espetáculo. Assim podemos nos apropriar desse elemento cênico, transformando-o em uma espécie de continuação do corpo do bailarino. O espaço físico é um personagem da obra. Os bambus me deram liberdade de brincar como uma criança: eu crio barcos, casas, florestas. Eles são matéria viva, representam a floresta e também a maleabilidade do corpo. Cada cena nasceu desse diálogo com os bambus, dessa sensação de brincar e inventar. A cenografia não é cenário de fundo, é parte do movimento, é corpo junto com os bailarinos.

Iguatemi Bosque TR – Em sua viagem ao Xingu, você conheceu histórias que foram fundamentais para a construção da

obra. De que forma esse encontro com povos originários transformou o seu olhar artístico?

Deborah Colker – O Xingu me trouxe um lugar de respeito profundo. Ali eu compreendi mais claramente de onde viemos, a importância de uma relação de equilíbrio com a natureza e com o coletivo. O encontro com os povos originários ampliou meu olhar artístico porque me mostrou que a dança não é apenas espetáculo. É rito, é memória, é modo de existir. Essa experiência atravessou *Sagração* e me fez perceber que a ancestralidade não é passado distante, mas presença viva, um chamado para como queremos continuar a existir.

Iguatemi Bosque TR – Você sempre destacou a importância de unir diferentes linguagens: música, literatura, ciência e mitologia. Como esse trânsito entre áreas fortalece a identidade da Companhia de Dança Deborah Colker?

Deborah Colker – O conhecimento é inspirador. Saberes sempre contribuem para provocar experimentações, novas perguntas, e fazer o corpo pensar e criar. A Companhia nasceu com essa vocação de atravessar fronteiras. Eu nunca consegui pensar a dança isolada, como algo puramente técnico ou estético. A literatura me dá narrativas, a ciência me oferece perguntas, a mitologia abre portas simbólicas, a música organiza e desorganiza o tempo. Quando junto tudo isso, encontro um território onde a dança pode ser universal e, ao mesmo tempo, profundamente brasileira. Essa costura de linguagens é a própria identidade da Companhia: um corpo que pensa, sente, pesquisa e dialoga com o mundo.

Iguatemi Bosque TR – Você é conhecida por ser uma artista inquieta, que está sempre se reinventando. Como é seu processo de criação? O que te inspira, na concepção de novas coreografias?

Deborah Colker – Meu processo vem da vida. De tudo que vivo, convivo, observo. Desde o início da Companhia, eu tive a paixão de transformar o cotidiano em dança: os gestos, as relações, os olhares.

“
A LITERATURA
ME DÁ
NARRATIVAS,
A CIÊNCIA
ME OFERECE
PERGUNTAS,
A MITOLOGIA
ABRE PORTAS
SIMBÓLICAS,
A MÚSICA
ORGANIZA E
DESORGANIZA
O TEMPO
”

Bailarinos
em cena no
espetáculo
Sagração







Criado por Gringo Cardia, o cenário traz 170 bambus de quatro metros

DIVULGAÇÃO

Eu parto da observação, mas também da paixão, do desejo de traduzir em movimento aquilo que me atravessa. O que me inspira é essa vontade de experimentar, de me colocar em risco. É por isso que cada espetáculo é uma aventura diferente: porque não me contento em repetir fórmulas, eu preciso me desafiar, lançar de novo ao desconhecido.

Iguatemi Bosque TR – Como pianista, além de coreógrafa, a música tem um papel central na sua vida. Que obra ou canção você ouve quando precisa mergulhar dentro de si mesma?

Deborah Colker – Nos últimos anos escutei muito Stravinsky. Ele inaugurou uma nova forma de pensar a música, de quebrar padrões, e isso me alimentou imensamente. Mas Stravinsky também me levou para outros lugares: o blues, Miles Davis, a improvisação. Hoje, além dele, escuto muito Toni Platão. E, desde que dirigi *Ainadamar*, minha primeira direção de ópera, tenho ouvido muita coisa desse universo, que sigo ouvindo, já que fui convidada para dirigir uma nova ópera para o Metropolitan de Nova York (EUA). A música é sempre meu chão e meu voo, é onde encontro silêncio e turbulência ao mesmo tempo.

Iguatemi Bosque TR – O Ceará já recebeu algumas montagens da sua companhia. O que mais lhe encanta na relação com o público cearense e no contato com a cena cultural local?

Deborah Colker – O Ceará é fundamental na trajetória da Companhia. Desde o início, foi um estado que nos acolheu, que nos deu suporte. Fizemos *workshops*, criamos vínculos de amizade, tivemos apoios que foram decisivos. Nossa primeira grande residência foi no Ceará. Tivemos parceiros maravilhosos que nos ajudaram de inúmeras formas. O público cearense é caloroso, participativo, generoso. É um lugar que faz parte da nossa história e do nosso coração.

“

CADA ESPETÁCULO É UMA AVENTURA DIFERENTE. NÃO ME CONTENTO EM REPETIR FÓRMULAS, EU PRECISO ME DESAFIAR, LANÇAR DE NOVO AO DESCONHECIDO

Iguatemi Bosque TR – O espetáculo fala da ancestralidade e da continuidade da vida. Pensando nisso, quais valores você considera mais importantes de transmitir para as próximas gerações de artistas e cidadãos?

Deborah Colker – Eu acredito que o mais importante é cultivar o respeito pelo outro, pela natureza, pela memória. Também é fundamental transmitir a coragem de inventar, de se arriscar, de não ter medo do novo. A ancestralidade nos ensina que somos continuidade, não estamos sozinhos. Então, se eu pudesse deixar um legado para as próximas gerações, seria esse: respeito, coragem e a certeza de que a arte pode transformar o mundo em um lugar mais humano.



Obra da
exposição Arte
para Nós, de
Ricardo Bisio

Arte

ALIADA AO BEM-ESTAR

PACIENTES DA CLÍNICA
ESSENCE, NO IGUATEMI
BOSQUE, ENCONTRAM MAIS
QUE CUIDADOS ESTÉTICOS.
UMA GALERIA PERMANENTE
INSTALADA NO ESPAÇO
RECEBE EXPOSIÇÕES DE
ARTISTAS CEARENSES,
APROXIMANDO O PÚBLICO
DE EXPERIÊNCIAS CULTURAIS

por Sâmya Mesquita

Entre um atendimento estético e outro, pacientes da Clínica Essence têm encontrado algo além de massagens, procedimentos e consultas: arte. Localizada no do Shopping Iguatemi Bosque, a clínica criou uma galeria permanente que recebe exposições rotativas de artistas cearenses, aproximando o público de um universo cultural que, muitas vezes, fica restrito a museus e espaços especializados.

Comandada pelos cirurgiões plásticos Haim Erel e Vanessa Mombach e pela dermatologista Viviane Martins, a clínica propõe, desde a inauguração, em 2024, uma experiência que ultrapassa o cuidado físico. A ideia de integrar arte ao ambiente surgiu da própria concepção do espaço, que já tinha a beleza como valor central. Segundo a médica e sócia da clínica, Vanessa Mombach, unir saúde e arte não foi apenas uma escolha estética, mas conceitual, algo que faz parte da identidade do empreendimento. “A proposta da Essence sempre foi trabalhar beleza, bem-estar e saúde de forma integrada. Então, trazer arte para dentro da clínica fez sentido desde o início, porque tudo conversa muito. É algo que enriquece o ambiente e dialoga com o que somos”, diz a médica.

O espaço, na recepção da clínica, recebe exposições que variam ao longo do ano e apresenta artistas cearenses de diferentes trajetórias. “Desde a inauguração, prezamos por valorizar artistas da nossa terra. Na abertura, tivemos música de compositores cearenses, orquestra local, tudo voltado para as memórias do Ceará. Queríamos que isso se refletisse também na galeria”, afirma Vanessa.



FOTOS EDIMAR SOARES

Obras do artista plástico Ricardo Bisio compõem a atual mostra do espaço



A IDEIA DE INTEGRAR ARTE AO AMBIENTE SURTIU DA PRÓPRIA CONCEPÇÃO DO ESPAÇO

A curadoria da galeria é assinada por Lilia Quinderé, figura conhecida no circuito cultural da cidade. Seu trabalho, no entanto, não se limita a galerias tradicionais: ela atua também na integração entre arte e espaços cotidianos. “Arte e arquitetura andam juntas, então o processo foi natural. Coordenei de perto todo o projeto com a arquiteta e já tinha experiência em curadorias de lojas de decoração, móveis e até no Tribunal de Contas do Estado. Meu propósito é difundir artistas em espaços diferentes e inovadores”, diz a curadora.

Segundo Lilia, a escolha dos artistas parte de uma relação constante com a produção local. A primeira exposição da Essence foi dedicada à série de mulheres do artista Vando Figueiredo, seguida pela mostra do artista Ricardo Bisio, atual responsável por ocupar as paredes da clínica. “Estou sempre em contato com a produção dos artistas, e isso me dá liberdade e sensibilidade para fazer as escolhas. A galeria da Essence permite criar esse diálogo entre arte, corpo e acolhimento”, diz.



A curadora Lilia Quinderé
com a médica e sócia da
Essence, Vanessa Mombach



FOTOS EDIMAR SOARES

Obra do artista
plástico Vando
Figueiredo exposta
na Essence

SAÚDE INTEGRATIVA

Muitas vezes, o contato com a arte não é planejado, mas acontece de forma orgânica. O público, formado majoritariamente por pacientes que buscam tratamentos de bem-estar, reage bem. Enquanto o visitante circula pelos corredores ou aguarda atendimento, é surpreendido. “A reação tem sido muito positiva. Estar em um ambiente que tem arquitetura linda, arte, bem-estar e autocuidado faz com que o paciente se sinta bem em primeiro lugar. Alguns já frequentam galerias, outros têm curiosidade. Aqui, eles encontram uma aproximação possível, sem barreiras”, diz Lília.

Para a equipe, a presença das obras também transforma o cotidiano de trabalho. A clínica promove conversas com os artistas, aproximando colaboradores da

criação e estimulando repertório cultural. “Já realizamos vivências com pacientes e colaboradores, com o artista explicando seu processo criativo e sua história. Isso vai aculturando todas as camadas. É algo contínuo. A ideia é trazer três exposições de diferentes artistas por ano”, afirma Vanessa.

Mas a arte não está ali apenas como elemento visual. Ela participa da atmosfera afetiva da clínica, que se propõe a tratar beleza como parte de um bem-estar mais amplo. “Trabalhamos com beleza, e a arte reforça essa sensação de acolhimento. Queremos que o paciente se sinta em casa. Quando ele sai por aquela porta, não tem como não sair feliz”, diz a médica. Ao final, ela revela sua obra favorita: um painel ampliado de um quadro de Vando

Figueiredo, que está em sua própria sala. “Não tem como ser outra. É uma escolha muito pessoal”, diz ela, rindo.

A galeria da Essence segue como um espaço vivo, em constante transformação, acompanhando o movimento do olhar artístico, do corpo e da cidade. Mais do que decorar, o espaço se propõe como um exemplo para outras iniciativas semelhantes, afirmando a arte como parte de uma experiência presente, possível e muito bem selecionada.

SERVIÇO

GALERIA DA CLÍNICA ESSENCE

Rooftop Iguatemi Boque – L5



Os ambientes da Essence se revestem de galeria de arte



Colchilar

Dormir para viver



Buscamos em todo
o mundo, o **melhor
conforto** para sua

CASA



MARCAS
**LÍDERES DO
MERCADO**



CUIDADO
COM A
SAÚDE



CONSULTORIA
ESPECIALIZADA

Shopping Iguatemi
Piso Superior - Expansão

O FUTURO *em foco*

A REINAUGURAÇÃO DA ÓPTICA ITAMARATY IGUATEMI BOSQUE MARCOU UM CAPÍTULO DECISIVO NA TRAJETÓRIA DE MAIS DE 50 ANOS DA MARCA. COM DESFILE DA GRIFE TOM FORD E NOVO POSICIONAMENTO, A LOJA APRESENTOU UM ESPAÇO MODERNO, SOFISTICADO E ORIENTADO À EXPERIÊNCIA



FOTOS EDMAR SOARES



Fortaleza ganhou novos contornos de sofisticação com a reinauguração da Óptica Itamaraty no Shopping Iguatemi Bosque – um marco que não apenas celebra a modernização do espaço, mas reafirma a própria essência da marca. Em seus mais de 50 anos de trajetória, inovar sempre foi parte do DNA da Itamaraty, que cresceu acompanhando tendências, antecipando movimentos e elevando padrões no mercado óptico cearense. A nova fase não é apenas uma atualização arquitetônica: é a continuidade natural de uma história construída sobre excelência, ousadia e evolução constante. No dia 15 de outubro, esse espírito ganhou forma em um evento

que reuniu empresários, formadores de opinião, amantes da moda e clientes que testemunharam o início de um novo capítulo tão moderno quanto fiel às raízes da marca.

A grande atração da noite foi o desfile exclusivo da grife Tom Ford, referência global em estilo, sofisticação e design atemporal. Modelos levaram à passarela armações de design ousado e sofisticado, em um momento que uniu o glamour global ao charme cearense. A escolha não veio por acaso: em 2025, a Tom Ford celebra 20 anos, e a Itamaraty trabalha com a grife desde o início. A data foi celebrada com a presença de nomes estratégicos da Marcolin – Carlos Guilherme e Jean Lucas – empresa responsável por representar os óculos da marca no mundo.



A NOVA IDENTIDADE
VISUAL ADOTA
LINHAS MAIS
CONTEMPORÂNEAS
E PALETA DE CORES
SOFISTICADA

A reinauguração também simbolizou a apresentação oficial do novo posicionamento da Itamaraty. A marca, que faz parte da rotina dos fortalezenses há décadas, entendeu que era o momento de modernizar sua identidade sem apagar a história que a consolidou no mercado. O *rebranding*, assinado pela Less Brand Studio, reforça essa transição. A nova identidade visual adota linhas mais contemporâneas, paleta de cores sofisticada e uma presença digital fortalecida, alinhando tradição e modernidade. Segundo a equipe da Less, o reposicionamento traduz aquilo que sempre norteou a marca: confiança, proximidade, excelência técnica e cuidado, agora apresentados com linguagem atualizada e competitiva.

A loja renovada recebeu um projeto arquitetônico assinado pela arquiteta Roberta Fernandes. O espaço materializa a essência dessa nova fase. “Queríamos uma loja que carregasse história, mas que expressasse contemporaneidade. Misturamos elementos para criar um ambiente moderno, elegante e atemporal”, explica a profissional. A combinação de madeira escura – que traz aconchego e elegância – com tons de cinza – responsáveis por modernidade e sobriedade – cria um equilíbrio visual que reflete o propósito da marca. A iluminação difusa, o cuidado nos materiais e a fluidez do *layout* reforçam a sensação de conforto e sofisticação.

O design do espaço foi pensado para aprimorar a jornada do cliente. Uma circulação intuitiva conduz o olhar pelas coleções, enquanto nichos, vitrines e superfícies valorizam detalhes de cada peça. Roberta destaca que arquitetura e moda compartilham princípios fundamentais: estética, funcionalidade e emoção. “A arquitetura influencia diretamente a experiência. Uma boa iluminação realça as texturas e os acabamentos dos óculos, os materiais ajudam a criar identidade e o *layout* destaca o que precisa ser visto. É uma composição que potencializa o design das peças”, afirma.

Durante o evento, os convidados foram recebidos com coquetel exclusivo, boa música e cobertura fotográfica transmitida ao vivo nas redes da Itamaraty,



MORENA LIMA

A arquiteta Roberta Fernandes assinou o novo *layout* da loja



MORENA LIMA

Cristiane Cavalcante, Giancarlo Baldassarre, Panta Neto, Carlos Guilherme e Luiziane Cavalcante no evento de reinauguração da Itamaraty



EDIMAR SOARES

ampliando o alcance da celebração para todo o Ceará. O clima sofisticado reforçou a proposta desta nova etapa da marca: oferecer mais do que produtos: proporcionar experiências.

Para Luiziane Cavalcante, que está à frente da loja, a reinauguração é um marco emocional e estratégico. “Foi uma atualização necessária para a nova realidade de mercado. Pensamos em cada detalhe para oferecer a melhor experiência para o cliente, com tecnologia, atendimento especializado e consultoria para escolha da armação ideal”, afirma. A empresária destaca ainda que a Itamaraty seguirá investindo em curadoria, inovação e serviços de precisão óptica, reforçando seu compromisso com o futuro.

Com assinatura Tom Ford, arquitetura autoral e identidade visual renovada, a reinauguração da Óptica Itamaraty Iguatemi consolidou-se como um dos eventos mais elegantes da temporada e uma celebração da moda, do design e da arte de enxergar o mundo com estilo.

VISITE A ITAMARATY

Piso 1 – Iguatemi Bosque

Porsche 911

A NOVA ERA DO ÍCONE

MAIS DE SEIS DÉCADAS DEPOIS, O PORSCHE 911
ENTRA EM UMA NOVA ERA, ONDE O RUGIDO
CLÁSSICO DO MOTOR SE HARMONIZA COM A
SOFISTICAÇÃO SILENCIOSA DA ENERGIA ELÉTRICA

por Átila Varela



Poucos carros no mundo carregam tanto significado quanto o Porsche 911. É mais do que um esportivo, é um símbolo. Desde os anos 1960, o modelo representa a união perfeita entre engenharia e emoção, entre a precisão alemã e o prazer de dirigir. Agora, mais de sessenta anos depois, o mito se reinventa mais uma vez. E, desta vez, com a ajuda da eletricidade. Apresentado no Salão do Automóvel de Munique, o novo Porsche 911 Turbo S híbrido chega como o mais potente da história, com 711 cavalos de força e uma aceleração de 0 a 200 km/h em apenas 8,4 segundos. É o tipo de número que faz até os apaixonados por velocidade respirarem fundo antes de pisar no acelerador.

No entanto, o que mais impressiona neste lançamento não são apenas os

dados técnicos, e sim o que eles representam. O novo 911 é a prova de que a Porsche conseguiu algo raro na indústria: evoluir sem perder a identidade. O esportivo já está disponível para pré-venda em toda a rede de Porsche Centers no Brasil, nas versões 911 Turbo S e 911 Turbo S Cabriolet, com as primeiras entregas previstas para o primeiro semestre de 2026.

Comparado ao antecessor, o novo Turbo S entrega 61 cv a mais, pesando apenas 85 quilos a mais, um feito notável para um modelo híbrido. Em Nürburgring Nordschleife, referência mundial em desempenho, o carro foi 14 segundos mais rápido que a geração anterior, comprovando o salto em agilidade e estabilidade. O sistema substitui o tradicional turbocompressor movido por gases de escape por turbos elétricos com motor integrado, o que elimina o famoso “lag” dos turbos convencionais e proporciona resposta instantânea ao acelerador.



turbo S

ÍCONE

O primeiro Porsche 911 foi lançado em 1964, como sucessor do modelo 356. Projetado por Ferdinand “Butzi” Porsche, neto do fundador da marca, o carro nasceu com a proposta de ser esportivo, mas também utilizável no dia a dia, algo raro na época. O design com faróis redondos, capô inclinado e motor traseiro logo se tornou um símbolo mundial de elegância e potência.

Nos anos 1970, surgiu a versão que consolidaria o 911 como lenda: Turbo, lançada em 1975. Foi o primeiro carro de produção da Porsche com turbocompressor, tecnologia derivada diretamente das pistas. O desempenho assombroso e a dirigibilidade desafiadora conquistaram fãs e deram início a uma linhagem que atravessou gerações sem jamais perder o DNA

As icônicas rodas Fuchs apareceram pela primeira vez em 1965 em um 911 Targa



Lançado no Salão de Paris de 1974, o 911 Turbo – ou tipo 930, como também é conhecido – foi o primeiro Porsche de produção com motor turboalimentado

GERAÇÕES

Houve oito gerações do Porsche 911. São elas:

Original 911 (até 1973)

G series (1974-1989)

964 (1988-1994)

993 (1993-1998)

996 (1997-2005)

997 (2004-2012)

991 (2011-2019)

992 (2018-present)

FONTE: PORSCHE.COM



O 911 Carrera RS 2.7, com sua marcante asa traseira em formato de *ducktail*, é considerado por muitos o 911 mais icônico de todos os tempos

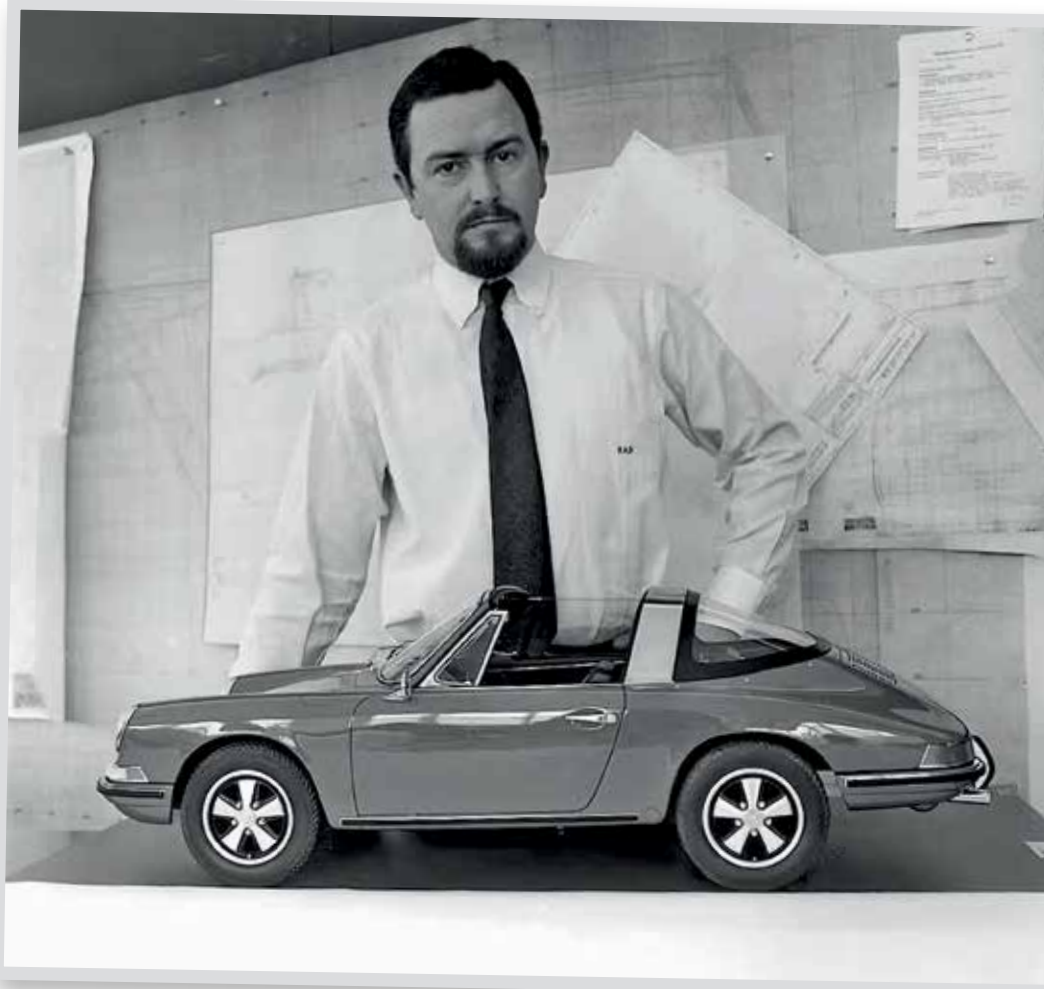
esportivo. Desde então, o 911 evoluiu em materiais, segurança e aerodinâmica, mas sempre preservou sua alma mecânica. Cada nova geração trouxe refinamento e ousadia, sem jamais trair o formato clássico que o tornou reconhecível à distância. Dos circuitos de Le Mans às ruas de Mônaco, o 911 é sinônimo de status e emoção.

TRADIÇÃO E FUTURO

A versão híbrida do Turbo S representa a maior transformação da linha 911 desde a adoção do motor refrigerado a água, em 1998. O sistema T-Hybrid, estreado no ano passado no 911 Carrera GTS, substitui o tradicional turbocompressor movido pelos gases de escape por um turbo elétrico com motor integrado. Esse recurso permite resposta instantânea ao acelerador, eliminando o famoso “lag” dos turbos convencionais.

No Turbo S, a engenharia foi levada ao extremo: o carro traz dois turbocompressores elétricos e um motor boxer de 3,6 litros e seis cilindros, resultando em desempenho que desafia os limites do possível em um carro de rua. O resultado é potência abundante, aceleração brutal e, ao mesmo tempo, maior eficiência energética. Mais do que números, o novo 911 simboliza a reconciliação entre tradição e modernidade. Enquanto outras marcas

FOTOS DIVULGAÇÃO



F.A. Porsche, designer do 911, com um modelo 911 S Targa em escala 1:5 em 1968



FOTOS DIVULGAÇÃO

de luxo apostam todas as fichas na eletrificação total, a Porsche escolhe um caminho de transição equilibrado, preservando o prazer da condução esportiva e o vínculo emocional com o motorista.

LANÇAMENTO

O lançamento do novo 911 ocorre em um momento de reestruturação para a Porsche. Desde sua bem-sucedida listagem na Bolsa de Frankfurt, há três anos, a empresa enfrentou desafios que abalaram seu desempenho financeiro: gargalos na cadeia de suprimentos, queda de vendas na China e uma desaceleração na demanda por veículos elétricos. A decisão de investir novamente em híbridos e motores a combustão faz parte de uma estratégia para recuperar margens e reconquistar investidores.

O NOVO 911 TURBO S COMBINA ENGENHARIA DE PONTA, TRADIÇÃO E UM TOQUE EMOCIONAL

Com Oliver Blume à frente da direção, a Porsche busca retomar o protagonismo no mercado de luxo esportivo. E o novo 911 Turbo S surge como símbolo dessa virada, ou seja, um produto que combina engenharia de ponta, tradição e um toque emocional que poucas marcas conseguem reproduzir.

LEGADO

O 911 sobreviveu a modismos, crises do petróleo, revoluções tecnológicas e transformações sociais. Continuou sendo o carro dos sonhos de entusiastas e colecionadores, um objeto de desejo que transcende o tempo. Cada geração manteve o motor traseiro e a silhueta inconfundível, adaptando-se às exigências da era moderna. Nos anos 1980, virou ícone da cultura pop; nos 1990, símbolo de sucesso corporativo; e no século XXI, um artefato de engenharia admirado por puristas e novos entusiastas. Agora, em 2025, o 911 híbrido reafirma que a performance e a emoção ainda podem coexistir com a eficiência e a tecnologia sustentável.



Visite a Porsche
Center Fortaleza
no Iguatemi Bosque.



As torres
contam com
apartamentos
de 325 m²

NOVO MARCO DO BEM VIVER

FORTALEZA GANHA UM NOVO ÍCONE ARQUITETÔNICO, O BOSQUE CONDOMÍNIO, ERGUIDO DIANTE DO PARQUE DO COCÓ E CONECTADO AO IGUATEMI BOSQUE. ASSINADO POR NORMATEL E JJA, O PROJETO APOSTA NA INTEGRAÇÃO ENTRE CIDADE E NATUREZA PARA CRIAR UM PADRÃO INÉDITO DE MORADIA

De frente para o Parque do Cocó e conectado ao Shopping Iguatemi Bosque, nasce em Fortaleza um empreendimento que ambiciona redefinir não apenas o *skyline*, mas também a experiência de morar em uma metrópole tropical. O Bosque Condomínio, assinado pela Normatel Incorporações e pela JJA Desenvolvimento Imobiliário, surge em um terreno de 6 mil m² como um projeto que pretende combinar natureza, urbanidade e conveniência em uma mesma estrutura, e, sobretudo, sem comprometer o equilíbrio ambiental da região.

A localização é o ponto de partida dessa narrativa. À frente, uma das áreas verdes mais valiosas do País, um parque de preservação permanente que garante

vista definitiva. Ao lado, um dos maiores centros comerciais do Nordeste, concentrando serviços, mercado, gastronomia e entretenimento. Segundo Rafael Brasil, sócio-diretor da Normatel Incorporações, essa geografia única orientou todas as decisões do projeto. “O Bosque nasce exatamente da intenção de unir três pilares essenciais da vida contemporânea: natureza, urbanidade e conveniência. Queríamos aproximar o morador do verde sem abrir mão da mobilidade e do dinamismo da cidade”.

A implantação das duas torres evidencia esse propósito. São edifícios de 100 metros de altura, um por andar, com 325 m² cada unidade. A fachada ondulante, marcada por curvas contínuas e vegetação integrada, busca dialogar com o parque em frente – uma tradução arquitetônica das copas das árvores, do vento e das formas orgânicas presentes no Cocó.

O BOSQUE ABRIGA UM DOS MAIORES COMPLEXOS ESPORTIVOS COBERTOS DO PAÍS DENTRO DE UM EMPREENDIMENTO RESIDENCIAL

“Nossa inspiração veio da fluidez natural do parque. As ondulações da fachada favorecem luz, ventilação e vistas mais amplas, ao mesmo tempo em que trazem leveza para uma construção desse porte”, explica o empresário. O resultado é uma estética que combina imponência com organicidade, tornando o Bosque um ícone visual sem destoar do ambiente.

Esse compromisso com o entorno também aparece nas soluções sustentáveis incorporadas ao projeto. O aproveitamento máximo da ventilação natural, potencializado pelas curvas da fachada e pela orientação das torres, reduz a demanda por climatização artificial. Áreas comuns automatizadas, controle de acesso inteligente e infraestrutura para apartamentos conectados integram o pacote tecnológico que se soma ao paisagismo exuberante e aos *rooftops* panorâmicos. Para Rafael Brasil, “trata-se de um novo padrão de morar, onde tecnologia e natureza convivem em equilíbrio”.

Se o design oferece identidade ao projeto, o lazer dá escala. O Bosque abriga um dos maiores complexos esportivos cobertos do País dentro de um empreendimento residencial: 3.500 m² dedicados exclusivamente ao esporte, reunindo quadra de tênis de saibro, beach tennis, poliesportiva, squash, piscina aquecida com raia de 25 metros e uma academia de pé-direito

duplo voltada para o Cocó. No pavimento descoberto, outros 3.600 m² ampliam a proposta com piscina elevada de 50 metros, brinquedos aquáticos, *playground* e quadra de pickleball. “Queremos atender famílias que buscam movimento e rotina saudável. O esporte passa a fazer parte da vida cotidiana, sem deslocamentos ou mensalidades externas”, resume o diretor.

O projeto também reflete uma ambição maior: posicionar Fortaleza como protagonista no mercado imobiliário de alto padrão. “O Bosque simboliza um marco para a cidade e para o Nordeste. Ele demonstra que Fortaleza está pronta para receber empreendimentos de referência nacional”, afirma o sócio-diretor da Normatel. A combinação entre escala, arquitetura, sustentabilidade e integração urbana, segundo ele, inaugura um novo capítulo da incorporação de luxo no Ceará.

Mais do que um edifício de alto padrão, o Bosque Condomínio busca materializar uma visão de futuro onde o morar é entendido como experiência em que o cotidiano se aproxima da natureza, a cidade se revela mais fluida e a vida encontra novos modos de equilíbrio. Entre a imponência vertical e a serenidade do Cocó, o empreendimento se apresenta como um símbolo dessa convergência: um marco que pretende redefinir não apenas um endereço, mas um jeito de habitar Fortaleza.



DIVULGAÇÃO

Track & Field[®]

Movimentos *de* verão

Sua performance no dia a dia com muito mais conforto

Praticidade e estilo a cada movimento. Visite a nossa loja e encontre a peça que mais combina com você.



@trackfieldfortaleza

Shopping Iguatemi - Piso II

(85) 98222-7008

CLUB MASTER

A ALFAIATARIA ESPORTIVA ASSUME O COMANDO. JAQUETAS E PARKAS GANHAM STATUS QUANDO SURGEM EM CAMADAS MONOCROMÁTICAS, CRIANDO UM VISUAL ELEGANTE SEM ESFORÇO. PARA ARREMATAR, ÓCULOS E RELÓGIOS EM AÇO OU BORRACHA ENTRAM EM CENA COMO ACESSÓRIOS DE IMPACTO – FUNCIONAIS, PRECISOS E CHEIOS DE ATITUDE!

FOTOGRAFIA IAN DE CARVALHO STYLING MARCOS MARLA MAKE E HAIR CELSO FERRER
MODELO BRUNO MEDINA TRATAMENTO DE IMAGENS ALAN UCHÔA
SPECIAL THANKS NÁUTICO ATLÉTICO CEARENSE



JAQUETA COM
CAPUZ EM LINHO
TECNOLÓGICO
BOSS

T-SHIRT E CALÇA
TEXTURIZADA
BOSS

TÊNIS EM COURO
JEF

ÓCULOS RAY
BAN+FERRARI
RAY BAN

RELÓGIO ORIENT
ALIANÇA DE OURO

ANORAK DE
NEOPRENE
ARAMIS

POLO EM ALGODÃO
PIMA E CALÇA
ARAMIS

TÊNIS
JEF

ÓCULOS RAY
BAN+FERRARI
RAY BAN

RELÓGIO VICTORINOX
TIMEHOUSE



JAQUETA
BOMBER,
T-SHIRT
E CALÇA
ARAMIS
TÊNIS
JEF









PARKA E
T-SHIRT
OFICINA

ÓCULOS RAY
BAN+FERRARI
RAY BAN

CALÇA DE
ALFAIATARIA
E SAPATO EM
CAMURÇA
OFICINA

TODOS OS TONS DE AZUL

COMBINAÇÕES CRIATIVAS REVELAM COMO A COR ESBANJA ESTILO E PERSONALIDADE, TRAZENDO FRESCOR E SOFISTICAÇÃO

CONJUNTO EM TRICÔ
OH, BOY!



BOLSA EM PALHA
LOJA DO BEM



ÓCULOS DE SOL
ZEREZES

JAQUETA JEANS
COM CRISTAIS
LEVI'S



CALÇA JEANS
CALVIN KLEIN



CALÇA
JEANS
AZUL
COLCCI



COSTUME
GABARDINE
VR



CAFETEIRA
SPICY



CAMISA MANGA LONGA
SERGIO K



BOLSA
PARA
VINHOS
MITA



SAPATO EM
CAMURÇA
SERGIO K

CALÇA EM
VISCOSÉ
COLCCI



LANCHEIRA
E MALA
ESCOLAR
KIPLING



CAMISA EM VISCOSÉ
COLCCI





PELÚCIA REEBOK
FREESTYLE
ZEE.DOG



GUIA
HANDS
FREE
REEBOK
ZEE.DOG



GUIA COM
AMORTECEDOR
REEBOK
ZEE.DOG



PEITORAL
E GUIA
GOCASE



PEITORAL PARA
CACHORROS
ZEE.DOG



CHARM BRACELET
COM BERLOQUES
LIFE BY VIVARA



COLAR COM
PINGENTES PET
LIFE BY VIVARA



BRINCO PATAS DE CACHORRO
LIFE BY VIVARA



COLEIRA
PET ICONS
GOCASE



COMEDOURO
ZEE.DOG + FARM

PET FRIENDLY

FUNCIONALIDADE,
ESTILO E CONFORTO
SE ENCONTRAM
EM PRODUTOS QUE
ELEVAM A ROTINA
DOS *PETS* E DOS
SEUS HUMANOS

AQUI, A GASTRONOMIA SE TORNA UMA EXPERIÊNCIA ÚNICA



SANTA GRELHA
Cortes premium,
sabor inesquecível.

📍 **santagrelha**



LA PASTA GIALLA
O sabor autêntico
da Itália.

📍 **lapastagiallafortaleza**



RYORI
O melhor da
culinária asiática.

📍 **restauranteryori**

SHOPPING IGUATEMI BOSQUE - EXPANSÃO - PISO SUPERIOR - L3

www.gruposocialclube.com.br



KIT COM
CÁPSULAS
E CANECA
NESPRESSO



CONJUNTO
DE LOUÇA
DECORADA
ÁGUA DE
COCO CASA

WISHLIST

CADA ESCOLHA É UM CONVITE
PARA CELEBRAR MOMENTOS
ESPECIAIS COM SOFISTICAÇÃO,
CHARME E AQUELE TOQUE
DE PERSONALIDADE



PANELA
LE CREUSET



ADORNO
CARDUME
EM CRISTAL
SWAROVSKI



ÓCULOS DE
SOL TOM FORD
ITAMARATY



KIT BANHO
L'OCCITANE
EN PROVENCE



DIFUSOR
DE AROMAS
TÂNIA
BULHÕES



CONJUNTO COLAR,
ANEL E BRINCOS
PANDORA

AS MELHORES EXPERIÊNCIAS MARCAM A MEMÓRIA

IGUATEMI BOSQUE:

PELA 18ª VEZ CONSECUTIVA,
O SHOPPING MAIS LEMBRADO
NO CEARÁ.

INQUIRY
DATAFOLH

TOP OF MIND

2025-2026



Iguatemi
Bosque

APRENDIZ E MESTRE DA *Doçura*

ENTRE BALANÇAS E LEMBRANÇAS,
DIEGO LOZANO CONSTRÓI UMA
CONFEITARIA QUE UNE RIGOR E
EMOÇÃO. MESTRE E APRENDIZ,
ELE DEFENDE UMA DOÇURA COM
IDENTIDADE BRASILEIRA – FEITA
DE TÉCNICA, VERDADE E MEMÓRIA.
À FRENTE DE UMA GERAÇÃO QUE
VALORIZA O SABOR MAIS QUE O
ESPETÁCULO, O *CHEF* TRANSFORMA
AÇÚCAR EM LINGUAGEM E
ENSINO EM PROPÓSITO

por Aline Veras



DIVULGAÇÃO



Diego Lozano criou e comanda a própria escola de confeitaria, uma das pioneiras no Brasil

Há quem diga que o doce é o instante em que o tempo desacelera. Que o açúcar, quando encontra o fogo e a precisão, tem o poder de eternizar memórias. Diego Lozano parece entender isso desde sempre. “A confeitaria me conquistou porque é o equilíbrio perfeito entre arte e ciência”, diz, com a calma de quem aprendeu a medir a emoção em gramas e segundos.

Foi ainda jovem que o paulista descobriu seu lugar no mundo entre balanças, fornos e espátulas. Um território onde o rigor técnico se encontra com a leveza do gesto criativo. Um universo onde o sabor é tão importante quanto a história que ele carrega. “O começo é sempre difícil. Confeitaria é disciplina, repetição e muita paciência”, conta. E talvez seja por isso que sua trajetória soe como uma receita longa e bem batida, feita de tempo, persistência e uma busca incessante pela excelência.

Essa busca o levou ao D.O.M., o templo gastronômico de Alex Atala, onde aprendeu que “excelência é rotina, não exceção”. Ali entendeu que “cada grama, cada segundo de cocção faz diferença”. Foi o momento em que o rigor se transformou em linguagem. A confeitaria, então, deixou de ser apenas profissão e se tornou filosofia – uma maneira de estar no mundo com atenção, respeito e delicadeza.

Mas Diego nunca quis fazer doces apenas bonitos. Ele queria que tivessem verdade. E é aí que sua obra começa a dialogar com o País. “O confeito brasileiro passou a entender que não precisa copiar ninguém. Hoje existe mais segurança em criar a partir da nossa cultura, dos nossos ingredientes e da nossa história”. Há nessa fala um manifesto: o de uma confeitaria que não busca aprovação externa, mas que se reconhece no sabor da jabuticaba, na acidez do cupuaçu, na força do cacau do sul da Bahia.

“
O COMEÇO
É SEMPRE
DIFÍCIL.
CONFEITARIA
É DISCIPLINA,
REPETIÇÃO
E MUITA
PACIÊNCIA.
EXCELÊNCIA É
ROTINA, NÃO
EXCEÇÃO
”

“O Brasil é uma potência em sabores”, ele afirma, como quem fala de uma terra fértil ainda em flor. “O que falta é explorá-los com técnica e equilíbrio, entender acidez, textura, intensidade”. É esse diálogo entre sensibilidade e método que o move. Porque, para Diego, “a técnica te dá liberdade” e a liberdade, quando guiada pela emoção, vira identidade.

Em tempos de vitrines digitais e espetáculos culinários, Lozano parece caminhar na contramão do improvável. “O que segura o confeito não é o post bonito, é o sabor e a consistência do trabalho”. Ele reconhece a força das redes sociais e das novas tecnologias, mas insiste que o ofício é feito de chão, de estudo e de respeito. “Muita gente quer começar criando antes de aprender fundamentos. Quando o aluno entende o porquê das coisas, ele evolui muito mais rápido”.

Não por acaso, a educação virou seu propósito. À frente da própria escola de confeitaria, uma das pioneiras no Brasil, Diego já formou muitos alunos, e vê neles a prova de que o conhecimento multiplica o sabor da vida. “Ver o crescimento das pessoas é o que mais me motiva. Ensinar é uma forma de continuar aprendendo todos os dias”.

E é assim que ele se coloca: como mestre e aprendiz. O olhar de quem guia e ainda se encanta com o novo. “Tudo me inspira: as lembranças de infância, as viagens, os sabores que encontro pelo Brasil, as conversas com alunos”. É no cotidiano que ele encontra a centelha criativa, nas pequenas descobertas que transformam a doçura em gesto.

Essa doçura, porém, não é ingênua. Ela carrega complexidade, contraste, acidez, o mesmo equilíbrio que define sua visão sobre tradição e inovação. “Uma coisa não existe sem a outra. É preciso dominar a base pra poder criar algo novo de verdade”. Na confeitaria de Lozano, o clássico não é prisão, é ponto de partida.

“O cacau brasileiro é extraordinário. Temos *terroirs* incríveis e produtores



UMA DAS MAIORES
REFERÊNCIAS DA CONFEITARIA
NACIONAL, LOZANO PARECE
GUIADO POR UMA IDEIA
SIMPLES: A DE QUE O DOCE
PODE TRANSFORMAR

apaixonados. O futuro da confeitaria passa por valorizar esse cacau de origem, trabalhar com ele de forma artesanal e consciente”. Ele fala do chocolate como quem fala de um personagem nobre, com alma e território, capaz de contar histórias sobre o País.

Ao mesmo tempo, há nele uma alegria genuína ao ver o quanto a confeitaria ganhou o público nos últimos anos. “A confeitaria encanta. É visual, emocional e técnica ao mesmo tempo. Muita gente começou por curiosidade e acabou descobrindo uma paixão”. Ele vê beleza na democratização do doce, mas não perde o senso de responsabilidade. “É importante que esse interesse venha junto com estudo e respeito pela profissão”.

Como jurado do *MasterChef Confeitaria 2025*, Diego encontrou no palco popular o reflexo dessa nova geração. “O nível está altíssimo. Os participantes chegaram muito preparados, com técnica, repertório e uma vontade enorme de se expressar por meio da confeitaria”. Ele fala dos competidores com o entusiasmo de quem reconhece o próprio passado neles, jovens que misturam medo, sonho e coragem em cada sobremesa.

Hoje, consolidado como uma das maiores referências da confeitaria nacional, Lozano parece ainda guiado por uma ideia simples: a de que o doce pode transformar. Transformar uma tarde comum em lembrança, uma aula em destino, um ingrediente em história. “O bom confeito é aquele que domina o que faz, mas também sabe colocar emoção e verdade em cada criação”.

Talvez seja isso que o define: não a fama, nem os prêmios, mas a capacidade de colocar verdade no que é efêmero. Seus doces não são apenas belos; são pontes entre técnica e sentimento, entre o gesto preciso e o coração aberto. Porque a confeitaria é também sobre humanidade. O instante em que alguém prova algo e se emociona sem saber por quê. E o *chef* Diego Lozano, com sua serenidade e rigor, parece nos lembrar que a doçura mais profunda é aquela que nasce do encontro entre arte, ciência e alma.

Lozano se reconhece
nos competidores
do *MasterChef*
Confeitaria, programa
em que é jurado



A HIDRATAÇÃO QUE ENTENDE O VERÃO DO NORDESTE.

Até 48h de
HIDRATAÇÃO PROLONGADA

Repara a barreira
cutânea em **30 MINUTOS**

Textura leve, **TOQUE
SECO** e conforto imediato

Pele sequinha, **SEM
ASPECTO PEGAJOSO**



A nova geração de dermocosméticos inteligentes chegou à Fortaleza.

Lecieza Dermocosmetics une nanotecnologia e ciência para criar dermocosméticos que vão além da estética: verdadeiros tratamentos para a saúde da pele.



○ 24h de hidratação
Áreas ressecadas – pés,
joelhos e cotovelos

○ 24h de hidratação
Pele normal a seca
Rosto e Corpo

○ 48h de hidratação
Pele seca a extra seca
Rosto e Corpo

O BRASIL QUE O GUIA MICHELIN INDICA

A HOSPITALIDADE BRASILEIRA ACABA DE GANHAR NOVAS CHAVES. O *GUIA MICHELIN*, REFERÊNCIA MUNDIAL EM GASTRONOMIA E AGORA TAMBÉM EM HOTELARIA, REVELOU SUA PRIMEIRA SELEÇÃO DE 20 HOTÉIS NO BRASIL, RECONHECENDO LUGARES ONDE O LUXO ENCONTRA CULTURA, ARTE E AUTENTICIDADE. NO TOPO DA LISTA, ROSEWOOD SÃO PAULO E HOTEL DAS CATARATAS – A BELMOND HOTEL, RECEBERAM AS COBIÇADAS TRÊS CHAVES MICHELIN, DISTINÇÃO RESERVADA A EXPERIÊNCIAS VERDADEIRAMENTE EXTRAORDINÁRIAS

por Aline Veras

Hotel das Cataratas,
A Belmond Hotel,
no Paraná



DIVULGAÇÃO

Rosewood São Paulo abriga o renomado restaurante Taraz



FOTOS DIVULGAÇÃO

O prestigiado *Guia Michelin*, conhecido por consagrar os melhores restaurantes do mundo com suas célebres estrelas, lançou oficialmente no Brasil o *Guia Michelin Hotels*, uma curadoria internacional que reconhece estabelecimentos de hospedagem excepcionais com o símbolo das “chaves Michelin”.

No total, 20 hotéis brasileiros foram selecionados na primeira edição, que substitui o tradicional sistema de estrelas por chaves – um conceito voltado exclusivamente ao setor de hotelaria e hospitalidade. A ideia é destacar não apenas o luxo, mas também a autenticidade, o conforto e o impacto emocional da experiência de hospedagem.

Segundo o guia, as chaves Michelin avaliam cinco critérios principais: excelência arquitetônica e de design, qualidade e consistência do serviço, personalidade e singularidade do local, contribuição para a região onde está inserido e coerência na relação entre o preço e a experiência oferecida.

Entre os hotéis brasileiros selecionados, figuram nomes de diferentes perfis e regiões, como o Carmel Taíba (CE), o Uxua Casa Hotel & Spa (Trancoso, BA), a Pousada Literária de Paraty (RJ), o Txai

Resort (Itacaré, BA), o Copacabana Palace, A Belmond Hotel (RJ), e o Hotel Unique (SP).

Mas o destaque máximo ficou para dois endereços que alcançaram o nível mais alto da premiação – as cobiçadas três chaves Michelin: o Rosewood São Paulo, na capital paulista, e o Hotel das Cataratas, A Belmond Hotel, dentro do Parque Nacional do Iguaçu.

AS TRÊS CHAVES DA EXCELÊNCIA

A conquista de três chaves Michelin equivale, no universo da hospitalidade, ao que as três estrelas representam na gastronomia: o reconhecimento do que há de mais notável e inspirador.

O *Guia Michelin Hotels* já havia estreado na Europa e nos Estados Unidos, e agora chega ao Brasil com a missão de mapear as experiências hoteleiras mais transformadoras do País. A curadoria é feita por especialistas independentes, que avaliam milhares de hospedagens em visitas anônimas, analisando conforto, estética e impacto emocional de cada espaço.

“Três chaves são a consagração do extraordinário, experiências que transformam a viagem em uma memória duradoura”, afirmou Gwendal Poulennec, diretor internacional do *Guia Michelin*, ao anunciar os resultados.

Rosewood São Paulo

ARTE, HISTÓRIA E SOFISTICAÇÃO NO CORAÇÃO DA METRÓPOLE

Inaugurado em 2022, o Rosewood São Paulo ocupa um dos poucos edifícios históricos remanescentes do coração da maior cidade da América Latina. Situado na Cidade Matarazzo, a poucos metros da Avenida Paulista, o hotel é um projeto monumental que une arte, sustentabilidade e elegância em uma proposta de hospitalidade única no país.

Sua fachada exibe uma impressionante torre-jardim vertical desenhada pelo arquiteto Jean Nouvel, laureado com o prêmio Pritzker, enquanto o design de interiores leva a assinatura do francês Philippe Starck. O conjunto revitalizou antigas construções neoclássicas projetadas por Luigi Pucci e Giulio Mecheli, originalmente um complexo hospitalar criado no início do século XX.

A restauração, comandada pelo empresário francês Alex Allard e pelo Groupe Allard, preservou o patrimônio histórico

e acrescentou nova vida ao espaço, que hoje é símbolo de modernidade e brasilidade. Entre parques arborizados e avenidas movimentadas, o Rosewood propõe um novo padrão de luxo: uma elegância que nasce do diálogo entre cultura, arte e natureza.

O hotel abriga uma coleção permanente com mais de 450 obras de artistas brasileiros, fruto da curadoria de Marc Portier, que percorreu o País em busca de talentos consagrados e emergentes, da arte indígena à arte urbana contemporânea. Cerca de 50 artistas participaram da criação de obras exclusivas para o espaço, muitas delas *site specific*, criadas sob medida para cada ambiente.

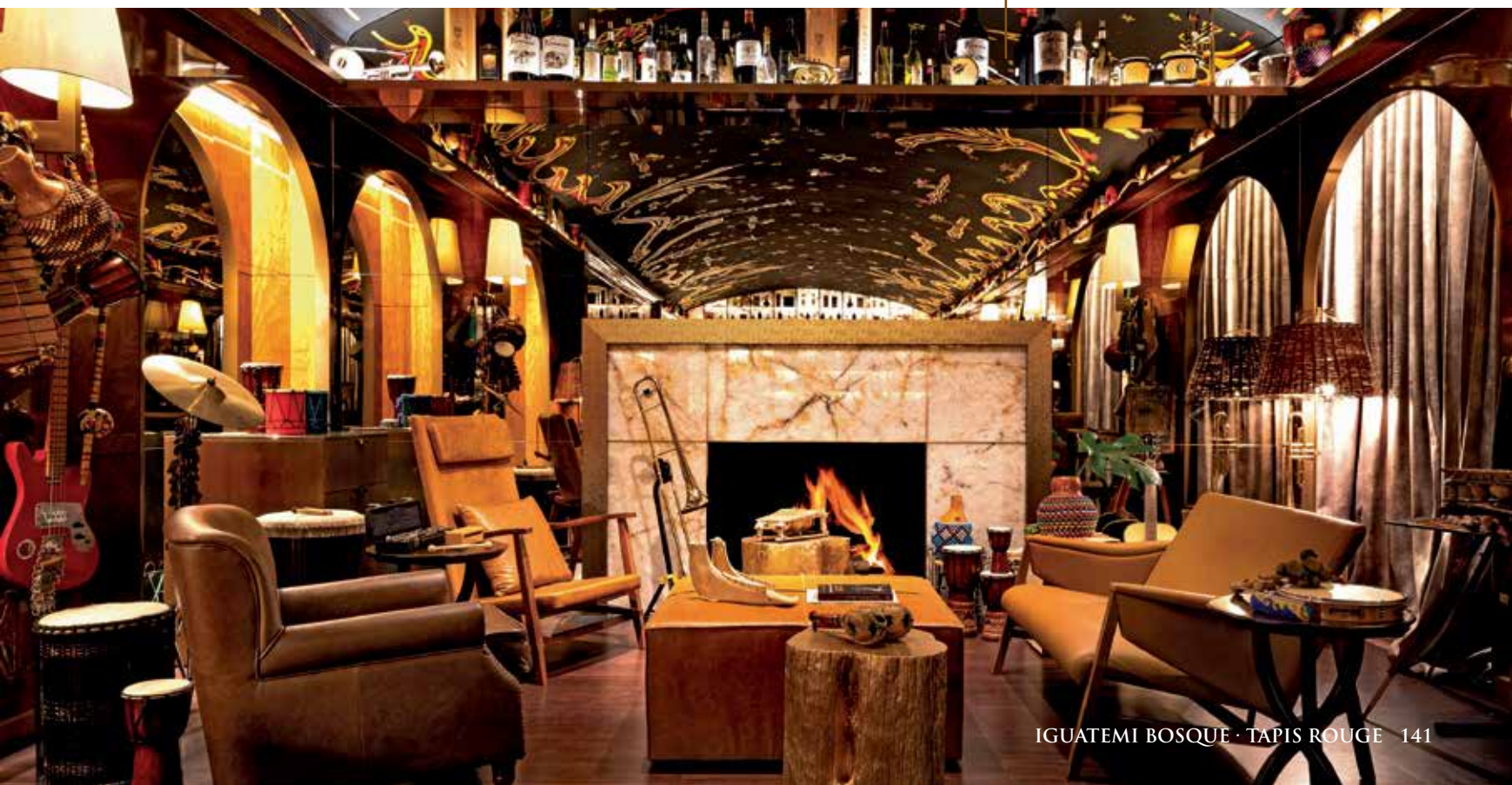
Com 160 acomodações luxuosas, incluindo as exclusivas Rosewood The Suites, o hotel combina conforto extremo com referências afetivas da cidade. Mármore dolomítico branco, madeira nobre

e peças criadas por artesãos locais dão o tom de brasilidade e sofisticação.

Entre as experiências oferecidas, destacam-se o bar **Rabo di Galo**, um elegante espaço que homenageia os clubes de jazz dos anos 1930, com música ao vivo e coquetaria autoral, e o restaurante Taraz, comandado pelo *chef* Felipe Bronze, que celebra a culinária sul-americana com pratos preparados à lenha e com ingredientes locais.

O Rosewood já soma outros prêmios internacionais: foi eleito Hotel do Ano no AHEAD Awards Américas 2022, melhor hotel da América do Sul pelo The World's 50 Best Hotels 2023 e recebeu o Prix Versailles 2023 como um dos hotéis mais bonitos do mundo.

Mais do que luxo, o Rosewood representa uma filosofia: "Não há luxo sem cultura". É justamente essa combinação de arte, história e sofisticação que o levou ao topo do novo *Guia Michelin*.



Hotel das Cataratas. A Belmond Hotel **LUXO EM MEIO À NATUREZA SAGRADA**

No Paraná, o Hotel das Cataratas, A Belmond Hotel, situado no Parque Nacional do Iguaçu, conquistou igualmente as três chaves Michelin.

É o único hotel localizado no parque, uma posição privilegiada que permite aos hóspedes uma experiência sem igual: observar o nascer e o pôr do sol sobre as Cataratas do Iguaçu, longe do público que visita o local durante o dia.

O edifício em estilo colonial português, com fachada cor-de-rosa e jardins impecáveis, preserva a atmosfera

dos tempos áureos do turismo de luxo no século XX. Ao mesmo tempo, oferece conforto e tecnologia de ponta, em perfeita harmonia com o ambiente natural.

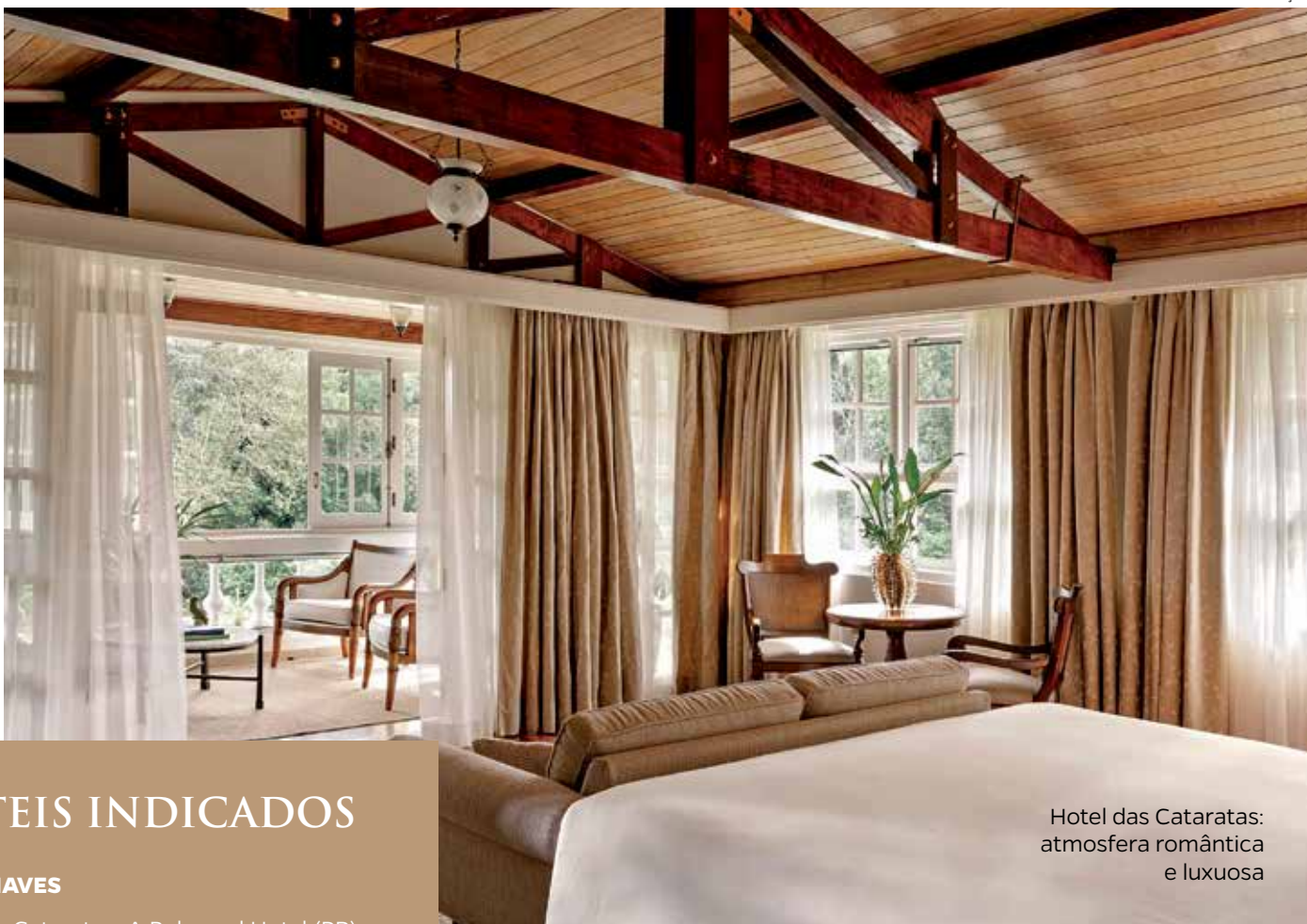
A Belmond, reconhecida mundialmente por hotéis icônicos como o Copacabana Palace, investiu em um modelo de hospitalidade sustentável e imersiva. No Hotel das Cataratas, os hóspedes são convidados a vivenciar a floresta: trilhas, observação de aves e passeios noturnos guiados revelam a beleza da

Mata Atlântica e reforçam a conexão com a natureza.

Gastronomia e bem-estar também são pilares da experiência. O restaurante Ipe Grill oferece menus com ingredientes regionais e uma carta de vinhos criteriosa, enquanto o Cataratas Spa by Sisley convida à contemplação e relaxamento.

Com sua atmosfera romântica, paisagens exuberantes e serviço impecável, o Hotel das Cataratas traduz a essência das três chaves Michelin: uma experiência rara, harmoniosa e inesquecível.





Hotel das Cataratas:
atmosfera romântica
e luxuosa

HOTEIS INDICADOS

TRÊS CHAVES

Hotel das Cataratas, A Belmond Hotel (PR)
Rosewood São Paulo (SP)

DUAS CHAVES

Copacabana Palace, A Belmond Hotel (RJ)
Palácio Tangará (SP)

UMA CHAVE

Fasano São Paulo (SP)
Awasi Santa Catarina (SC)
Barracuda Hotel & Villas (BA)
Emiliano São Paulo (SP)
Fasano Angra dos Reis (RJ)
Fera Palace Hotel (BA)
Fasano Salvador (BA)
Fasano Trancoso (BA)
Hotel Santa Teresa Rio MGallery (RJ)
Fasano Boa Vista (SP)
Txai Resort (BA)
Kenoa Exclusive Beach & Spa Resort (AL)
Botanique Hotel & Spa (RJ)
Toca da Coruja (RN)
Pulso Hotel Faria Lima (SP)
Carmel Taíba Exclusive Resort (CE)





O PARAÍSO EM TOM DE AZUL

Na praia da Taíba, a pouco mais de uma hora de Fortaleza (CE), o **Carmel Taíba Exclusive Resort** traduz o que há de mais refinado no turismo de luxo nordestino. Erguido sobre falésias e cercado por coqueirais e mar turquesa, o hotel combina sofisticação e natureza em perfeita harmonia. O projeto arquitetônico, assinado por Marcelo Franco, com interiores de João Armentano e paisagismo de Alex Hanazaki, aposta na integração total com o entorno. O luxo está nos detalhes, mas também na paisagem.

Com apenas 36 vilas, muitas delas com piscina privativa, sauna e vista panorâmica, o resort oferece uma experiência de exclusividade e conforto raro. Os hóspedes são recebidos com *amenities* de marcas internacionais, lençóis de fios egípcios e atendimento personalizado, que faz jus à reputação da rede Carmel.

Além do visual deslumbrante, o hotel abriga um spa completo, academia, piscinas de borda infinita, espaço kids e experiências ao ar livre, como passeios de buggy e mergulhos. A gastronomia, com ingredientes locais e técnica apurada, completa a imersão sensorial. Entre o mar, as falésias e o cuidado em cada detalhe, o Carmel Taíba é mais do que um *resort*, é um refúgio de luxo e serenidade à beira do Ceará.

NATUREZA, DESIGN E ALMA BAIANA

No alto da Praia do Resende, em Itacaré, o **Barracuda Hotel & Villas** é um exemplo de como o turismo de luxo pode ser também sustentável e conectado com o entorno. Cercado por 26 hectares de Mata Atlântica, o hotel oferece uma experiência que une design contemporâneo, hospitalidade baiana e respeito pela natureza.

Com apenas 17 suítes e um conjunto de villas independentes, o Barracuda privilegia o conforto e a privacidade. O estilo minimalista, inspirado no olhar escandinavo, ganha alma tropical com o uso de madeiras locais, fibras naturais e tons terrosos. Cada varanda se abre para

o verde e o mar, convidando o hóspede a desacelerar.

Na gastronomia, o restaurante do hotel aposta em ingredientes frescos da região, pescados locais e produtores parceiros, uma cozinha que celebra a Bahia com sofisticação e propósito. Parte dos lucros é revertida em ações do Instituto Yandê Itacaré, iniciativa mantida pelo grupo Barracuda para fortalecer a comunidade local.

Mais do que um destino de luxo, o Barracuda é um lugar de encontro entre elegância, natureza e responsabilidade. Um refúgio que traduz o novo espírito da hotelaria brasileira: sustentável, sensível e profundamente humano.

DICAS

Para planejar sua próxima viagem, visite no Iguatemi Bosque:

VISTOS E PASSAPORTES

For Vistos | Subsolo

Polícia Federal | Subsolo

AGÊNCIAS DE VIAGENS

Befly Travel | Subsolo

CVC Turismo | Piso 1

MALAS E ARTIGOS DE VIAGENS

Samsonite | Piso 1

Bagaggio | Piso 1

Le Postiche | Piso 1

Inovathi | Piso 1

Sestini | Piso 1

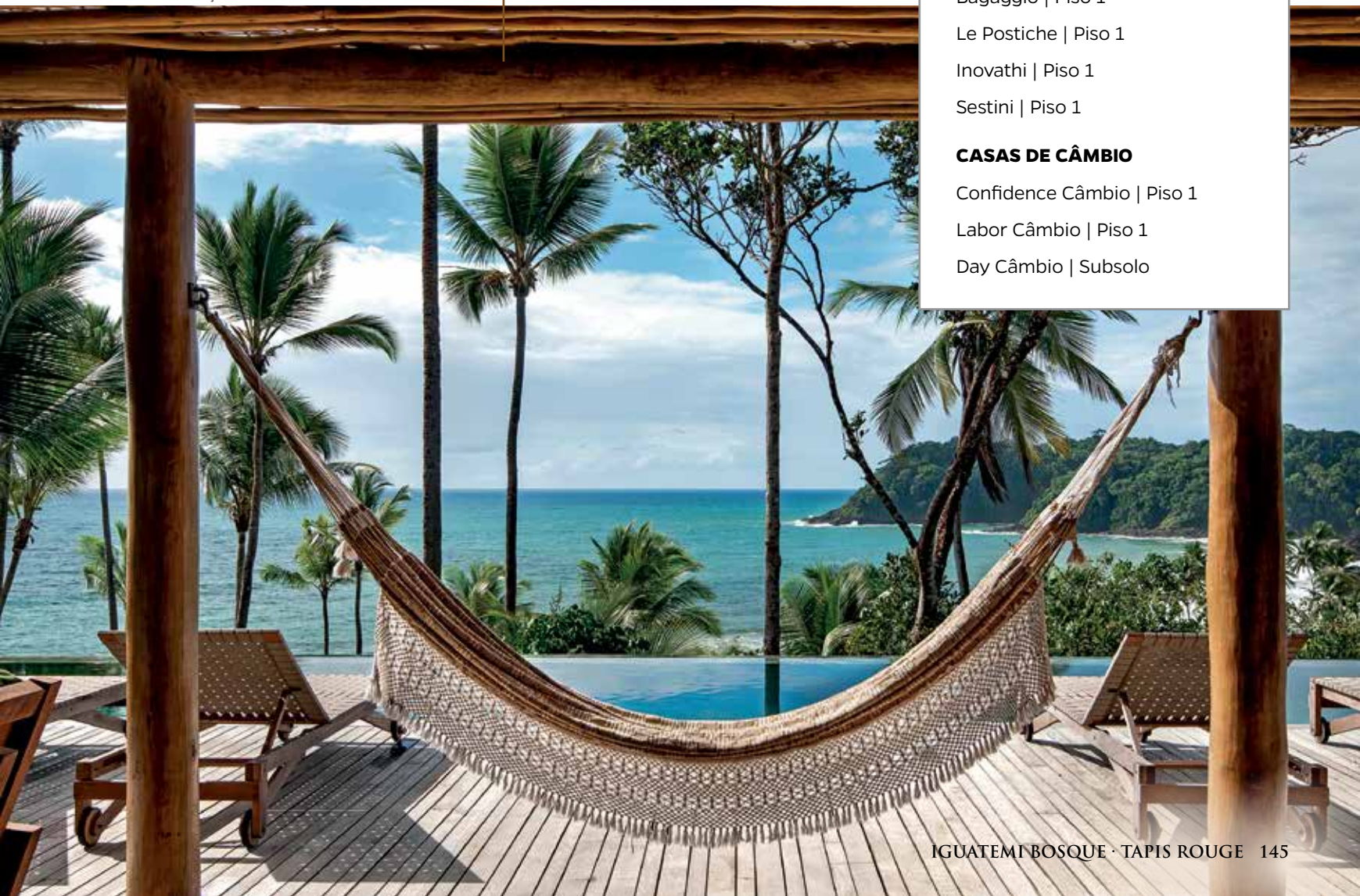
CASAS DE CÂMBIO

Confidence Câmbio | Piso 1

Labor Câmbio | Piso 1

Day Câmbio | Subsolo

FOTOS DIVULGAÇÃO





DANIEL CALVET

CAMINHOS DO *cuidar*

O IGUATEMI
BOSQUE SE FIRMA
COMO UM POLO
DE SERVIÇOS QUE
INTEGRA BEM-ESTAR,
LIFESTYLE, SAÚDE
E CONVENIÊNCIA
EM UM SÓ LUGAR

por Aline Veras

Nos últimos anos, o Iguatemi Bosque consolidou-se como um dos principais polos de serviços de Fortaleza. Muito além de um centro de compras, o shopping se tornou um espaço onde autocuidado, *lifestyle*, saúde, formação cultural e rotina familiar convivem de maneira integrada. Ali, experiências antes dispersas pela cidade, como fazer as unhas, cortar o cabelo das crianças, treinar, buscar atendimento médico de alto padrão ou estudar música, hoje se conectam em um mesmo percurso, gerando praticidade e fortalecendo um novo modo de viver a cidade.

Entre os destaques desse ecossistema estão cinco operações que se complementam: PJ Club Hair, PJ Kids, Musiqueria, Bodytech Iguatemi Bosque e Clínica Essence. Cada uma, à sua maneira, contribui para que o shopping ofereça uma rede de serviços qualificados que acompanham as demandas da vida contemporânea, equilibrando tempo, bem-estar, cuidado e experiências transformadoras.

PJ KIDS

Para complementar seu atendimento familiar, o PJ Club Hair criou o PJ Kids, um salão infantil com ambiente temático, seguro e lúdico. O espaço foi desenvolvido para atender crianças que muitas vezes enfrentam ansiedade durante cortes de cabelo ou procedimentos básicos.

A ambientação colorida, a mobília adaptada e a presença de profissionais capacitados garantem que a experiência da criança seja leve, acolhedora e divertida. O PJ Kids se diferencia ao transformar o momento do corte em uma pequena celebração, um momento no qual a criança participa ativamente, se sente confortável e experimenta o salão como um lugar familiar e positivo.

Para muitos pais, o serviço representa praticidade e confiança: enquanto as crianças são atendidas em um espaço adequado às suas necessidades, os pais podem simultaneamente realizar seus próprios serviços no PJ Club Hair. Essa integração facilita a rotina e cria um fluxo natural para famílias que já frequentam o shopping.



PJ CLUB HAIR

O PJ Club Hair nasceu com a proposta de reunir serviços de beleza de alta performance voltados para diferentes perfis de clientes. O salão oferece coloração, mechas, cortes, escovas, tratamentos, reconstruções e spa capilar, sempre com foco na personalização e no resultado técnico preciso.

Um dos maiores diferenciais é o espaço exclusivo de unhas, totalmente reservado, onde o salão realiza manicure, pedicure e esmaltação em gel.

O PJ também integra diferentes públicos ao oferecer uma barbearia masculina posicionada em frente ao espaço principal, com profissionais especializados em cortes, barba e *grooming* masculino. Essa área amplia o leque de

serviços e permite que famílias inteiras sejam atendidas no mesmo local.

Além disso, o PJ Club Hair conta com uma equipe multidisciplinar capaz de executar desde serviços simples até transformações completas. O time atua com alto padrão técnico, mantendo consistência nos resultados e acompanhando tendências e novas tecnologias.

Por fim, o ambiente amplo, climatizado e planejado reforça a proposta de oferecer uma experiência de salão que combina bem-estar, estética e praticidade. O espaço se tornou referência para quem busca um centro de beleza consistente, moderno e voltado para toda a família.

MUSIQUERIA

A Musiqueria é uma das escolas de música mais queridas de Fortaleza. Fundada em 2014, nasceu com um propósito claro: ensinar música de forma leve, divertida e integrada ao cotidiano. O espaço oferece um ambiente acolhedor que recebeu, ao longo dos anos, crianças, jovens e adultos em busca de desenvolver habilidades musicais, descobrir um instrumento ou simplesmente encontrar na música um espaço de expressão e bem-estar.

A metodologia é baseada na vivência musical: o aprendizado acontece de maneira prática, emocional e espontânea. O aluno aprende tocando, experimentando e se envolvendo com a música. Essa filosofia ajudou a transformar a Musiqueria em referência no ensino musical não competitivo, onde o prazer e a sensibilidade se sobrepõem à rigidez técnica.

A escola oferece cursos de violão, guitarra, bateria, canto, piano, teclado, baixo, ukulele, musicalização infantil e prática de banda, com aulas individuais e personalizadas. As salas são amplas, climatizadas e equipadas com pianos acústicos e elétricos, além de instrumentos de alta qualidade.

DANIEL CALVET





BODYTECH

A Bodytech Iguatemi Bosque figura entre as academias mais completas da cidade, combinando estrutura robusta, variedade de modalidades e uma proposta alinhada ao estilo de vida contemporâneo. A unidade conta com 2.100 m², distribuídos entre salas de aula, estúdios especializados, área de musculação e espaços voltados à convivência.

O horário de funcionamento é amplo – das primeiras horas da manhã até a noite –, permitindo que o treino se encaixe com facilidade na rotina de quem trabalha, estuda ou mantém uma agenda flexível.

Entre os principais diferenciais estão as mais de 20 modalidades de aulas coletivas, com duas opções exclusivas da unidade: Boxer Studio e Fit Plus, ambas voltadas para treinos de alta performance, dinâmicos e extremamente motivadores. Somam-se a isso as aulas tradicionais da rede, que

incluem dança, funcional, alongamento, HIIT e treinos para diferentes níveis.

A Bodytech se destaca por sua filosofia de integrar movimento, saúde e comunidade. Mais do que um espaço de treino, a academia pretende ser um ponto de encontro entre pessoas que buscam performance, bem-estar e equilíbrio. O projeto arquitetônico da unidade reforça essa proposta: espaços amplos, climatização eficiente, iluminação planejada, equipamentos modernos e áreas pensadas para estimular a motivação e a permanência.

Outros diferenciais incluem: vestiários completos, armários, estacionamento, acessibilidade e proximidade com serviços complementares distribuídos pelo shopping. Tudo isso torna a experiência prática e alinhada ao ritmo acelerado de Fortaleza, que tem buscado, nos últimos anos, espaços mais qualificados para treinos e cuidados físicos.

A UNIDADE
CONTA COM
2.100 M²,
DISTRIBUÍDOS
ENTRE SALAS DE
AULA, ESTÚDIOS
ESPECIALIZADOS,
ÁREA DE
MUSCULAÇÃO
E ESPAÇOS
VOLTADOS À
CONVIVÊNCIA

CLÍNICA ESSENCE

Com mais de 1.000 m², a Clínica Essence representa um novo conceito de autocuidado em Fortaleza ao unir tecnologia de ponta, especialidades médicas diversas, tratamentos estéticos avançados e serviços orientados para performance, rejuvenescimento e bem-estar.

Localizada no *rooftop* do shopping, no Piso L5 do estacionamento verde, a clínica foi projetada para oferecer uma experiência sofisticada desde a chegada: percurso intuitivo, recepção acolhedora, ambientes amplos, arquitetura impecável e um clima que combina elegância e tranquilidade.

O espaço reúne uma equipe multidisciplinar de alto nível com especialidades como cirurgia plástica, dermatologia, endocrinologia, ginecologia, nutrição e estética, possibilitando que saúde e beleza sejam trabalhadas de maneira integrada.

A Essence se diferencia principalmente pelo investimento em tecnologias exclusivas na região. A clínica é a única da área a contar simultaneamente com Emsculpt NEO, Emface e Exion, três das plataformas mais avançadas do mundo para contorno corporal, fortalecimento muscular, rejuvenescimento e tratamentos integrados para face e corpo.

Além do portfólio tecnológico, a clínica trabalha com protocolos personalizados, conduzidos por especialistas que avaliam o paciente de forma individualizada, combinando ciência, medicina e estética para resultados naturais, seguros e eficazes.

A localização privilegiada dentro do Iguatemi Bosque facilita o acesso e permite integrar o autocuidado à rotina, sem abrir mão de elegância, privacidade e atendimento premium.



UM ECOSISTEMA COMPLETO QUE TRADUZ AS NOVAS FORMAS DE VIVER A CIDADE

A presença de espaços como PJ Club Hair, PJ Kids, Musiqueira, Bodytech e Clínica Essence transforma o Iguatemi Bosque em um polo estratégico para quem busca conveniência, qualidade e múltiplas experiências em um só lugar.

Trata-se de um modelo de vida mais ágil e conectado, no qual a pessoa pode fazer o treino, cortar o cabelo, levar a criança ao salão, estudar música ou

realizar um procedimento estético – tudo dentro do mesmo ambiente, com segurança, conforto e padronização de excelência.

O shopping se consolida, assim, como um hub de bem-estar, cultura, saúde e serviços premium, acompanhando o ritmo de uma Fortaleza que cresce, se moderniza e busca cada vez mais espaços completos que traduzam seu novo estilo de vida.

UM LUGAR DE DESEJOS

O IGUATEMI BOSQUE CONSOLIDA-SE COMO O ENDEREÇO MÁXIMO DA SOFISTICAÇÃO E DA EXCLUSIVIDADE NO CEARÁ, ONDE MARCAS E EXPERIÊNCIAS ELEVAM O PADRÃO DO VAREJO. EM UM MERCADO CADA VEZ MAIS EXIGENTE, O SHOPPING ASSUME A DIANTEIRA AO TRANSFORMAR CONSUMO EM ENCANTAMENTO

por Aline Veras

DANIEL CALVET

Vix: moda feminina premium com exclusividade no Iguatemi Bosque

O Iguatemi Bosque segue reforçando sua posição como o centro de compras mais desejado do Ceará, sustentado por uma estratégia de curadoria que privilegia marcas exclusivas, experiências diferenciadas e um olhar atento às tendências globais do varejo. Em um mercado que amadureceu rapidamente nos últimos anos – com consumidores mais exigentes, viajados e sensíveis à estética e à funcionalidade dos espaços de consumo – o shopping se tornou referência no Nordeste ao combinar marcas aspiracionais, moda autoral e serviços que ultrapassam o papel tradicional de um centro comercial. Como explica Adriano Passos, diretor comercial, o Iguatemi funciona hoje como um “shopping desejo”, posição que naturalmente atrai as principais operações nacionais e internacionais.

É nesse contexto que surge a especulação mais comentada do momento: a possível chegada da H&M ao Iguatemi em 2026. A rede sueca, que desembarcou no Brasil em 2025 com quatro lojas em São Paulo, vem apresentando resultados expressivos – algumas unidades já figuram entre as maiores vendas globais da marca. Isso elevou a percepção de oportunidade e fez com que cidades estratégicas, como Fortaleza, entrassem no radar de expansão. Passos confirma que existem negociações em andamento, embora ainda em estágio inicial, e reforça que tratativas dessa escala costumam avançar com mais cautela. Mas o simples fato de a conversa existir já muda o jogo: indica que o Iguatemi está posicionado para receber *players* de porte internacional sem necessidade de readequações profundas em sua estrutura comercial.

A eventual chegada da H&M teria impacto direto na percepção de valor do shopping e ampliaria a diversidade de oferta ao consumidor cearense. A marca é reconhecida globalmente por combinar estilo, variedade e preço mais acessível, diálogo que conquista diferentes faixas de público: do consumidor que busca tendência rápida ao que procura básicos de qualidade. Para o Iguatemi, seria um reforço claro ao seu propósito

FOTOS DIVULGAÇÃO



A Dolce & Gabbana está presente no shopping com peças icônicas

O IGUATEMI FUNCIONA
HOJE COMO UM
“SHOPPING DESEJO”,
POSIÇÃO QUE
NATURALMENTE
ATRAI AS PRINCIPAIS
OPERAÇÕES NACIONAIS
E INTERNACIONAIS



Le Creuset está
presente nas
cozinhas mais
sofisticadas

EM 2024 E 2025, O SHOPPING AMPLIOU SIGNIFICATIVAMENTE SUA OFERTA PREMIUM COM INAUGURAÇÕES COMO DOLCE & GABBANA, VIX E BOSS, TODAS COM RESULTADOS EXPRESSIVOS

de entregar uma experiência completa, acessível em múltiplas camadas e sintonizada com a dinâmica contemporânea do varejo. A operação demandaria integração entre áreas comerciais, de marketing e de operações, sobretudo pela ocupação elevada do shopping, que ultrapassa 96%. Mas o desafio é visto como positivo: receber uma âncora desse porte fortalece todo o ecossistema do empreendimento.

Ainda sem confirmação definitiva da marca sueca, o Iguatemi segue construindo valor com o portfólio que já possui. Em 2024 e 2025, o shopping ampliou significativamente sua oferta premium com inaugurações como Dolce & Gabbana, Vix

e Boss, todas com resultados expressivos. Essas marcas não apenas atraem um fluxo qualificado, como elevam tempo de permanência e ticket médio – reflexos diretos de um mix que privilegia experiência. Para o diretor comercial, “não é só sobre a marca, é sobre o conjunto de encantamento que o shopping oferece”. A fórmula combina ambientação, serviços, eventos e uma narrativa consistente de excelência.

Além das grifes internacionais, o shopping tem olhado com atenção para a moda autoral cearense, que vive um

momento de expansão nacional. Marcas regionais vêm debutando em outros estados, fortalecendo a percepção de que Fortaleza é um polo criativo e comercial. Esse movimento complementa a estratégia do Iguatemi, que busca equilibrar global e local de maneira consistente, oferecendo novidade sem perder identidade.

Para identificar tendências e antecipar comportamentos, o Iguatemi vem se

apoiando em dados. O l'Club, programa de relacionamento do shopping, tornou-se uma ferramenta essencial para compreender o consumidor. Em outubro e novembro, uma ação exclusiva com itens colecionáveis da Le Creuset demonstrou a força de engajamento da base e confirmou o apetite do público por produtos aspiracionais. A partir dessas leituras, o shopping mapeia segmentos em crescimento: *wellness*, cuidados pessoais, alimentação saudável e consumo masculino – áreas que devem receber mais atenção em 2026.

No campo da experiência, o shopping também tem acelerado investimentos estruturais. A revitalização da Praça do Artista tornou o espaço mais integrado e convidativo, com *lounges*, paisagismo, áreas de trabalho e parquinho infantil. O valet foi aprimorado e novos banheiros foram entregues em padrão premium,

com foco em conforto e estética. Em breve, será inaugurado o maior conjunto de sanitários do empreendimento, incluindo uma sala de acolhimento sensorial, iniciativa que reforça inclusão e cuidado com crianças com necessidades específicas. Ao lado disso, eventos de grande porte, como o Natal no Bosque, consolidam o Iguatemi como destino cultural e de lazer, e não apenas de compras.

Em um cenário de transformações rápidas no varejo, o Iguatemi Bosque entende que exclusividade não é mais definida apenas pelo produto, mas pela jornada. E enquanto a chegada da H&M segue como possibilidade, o shopping continua a ocupar um lugar de liderança no Nordeste ao combinar estratégia, curadoria e encantamento em doses precisas.



FOTOS DANIEL CALVET

A BOSS foi a adição mais recente ao mix premium do shopping



O QUE ESPERAR DE 2026

NOMES DE DESTAQUE DA SOCIEDADE FORTALEZENSE CONTAM SUAS EXPECTATIVAS PARA O PRÓXIMO ANO NO CINEMA, NA LITERATURA, NAS ARTES E NA MÚSICA

por Sâmia Mesquita

Se 2026 já surge no horizonte como um ano de grandes estreias, quem acompanha cultura de perto sabe que as expectativas dizem muito sobre o nosso tempo. De *remake* ambicioso no cinema a museu inteiramente novo em Fortaleza, passando por livro, concerto internacional e evento esportivo de escala global, nomes da sociedade fortalezense compartilham o que mais os inspira – e o que deve marcar a temporada cultural que se aproxima.

UMA NOVA VISÃO

A grande aposta de **Laura Jucá** para 2026 é a aguardada adaptação de *O Morro dos Ventos Uivantes*. Para ela, o clássico de Emily Brontë “continua sendo um dos romances mais arrebatadores da literatura inglesa”, e a nova versão promete unir profundidade emocional e estética contemporânea. O elenco – Jacob Elordi e Margot Robbie, que também assina a produção – aumenta ainda mais a expectativa. “Quero ver como esse filme vai traduzir, para o nosso tempo, a paixão devastadora entre Catherine e Heathcliff. É uma história que atravessa gerações, e estou contando os dias para ver essa releitura ganhar vida”.



FOTOS DIVULGAÇÃO

ENTRE LIVROS E MÚSICA

Bia Fiuza aposta em *Conectados*, novo livro da escritora Patrícia Bathory, como viral de 2026. “É uma narrativa vibrante sobre as relações humanas na era digital”, diz. Para além da literatura, Bia acompanha com atenção a música erudita e já se vê imaginando como será a temporada 2026 da Orquestra Jacques Klein. “Eles têm feito concertos lindíssimos, sempre com repertórios interessantes e interpretações impecáveis. Fico na expectativa para saber quais programas vão montar no próximo ano”.



DO CINEMA ÀS GRANDES VOZES

Com bom humor, **Germana Melo** diz que está de olho em *O Diabo Veste Prada 2*, continuação do sucesso que marcou uma geração. “Acho que vai ser divertidíssimo rever esse universo”. Mas sua agenda cultural vai além da tela: ela embarca para assistir ao show de Andrea Bocelli em Miami. “Estamos ansiosos! Ver Bocelli ao vivo é sempre uma experiência inesquecível, com aquela combinação de precisão técnica e emoção pura”.



GRANDES NARRATIVAS GLOBAIS

Para **Lara Rola de Paula**, 2026 é um ano que promete ferver em múltiplas frentes. No esporte, ela acompanha com entusiasmo a ascensão do tenista João Fonseca e já planeja torcer por ele no Rio Open e no Miami Open. No cinema, a biografia *Michael*, dirigida por Antoine Fuqua, é sua grande expectativa. “A trajetória de Michael Jackson merece um filme grandioso, à altura do seu impacto”. Nas artes, ela aguarda a Whitney Biennial 2026, em Nova York, sempre termômetro das discussões mais pulsantes sobre identidade e contemporaneidade. A Art Basel Miami também está no radar, com sua efervescência de galerias, colecionadores e tendências globais. E, claro, 2026 também é ano de Copa do Mundo. “Essa energia coletiva transforma o País. É pura magia para quem ama esporte”.



NOVO MUSEU

No campo das artes visuais, **Victor Perlingeiro** vê 2026 como um ano decisivo para o Brasil. O ciclo de valorização da arte moderna e contemporânea se expressa, segundo ele, com força na 35ª Bienal de São Paulo, ainda em cartaz até janeiro. Mas nada supera, em sua visão, a inauguração do novo Museu da Fundação Edson Queiroz. “O edifício já se impõe na paisagem. É um ícone arquitetônico e cultural”, afirma. Com quatro andares expositivos, o museu deve ampliar o papel de Fortaleza no cenário nacional, reunindo obras locais, nacionais e internacionais. “É o acervo da Fundação finalmente encontrando uma casa à altura de sua relevância histórica”.



“A MAIOR EXPECTATIVA DO ANO”

Para **Pablo Guterres**, o grande acontecimento de 2026 também é o novo museu da Fundação Edson Queiroz. Ele destaca a importância simbólica e cultural da abertura: “É, sem dúvida, a maior expectativa. Um equipamento como esse projeta Fortaleza para o mundo e redefine o que entendemos por acesso à arte”.



AMERICANews beauty

*Visite a nossa loja no Iguatemi,
conheça as marcas de perfumaria
mais exclusivas do mundo e escolha
a sua favorita.*

1º Piso, próximo a Drogasil e Adidas.

Compre online, receba em casa:

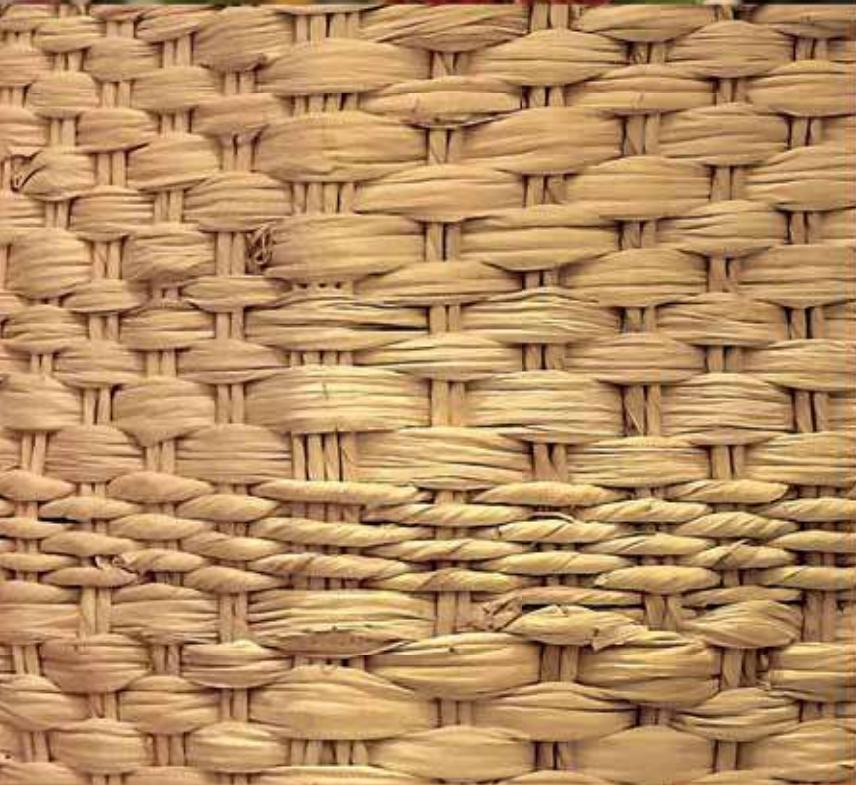
anbeauty.com.br | ☎ (85) 99781-3883

Siga @anbeautybr





CADA PEÇA CARREGA
UMA HISTÓRIA.
CADA COMPRA,
UM IMPACTO.



NA LOJA DO BEM, O
ARTESANATO CEARENSE
NASCE DAS MÃOS
DE QUEM TRANSFORMA
TRADIÇÃO EM ARTE
TODOS OS DIAS.

Ao comprar, você apoia mais
de **500 famílias artesãs**, fortalece
a cultura e leva para casa mais
do que um produto: leva impacto,
identidade e propósito.



A Loja do Bem traz uma curadoria especial de peças autênticas, artesanais e cheias de significado, perfeitas para quem valoriza o que é feito à mão.



VISITE-NOS



Loja do Bem

 **Iguatemi** | **ESG**
Bosque

Loja do Bem - Shopping Iguatemi Bosque
Piso 1, ao lado da Casa Bauducco

 @alojadobemoficial

 (85) 3241.1374 • (85) 99113.3001



I'CLUB

FAÇA PARTE DO
PROGRAMA DE
RELACIONAMENTO DO
IGUATEMI BOSQUE



SUAS COMPRAS VIRAM
VANTAGENS PARA VOCÊ:



ESTACIONAMENTO
VALET GRÁTIS



PROMOÇÕES E
EXPERIÊNCIAS EXCLUSIVAS



DESCONTOS
EM LOJAS



VÁLIDAS APENAS NOTAS
FISCAIS COM O SEU CPF.

BAIXE O APP
IGUATEMI BOSQUE

i'club



Iguatemi
Bosque