

JOSÉ ROBERTO MONTORO

**DIRETOR DA PORTO SEGURO
FALA DO CRESCIMENTO E DOS
DIFERENCIAIS DA MARCA, LÍDER
EM SEGURO DE AUTOMÓVEIS**

E MAIS:

MULHER POLVO

**GRAZIELA MONFORTE TEM 3
FILHAS, 2 UNIDADES DA SHAPE
E UMA CERTEZA: COM AMOR,
TUDO FICA MAIS FÁCIL**

JOIAS

**ESCOLHA A SUA ENTRE
OS LANÇAMENTOS DAS
GRANDES MARCAS**

**PUBLIC MÍDIA 10 ANOS
SAIBA O QUE ACONTECEU
EM NOSSA COMEMORAÇÃO
DE UMA DÉCADA DE HISTÓRIA**

TURISMO

**CRUZEIROS OFERECEM MIMOS,
EXCLUSIVIDADE E SOFISTICAÇÃO
AOS MAIS EXIGENTES**





A woman's arm and hand are visible on the left side of the image, resting on a modern, curved, light-colored table. The background is a minimalist, brightly lit interior with white walls and a white floor. The overall aesthetic is clean and contemporary.

LE LE VESTITO

TEL.: 11 5041.5569 - RUA GAIVOTA, 1207 - MOEMA - SÃO PAULO - SP



SUMÁRIO

CAPA

José Roberto Montoro: o crescimento da Porto Seguro na região

VIAGEM

Cruzeiros Marítimos: o que as operadoras oferecem para o fim de ano

NATAL

No mundo: como é a celebração da festa no mundo

PERFIL

Michael Bublé: o talentoso cantor canadense e sua voz

MOTOR

Lexus LS 460: mais de três mil alterações num carro quase perfeito





SUMÁRIO

MULHER-POLVO

Graziela Monforte: saiba mais sobre a empresária, mãe de três filhas

GASTRONOMIA

Doce de leite: viaje conosco na história dessa iguaria deliciosa

PUBLIC MÍDIA

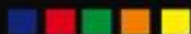
10 anos: confira as fotos da comemoração de nossa editora

PERFIL

Avril Lavigne: linda, "cada vez mais jovem" e madura

JOIAS

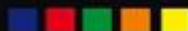
Compras: dê um presente para lá de luxuoso. Aposte nas joias e relógios!



DOCTOR MUSIC - LOJA DE INSTRUMENTOS MÚSICAIS



LIVING - PROJETO RESIDENCIAL



AO CHOPP DO GONZAGA - RESTAURANTE



RESIDÊNCIAS - INDAIATUBA



PROJETOS RESIDENCIAIS E CORPORATIVOS

dc douglas carvalho

CRCA: 5060791674-D

Julieta
Murad

RUA MANOEL ELIAS RUIZ, 75 - SANTOS TEL. 13 3225-6129
DOUGLAS.ARQUITETO@TERRA.COM.BR
JULIETA.ARQUITETA1@TERRA.COM.BR





Você está recebendo nossa última publicação de 2012, que fecha uma etapa de nossa história, já que em novembro completamos uma década de editora. Esse ano foi mais do que especial para nós, porque desde janeiro estamos em festa, repensando cada momento de nossa trajetória até aqui.

Foram 12 meses que se passaram como um piscar de olhos. O ponto máximo desse período foi a comemoração de uma década de nosso amor ao trabalho, que você vai poder ver nessa edição. Foram quatro meses de preparação para uma noite, pensando em cada detalhe. Flores, som, iluminação, tema, mobiliário, bebidas, recepcionistas, colonismo social e cada convidado que não poderia ficar de fora.

Mas valeu a pena todo esse esforço. A noite estava linda, repleta de amigos e, para mim, o resumo disso é que nessa última década muitas foram as dificuldades enfrentadas e cada vez que encontrava uma pela frente, as pessoas mais próximas sempre me questionavam porque continuar enfrentando mais um dia. E acredito que não existe nenhuma barreira, nenhuma dificuldade para quem estuda, se especializa, busca e, acima de tudo, ama o que faz. Por isso, consegui tantos parceiros que sonharam comigo e acreditaram nesse evento. E aproveito aqui para agradecer a cada parceiro que nos ajudou e esteve presente em cada um de nossos momentos especiais.

Além disso, você pode acompanhar a matéria da capa, no qual o diretor executivo de produção da Porto Seguro, sr. José Roberto Montoro, nos fala de uma vida de dedicação a uma empresa ao qual o mesmo tem uma identificação tão profunda que ao final da entrevista já não havia mais a linha que separa o homem do representante da marca.

O diretor e a marca estão tão ligados, alinhados em valores, que a Porto Seguro pode ser acrescida ao seu sobrenome como se tudo estivesse em uma simbiose de sucesso.

Além disso, você verá mulher-polvo, saúde, gastronomia e, naturalmente, uma matéria especial sobre o Natal pelo mundo. Aliás, quero aproveitar para desejar a todos vocês um Natal cheio de paz e luz. E que 2013, você aproveite mais essa chance de realizar os seus sonhos.

Boa leitura e até a próxima.

Valéria Guazzaloca

EXPEDIENTE

Diretora Geral:

Valéria Guazzaloca
diretoria@publicmidia.com.br

Diretor Administrativo-Financeiro:

Marcelo Guazzaloca

Diretor Comercial:

Marcio Santos

Departamento Jurídico:

Dr. Christiano C. D. Bello

Executiva de Contas:

Valentina Bitencourt

Projeto Editorial/Publisher:

Valéria Guazzaloca

Repórter:

Guilherme Zanette (MTB 63114)
imprensa@publicmidia.com.br

Colaboradores:

Clara Monforte, Elizabeth Gut, Fernanda Carreira, George Jorge, Gisele Valdestein, Juliana Machado, Marcelo Assis, Marcelo Couto e Rogério Nahas Grijó.

Edição e Diagramação:

Guilherme Zanette

Fotos da Capa:

Cristiano Domingues

As matérias são de responsabilidade de seus autores. A reprodução total das matérias e anúncios são proibidas. O conteúdo dos anúncios é de responsabilidade exclusiva dos respectivos anunciantes.

PUBLIC
MÍDIA 10 ANOS

Rua Xavier Pinheiro, 244 cj. 31
Vila Mathias-Santos - SP
Tel.: 13 3222-1323 / 3327-3115
imprensa@publicmidia.com.br



**Programa
Studio
Letícia**

SANTA CECÍLIA TV
(13 NET / 52 UHF)
Sábado 14h30
Domingo 15h

TV UNISANTOS
(canal 4 NET e 40 UHF)
4º FEIRA 0h
5º FEIRA 0h
6º FEIRA 1h30
SÁBADO 0h

Fazendo cobertura dos eventos mais badalados da cidade
Marque seu momento no PROGRAMA STUDIO LETÍCIA

Assista pelo site: **www.studioleticia.com.br**
Fale com a gente: comercial@studioleticia.com.br
Tel. | 13 | 32613055 / 96138813



COM AMOR, FICA MAIS FÁCIL

Três filhas, duas unidades de uma empresa e uma aptidão enorme para fazer tudo bem feito. Essa é a perfeccionista empresária Graziela Monforte, proprietária da Shape, e sem dúvida um bom exemplo de uma mulher bem sucedida.

por: Guilherme Zanette
fotos: Divulgação e Marcos Zuffo



no passado, quando estávamos no ensaio para a capa da última edição do ano da **Public LifeStyle**, que trouxe cinco mães e seus filhos, tivemos um contato próximo e vimos o quanto a empresária Graziela Monforte, proprietária da Shape Estética, era apegada as três filhas (Lara, Manuela e Julia). As quatro estavam juntas o tempo todo. "Sou suspelta para responder, mas acredito ser uma mãe amiga como minha mãe é para mim. Dedicada, porque não abro mão de estar com elas em todos os minutos que posso. Carinhosa e, além de tudo, apaixonada pelas três", declara ela em frases que vem ao encontro de nossa observação.

O desejo de ser mãe sempre esteve presente. "E eu adoro ver a mesa rodeada de crianças comendo macarrão aos domingos", se diverte. Além disso, ela conta que, desde criança, sempre teve duas grandes metas: ter uma família bem construída (estruturada) e, também, exercer uma atividade próspera que fizesse com amor. Não resta dúvida que conquistou isso com muito êxito.

Manter-se a maior parte do tempo perto das filhas, contudo, não é uma tarefa fácil. Com a segunda unidade da Shape, Graziela tem de se desdobrar ainda mais. Repare: "Acordo às 7h30 e começo a maratona. São 60 "uninhas" para cortar, três banhos para dar, lições de casa para fiscalizar, três mochilas para arrumar. Acompanhá-las em cursos extracurriculares, telefonemas para dar e atender, resoluções que não podem esperar e, claro, alguns momentos para eu me preparar e ir para a Shape. Almoço às 13h, trabalho a tarde inteira e, de volta à casa, nunca sei a que horas conseguirei dormir." Ufa!

A longa rotina fez com que Graziela percebesse que sua vocação para administrar (não só o trabalho como o tempo) é grande. "O dia a dia ensinou-me que, com tamanha correria, seria impossível prosseguir sem ter diretrizes previamente elaboradas, sem cumprimento a horários, por exemplo, sem a chamada organização. Assim, consigo levar a efeito todos os meus afazeres, ou praticamente todos."

Contudo, uma pergunta surge: é difícil conciliar trabalho, família e outros afazeres? Sobre isso, a empresária é categórica: "Tudo o que se faz com amor não é passível de ser chamado de difícil. Agora, fácil não é. Sou perfeccionista e ainda tenho dificuldade em delegar, centralizo muito minhas funções. Vou, diariamente, nas duas unidades da Shape. Por outro lado, se

“Quem ainda quer crescer — e muito — não pode dizer que está realizado. Posso, no entanto, afirmar que, com tudo o que faço e com tudo com tenho, hoje estou feliz. Quero ter sempre motivação para fazer algo mais, pelo menos até os 100 anos.”

um de meus objetivos sempre foi a família, obviamente é um prazer cuidar de tudo o que se refere a ela. Também adoro arrumar a minha casa, organizo tanto nossas coisas que até me pergunto se não tenho TOC (Transtorno Obsessivo Compulsivo)”, afirma.

Filha da renomada advogada e colunista social de Santos, Clara Monforte, Graziela se formou também em Direito e exerceu a profissão por sete anos. Em nossa entrevista, ela confessa que muitos aspectos do Direito não lhe agradaram, em especial a lentidão dos processos e sua indignação ante a Injustiça. “Daí, soube que a Shape estava à venda e, em 24 horas, fiz o negócio, tornando-me proprietária da clínica. Coisas do destino!”

Isso foi a 11 anos atrás. Daquela época até hoje, a empresa saltou de 11 funcionários para uma equipe com mais de 100 entre as duas unidades. “A Shape foi e é um marco na minha vida pessoal e é claro, profissional. Vejo na empresa não somente uma função, mas uma missão. Um enorme amadurecimento que me fez crescer”, confessa. Apesar disso, quando questiono como se vê como empresária, Graziela explica que prefere se observar de longe, para não perder seu senso crítico sobre ela mesma. “Prefiro pecar pelo excesso do que pela omissão. O bom exemplo deve começar por mim, enquanto empresária e, somente dessa forma,

atingirei meus parceiros”, completa. E revela uma particularidade, uma inquietude: “Quem ainda quer crescer — e muito — não pode dizer que está realizado. Posso, no entanto, afirmar que, com tudo o que faço e com tudo com tenho, hoje estou feliz. Quero ter sempre motivação para fazer algo mais, pelo menos até os 100 anos.”

Sempre preocupada com as pessoas, ela diz ter aumentado esse seu sentido de humanização com a empresa. “Converso intimamente com clientes e profissionais sempre que sinto necessidade.”

Quando sobra um tempo livre, ela o usa para estar com as pessoas que ama. “Essa é uma característica pessoal que me acompanha desde criança. Curto conversar, acho que a troca de ideias acrescenta para ambas as partes e o diálogo renova os sentimentos e as energias”. Além disso, viajar também é sempre uma boa opção, principalmente com a família. “Avião, navio, carro, não importa. Passear por lugares conhecidos e desconhecidos com minha família é uma felicidade. Ver as três malinhas das meninas enfileiradas então, nem se fala”.



Pelo menos por enquanto, Graziela não pensa em ter mais filhos. “Nunca se sabe o dia de amanhã. Acho até que, não houvessem hoje certas dificuldades triviais, como a falta de mão-de-obra especializada, eu continuaria tendo mais filhos, com total concordância do meu marido Felipe. Pensamos da mesma maneira”, conta.

Determinada, Graziela busca se tornar uma pessoa cada vez melhor. Ela se diz teimosa, sensível e paciente também (até a página dois)! “Procuro respeitar as pessoas, aproveitar cada momento e aprender com cada lição que a vida me propõe”. No caso dela, família e trabalho são sinônimos de vida. Sem dúvida nenhuma, bem sucedida.

Qualidade em forma de arte



End: Av Epitácio Pessoa, 290
Tel: 3286-1125 - 9701-0148
www.zuffoproducoes.com.br



FALSA LIBERDADE

por: Clara Monforte

Tão logo recebi de presente o bellissimo quadro, foi paixão à primeira vista. Confesso que não entendi o seu significado, nem sabia como o artista que o pintou havia batizado aquela obra.

Nem sempre é possível alcançar, num primeiro instante, o que um artista quer dizer com as tintas que deslizam através de seus dedos ágeis e precisos. Então, quedei-me apenas a admirá-la e deixá-la envolta numa capa protetora até que me surgisse a ideia de colocá-la numa parede que eu julgasse merecedora de recebê-la. Afinal, obras de arte têm que ser valorizadas como relíquias.

Uma mulher, cabelos castanhos-claros, com um dos seios à mostra, parte das vestes vermelhas; uma gaiola numa das mãos, na outra uma rosa vermelha e um lindo passarinho em tom arroxeadado - a cor da espiritualidade - em suas penas, sentindo o delicioso frescor da flor. No olhar, leve tristeza que se mistura com um toque de meiguice.

Alguns meses passaram, até que a tela assumiu o seu posto. Como se propositalmente fosse, recebi a visita do artista plástico que a criou, e foi quando ele me disse: "o nome desse quadro é Falsa Liberdade".

É claro que as portas abertas da gaiola simbolizam a mulher que a carrega, querendo se libertar. A partir daí, ficou bem mais fácil entender o porque de tanta beleza, além das cores e da expressão da tela, havia a riqueza do tema. Ali, está representada a mulher de ontem, a de hoje e a de amanhã... inevitavelmente.

Queira ou não, a liberdade no sexo feminino é relativa... a mulher é cobrada por tudo e por todos.

A emancipação, sem dúvida, é real, mas as consequências também são evidentes.

Os elementos pintados no belo quadro exibem a exata simbologia feminina - a flor e a gaiola. Não há uma mulher sequer que, ao menos uma vez, não tenha carregado nas mãos uma rosa - uma rosa vermelha. É o amor, sobretudo, o incondicional que lhe é inerente. É a força com brandura.

Exatamente isso, o que digo não é paradoxal. A flor, apesar do aspecto frágil, é forte, resiste à natureza e, ao mesmo tempo, leva pureza e elegância aos ambientes, e alegria a quem recebe. Na gaiola - as grades de uma redoma, de onde gradativamente a mulher vem se libertando.

A analogia está formada. A mulher, por vezes com aparência delicada, é a coluna vertebral, é o sustentáculo da vida, a começar pela nobre missão de ter filhos. Os homens reconhecem tácita ou expressamente, mas reconhecem...

A partir daí, como ficam os anseios e os sonhos na tal da libertação? Essa questão é antiga e perene.

As portas da gaiola já se abriram, um dos seios já está à mostra, o pássaro já surgiu para, talvez, ensinar como é...voar. O que falta? A consciência de que o mundo foi feito assim, de que as características essenciais atribuídas à mulher jamais se alterarão... totalmente. E aí é que reside o grande mistério. Por evidente, se esse enigma for plenamente desvendado, a mulher não será mais mulher e isso é impossível.

Graças a Deus.

Clara Monforte é advogada e renomada colunista social de Santos.
www.claramonforte.com.br

WISHES

MODA

DESIGN

GASTRONOMIA

CARRO

TOP 5 ACESSÓRIOS

Novos acessórios fazem a cabeça das mulheres. Saiba o que não pode faltar no seu guarda-roupa

por: Juliana Machado



Colar de Crucifixo

Nas últimas estações a hit foram as skulls (caveiras). Elas estavam em todos os lugares: desde jeans até em camisetas e acessórios.

Só que neste verão o crucifixo – que já apareceu um pouco no inverno – promete “roubar” a cena e o lugar das caveiras, virando febre no guarda roupa das fashionistas. O crucifixo vem principalmente nos acessórios como os colares.

Chega de maxi colar! Agora a tendência é investir nesse outro tipo de colar, ele pode ser tanto curto como comprido e é perfeito pra dar um toque a mais a qualquer look.



Maxi brincos

A tendência maxi chegou para ficar. Depois dos colares exagerados, os *maxi brincos* vieram como tendência forte para o Verão 2013. Eles podem ser definidos como aquelas peças que por si só já se bastam! Um ótimo acessório para incrementar a produção.

Maxi colares Neon



Os colares irão vir com tudo neste verão, ou melhor dizendo, os *Maxi Colares Neons*. Eles são um acessório que tem como ideia chamar a atenção e atrair o olhar das pessoas. Portanto, são indicados para quem quer valorizar e chamar a atenção para a região do colo e busto.

Todas as mulheres podem usar, desde que saibam escolher o modelo ideal para não exagerar!

Quem tem bastante busto o ideal é usar colares mais curtos e com pouco volume.

Já quem tem menos busto, pode optar por colares mais compridos e com volume.



Anéis de Falange

Todas já devem saber que está super na moda os anéis de falange.

Para ser sincera, no começo achava muito estranho, mas com o tempo fui me acostumando. Hoje acho lindo.

E é um acessório que dá para brincar bastante fazendo vários mix.]

Comprando de tamanhos diferentes, podemos por vários em um dedo só e fica lindo.



Lenços

Uma das tendências para o verão 2013, os lenços, são uma forte aposta para a estação.

A tendência foi percebida nas passarelas por grandes marcas que adotaram o acessório, como Dolce & Gabbana, Gucci e Emilio Pucci.

Ganhando milhares de adeptas ao redor do mundo, ele pode ser usado de diversas formas.

Seja no pescoço, nos cabelos ou amarrados em bolsas ou na cintura, os lenços dão aquele toque a mais no visual, além de ser um acessório super feminino.

PODEROSAS E LUXUOSOS

Para presentes de Natal luxuosos, a Public LifeStyle selecionou joias poderosas para as mulheres além de relógios e canetas para os homens



Anel e brincos Emar Batalha

Cores vibrantes, mistura de tons e texturas e pedras preciosas diversificadas fazem parte do pacote de sua nova coleção arco-íris. A coleção arco-íris traz pedras como safira, rubi, diamante e também as famosas gemas como citrino, ametista, e topázio.

Valor sob consulta
www.emarbatalha.com.br



Relógio Montblanc

O Nicolas Rieussec Chronograph Open Home Time depende de um único botão para acionar a sequência iniciar, parar e zerar para o retorno das funções. A caixa, que é feita de ouro rose 18 quilates 5N, é uma pequena obra prima: ela é simultaneamente esportiva e elegante graças ao aro bem polido, as alças retas e a coroa sulcada, incrustada com a célebre estrela Montblanc em madrepérola. Uma pulseira de crocodilo preta com grandes escalas quadradas é afixada ao relógio exclusivo.

Valor sob consulta
www.montblanc.com



Colar Piaget para Griffith
Colar Couture Precieuse em ouro branco cravejado com 1513 brilhantes, 133 diamantes lapidados em baguete, 11 em formato de rosa e quatro em formato de pera.

Valor sob consulta
www.griffith.com.br



Anel Piaget para Griffith

Anel Couture Precieuse em ouro branco com 227 brilhantes, 13 diamantes lapidados em baguete, um em formato de rosa e um em diamante Asscher.

Valor sob consulta
www.griffith.com.br



Caneta Montblanc

A nova coleção de instrumentos de escrita da Montblanc, Masters for Meisterstück L'Aubrac, compreende uma caneta-tinteiro Meisterstück LeGrand e uma versão rollerball trabalhada na exótica madeira grenadilla, que é apreciada por seu belo acabamento de grão fino, encerado e brilhante. A tampa e o corpo são por finos rebites de prata esterlina inspiradas nas alças das facas Forge de Laguiole, tradicionais em todo o mundo, enquanto os anéis de prata da tampa são decorados com o motivo Laguiole ao lado da assinatura Montblanc. Uma pena de ouro 18 k na caneta-tinteiro e a estrela Montblanc em madreperla dão um acabamento elegante aos instrumentos de escrita, destinados a entrar na lista dos tesouros dos apreciados do fino artesanato.

Valor sob consulta
www.montblanc.com



Relógio Piaget para Griffith

Em uma releitura dos relógios mais finos do mundo, a Piaget, tradicional joalheria e relojoaria da Suíça, lança seis novos modelos da sua linha Altiplano. Inspirados em peças vintage da marca com Hard Stone (Jade, Opala ou Lápis Lazuli) nos mostradores, os relógios são verdadeiras obras de arte em miniatura, com apenas 2,1mm de espessura - um dos calibres mais finos da categoria. O da imagem possui caixa de ouro rosa 18k, é rodeada por 72 brilhantes nos 34mm. Já os mostradores são em rubi. Com movimento de 430p de apenas 2,1mm de espessura. A pulseira é de couro de jacaré, disponível apenas na cor preta.

Valor sob consulta
www.griffith.com.br

Relógio Vacheron Constantin

O Overseas Cronógrafo apresenta uma nova expressão com a variação de aço reforçada, um mostrador de cor azul profundo e agulhas e ponteiros com material luminescente branco, que permitem uma visibilidade perfeita. Além de dispor de uma reserva de energia de cerca de 40 horas. O relógio indica horas, minutos e pequeno segundo às 6h, cronógrafo com roda de colunas, data em grande formato às 12h, além de contadores de 12 horas e de 30 minutos. A pulseira em aço é particularmente flexível e confortável com as junções em forma de meia Cruz de Malta.



Valor sob consulta
www.vacheron-constantin.com



Pulseira Montblanc

Inspirada na magia das estrelas, a coleção Montblanc Star Spell honra a herança Montblanc de precisão artesanal. Além da pulseira larga, a Montblanc desenvolveu para essa coleção mais duas peças: anel e bracelete fino, todas em formas abstratas, graciosas e meticulosamente cortadas, no melhor aço inoxidável.

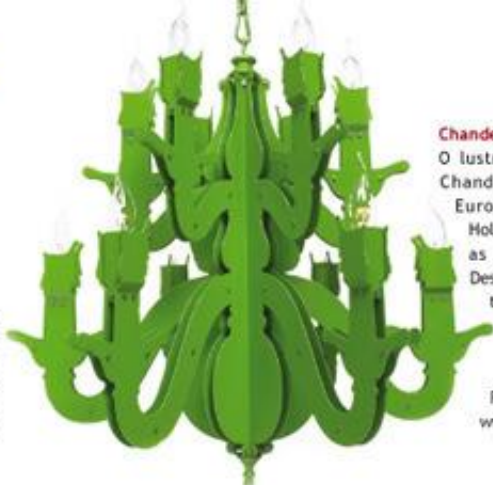
Valor sob consulta
www.montblanc.com



Vaso Dotto Blue

De origem italiana, o vaso Dotto Blue foi desenhado pela designer Paola Navone. De cristal e prata, ele tem 30 cm e chega ao país por meio da Espaço 204.

Valor sob consulta
www.espaco204.com.br



Chandelier Round

O lustre decorativo Night Watch Chandelier Round trazido pela Eurolight ao Brasil é feito na Holanda. De aço inoxidável, tem as medidas: 75cm x 72 cm. Deslumbrante, o chandelier dá um toque ao mesmo tempo moderno e conceitual em sua casa.

R\$ 47.550,00
www.eurolight.com.br

RENOVANDO SUA CASA

A Public LifeStyle traz novas opções de decoração para que você mude os ares de sua casa. Topa participar dessa experiência?

Cadeira de aproximação Luxor

A Sierra é referência ao oferecer produtos de qualidade e com design sofisticado. E a cadeira de aproximação Luxor segue o estilo da loja. Feita em madeira maciça e estofada em tecido de algodão, a cadeira tem as medidas 74cm x 70cm x 87cm.



R\$ 2.835,00
www.sierra.com.br

Enxoval Ari Beraldin

Com jogo de lençol acetinado de 400 fios (100% algodão e com quatro peças), capa de edredon com duas fronhas, recheio (de acrílico com cobertura em percal de algodão 200 fios), cobreleito (100% algodão com forro em 400 fios acetinado), travesseiros (de recheio de acrílico e cobertura em percal 200 fios em algodão), almofadas (nas opções G, M e P) e manta P, o enxoval Ari Beraldin é completo e muito sofisticado.

R\$ 3.150,00 (jogo de lençol, capa de edredon, recheio, cobreleito e manta P)

R\$ 69,00 a unidade (travesseiros)
de R\$ 99,00 a R\$ 149,00 (almofada)
www.ariberaldin.com





Lustre Devil

Imponente em qualquer decoração, o lustre Devil é de origem italiana. Desenhado pelo designer Nigel Coats, o material utilizado é steelflex, com medidas de 115cm de diâmetro por 69 cm de altura.

R\$ 10.838,75

www.eurolight.com.br



Cômoda Jeune France

A Cômoda Jeune France é feita em madeira e dará um ar vintage a sua casa. A cômoda, disponível na Dali Casa, tem 90 cm de largura por 83,5 cm de altura. Nas gavetas, desenhos de pontos históricos trazem o mundo para sua casa.

R\$ 2.103,00

www.dalicasa.com.br



Poltrona Captone

A Poltrona Francesca Captonê é linda e confortável. Com linhas elegantes e diferenciadas, torna-se o elemento chave para qualquer decoração, que fica muito mais elegante e sofisticada. O tecido é velo bambu em diversas cores e o acabamento em captonê dá refinamento e sofisticação à decoração.

R\$ 1.777,00

www.obravip.com

Poltrona Flipt

Desenhada por Jeff Miller, para Baleri, a poltrona Flipt, disponível na Firma Casa, tem base de aço cromado, espuma de poliuretano e revestimento em couro ou tecido. Fechada, a poltrona tem as seguintes dimensões: 69 x 97 x 85h. Aberta: 69 x 1,88 x 80h.

Valor sob consulta
www.firmacasa.com.br



Luminária mesa bola Turquesa e Mesa turquesa laqueada

As duas obras são comercializadas especialmente na Dali Casa. A luminária é feita em madeira laqueada; já a mesa turquesa conta com pés de aço e superfície também de madeira laqueada (com 63cm de altura por 60cm de diâmetro).

R\$ 882,00 (luminária)

R\$ 346,00 (mesa)

www.dalicasa.com.br





Escritório Marcelo Couto
Rua Epitácio Pessoa, 391
Aparecida - Santos/SP
Tel: 13 3877-9667

SUÍTE MASTER SANTOS ARQUIDECOR



MOSTRAS DE DECORAÇÃO

por: **Marcelo Couto**
fotos: **NG Chi Nang**

Participar das Mostras de Decoração, significa um pouco mais de liberdade, pois nossa única preocupação é valorizar o produto do nosso patrocinador. Nesse sentido, temos um pouco mais de liberdade, pois criamos a identidade que irá habitar aquele espaço projetado na Mostra. Na Mostra, encontramos também um grupo consagrados de profissionais, junto a outros mais jovens, que juntos se

unem para divulgar, cada um com seu estilo móveis, tecidos, objetos, com tendências ou não, ao cliente final.

Para a Suite Master da Santos Arquidecor, eu apresento uma proposta, na qual o quarto foi dividido em três partes: área de leitura, repouso e closet. Isso traduz o contemporâneo de um jovem casal com funcionalidade, conforto e harmonia.

Podemos perceber a simetria que o espaço apresenta na distribuição dos móveis, papel

de parede e objetos de decoração, assim como na escolha dos materiais.

Priorizei a função básica de dormitório – descanso – no jogo de luz que, ao comando, criamos diversos cenários, no carpete que traz aconchego, assim como nas cores claras do quase branco com dourado.

O madeiramento em carvalho americano foi pontuado com branco para uma maior valorização dos móveis planejados. Roupa de cama, cortinas e almofadas, todas em



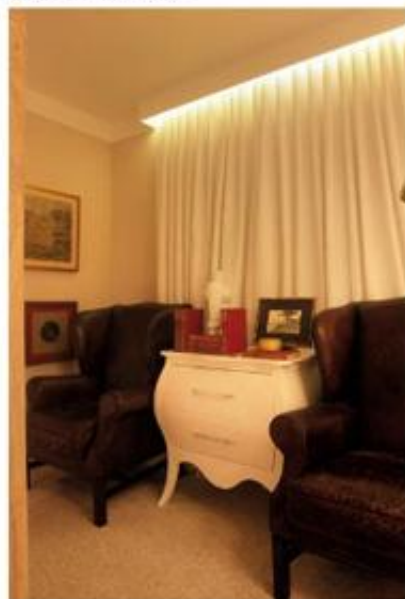
seda branca. Somente a cama foi arrematada com uma manta em pele branca. Os objetos de decoração foram distribuídos de forma simétrica e funcional, com caixas e compartimentos para guardarmos coisas; livros e esculturas para valorizarem o quarto assim como a pequena pinacoteca que, próxima à área de leitura com cadeiras de espaldar em couro ecológico, apresenta obras de diversos artistas: Takaoka, Caribe, gravuras do século passado e um espelho francês.



Para o piso foi usado carpete em nylon tipo boucle e no teto rebaixado em gesso a iluminação pontuada, assim como a marcenaria emoldurada com fitas de led, criando um efeito bem decorativo e valorizando o papel de parede em relevo.

O profissional:

Tem como principal objetivo projetar espaços personalizados no conceito do cliente, terminando com a união de tres tópicos: função, elegância e conforto.



BOAS NOVAS NO AO CHOPP DO GONZAGA

No ano em que completa meio século, a churrascaria mais tradicional de Santos traz novidades, com destaque para o chopp Baden



dos principais países produtores, como França, Portugal, Itália, Chile, Argentina.

No festivo ano em que completa 50 anos de história, a churrascaria mais tradicional de Santos, o Ao Chopp do Gonzaga está cheia de novidades no cardápio para o verão, que vão desde carnes até as bebidas premium.

Especializada em espetos na brasa, a casa incorporou ao seu menu oficial, a pedido dos clientes, a Picanha Argentina com Alho, que acompanha farofa, fritas e arroz (R\$ 129,00 e serve de três a quatro pessoas). O prato pode ser servido também em porções individual e para duas pessoas.

Para acompanhar, o restaurante tem, a partir deste final do ano, a bebida artesanal de Campos do Jordão, o chopp Baden (R\$ 8,90) a disposição dos clientes. De sabor suave e com a qualidade pela qual preza a Baden Baden (consagrada cervejaria que segue os padrões de produção das chamadas cervejas premium), essa é mais uma das apostas do restaurante.

Outra novidade é o Medalhão Suíno com Bacon, que se destaca pela diferenciação e aceitação por parte dos clientes. Acompanhado de arroz, farofa e fritas (R\$ 57,00 inteiro), serve até três pessoas.

Quanto à nova carta de vinhos da casa, o Ao Chopp do Gonzaga agora conta com mais importadoras parceiras e, conseqüentemente, com uma maior oferta de rótulos, que ultrapassam 60 tipos de vinhos

Para completar, outra inovação da churrascaria é o delivery online, por meio do ifood.com.br.

No entanto, a grande vedete deste cinquentenário é o molho de cebola de entrada, cuja receita está patenteada desde os anos 60 e faz parte da história do restaurante.

Em ponto privilegiado da Avenida Ana Costa, a uma quadra da Praça Independência e a 600 metros da praia do Gonzaga, o restaurante tem dois ambientes, sendo um tradicional com atendimento em balcão (marca do pioneirismo da casa, a primeira a servir churrasco em balcão) e outro inaugurado há três anos, com serviço à la carte em mesas e decorado com imagens da cidade em meados do século 20.

O Ao Chopp do Gonzaga fidelizou até clientes de fora: principalmente no verão, recebe muitos turistas de São Paulo que são clientes do local há anos.





LA DULCE VIDA

Histórias e lendas cercam sua criação. Embora seja difícil pontuar sua origem exata, conheça mais detalhes sobre uma iguaria capaz de adoçar a vida com seu sabor delicioso presente em diversos recheios de doces

Le é a base de metade dos doces argentinos (principalmente do popular alfajor) e está presente em muitos recheios de bolos no Brasil. No nosso país vizinho, ele tem importância cultural igual a parrillada, ao vinho de Mendoza e ao tango. De sabor excessivamente açucarado, com gosto de caramelo ligeiramente defumado, é claro que estamos falando do doce de leite. E nisso devemos dar o braço a torcer: mesmo que os argentinos não sejam os inventores, o deles é o melhor de todos.

A origem da iguaria é incerta. Muitos países – a própria Argentina – reivindicam a grande descoberta. Mas a verdade é que, por ser fácil de fazer, acredita-se que foi criado ao mesmo tempo em diferentes países. Afinal, do que se precisava para criar essa obra-prima? Leite em abundância e a suficiente disponibilidade de açúcar. Essa mente brilhante ordenou uma vaca, derramou o leite num recipiente e colocou açúcar. Pôs no fogo e deixou ferver lentamente. Quando a temperatura atingiu 150° centígrados, o líquido evaporou e o que ficou ganhou consistência e a cor de caramelo. Pronto: nasce uma delícia que recheia alfajor, bolo e serve de acompanhamento para torradas e bolachas.

Existe um misto de lenda e história que dão vida ao doce de leite. Segundo contam os argentinos, no início do século XIX, havia uma sangrenta guerra civil, opondo o general e futuro ditador Juan Manuel de Rosas e o general Juan Lavalle. Inimigos de morte, os dois haviam convivido na infância e tiveram a mesma ama-de-leite, Natália – o que, na Argentina, equivale a dizer que eram “irmãos” e tinham um “pacto de sangue”. Isso

não impediu a guerra e em dado momento, percebendo que sairia derrotado, Lavalle foi ao encontro de Rosas para negociar a rendição. Quando chegou à casa em Cañuelas, província de Buenos Aires, Rosas ainda não havia chegado e Lavalle, cansado, deitou na cama de “irmão”. Nesse momento, Natália preparava uma *lechada* (leite fervido com açúcar, colocado em cuia de chimarrão e servido no lugar de água) e, percebendo que aquilo não iria sair bem, tentou acordar o “filho de leite”. Sem sucesso, ela decidiu esperar por Rosas ao lado de Lavalle, para evitar um ato sangrento. Quando Rosas chegou, divertiu-se com a cena, o que deixou Natália aliviada para voltar à cozinha e lembrar do que era para ser a *lechada*, que se transformou em uma preparação pastosa e com um aroma delicioso (doce de leite!). Rosas mais tarde admitiu ser fã assumido da iguaria.

Curiosamente, Cañuelas teve, em 1908, a primeira loja a disponibilizar o doce de leite em escala. Logo o produto rumou às diversas fábricas do gênero no país, que hoje fabricam 120 mil toneladas dessa delícia. Havana, Chimbote, Poncho Negro, Patagonia e La Salamandra são as marcas de maior prestígio. Na Argentina, o doce de leite é classificado em duas classes: preparado apenas com leite e açúcar; receita que incorpora baunilha e bicarbonato de sódio. As duas classes são deliciosas, arrebatam corações, apaixonam pelo sabor e são inesquecíveis. Vida longa a doce vida!

Só quem é santista sabe
o que esses lugares têm em comum.



Av. Ana Costa, 404 • Gonzaga
www.cantinaliliana.com.br



Shopping Pralamar
Shopping Pátio Iporanga
www.lilianapastaepizza.com.br

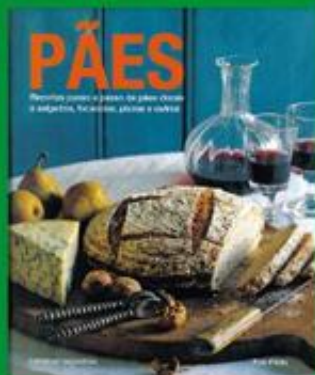
CULTURA GOURMET

Os mais inspiradores livros de culinária para quem quer comer melhor em casa



Receitas Fáceis Com 4 Ingredientes – Rachael Bermingham e Kim Mccosker – Editora Verus

Escrito por duas mães super atarefadas, esse livro se tornou best-seller com mais de 1 milhão de cópias vendidas! Em *Receitas fáceis com 4 ingredientes*, você vai encontrar mais de 300 receitas fáceis, rápidas e deliciosas que podem ser facilmente preparadas com apenas quatro ingredientes ou menos. São pratos fantásticos para o dia a dia, com receitas práticas que vão do café da manhã ao jantar, de entradas a sobremesas, de aperitivos a sopas e saladas e muito mais. Você ficará surpreso com o que será capaz de preparar. Você ficará maravilhado com a metodologia simples e o modo como ele vai fazer você poupar tempo e dinheiro na cozinha.



Pães – Emmanuel Hadjiandreou – Publifolha

A editora Publifolha trouxe para os amantes dos pães um livro com receitas das mais variadas. Quem escreve é o sul-africano Emmanuel Hadjiandreou, professor de panificação na School of Artisan Food, em Nottinghamshire, no centro do Reino Unido, que apresenta deliciosas receitas de pães. Ele, que ganhou o Soil Association Organic Food Award e já trabalhou com o famoso Chef Gordon Ramsay, ensina técnicas para misturar, sovar e modelar vários tipos de massa. Além disso, o professor aborda, também, o tempo de descanso e a temperatura do forno ideais, e os utensílios necessários para fazer cada pão. As receitas incluem passo a passo para se fazer pães doces, salgados, foccacias, croissants, bróchos, pizzas, entre outras opções.



Segredos de Cozinha – Rick Rodgers – Editora Verus

Autor de mais de 30 livros de culinária, Rick Rodgers caprichou em *Segredos de Cozinha*. Com o livro, suas horas na cozinha serão muito mais produtivas. Feito para facilitar sua vida e ajudar você a preparar refeições que farão sucesso com toda a família. Inclui dicas sobre ingredientes, utensílios, equipamentos, métodos e inúmeras outras informações úteis. Uma seção de “dicas divinas” oferece explicações detalhadas sobre técnicas que podem apresentar dificuldades (como assar pães e bolos ou fazer um churrasco perfeito). *Segredos de cozinha* inclui ainda tabelas de equivalência de temperaturas em Celsius e Fahrenheit, informações sobre alimentos orgânicos e instruções para converter medidas.

O MELHOR DO VERÃO ESTÁ NO CHINA IN BOX!



VISITE NOSSO RESTAURANTE

APROVEITE A ESTAÇÃO E VENHA SABOREAR
AS DELÍCIAS DA CULINÁRIA CHINESA

SANTOS | 3289 5060

RUA DR. TOLENTINO FILGUEIRAS, 54



CHINAINBOX.COM.BR



BEIRANDO A PERFEIÇÃO

Um automóvel que já era tido como um dos melhores do segmento inovou ainda mais e trouxe mais de três mil alterações. Bem vindo à perfeição

A Lexus promoveu significativas mudanças no LS 460, um carro que já era quase perfeito. O novo sedã, carro-chefe da Lexus, é uma arrojada mistura de refinamento e evolução e teve mais de três mil alterações em relação ao seu antecessor (três delas inéditas no mercado automotivo mundial). O LS 460 traz design vigoroso com a nova grade tipo *spindle*, além de dirigibilidade superior aos concorrentes e tecnologia de ponta.

O exterior do novo LS 460 foi significativamente alterado. Pela primeira vez na Lexus, o modelo pode ser equipado com todas as luzes exteriores em LED, incluindo um tubo esculpido em forma de "L" para utilização diurna. Quando o assunto é dirigibilidade, mais melhorias: novas técnicas de soldagem a laser e de montagem aumentaram a rigidez da carroceria como um todo. Isso não apenas aprimora a estabilidade como também permite um rodar mais suave e confortável, sem perda na agilidade do veículo. Além disso, o novo LS 460 chega para se posicionar como um dos carros mais silenciosos e confortáveis do

mundo, já que conta com câmaras de redução de ruídos nas rodas, inéditas na história da marca.

Sob o capô está o motor V8 de 4.6 litros e 32 válvulas, Dual VVTIE acionado por atuador elétrico, que gera 347cv de potência a 6.400 rpm, com torque de 46,6 kmgf a 4.000 giros. A suspensão é independente nas quatro rodas, do tipo Multi Link, com barra estabilizadora (dianteira) braços e suportes de fixação em alumínio.

O belo interior com acabamento artesanal do LS 460 é complementado pelo primeiro Sistema de Iluminação Avançado do mundo, com destaque para a iluminação do interior da cabine no tom branco champanhe e para a iluminação dinâmica em LED do painel de instrumentos. Em suma, o novo LS 460 foi projetado para reforçar ainda mais a excepcional qualidade que conferiu à Lexus inúmeros prêmios internacionais.

LS 460

FICHA TÉCNICA



Comprimento: 5,15 m
Largura: 1,87 m
Altura: 1,47 m
Motor: 4.6 - V8
Potência: 347 cv
0 a 100 km/h: 5,7 s
Velocidade máxima: 250 km/h
Consumo: 11,1 km/l
Preço inicial: R\$ 422.273,00



Cristiano Domingues
Fotografia



*"Um estilo carinhoso
de registrar suas emoções..."*

Eventos em geral
(13) 8845.2313 / (21) 8395.9809 / ID 112*22954
cristianod.fotografia@gmail.com
www.cristianofotografia.com.br

CRESCER EM VALORES (ESTRUTURAIS E MORAIS)

Em 2011, a Porto Seguro inaugurou uma nova sede em Santos, bem acima dos padrões das sucursais da empresa pelo Brasil. Para entender melhor a importância da cidade para a empresa, o diretor executivo de produção da Porto Seguro, José Roberto Montoro explica esse crescimento e fala sobre o mercado de seguros na região

por: **Guilherme Zanette**
fotos: **Cristiano Domingues**

Quem vê o diretor executivo de produção da Porto Seguro, José Roberto Montoro, falar com tanta naturalidade sobre o mercado de seguros talvez nem imagine quantos anos de experiência ele carrega nesse ramo. Conhecendo o segmento até melhor que a palma de sua mão, o executivo começou a trabalhar nesse mercado desde muito cedo, mais precisamente aos 17 anos de idade, por intermédio do pai, também corretor de seguros (embora essa não fosse sua profissão oficial). "Naquela época as pessoas se formavam corretoras por estarem trabalhando junto a uma seguradora ou a uma promotora há dois anos", explica Montoro, que – para quem não conhece – é um dos responsáveis pelo crescimento da marca nacional, principalmente na Baixada Santista. Para se ter uma idéia: "Em 1983, a Porto Seguro em Santos tinha um quadro com quatro funcionários, 40 corretores e 400 negócios. Em 2012, 29 anos depois, nós temos 200 funcionários, 700 corretores e 200 mil negócios", aponta o diretor.

Esse crescimento tem a mão de toda a equipe da Porto Seguro, mas é encabeçado por José Roberto Montoro. Aos 17 anos, entrou no seu primeiro emprego de seguro, que foi na Atlantica Boa Vista. "Eram as pessoas ligadas ao político Mario Andreazza, pessoas do governo que trabalhavam até dentro dessas seguradoras. E foi aí que eu acho que pegou: entrou no sangue", relembra. Um ano após, passou a trabalhar em uma companhia italiana, a Assicurazioni Generali, primeiramente em São Paulo e depois de cinco anos, foi convidado a abrir um escritório em Santos da companhia. "Então vim para cá e comecei a fazer um trabalho junto aos bancos, já que naquela época a maior parte deles não tinha seguradora e eram corretores de seguros", conta.

Passados cinco anos, os bancos começaram a comprar seguradoras. Nessa mesma época, seu tio, André Franco Montoro, foi eleito governador, e José Roberto Montoro foi convidado a trabalhar no governo (ou na corretora de seguros do banco estadual, ou na Prosepp que era a seguradora do estado). "E fui naquela época fazer uma experiência lá, já desanimado com o mercado de Santos, porque os bancos estavam comprando seguradoras. Eu tinha feito um projeto de desenvolvimento de mercado junto a corretores de seguros, que a direção da Generali não comprou a ideia".

Nessa experiência no governo, em um jantar, foi apresentado a Jayme Garfinkel, hoje presidente do Conselho de Administração da Porto, e não perdeu tempo: apresentou seu projeto. "A Porto obviamente não era ainda desse tamanho, mas eu comentei com o Jayme sobre meu projeto e no jantar ele falou que, se dependesse dele, no dia seguinte eu já estava contratado". Nesse dia, ele conta que voltou para casa ansioso, já que com a proposta de emprego da Porto Seguro, ele precisava tomar a decisão de sair da Generali (o período do estágio no governo foi feito durante suas férias), empresa em que trabalhava há dez anos. "Abracei a proposta. Quando vim para a Porto Seguro, ficava aqui e em São Paulo, mas já era responsável pela região", explica.

Com o tempo e o investimento nos corretores de seguros, foram expandindo e começaram a contratar funcionários para ir até Ubatuba, Registro, para pegar a abrangência toda do litoral. "E aí foi indo dia após outro. Esses funcionários sempre divulgaram nossos produtos e sempre mostraram o que era a Porto



Seguro. No fundo, eles eram grandes promotores. E com isso, eles iam vendo a necessidade do corretor e como desenvolvê-lo", conta. Aliás, para Montoro, não há dúvida: o grande truque foi investir no corretor. Por isso a Porto Seguro cresceu, na visão dele. "Eu sempre brinquei aqui com nossos gerentes comerciais: 'enriqueça os corretores'. Se você enriquecer o corretor, enriqueceremos também. Estamos sempre na busca de descobrir quem é a clientela do corretor, onde ele frequenta, e vamos ver o que a gente consegue ter de produto para que ele ofereça aos clientes. E aí desenvolvemos onde ele é forte", explica.

O carro chefe da empresa foi e continua sendo o automóvel. "É eu acho que vai ser assim por muitos e muitos anos. A Porto Seguro acabou sendo reconhecida como a maior

seguradora do país, e é". Números ratificam a informação: um terço dos carros segurados no país está em poder da corporação Porto Seguro (Porto Seguro, Itaú e Azul, as três empresas da carteira de automóvel da corporação). "Em São Paulo, a empresa detém 50% desse mercado e, em Santos, acredito que a gente detenha dois terços do mercado. Com muita modéstia, podemos reconhecer que a cada três carros segurados que estão rodando, dois são da Porto. É um número expressivo. São mais de quatro milhões de veículos segurados no Brasil", enumera.

Segundo Montoro, embora o aumento da violência tenha influenciado, o mercado de seguros também cresceu graças a um trabalho de conscientização feito pelas seguradoras. "A população entendeu a necessidade de se ter um seguro. Em uma roda de quatro pessoas, se uma falar que não tem seguro, você vai achar estranho. Para você comprar o seu carro, a sua casa, tudo isso custou e você não quer perder", explica. E exemplifica: "Imagina um executivo que tenha 40 e tantos anos de idade e dois filhos na escola. Ele está trabalhando hoje não é pensando no presente e, sim, no futuro. Tudo que está ganhando, ele quer preservar, porque ele conquistou e a única forma dele falar 'Eu tenho isso' é ter seguro. Porque se acontecer algo, ele tem cobertura. Quando minha neta nasceu, a primeira coisa que eu dei para minha filha foi uma previdência. Essa previdência já vai pagar a faculdade dela".

Montoro também esclarece que, hoje, não são apenas os carros acima de determinado valor que são segurados. "Esse que compra um carro de 400 mil e o que compra o carro de 40 tem a mesma preocupação. Vem em conjunto com a violência e o medo dela, tanto é que o número de carros blindados é uma coisa impressionante. As pessoas estão comprando carro de menor valor para poder blindar. Com medo", analisa. E ironicamente, essa sensação de violência favorece as seguradoras. "Por exemplo, no dia seguinte de um grande incêndio, que saía no jornal, o índice de seguros contra incêndio aumenta. São seguros baratos. A taxa deve ser coisa de 0,10%. Uma coisa ridícula o valor".

Nesse sentido, o diretor aproveita para falar sobre o número de serviços que a Porto Seguro tem em sua prateleira: 48 produtos no total. "Um corretor de seguros não vai conseguir falar de todos, a não ser que passe o fim de semana com

"Independente da necessidade de sermos bons profissionais... não vamos esquecer de sobrar tempo para estarmos com os amigos, a família e vamos ser felizes."

o cliente. Eles precisam falar dos produtos que interessam aos clientes. Tanto é que a Porto Seguro, hoje, não é uma companhia de seguros. É uma companhia de serviços. Consórcio, por exemplo, não é seguro. Mas você quer uma coisa mais gostosa do que contemplar um segurado nosso? A maior parte dos nossos compradores de consórcio já são clientes da Porto". Aliás, este é outro ponto de destaque que explica o sucesso da empresa: a fidelização. "Estatísticas mostram que se você tiver quatro ou cinco negócios com a gente, para um concorrente levar você é muito mais difícil, porque você já cria esse elo. Eu teria que ser muito ruim para perder você, e ruim a gente não é. Surpreendemos o cliente. Queremos ir até sua casa e trocar uma lâmpada, trocar uma hidra para você... E queremos que você use esses benefícios. Tem cliente que sente já ter recebido de volta o que pagou, e em dobro. Ótimo. É isso que queremos".

O prédio e a expansão

Em 2011, a Porto Seguro inaugurou a nova sede. "Que empresa iria investir em Santos, construindo uma sede como essa? Está acima dos padrões das sucursais que temos espalhadas pelo Brasil", afirma Montoro. O local reserva três andares para corretores (são 120 trabalhando só no mercado de corretagem). "Eles recebem seus segurados como se fosse escritório deles, independente de eles terem uma mesa. Mostram o prédio, começam vindo aqui no meu andar, que tem a área jurídica, ressarcimento, Marketing, SAC (central de reclamações), que é o único que tem no Brasil fora de São Paulo. Além disso, temos a parte comercial e de controle de números da empresa e uma diretoria local, que não existe em nenhum lugar do Brasil, só aqui que eu me divido em São Paulo e Santos. Então esse corretor começa mostrando esse andar e vai pelo prédio todo. Ele





apresenta a seriedade de nossa empresa”, conta. “No sexto andar, criamos uma lan house com 16 lugares. Fazemos treinamento, reciclagem e tudo voltado para a internet, porque os corretores precisam saber trabalhar também com eletrônicos. Temos outra sala ao lado com 25 lugares com professores dando aula. Estamos formando pessoal até para zeladoria, faxineiros de prédio, que também nós temos uma empresa que presta esses serviços”.

Mas essa estrutura só foi possível graças à expansão da Porto Seguro. E, além do já citado investimento nos corretores, outros motivos merecem destaque. “Cada vez mais desenvolvemos e aperfeiçamos nossos produtos. Internamente, montamos uma estrutura forte para atendimento aos corretores. Temos uma retaguarda de serviço de automóveis nesses centros automotivos: um aqui, um na Washington Luis (são seis no litoral) para que o segurado sinta nossa presença. Tudo isso foi fazendo com que o cliente entendesse que nossa empresa tem respeito por esse dinheiro que é depositado em nossa confiança”. Além disso, Montoro cita o trabalho de marketing, com comunicação via email com os clientes para divulgar produtos. “É uma empresa com índice de reclamação abaixo de qualquer índice do mercado, não só do segurador, como mercado em geral. E um índice alto de solução. O que cai aqui não vai passar de 24 horas para ser resolvido, nem que seja para dizer ‘não’. Uma satisfação”.

Montoro cita um bom exemplo: “Eu até costumo lembrar um atendimento da central 24 horas. Uma senhora dizia que não era nossa segurada, mas que estava

desesperada, presa na Marginal com o carro quebrado às seis e meia da tarde. Ela contou que só estava ligando porque era nossa segurada até dois meses antes e lembrou o nosso número. A atendente perguntou a placa do carro, colocou no sistema, viu que era uma verdade que dois meses antes ela era segurada, e por livre e espontânea decisão dela, disse: ‘Dentre em instantes vai chegar um guincho aí e um taxi para pegar a senhora’. A mulher respondeu: ‘minha filha, você está entendendo que eu não sou segurada? Quanto vai custar isso?’ E a atendente: “Não vai custar nada, estamos entendendo seu problema e vamos ajudar a senhora”, conta o diretor.

Segundo ele, esse relato veio por intermédio dessa mulher, que mandou uma carta para o presidente da empresa. “Nós chamamos essa pessoa do atendimento depois: é um exemplo de funcionária. Ela conseguiu medir rapidamente naquela decisão: quanto ia custar para a empresa? Um guincho? Que já estava na Marginal, pois ela vai pegando no GPS? Mas ela sabia que na empresa ela teria como justificar a situação daquela senhora, que falou a verdade e ela atendeu. Esse exemplo mostra o que é a Porto”.

Além de assistência psicológica, segundo Montoro, a Porto tem trabalhado o lado espiritual das pessoas. “Elas tem que estar bem espiritualmente”.

O líder

Centrado, acessível e disponível, Montoro se diz muito alinhado aos valores e a missão da empresa. “Buscamos ouvir as pessoas, porque a gente cresce ouvindo as pessoas. Eu sempre falo que aos corretores que a companhia chegou onde chegou por causa da crítica e da sugestão deles”. A preocupação com esse lado espiritual e o respeito à concorrência são outros pontos em comum de Montoro com a corporação. “A Porto Seguro é um exemplo para mim. E eu quero ser um exemplo para todos que trabalham comigo”. E Montoro, com toda sua experiência, tem um lema, que o faz ainda mais parecido com a Porto Seguro. Um lema que gosta sempre dizer ao final de suas conversas com corretores: “Independente das nossas obrigações, da necessidade de sermos bons profissionais, de levarem a sério nosso trabalho, não vamos esquecer de sobrar tempo para estarmos com nossos amigos, com nossa família, com nossos netos e vamos ser felizes”.

ACOMPANHE NA TV O PROGRAMA

em
foco

jornal da orla

com Flavio Righi



TV COM: Sáb (09h30 - 21h15)

Dom (01h30 - 09h30)

Seg (09h30 - 16h30) • Ter (08h30 - 14h00)

Qua (10h00 - 16h00) • Qui (08h30 - 15h00)

Sex (08h30 - 20h15 - 20h45)

TV SANTA CECÍLIA: Dom (12h15) • Ter (00h15)

TV UNISANTOS: Dom (13h15) • Ter (01h15)

Qua (01h15) • Qui (01h15) • Sex (01h15)

TV POLO: Dom (11h15) • Seg (11h00) • Ter (11h00)

TV ITAPEMA: Dom (11h15) • Seg (11h00) • Ter (11h00)

PROGRAMA ESTRELANDO

com George Jorge

Astros e Estrelas (entrevista)

Céu da Semana • Dicas

Um programa que apresenta assuntos variados, discutidos e conversados com pessoas em lugares interessantes

TV COM: Sáb - Inédito (09h45) • Dom - Reprise (01h45 - 09h45)

Seg - Reprise (09h45 - 16h45) • Ter - Reprise (08h45 - 14h15)

Qua - Reprise (10h15 - 16h15) • Qui - Reprise (08h45 - 15h15)

Sex - Reprise (08h45 - 20h30)

TV SANTA CECÍLIA: Ter (00h30)

TV POLO: Seg (11h15) • Ter (11h15)

TV ITAPEMA: Seg (11h15) • Ter (11h15)



estrelando@jornaldaorla.com.br facebook: Pgm Estrelando

Jornal da Orla completa 39 anos

jornal da orla



100 IGUAL

O Santos Futebol Clube, desde jogos no Rio de Janeiro, completa neste sábado (14) cem anos de história. Confira nesta edição por que o ímpeto do clube é insuperável.

NAS BANCAS



O jornal que nasceu no Dia da Liberdade comemora 100 anos! Confira no jornal de hoje e em versões impressas e online.



O REFÚGIO DOS SANTISTAS

Um lugar de beleza e tranquilidade para os santistas. Confira as dicas para aproveitar ao máximo o refúgio dos santistas.

OS SHOWS DA SEMANA

Doze shows em Santos. Para saber mais sobre os artistas da semana, confira as dicas e programação.



FASE FINAL

O Santos Futebol Clube está em busca de um novo técnico para comandar o time. Confira as dicas e programação.



Juntos, todos os domingos. Confira as dicas e programação.



Santos Futebol Clube. Confira as dicas e programação.

Canal	Programa	Horário
TV Santos	Notícia Santos	19h
TV Santos	Notícia Santos	20h
TV Santos	Notícia Santos	21h
TV Santos	Notícia Santos	22h
TV Santos	Notícia Santos	23h
TV Santos	Notícia Santos	00h
TV Santos	Notícia Santos	01h
TV Santos	Notícia Santos	02h
TV Santos	Notícia Santos	03h
TV Santos	Notícia Santos	04h
TV Santos	Notícia Santos	05h
TV Santos	Notícia Santos	06h
TV Santos	Notícia Santos	07h
TV Santos	Notícia Santos	08h
TV Santos	Notícia Santos	09h
TV Santos	Notícia Santos	10h
TV Santos	Notícia Santos	11h
TV Santos	Notícia Santos	12h
TV Santos	Notícia Santos	13h
TV Santos	Notícia Santos	14h
TV Santos	Notícia Santos	15h
TV Santos	Notícia Santos	16h
TV Santos	Notícia Santos	17h
TV Santos	Notícia Santos	18h

jornal da orla

Você pode confiar.

acesse: www.jornaldaorla.com.br

Para o sucesso de seus negócios

PUBLIC



CONSULTORIA EMPRESARIAL

CONSULTORIA CONTÁBIL

CONSULTORIA IMOBILIÁRIA

CORRESPONDENTE CAIXA AQUI

NOSSOS VALORES:

- > SEGUIR OS PRINCÍPIOS DA ÉTICA, DA TRANSPARÊNCIA E DA EFICIÊNCIA GERENCIAL;
- > INTERAGIR PERMANENTEMENTE COM O CLIENTE, ENTENDENDO SUAS NECESSIDADES, CONQUISTANDO SEU RESPEITO, SATISFAÇÃO E CONFIANÇA;
- > PAUTAR-SE SEMPRE DE MANEIRA ÍNTEGRA E COERENTE COM OS VALORES E PRINCÍPIOS CORPORATIVOS.

NG
CONSULTORES

Av. Ana Costa, 59 • sala 21
Santos • São Paulo
☎ (13) 3025.8240 • 7809.6308
www.ngconsultores.com.br



FIM DA GUERRA DOS PORTOS

por: Rogério Nahas Grijó

Atualmente, é prática comum a concessão de incentivos fiscais pelos Estados para atrair empresas e negócios para o seu território, em detrimento aos outros estados e as regras vigentes para as empresas já estabelecidas. Essa competição fiscal entre estados denomina-se "Guerra Fiscal".

Nessa esteira, os incentivos passaram a ser concedidos também na importação de bens, e em razão destes, as empresas passaram a optar por se estabelecer em determinado estado e importar seus produtos pelo porto desse estado, em vez de se estabelecer em território de outra Unidade Federada, que não concede incentivos fiscais. Essa competição pelas cargas passou a ser chamada "Guerra dos Portos".

Em regra, o incentivo se dá no desembaraço aduaneiro e pode refletir também na saída do produto importado. Na hipótese em que o incentivo, por exemplo, é concedido na saída do produto importado na forma de um crédito presumido de ICMS, em uma operação interestadual, esse incentivo não se expressa no documento fiscal. Ou seja, o remetente destaca o ICMS com base na alíquota interestadual (12% ou 7%), apesar de recolher de fato um valor menor em razão do incentivo.

Todavia, o destinatário de outro estado, que compra o produto para revenda, por exemplo, credita-se do valor destacado no documento fiscal.

O estado destinatário entende que é prejudicado nessa operação, pois o seu contribuinte irá gerar um crédito ICMS em sua escrita fiscal que não corresponde ao que efetivamente é "devido", pois o remetente abate do

débito a recolher o valor correspondente ao crédito presumido.

A redução do valor do imposto também propicia ao remetente vender seu produto por um valor mais baixo, já que há menos tributo somado ao preço.

Portanto, esse fornecedor será mais competitivo, em detrimento de algum outro fornecedor do mesmo produto que tenha que incluir no seu preço o valor integral do tributo.

Diante desses problemas, discutem-se formas de ao menos diminuir esses tratamentos desiguais. Uma alternativa encontrada foi uniformizar a alíquota interestadual aplicada nas operações com os produtos importados.

Essa uniformização se deu por meio da resolução do Senado Federal nº 13/2012, tendo estabelecido que, a partir de 1º de janeiro de 2013, a alíquota do ICMS nas operações interestaduais com bens e mercadorias importados do exterior será de 4%.

Dessa forma, entendemos que a competição pelas cargas e fluxo portuário, sairá da esfera da "Guerra Fiscal/Portuária" e passará a ser guiada por questões logísticas e tarifárias, trazendo benefícios aos estados consumidores, como São Paulo e conseqüentemente regiões portuárias localizadas nesses centros, como a Região Metropolitana da Baixada Santista.

Rogério Nahas Grijó, mestre em Administração de Empresas, advogado pós graduado pela FGV e contabilista, é diretor executivo da Nahas & Grijó Consultores Associados. www.ngconsultores.com.br



LIFE

NATAL

PERFIL

KIDS

ANOS HORÓSCOP

SAÚDE

ESTÉTICA

O NATAL NO MUNDO

Festa mundial, a celebração do Natal independe de idioma, raça, idade ou condição econômica. De comemoração universal, as diferenças são notadas apenas na tradição de cada país, que respeita suas respectivas lendas e costumes. Saiba mais sobre elas

Pouco antes do mês de dezembro, a decoração de Natal já invade as ruas. No dia 24, véspera, peru, pernil, lombo, castanhas portuguesas, frutas cristalizadas, bacalhau, malonesa, farofa e diversos petiscos formam a farta mesa de Natal, preparada tradicionalmente com uma toalha de linho branco, guardanapo de tecido e de papel, castiçais, taças e pratarías. É o momento de celebrar o nascimento de Jesus Cristo, segundo as tradições. No dia do Natal, 25, um almoço nos mesmos moldes da janta da véspera. Essa é a nossa tradição. Mas em outros países, algumas peculiaridades são dignas de nota. Por exemplo: a véspera de Natal pode ser um dia "normal", sem comemoração alguma, sem ceia.

Estados Unidos

Cor e brilho marcam a época de festejos natalinos nos Estados Unidos. Algumas semanas antes do Natal, milhões de pessoas percorrem as lojas em busca dos presentes para a família, como acontece no Brasil. As decorações das lojas e Shopping Centers são conhecidas mundialmente, principalmente as de Nova York. O clima natalino pode ser sentido nas casas, com decorações com lâmpadas coloridas, bonecos de neve já que o clima propicia isso, velas e guirlandas feitas de plantas verdes, completando assim uma estação de muita alegria. Na véspera de Natal, vizinhos se unem para cantar canções de Natal. As crianças penduram meias na lareira e na manhã do dia 25 de dezembro abrem os presentes de Santa Claus, o Papai Noel americano. A comemoração é no dia 25, com café da manhã e almoço, além de um dia todo de família reunida. O prato típico americano é o peru recheado acompanhado de frutas tropicais. Também há costela de porco e presunto à vontade.



Ingllaterra

Assim como nos Estados Unidos, na Inglaterra é Santa Claus quem distribui presentes e desce pela chaminé. O Natal de lá também é celebrado em 25 de dezembro e, nessa data, as crianças penduram as suas meias junto à lareira para que Santa Claus as encha de presentes. Na Inglaterra, as tradições natalinas são levadas muito à sério, já que o país comemora o natal há mais de 1000 anos. Presentes, pinheirinhos decorados e músicas natalinas são mais comuns na Inglaterra do que em qualquer outro lugar do mundo. Vários hotéis como o The Ritz London (imagem) oferecem ceias especiais, cheias de guloseimas para quem quer aproveitar a data. O pudim de ameixa é um doce natalício tipicamente britânico: leva groselhas ou uvas, frutas secas, manteiga, açúcar e temperos. Na Escócia, os padeiros fazem bolos de aveia. Um costume do país é beber uma taça bem cheia de uma bebida feita à base de mistura de cerejas, maçãs assadas, ovos, açúcar, noz-moscada, cravo-da-índia e gengibre. Essa mistura é bebida quente. Antigamente, as pessoas iam pelas ruas cantar canções de Natal em troca de uma taça. O costume de cantar pelas casas dos amigos vem desse hábito mais antigo.

Japão

Não é um feriado e o Natal foi assimilado pelos japoneses no pós-guerra. O Natal no Japão é basicamente restrito à noite do dia 24. É basicamente um festival para os amantes - especialmente os mais jovens. Os requisitos mínimos para uma véspera de Natal são um encontro, jantar, e bolo de Natal. Algumas lojas entram no clima da decoração especial.



Índia

Comemorado pelos cristãos na Índia, o Natal de lá inclui rituais diferentes e muito rigorosos. E isso inclui o jejum. Na hora das comidas, predominam vegetais, doces de leite e a tradicional maçã caramelada. Os presentes trocados são tortas de frutas secas, nozes, colares de flores e alguns enfeites feitos à mão para as crianças e jovens. Os cristãos decoram pés de manga e bananeiras. Algumas pessoas decoram suas casas com folhas de manga. Em algumas partes da Índia, pequenas lâmpadas de argila são acesas com óleo e servem também para decorar a casa.

Suécia

As festas de Natal na Suécia começam no dia 6 de dezembro, dia de São Nicolau. Nesse dia, as crianças escrevem cartas chelas de pedidos, que São Nicolau troca por um saquinho de balas ou nozes. Os presentes chegam no dia 25. Outras peculiaridades também acontecem no país. Exemplo: na noite de Natal, a filha mais velha se veste de branco com uma faixa vermelha amarrada na cintura e uma grinalda de folhas verdes com sete velas acesas na cabeça. Ela leva cuidadosamente café e bolinhos para cada membro da família aos seus quartos.

Portugal

Em Portugal o Natal é igual ao do Brasil, com missa e ceia de véspera. As crianças esperam pelos presentes que Papai Noel vai colocar em seus sapatos e tanto a ceia como o almoço do dia 25 são dados, em geral, na casa dos parentes mais velhos.

Itália

A noite de Natal na Itália tem a forte tradição do Presépio, construído de figuras artesanais e com sofisticação. Os mais belos são construídos nas igrejas e há até certa concorrência para ver quem possui o presépio mais bonito. Muitos artesãos gastam anos construindo um presépio. Nas casas também monta-se o presépio, e somente na noite de natal coloca-se a figura do 'Jesú bambino'. A ceia de Natal, geralmente, consiste em peixe. Em Roma, o prato tradicional da noite de Natal é o Capitone: uma enguia grande, assada ou frita. No norte da capital italiana, a carne de porco, a lingüiça com pernil e lentilhas, ou o peru com castanhas são tradicionais. Comuns também são os doces de Natal: o panetone, o torrone e o panforte (pão de gengibre com avelãs, mel e amêndoas). Todos os biscoitos, bolos e doces italianos contêm amêndoas e outras nozes. Não é no dia 25 que ocorre a tradicional entrega de presentes. Na verdade, a principal entrega é no dia 6 de Janeiro, em lembrança à visita dos Reis Magos ao menino Jesus. As crianças esperam a visita da Befana, personagem mítica com aspecto de velha, que leva presentes para as crianças bem-comportadas e carvão para as mal-comportadas. De acordo com a lenda, os três Reis Magos pararam durante a ida até Belém e pediram comida e abrigo a uma velha senhora. Ela negou ajuda e então eles seguiram a viagem com fome e cansados. A velha senhora sentiu depois um aperto no coração, mas os Reis Magos já estavam muito longe. A lenda conta que a Befana ainda vaga pelo mundo procurando o menino Jesus e tem várias formas: uma rainha, uma fada, uma velha ou uma bruxa.



MICHAEL BUBLÉ

❖ ❖ MICHAEL STEVEN BUBLÉ ❖ ❖

Talvez demore a surgir um novo jovem cantor com tanto bom gosto musical e que introduz isso em suas músicas como Michael Bublé. Por onde passa, ele arrebatava fãs com sua voz: alguns comedidos, outros eufóricos, capazes de chamá-lo (guardadas as devidas proporções) de Frank Sinatra da atualidade. Talento em uma voz que canta e encanta fazem a fama desse canadense, que também compõe e é ator.

Nascido na província de British Columbia (Canadá), Michael era de uma família de classe média e cresceu tendo contato com músicas clássicas na voz de Sinatra, Dean Martin, Ella Fitzgerald, Bing Crosby e outros, graças ao avô materno. Os pais dele afirmaram que desde os cinco anos Michael dizia com veemência que seria um cantor renomado.

Aos 15, Michael decidiu levar a sério a carreira de cantor e contou à família, principalmente ao avô, um grande parceiro. Michael chegou a afirmar que seu avô era seu melhor amigo por ter apresentado músicas esquecidas pela sua geração.

Depois de ganhar concursos de talentos Michael decidiu, em 1996, interpretar Elvis no musical *Red Rock Diner*. Em 2000, morando em Toronto, ele estava prestes a desistir do sonho e seguir carreira em Jornalismo.

Mas aconteceu um impulso de 2000 a 2002. Com ajuda de um amigo, cantou no casamento da filha do primeiro ministro canadense Brian Mulroney e um dos convidados era o produtor musical, ganhador de inúmeros prêmios Grammy e executivo da Warner Bros, David Foster. Logo após, a gravadora "143 Records", de David Foster, fechou contrato com ele.

De 2003 a 2004, veio o sucesso: o álbum Michael Bublé foi lançado e logo se tornou um grande sucesso internacional, sendo disco de platina em diversos países. De 2005 a 2007, foi a consagração, quando Michael lançou o álbum "It's Time" que incluía grande variedades de clássicos como "You Don't Know Me", "Feeling Good", "Can't Buy Me Love", "Save the Last Dance for Me", "Song for You" e a música "Quando, Quando, Quando" (um dueto com a cantora pop canadense Nelly Furtado). O álbum foi um sucesso! Alcançou o número 1 no Canadá, Itália e Japão, Billboard Top Jazz em número 2 na Austrália. Em 2007, lançou o álbum "Call Me Irresponsible".

Em outubro de 2009, Michael lançou o inédito "Crazy Love" que teve como primeiro single a música "Haven't Met You Yet" e foi um sucesso. O menino de cinco anos que demonstrava tanta convicção ao falar que seria um cantor de sucesso estava certo: Michael Bublé continua arrebatando fãs por onde passa sua voz.



Quem acompanha a carreira de Avril Lavigne sabe que o tempo fez muito bem a ela. É até um paradoxo: a cada ano que passa, ela aparenta ser ainda mais jovem. Exageros à parte, temos de convir: Avril amadureceu e continua jovem, largando o estilo “adolescente-roqueira-revoltada” com o qual ficou famosa no mundo todo.

Avril nasceu em 27 de setembro de 1984, na cidade de Belleville, Canadá. Já aos 2 anos, sua mãe percebeu que ela tinha talento e a apelidou de “pequeno pássaro cantante”. Vencedora de um concurso aos 13 anos, em 1998, teve a oportunidade de se apresentar ao lado da cantora Shania Twain para 20 mil pessoas.

Quatro anos mais tarde, ela lançou seu primeiro álbum, *Let Go*, que foi um estouro, impulsionado pelo sucesso da música *Complicated*, que se tornou hino de uma geração. O cd vendeu mais de 18 milhões de cópias e rendeu oito indicações ao Grammy. Depois veio *Sk8er Boi* (agitada e rebelde) e *I'm With You* (single mais comportado).

Under My Skin, seu segundo cd, lançado em 2004, não atingiu a mesma venda do antecessor (foram 14 milhões), mas já mostrava uma cantora mais madura, com um rock mais profundo. No cd, canções dramáticas como *Take Me Away* e *Together* se juntam a singles mais poderosos como *Don't Tell Me* e *My Happy Ending* (um dos mais bem sucedidos) além da balada *Nobody's Home*, hit no Brasil e no mundo.

Em 2006, ela se aventurou no cinema (três trabalhos) e se casou com Deryck Whibley, vocalista da banda SUM 41 – veio a se separar três anos mais tarde .

No ano seguinte, Avril apostou em um álbum mais rápido, divertido, dançante e maduro. Foi *The Best Damn Thing*, que traz os hits *Girlfriend*, com Avril diferente (com coreografias, dançarinas e muito rosa). Por fim, a faixa título *The Best Damn Thing*, último single, que foi sucesso em diversos países. Em 2008, a cantora investiu na moda e lançou sua grife *Abbey Dawn* (seu apelido de infância). Além de desenhar roupas, Avril faz o design de acessórios, bolsas, relógios, roupas de banho e uma seção infantil da grife.

Em 2009, comprovou sua versatilidade ao lançar seu primeiro perfume, *Black Star*, com boa vendagem em toda a Europa. No ano seguinte, entrou para a trilha sonora do filme *Alice in Wonderland* e anunciou a criação da Fundação Avril Lavigne, uma entidade filantrópica que ajuda crianças e adolescentes portadores de necessidades especiais e de doenças graves. Depois de 8 anos de sucesso, música, moda e muita emoção, as atenções se voltam ao seu quarto álbum de estúdio, *Goodbye Lullaby*, trazendo um som renovado. Aliás, o segredo da juventude dela é não cansar de se renovar.

❖ ❖ AVRIL RAMONA LAVIGNE ❖ ❖

AVRIL LAVIGNE





ASTROLOGIA E SAÚDE

por: George Jorge

A relação existente entre os signos do Zodíaco, as partes do corpo e a propensão a desenvolver determinados tipos de doenças, baseia-se na visão holística de mundo dos antigos de que tudo está interligado. Um signo indica um determinado tipo de comportamento, temperamento que tem relação com um determinado órgão. A regência dos órgãos do corpo humano começa em Áries (cabeça) e desce pela ordem dos signos até Peixes (pés). Segue a seguir, algumas relações dos signos com as regiões do corpo humano (vale lembrar que tudo depende de uma análise individual):

Áries — cabeça, maxilar superior. Dores de cabeça e impaciência, a agressividade e impulsividade, entrar de cabeça nas coisas. **Touro** — garganta, faringe e laringe. As coisas entram pela boca, o comer e o ter, o que gera apego e inflexibilidade. Oralidade. **Gêmeos** — pulmões e traqueia. A respiração e a necessidade de contatos e liberdade, a curiosidade e inconstância. Passar pelas coisas e usufruir de tudo um pouco. **Câncer** — estômago, seios. As emoções afetam a digestão. Liga-se à nutrição e proteção, preservando os contatos sentimentais. Relação com a família. **Leão** — coração e espinha dorsal. Vitalidade e energia. Necessidade de construir e mostrar a sua criatividade e identidade. Ser o centro. **Virgem** — intestinos e baço. A seleção, aonde se separam os nutrientes para irem para o sangue, assim age o virginiano, discriminando e separando. **Libra** — rins, região lombar e ovários. Os hormônios, regulam o equilíbrio do corpo. A busca de um acordo entre o eu e o outro. Harmonia. **Escorpião** — bexiga e genitais. A relação com o largar, deixar ir o que não serve mais para que possa crescer e se transformar. **Sagitário** — fígado. O maior órgão do corpo e os excessos sobrecarregam o fígado. Falta de limites, exageros e orgulho. Buscas filosóficas, o distante. **Capricórnio** — formação óssea e da pele. A estrutura, sustentação e os limites do corpo. Para se chegar ao cume precisa-se de uma boa base. **Aquário** — sistema vascular, nervoso e tornozelo. As transmissões elétricas, a grande circulação. Repentes, rebeldia, busca do novo, velocidade. **Peixes** — pés e sistema linfático. Os líquidos e humores em geral, intoxicação, tudo se mistura, como no mar. A necessidade de se manter os pés no chão.

George Jorge é jornalista, astrólogo da Escola Santista de Astrologia e apresentador do Programa Estrelando em Santos. www.escolasantistadeastrologia.com.br



PRODUÇÃO PARA O FIM DO ANO (OU DO MUNDO)

por: Marcelo Asse

O que iremos festejar primeiro? O Fim do Mundo ou Fim de Ano? Bom, de qualquer forma não será necessário muito glamour para se produzir. Se for o Apocalipse, com certeza iremos do jeito que estivermos. Se for de madrugada, salvo os festeiros, estaremos com roupa de dormir, que a grande maioria usa roupas velhas e confortáveis (aquelas camisetas de algodão com propaganda de vereador de 1993, já toda furada, mas

que você adora), sem maquiagem, com a cara amassada e descabelado (menos eu que sou desprovido desse assessorio de gente feia, risos).

A minha tia já trocou seu colchão de mola por um inflável, caso haja um dilúvio é só se agarrar nele e esperar no que vai dar (não esqueça da comida, de preferência batatinhas e salgadinhos daquela marca que vem mais ar dentro do pacote do que produto, serve de bola para crianças, cães e gatos).

Agora, se Deus quiser, tudo isso não passará de uma bobagem dos Malas (aquele povo que não tinha o que fazer e ficava inventando pegadinha para nos aterrorizar). O astrônomo português, Carlos Oliveira, em uma entrevista comentou que "a extinção não é algo extraordinário. Já houve várias extinções em massa e nenhuma delas aconteceu em um só dia". Quanto a profecia, o astrônomo nota que os Malas procuravam provas de continuidade e mais nada. "Nós é que pensamos em fim do mundo". O santista e palpiteiro Flávio Asse disse que "fim do Mundo é se o Corinthians for campeão agora em dezembro na final contra o Chelsea." Ai sim será uma catástrofe!

Brincadeiras a parte, na virada do dia 31 para o dia 1º de janeiro, estaremos de branco, pulando as sete ondas, agradecendo por mais um ano e pedindo para mamãe lemanjá nos abençoar. Pés na areia e cabelos ao vento, sem inventar penteados extravagantes nem maquiagens de casamento. Como já estou careca de dizer nesta coluna, o menos é sempre mais, a simplicidade é um luxo e ainda mais que começaremos o ano ao som de samba ou axé, emocionados com a queima de fogos e na maioria das vezes, debaixo de chuva. Finalizo esse texto, parabenizando a idealizadora dessa revista, Public Life Style e da Public First Class, Valéria Guazzaloca que me surpreende a cada edição, tamanha qualidade, beleza e profissionalismo com que ela e sua equipe conseguem criar. Muito obrigado pelo espaço que me presentearam nessa maravilhosa revista. Desejo a vocês leitores, um Fim de Mundo, quer dizer, um Fim de Ano de muita SAÚDE e PROSPERIDADE. Que venha 2013!

Marcelo Asse
Rua República do Peru, 52
Santos
tel. 13 3261-1425 e 13 9705-1112

QUEM DISSE QUE BELEZA NÃO É FUNDAMENTAL?



Aparelhos ortodônticos com tecnologia CRYSTAL 3D *Sistema Autoligado

CRYSTAL 3D
INTERNATIONAL QUALITY

Mais rápido

Sem extrações

Menos consultas

Aparelhos invisíveis



Inicial



6 meses



Inicial



12 meses



EURO ORTO

EXCELÊNCIA EM ORTODONTIA

Prime

Rua Dr. Tolentino Filgueiras, 41 - Gonzaga / Tel: 3222.6543
www.euroorto.com.br



Dr. Claudio Figueiredo, CRO-SP 49549. Especialista em Ortodontia e Autor do 1º Livro Clínico de Ortodontia Autoligável.





OLHEIRAS: O QUE É E COMO TRATÁ-LAS

por: Elizabeth Gut

A coloração suborbital é conhecida como olheira, uma das maiores preocupações dos consumidores, vindo atrás apenas das rugas e o conhecido pé de galinha, problema inestético difícil de resolver apenas com cosméticos já que a causa pode ter diferentes fatores, entre eles acredito que o mais importante é o fator genético.

A genética tem esse importante papel porque o escurecimento ao redor dos olhos aparece em diversos indivíduos, em plena juventude. A etnia também tem influência neste processo e já é conhecido o fato de que sujeitos de determinadas origens étnicas apresentam tendência de maior depósito de melanina na região suborbital. Os de origem portuguesa e árabe apresentam maior incidência. Alguns indivíduos têm a pele mais fina do que os outros, quase transparente o que permite que tanto a melanina, os vasos sanguíneos, quanto os músculos transpareçam através da pele.

O fotoenvelhecimento e a gravidade também são fatores importantes. À medida que a pele da região da pálpebra inferior vai envelhecendo, ela vai cedendo para baixo e se tornando mais flácida e mais fina, com isso, os vasos sanguíneos aumentam em resposta a esse movimento da pele e qualquer pigmento que haja na área abaixo dos olhos tornam-se mais visíveis. O hábito de coçar fortemente gera um trauma e as pálpebras pode se transformar em depósito de hemossiderina (pigmento resultante da transformação do pigmento do sangue), a exposição à radiação ultravioleta A, com o passar do tempo aumenta a melanina na área, o que contribui para o escurecimento da região.

Vários cosméticos foram criados com promessas de atenuação e até eliminação das olheiras. Tratamentos em cabine de estética prometem melhorar a condição desta pele evitando a flacidez suborbital, a aceleração da circulação sanguínea da região e o clareamento da pele.

Hoje, sabemos que as melhores respostas aos tratamentos são os ácidos, os ácidos graxos, e hidratantes potentes e vitaminas. Para reduzir a flacidez temos o ácido retinóico existente em vários produtos para este fim. Esse ácido aumenta a formação de colágeno, a renovação da pele, o clareamento das manchas causadas pelo fotoenvelhecimento, junto com a vitamina C que é clareadora e um antioxidante potente que aumenta a nutrição e hidratação da região. Já para o extravasamento de

hemossiderina são utilizados ginko biloba e substâncias que aumentam a circulação sanguínea local ajudando na drenagem da área reduzindo os edemas (inchaços); no casos das bolsas de gordura que se formam com o passar do tempo só são removidas com cirurgia plástica chamada de blefaroplastia.

Como é uma área muito sensível e bem mais fina que o restante da pele da face todo cuidado é pouco na hora de manipular, sempre com movimentos leves evitando puxar ou descolar a pele, o que poderia causar trauma e torná-la mais arroxeadas. Infelizmente, o passar dos tempos mostrou que a camuflagem ainda é o melhor produto para o disfarce desta hiperpigmentação, os famosos corretivos que hoje já possuem princípios ativos, ou seja, enquanto cobrem também tratam as olheiras.

Acredito que são necessárias várias ações para atenuar esse problema tão difícil de tratar. A hidratação diária com produtos específicos pelo menos duas vezes ao dia, o tratamento em cabine, que pode ser feito com a combinação de cosméticos, massagem e aparelhos, como por exemplo a radiofrequência para o fortalecimento das fibras de colágeno e elastina ou a Luz Intensa Pulsada (aparelho que não é um laser, mas que também utiliza a luz como forma de tratamento) são grandes armas na atenuação das olheiras. Em todos os processos são utilizados uma série de seis a 10 sessões acompanhadas pelo tratamento home care (em casa).

Por falar em tratamento em casa, uma boa noite de sono ajuda a aliviar bem o aspecto cansado das pálpebras. O excesso de fumo, álcool, estresse, tristeza, depressão, má alimentação também contribui para esse aspecto cansado.

Assim, vida equilibrada, hidratação, proteção, alegria e corretivo sempre quando precisar!

Elizabeth Gut é esteticista e atende na Shape II. tel. 13 9784-6585

Dia da Noiva e do Noivo



SHAPE I

MANICURE • PEDICURE • LIMPEZA DE PELE • HIDRATAÇÃO FACIAL • DEPILAÇÃO COMPLETA
SOBRANCELHA • MAGIC TAN® • BANHO TERAPÊUTICO (OFURÔ OU THALASSOTERAPIA)
PODOLOGIA • MASSAGEM • REFEIÇÃO • CHÁ DA TARDE • MAQUIAGEM • PENTEADO



*Salas personalizadas
com luz e
som ambiente.*

*Condições especiais
para parentes e
convidados.*

*Assessora exclusiva
para os noivos.*

*Shape Chic:
exclusividade em
festas e eventos.*

Rua Firmino Barbosa, 56 • Tel.: (13) 3233.3311 • Boqueirão • Santos • noivos@shape.med.br
Estacionamento com Manobrista



FONOAUDIOLOGIA ESTÉTICA FACIAL: CIÊNCIA QUE EMBELEZA

por: Gisele Valdestein

A Fonoaudiologia tem sido nos últimos 28 anos uma área de atuação voltada para a pesquisa, promoção da saúde e qualidade de vida, sobretudo nas áreas de Linguagem, Voz, Audiologia, Motricidade Orofacial e Saúde Coletiva.

Com a evolução desta ciência, novos campos de exercício profissional foram surgindo e se adaptando à modernidade, criando tratamentos cada vez mais interessantes e atualizados.

As últimas novidades dizem respeito aos avanços na área estética, com o surgimento da Fonoaudiologia Estética Facial com base na Motricidade Orofacial.

Com a experiência clínica, os especialistas em Motricidade Orofacial aprofundaram seu conhecimento desenvolvendo condutas naturais de prevenção e rejuvenescimento baseados no estudo dos músculos da face e do pescoço e seu funcionamento.

É um tratamento terapêutico que utiliza técnicas associadas de massagem, alongamento, fortalecimento, conscientização facial e reeducação funcional, promovendo a amenização de rugas e vincos, harmonia facial, aumento da produção de colágeno, melhora da irrigação sanguínea e funcionamento equilibrado de toda a face e pescoço, levando a efeitos estéticos visíveis.

Se lembrarmos que o ser humano vive cada vez mais, é fácil entendermos porque a Fonoaudiologia Estética Facial tem sido muito procurada por pessoas que priorizam a prevenção e os tratamentos de rejuvenescimento naturais. Nem sempre os procedimentos invasivos garantem o resultado esperado e se adiados, diminuem as chances de deformidades acidentais ou arrependimento, já que muitas vezes é impossível reverter o processo.

Além disso, a preocupação do Fonoaudiólogo Estético com o estilo de vida pessoal se reverte em orientações

de conduta diária, visando amenizar os efeitos ambientais que influenciam no envelhecimento, tais como: incidência da radiação solar, poluição, tabagismo, má alimentação, sedentarismo, alcoolismo e insônia, entre outros.

Então, aí vão algumas dicas importantes que podem ajudar na prevenção ao envelhecimento se integradas a sua rotina:

- Não saia de casa sem filtro solar fator 30 no colo, pescoço, face e mãos.

- Beba um copo de água a cada hora. Hidratação é fundamental.

- Ao sair de um ambiente interno para um externo, use sempre os óculos de sol, prevenindo a contração dos músculos ao redor dos olhos, o que pode causar consequentemente a formação de rugas e vincos.

- Não faça manipulação agressiva ao redor dos olhos nem repuxe a pele para baixo ao se maquiar. Estamos lidando com tecidos e músculos delicados.

- No banho, evite água muito quente, uma vez que calor excessivo afrouxa os músculos e a pele.

- Procure mastigar dos dois lados, para manter o equilíbrio da musculatura facial.

Sem dúvida, essas dicas associadas ao tratamento da Fonoaudiologia Estética Facial trarão mais saúde e bem estar, deixando sua auto estima revitalizada e pronta para novos desafios.

Gisele Valdestein é fonoaudióloga especialista em Motricidade Orofacial. www.fonotherapy.com.br tel. 13 3394-2070 | 3877-2070

STYLE

VIAGEM

FESTAS

EVENTOS

BON VOYAGE

por: Valéria Guazzaloca

Falar em turismo, em qualquer parte do ano, é definitivamente uma viagem com direito a lembranças de momentos vividos ou expectativa dos que ainda vamos viver. O fato é que, para alguns, a dica sempre será praia e piscina em qualquer parte do ano. Não é difícil ouvir algumas pessoas dizerem que se pudessem mudariam para outra região assim que o tempo esfriasse. Em contrapartida há muitos que pensam exatamente o contrário: estão sempre em busca de neve para curtir uma lareira.

Temos essas opções durante o ano todo, pode ser de primeira classe, econômica, acompanhado de seu amor, sua família ou amigos; não importa. Viajar é um bem que jamais podem tirar de você: a experiência vivida, os lugares visitados, respirar toda a cultura de museus ou simplesmente poder descansar à beira de uma praia de mar azul...

Pensei muito sobre vários roteiros que poderíamos e deveríamos fazer. Dicas infinitas podem ser dadas aqui e serão sempre. Aliás, convido você a nos dar sugestões ou sugerir lugares ao qual você queira conhecer e necessite de dicas. Mas, nesta edição vou falar de algo que todos vocês já viram em várias publicações e de diversas maneiras, mas talvez ninguém tenha falado sobre minha ótica.

Você vai encontrar a seguir opções de cruzeiros marítimos de diferentes armadoras, mas todas com suas peculiaridades de serviço de altíssimo padrão, o que torna cada uma singular no que faz. Mas quero relembrar de cruzeiros que as pessoas sonhavam em fazer. Elas ficavam na expectativa do navio chegar, preparavam-se para a noite do comandante (os homens de terno e gravata e as mulheres lotavam o salão do navio, vestiam seus longos e curtiam aquele momento ímpar que



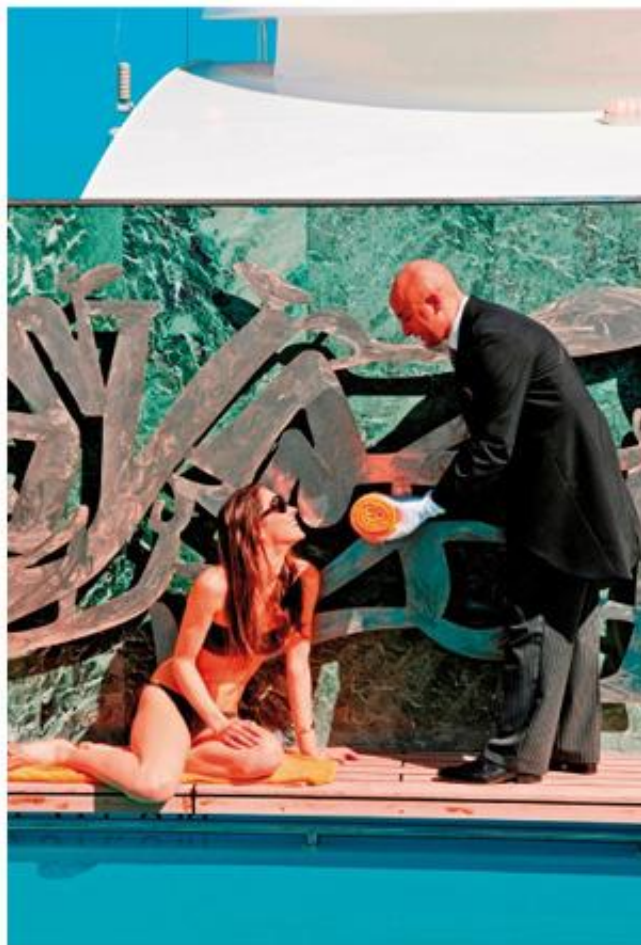
ficaria na memória por muito tempo). E você deve estar se perguntando: quanto tempo faz isso? Uns 40 anos? Não. Minha primeira viagem de navio foi em 1996 no Costa Marina e a noite foi exatamente assim como acabei de descrever.

Mas de lá para cá muita coisa mudou: o mercado teve uma ascensão de classe social, o que acabou facilitando que cada vez mais chegassem uma maior quantidade de navios por aqui.

Então começam as mudanças. A concorrência cada vez mais acirrada, formas de pagamento cada vez mais estendidas, e o que parecia glamour para poucos passa a ser acessível. Isso não quer dizer que o serviço do navio, de um modo geral, tenha perdido qualidade. Mas hoje, em qualquer parte do mundo em hotéis de cinco estrelas podemos nos

deparar com as mudanças de costume de se vestir tradicionalmente para cada ocasião e é exatamente disso que estou falando. Mas se você é adepto a estar lindamente vestida para a noite do comandante ou prefere a informalidade, não importa, embarque em um navio e curte cada minuto como gosta.

No entanto, alguns serviços ainda são exclusivos e personalizados. No mesmo navio, você encontra o público dessa camada social emergente e espaços reservados para quem não dispensa a exclusividade e a sofisticação em serviços únicos. E nós separamos para você alguns detalhes desses mimos que você encontra dentro desses transatlânticos. Um deles, inclusive, não vai aportar por aqui, mas isso você pode resolver com um voo até Miami. Boa Viagem.



MSC CRUZEIROS

Bar esportivo, cinema 4D e boliche. A MSC Cruzeiros trouxe o que ela tem de melhor para esse temporada: o navio MSC Magnifica. Considerado uma expressão máxima de elegância e tecnologia, o transatlântico foi inaugurado em 2010 em Hamburgo, na Alemanha, e conquistou o público europeu navegando pelo Mar Mediterrâneo, Adriático e norte da Europa. Sua estreia no Brasil é marcada por uma grande variedade de roteiros, possibilitando que diferentes públicos conheçam sua impressionante infraestrutura.

Pelos seus mais de 25 mil m² de áreas comuns, estão alguns dos ambientes mais sofisticados e interessantes já vistos a bordo, como cinco piscinas, sendo uma com teto retrátil; 12 hidromassagens; solarium e spa; 25 elevadores; e teatro para 1.500 pessoas, cinco opções de restaurantes, 20 bares, lounges, discoteca, boutiques e joalherias, quadra poliesportiva, pista de jogging e outras atrações.

Uma das maiores inovações no quesito acomodação, é a área exclusiva, o MSC Yacht Club, com conceito seis estrelas onde os passageiros privilegiados poderão se hospedar em uma das 71 suítes de alto padrão e usufruir de espaços ainda mais sofisticados, com acesso privativo. Os mordomos dessa primeira classe estão disponíveis 24h e oferecem assistência no check-in e check-out prioritários, ajudam a desfazer as malas; servem o autêntico chá da tarde inglês, bem como charutos e bebidas; cuidam das reservas de mesas nos restaurantes e de tratamentos no MSC Aurea SPA, além das excursões e festas particulares.

COSTA CRUZEIROS

A novidade na Costa é o Costa Fascinosa, estreando em águas brasileiras. Sua temática são os filmes clássicos e protagonistas. Na entrada principal (Amarcord Atrium), os hóspedes se deliciam com um cenário inspirado no clássico de Federico Fellini, decorado com cores quentes e lustres em forma de diamantes. A área externa é dedicada ao filme "E o Vento Levou". O espaço de luxo Samsara Spa ocupa com seis mil metros quadrados em dois andares. Ao optar por uma cabine Samsara, o hóspede terá direito ao exclusivo restaurante Samsara.

A cabine dá direito a dois tratamentos no Spa, ritual de chá de boas-vindas e a escolha de fragrância para aromatizador. Aqueles que optarem por maior conforto, poderão escolher as suítes Samsara, com Jacuzzi privativa na varanda e serviço de mordomo. Os serviços nessas cabines incluem tratamentos corporais e faciais, sauna, sessões de pilates e ioga, entre outros. Há profissionais especializados, que antes avaliam os hóspedes para definir o tratamento mais apropriado. O Samsara spa oferece vários tratamentos baseados na medicina ayurvédica, como a piscina de talassoterapia, onde é possível beneficiar-se das propriedades curativas da água do Mar Morto, que borbulha massageando o corpo e repõe energias. Há também várias opções de sauna, além de academia e solário UVA, ambos com vista para o mar.



CELEBRITY CRUISES

A Celebrity Cruises, que faz parte do grupo da Royal Caribbean, oferece o novo navio Celebrity Reflection, que trará inovações nunca vistas em alto mar. Uma delas, a "Reflection Suite", contará com um boxe todo em vidro que se estende para o lado de fora do navio, o que permite que os hóspedes possam desfrutar de vistas completas para o mar enquanto aproveitam seu banho. Garantindo a privacidade, além de reflexivo, o

vidro também é "inteligente" - ao apertar um botão, os hóspedes poderão acionar uma tecnologia que o transforma de transparente a translúcido. Localizadas no 14º andar, as duas únicas e exclusivas "Reflection Suite" do navio terão, cada uma, 152m² e varanda com 18m², contam com dois quartos, além dos confortos associados às suítes de luxo da companhia, incluindo produtos Bvlgari e serviço de mordomo 24 horas por dia.



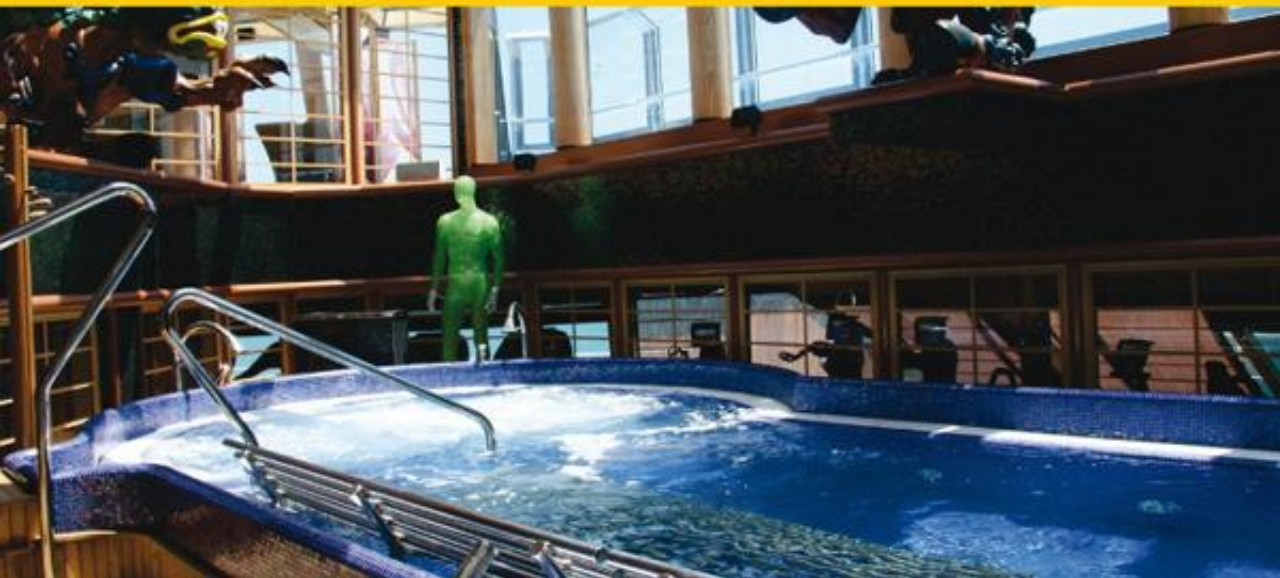
O Celebrity Reflection também introduzirá as primeiras AquaClass Suites, que recriam um ambiente de spa relaxante além de oferecer acesso único e gratuito para o restaurante de especialidades "Blu", famoso por seu design moderno e cozinha saborosamente saudável.

O Celebrity Reflection foi batizado no dia 1º de dezembro de 2012, em Miami e fará sua primeira temporada pelo Caribe. Para aproveitar as delícias reservadas por esse navio, sua agência de turismo cuidará do seu embarque em Miami. Assim como tudo que for necessário.



MSC Yacht Club

A MSC Cruzeiros oferece uma grande variedade de destinos e itinerários em diversos locais, desde o encantador Mar Mediterrâneo e as deslumbrantes paisagens do Norte da Europa, até as ensolaradas praias do Caribe & Antilhas, as vibrantes cidades da América do Norte, os animadíssimos destinos tropicais na América do Sul e Sul da África e os espetaculares por-do-sol dos destinos no Mar Vermelho.



Celebrity Reflection

A **Celebrity** revela com exclusividade novos mundos a você. Participe de um dos cruzeiros de férias e faça uma viagem incrível. Seja qual for sua atividade preferida, caminhar entre ruínas antigas, aventurar-se em cantos remotos do globo ou tomar um cappuccino num café ao ar livre, a **Celebrity** o leva, numa experiência única a bordo de um navio de cruzeiro.

Bem-vindo ao nosso Club temporada 2012/2013



Samsara SPA

A bordo dos navios Costa Fascinosa, Costa Favolosa, Costa Deliziosa, Costa Pacifica, Costa Luminosa, Costa Serena e Costa Neo Romantica você encontrará o exclusivo

Samsara SPA com elegantes cabines e suítes decoradas com requinte, conforto e situadas em uma área privativa com acesso direto ao Spa*: um pequeno oásis de bem-estar para as pessoas que desejam um privilégio a mais.



MIRAMAR SHOPPING (13) 3208.9000
 PRAIAMAR SHOPPING (13) 3279.9000
www.mendestur.com.br



EM VIENA, OS MUSEUS DE MÚSICA

por: **Fernanda Carreira Garcia**

Na última edição, falei de Praga, na República Tcheca. De lá para Viena, o destino dessa edição, peguei um ônibus da Student Agency que foi barato e muito bom! Era como um avião dentro de um ônibus! Recebi fones de ouvido, assisti filmes... Tinha até uma "comissária de bordo" servindo água, café ou chocolate quente de graça! Recomendo a Student Agency para qualquer pessoa que estiver pela Europa. É uma opção a mais, além de trens e aviões. Porém, você deve pesquisar se o trajeto que você quer percorrer está disponível no site da agência.

Bom, cheguei à terra de Mozart e Strauss e é claro que a primeira coisa que eu queria fazer era visitar suas respectivas casas. Porém, segui o meu roteiro – de acordo com o que ficaria mais próximo – e comecei a explorar a cidade. Seguindo o conselho do meu hospedeiro (*host*, do *couch surfing*) em Viena, fui tomar sorvete na sorveteria "Tichy", muito famosa na cidade – cada centavo dos três euros valeu muito a pena.

Só para constar, meu *host* e sua colega de quarto eram italianos. Na primeira noite, ele fez um macarrão maravilhoso com direito a três tipos de vinho diferentes – isso é uma coisa que eu acho bem legal no *couch surfing*: em Praga, fui hospedada por um sul-africano e uma tcheca; em Budapeste, por um inglês e uma italiana; em Pisa, por um brasileiro e uma italiana; e na Inglaterra, por um neozelandês e uma portuguesa.

Voltando a Viena, dentre as atrações, visitei os Jardins de Belvedere, considerado um dos palácios barrocos mais bonitos do mundo. Fui também a lindíssima catedral de St. Stephen que, com sua arquitetura gótica, é a atração número um na lista das mais visitadas em Viena.

Finalmente cheguei à casa do Mozart. Assim como a casa de Strauss, hoje em dia há um museu no local, com documentos autênticos, como a certidão de casamento assinada por Mozart e sua esposa, Constance, em 1782. Vale lembrar que Mozart nasceu em Salzburgo, na Áustria, e não em Viena. Porém, o compositor morou durante dez anos em Viena. Um fato curioso é que, nos dez anos em que morou na capital, ele teve 14 endereços diferentes, e esse é o único que continua de pé.

Após a visita à casa de Mozart e de Strauss, fui ao Stradtpark, um dos principais parques em Viena, onde há uma estátua de Johann Strauss – para quem não sabe, Strauss é conhecido como "o pai da valsa". O compositor nasceu e morreu em Viena. Por isso, estar em Viena é nada mais do que uma aula sobre música clássica.

A próxima parada foi a "Haus der Musik", a casa da música. Ao entrar no museu, pude ver vários ambientes, cada um contando a história de um compositor famoso. Em algumas salas, havia instrumentos dos compositores e até estátuas de cera, como a de Mozart, que me chamou a atenção.

E não só da história destes compositores era feito o museu. Na verdade, o museu não é só da música: é da música e do som. Em algumas salas, havia buracos na parede, onde colocamos a cabeça para escutar diversos tipos de som, entre muitas outras coisas interessantes.

Mas o mais interessante é que o museu era interativo. Entre todas as "atrações", uma em particular, me chamou a atenção: a de ser um maestro por um momento. Numa sala, havia uma tela grande e uma menor onde você tinha a opção de escolher a canção que gostaria de tocar. Escolhi a famosa "Cancan" de Jacques Offenbach. Peguei suas batutas e comecei a reger a orquestra filarmônica de Viena.

Existe algum sensor que identifica o jeito como você está usando as batutas e faz o som sair – bom ou ruim, dependendo de como você conduz. Não dá pra descrever o que foi aquele momento. Sabe o guitar hero? É como se fosse um jogo de guitar hero, no qual você é um maestro, em vez de usar guitarra!

E a viagem não termina por aí. Segui para o "Museums Quartier" (quartelão de museus), onde fica o Museu de Artes Modernas de Viena, entre vários outros – é muita cultura para uma só cidade! Ah, se todas as cidades fossem como Viena!

E para terminar, visitei o famoso parque Prater. Uma das suas principais atrações é a roda gigante "Riesenrad", a "London Eye" de Viena. Construída em 1897 e com aproximadamente 65 metros de altura, ela proporciona a melhor vista da cidade. Depois de Viena, parti para Bratislava, na Eslováquia. Mas este já é um assunto para a próxima edição. Até lá!

Fernanda Carreira Garcia é jornalista, já conheceu mais de 15 países e conta suas experiências no blog desofaemsofa.wordpress.com



*Masano,
alugando móveis...
...realizando sonhos.*



www.masano.com.br

Rua Bitencourt, 285 - Vila Nova - Santos

Tel: (13) 3224-1692 / (13) 7807-1052



MASANO
MOBILIÁRIO PARA EVENTOS

LifeStyle - Eventos

CENTRO DE CONVENCÕES

A photograph of three women standing in a convention center entrance. The woman in the center is wearing a long, strapless, floor-length red gown and is smiling. She has her hand on her hip. To her left and right are two other women wearing black dresses with bright yellow scarves. They are also smiling. The background shows a glass entrance with purple floral decorations and a checkered floor.

*Public Mídia:
Uma década de
história e sucesso*

*N*a noite em que comemorou 10 anos de sua empresa, Public Mídia, a empresária **Valéria Guazzaloca** recebeu amigos, parceiros, colaboradores e clientes no Salão Orquídea do **Parque Balneário Hotel**, para celebrar uma década de sucesso com o tema "Uma noite em Paris". De vestido vermelho **Le Vestito** para recepcionar os convidados, ela calçou os confortáveis calçados **Klla**. O cabelo e a maquiagem ficaram por conta de **Oswaldo Pires**. Mas Valéria salienta que a noite estava perfeita, do drink (**Brasil Bartender**) ao projeto de iluminação (**Energia Som e Luz**), do mobiliário (**Masano**) à decoração (**Armazém das Flores**). E para deixar a noite mais especial, o aroma no ar e na publicação ficaram por conta do novo perfume **Public First Class**, criado pela **Athman Perfumaria**, especialmente para a noite. Além disso, Valéria, já com outro modelo todo prateado da **Le Vestito**, aproveitou para homenagear e agradecer seu cliente **Ao Chopp do Gonzaga** (pela parceria de nove anos e nove meses) e premiar a joalheira **Lydia Sayeg**, capa da publicação lançada durante aquela noite, como personalidade **First Class 2012**. Para entregar o prêmio, esteve presente **André Pousada**, vice-presidente da **Abremar** e diretor comercial da **Royal Caribbean**, para representar **Ricardo Amaral**, diretor geral da empresa e personalidade **First Class 2011**. Você vai poder conferir mais imagens e informações sobre essa noite memorável nos sites (www.publicfirstclass.com.br e www.publiclifestyle.com.br) e nos facebook ([/publicfirstclass](https://www.facebook.com/publicfirstclass) e [/publiclifestyle](https://www.facebook.com/publiclifestyle)). "A noite foi muito especial", completa Valéria.





Ficha Técnica:

Fotos: Cristiano Rodrigues

Filmagem: Zuffo Produções

Buffet: Parque Balneário

Móveis: Masano

Torre Eiffel: Boulevard

Som e Iluminação: Energia Som e Luz

Decoração: Armazem das Flores

Flores e Velas: Armazem das Flores

Bolo: Atelier de Bolos Bellini

Recepção: DBueno

Bar: Brasil Bartender

Cabelo e maquiagem: Oswaldo Pires

Vestidos: Le Vestito

Calçado: Kila Calçados

Sousplat: Bella Locação de Acessórios

Mestre de Cerimônias: Manoel Costa



DECORAÇÃO DE FESTAS



AMBIENTAÇÃO E CENOGRAFIA



ARMAZEM DAS FLORES - SANTOS -
DECORAÇÃO DE FESTAS E EVENTOS
13 3323-9353 | 13 3221-8436
www.armazemdasflores.com | armazemdasflores@terra.com.br
Visite nosso Facebook: Armazem das Flores - Santos



No evento em que comemorou os 10 anos da editora **Public Mídia**, Valéria Guazzaloca recebeu mais de 150 convidados e fez questão de saudar a homenageada da noite, Lydía Sayeg, diretora da Casa Leão Joalheria. Junto de sua equipe (Guilherme Zanette, Juliana Machado e Marcelo Guazzaloca), Valéria recepcionou amigos e foi fotografada com cada um deles: Murilo Barletta, Clara Monforte e marido, além do cabeleireiro Oswaldo Pires prestigiaram o evento. Glauber Serafim, cabeleireiro, foi acompanhado de Vivian Luglio. Quem não poderia faltar era o DJ Brenno Lucena, responsável pelo elogiado projeto de som e iluminação da festa. O ar cheiroso foi obra da perfumista internacional Julie Duarte, que criou o perfume para a **Public First Class** e velo de Santa Catarina especialmente para o evento. Também marcaram presença Alexandre Pires, capa da última edição da **Public LifeStyle**, a arquiteta Cláudia Viana, o empresário Khaled Rahím, além da empresária Inês Bellini e o colaborador Marcelo Couto.

Qualidade

Sofisticação

Bom Gosto



Sonorização . Iluminação . Tv's LCD . Painel LED . Telão . Multimídia
Projetos Luminotécnicos . Projeções de Nomes e Logomarcas

13. 3877-4467 | 13. 9723-9599 | 11. 9837-5460
Av. Afonso Pena, 314 sala 11 - Santos/SP
www.djbrenno.com.br


SOM | LUZ
by 

Atelier de Bolos Bellini

13 3324-7710 | 3252-2319

www.bolosbellini.com.br



Uma história doce que começou há mais de 23 anos. Somente com amor e dedicação à arte culinária, o profissional Marcelo Bellini começou sendo totalmente auto-didata, foi se aprimorando em sua área sem cursos e hoje tem um Atelier de bolos onde trabalha com vários segmentos para festas, e ministra cursos profissionalizantes de confeitagem. Várias ocasiões não podem ficar de fora dos doces e bolos de Bellini: casamentos, noivados e bodas, chá de cozinha, datas comemorativas, eventos corporativos, festas de 15 anos, infantis. Além disso, Bellini também oferece mini bolos, bolos personalizados, picantes (Proibido para Menores) e salgados. Quase um sinônimo de bom gosto quando o assunto é bolo/doce, Bellini é um dos mais conceituados profissionais da área. Em seu rol de clientes, empresas de peso como Bunge Alimentos, Açúcar União e Agência de Viagens CVC. Em seu atelier, o cake designer Marcelo Bellini disponibiliza uma infinidade de produtos na área culinária: bolos doces e salgados para comer na hora e também para encomendas. É irresistível!

Kila Calçados

11 3081-1416 | 3081-1337

www.kila.com.br



calçados femininos


.....

Toda mulher sabe que, após várias horas em cima de um sapato de salto, o conforto é essencial. E para as mulheres que não dispensam o aconchego e a elegância de um belo sapato, a Kila Calçados é fundamental. Sinônimo de tradição e luxo quando o assunto é conforto em calçados femininos, a marca mantém, há 40 anos, a tradição de estar presente nos melhores momentos das noivas e madrinhas, oferecendo sapatos sob encomenda. Elizabeth Pereira, diretora da marca e filha de Orlando Pereira, fundador da Kila, comenta que temos pés diferentes, por isso os sapatos devem estar adequados e o calçado nem sempre se encaixa perfeitamente em números exatos. E o conforto está exatamente aí. No caso da noiva, ela pode levar a referência do vestido e recebe o sapato em até 15 dias. Além disso, o serviço de calçados sob encomenda é feito também para modelos casuais e festas. Aliado ao sob encomenda, a Kila Calçados ainda oferece modelos personalizados. Quer um sapato com Swarovski Elements? É possível! Afinal, que mulher não quer abusar do requinte e ter um sapato único?

Brasil Bartender

13 3014-3655 | 3288-3285

www.brasilbartender.com.br



CÍROC CHAMPAGNE COSMO

35 ml de vodka CÍROC
7 ml de Grand Marnier
50 ml de suco de cramberry
25 ml de suco de limão fresco
35 ml de champagne

Modo de preparo: Bater CÍROC, Grand Marnier, suco de cramberry, suco de limão e gelo. Servir em uma taça flute de champagne previamente resfriada. Completar com champagne.

Guarnição: Decorar com twist de laranja.

CÍROC PEACH JASMIM

50 ml Círoc
75 ml Chá de Jasmim
20 ml Xarope de Açúcar
10 ml Suco de Limão

Taça Cognac
Fatia de Limão
Ramo de Alecrim

Modo de preparo: Em uma taça Ballon, adicione 5 pedras de gelo, em seguida adicione 50 ml de Círoc Peach, 75 ml de Chá de Jasmim e 10 ml de suco de Limão. Misture levemente e finalize com uma rodela de Limão e um ramo de Alecrim.

Guarnição: Uma rodela de limão e ramo de alecrim.



CÍROC RED BERRY GLAM

(Vodka CÍROC Red Berry, xarope de Grenadine e espumante Brut)

40 ml de vodka CÍROC Red Berry
10 ml de xarope de Grenadine
100 ml de espumante Brut
Taça flute

Modo de preparo: Em uma taça flute, coloque 40 ml de vodka CÍROC Red Berry bem gelada. Adicione 10 ml de xarope de Grenadine levemente para que se posicione ao fundo da taça. Em seguida complete com 100 ml de espumante Brut. Finalize com uma pétala de rosa ou uma framboesa no topo do drink.

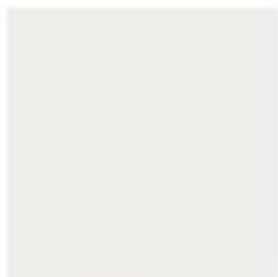
Guarnição: Pétala de Rosa ou uma Framboesa.

Com olhar apurado e experiência de mais de 10 anos, Rodrigo Vieira, sócio fundador da marca Brasil Bartender, explica que o serviço de bar de sua empresa deixou de ser apenas habilidade para fazer drinks. Há algum tempo com a ajuda de seu sócio, Cid Vieira, que também conta com uma vasta experiência profissional, inclusive internacional (Estados Unidos), Rodrigo consegue dedicar o tempo na personalização e melhoria dos serviços de bartender, agregando mais qualidade no resultado final. "Ouço meus clientes. Preciso entender exatamente do que eles precisam. Desenvolvemos desde eventos corporativos de grande porte até pequenos encontros entre amigos em uma varanda gourmet, dando sempre atenção exclusiva a cada evento, independente de seu tamanho, pois cada um tem suas particularidades, e seus idealizadores, seus desejos pessoais. Como forma de recompensa de nossa dedicação e profissionalismo, nossos clientes, que se dizem sempre satisfeitos, nos ajudam a divulgar nossa marca, nos indicando a amigos ou simplesmente nos contratando novamente. Por isso, ao meu ver, ouvi-los sempre é primordial para quem trabalha com prestação de serviços". E dessa maneira, a Brasil Bartender, que é pioneira no segmento e única com o selo de qualidade ISO em toda região, consegue garantir conforto aos convidados fornecendo estrutura completa e ótimos profissionais para um evento perfeito.



D'ELISA

buffet e rosticceria



**EM SANTOS,
AGORA EM UM
NOVO ESPAÇO:
NA SHAPE II**



**APROVEITE
E VENHA
NOS FAZER
UMA VISITA!**

Campinas
R. Coronel Quirino, 1267
Tel. (19) 3255-1919
Campinas
Gramado Mall, loja 12
Tel. (19) 3294-9540
Sorocaba
R. Antonio Peres Fernandes, 85
Tel. (15) 3234-9983



SANTOS
R. Firmino Barbosa, 35
Boqueirão
Tel. (13) 3286-2999





Você encontra a Public LifeStyle nestes pontos

Agonn Academia

Rua Jorge Tibiriçá, 9 - Gonzaga
Tel: (13) 3284-1270
www.agonnacademia.com.br

Agonn Academia 2

Av. Bernardino de Campos, 355 - Canal 2
Tel: (13) 3385-0355

Ao Chopp do Gonzaga

Av. Ana Costa, 512 - Gonzaga
Tel: (13) 3284-8940
www.aochoppdogonzaga.com.br

Bella Villa

Rua Golás, 44 - Boqueirão
Tel: (13) 3222-4466
www.bellavilla.com.br

Brunella Confeitaria

Praça Independência, 16 - Gonzaga
Tel: (13) 3286-1819
www.brunella.com.br

Café e Restaurante Mauá

Praça Visconde Mauá, 23 - Centro
Tel: (13) 3216-1551

Cafeteria Naumann Gepp

Av. Ana Costa, 456 lj. 407 - Gonzaga
Tel: (13) 3284-1229
www.cafedobrasil.com.br

Caicara Restaurante e Pizzaria

Av. Ana Costa, 352 - Gonzaga
Tel: (13) 3284-3535
www.caicarestaurante.com.br

Cantina Liliana

Av. Ana Costa, 404 - Gonzaga
Tel: (13) 3284-5999
www.lilianapastaepizza.com.br

Casa Santa Marta

Av. Washington Luis, 500 - Gonzaga
Tel: (13) 3286-1500
www.cassantamarta.com.br

China In Box

Rua Tolentino Filgueiras, 54 - Gonzaga
Tel: (13) 3289-5060
www.chinainbox.com.br

Cia do Café Creperia e Bistrô

Praça da República, 69/71 - Centro
Tel: (13) 3222-9470

Churrascaria Tertúlia

Av. Bartolomeu de Gusmão, 187 - P. Praia
Tel: (13) 3261-1641
www.churrascariatertulia.com.br

Empório Maria Luiza

Av. General San Martin, 188 - P. Praia
Tel: (13) 3321-6193
www.emporiomarialuiza.com.br

Enoteca Decanter

Rua Matogrosso, 290 - Vila Rica
Tel: (13) 2104-7555
www.enotecadecantersantos.com.br

Laticínio Marcelo

Rua Lobo Viana, 54 - Boqueirão
Tel: (13) 3234-1861
www.laticiniomarcelo.com.br

Liliana Pasta e Pizza

Rua Alexandre Martins, 80 lj 227A - P. Praia
Tel: (13) 3227-5719

Liliana Pasta e Pizza

Av. Ana Costa, 465 lj.412 - Gonzaga
Tel: (13) 3301-2007
www.lilianapastaepizza.com.br

Miramar Shopping

Av. Mal. Floriano Peixoto, 44 - Gonzaga
Tel: (13) 3285-4400
www.shoppingmiramar.com.br

Mendes Plaza Hotel

Av. Mal Floriano Peixoto, 42 - Gonzaga
Tel: (13) 3208-6400
www.mendeshoteis.com.br

Museu do Café

Rua 15 de novembro, 95- Centro
Tel: (13) 3219-5585
www.museudocafe.com.br

Odila Hoehne

Av. Afonso Pena, 98 - Boqueirão
Tel: (13) 3234-4796
www.odilinha.com.br

Parque Balneário Hotel

Av. Ana Costa, 555- Gonzaga
www.parquebalneario.com.br

Piccola Forneria

Av. Amirante Cochrane, 62 - Aparecida
Tel: (13) 3271-1200

Piccola Forneria

Rua. Minas Gerais, 57 - Boqueirão
Tel: (13) 3233-3357
www.piccolafortneria.com.br

Piccolo Giovanni

Rua. Azevedo Sodré, 111 - Gonzaga
Tel: (13) 3284-8944
www.piccologiovanni.com.br

Quinta da XV

Rua XV de Novembro, 18 - Centro
Tel: (13) 3219-4280
www.quintadaxv.com.br

Requite da Azevedo

Rua Azevedo Sodré, 75 - Gonzaga
Tel: (13) 3307-2100
www.requintedaazevedo.com.br

Restaurante Mar Del Plata

Av. Alm. Saldanha da Gama, 137 - P. Praia
Tel: (13) 3261-4253
www.restaurantemardelplata.com.br

Shape II

Rua Firmino Barbosa, 35 - Boqueirão
Tel: (13) 3233-3308
www.shape.med.br

Spazino Santos

Av. Ana Costa, 549 lj. 87A - Gonzaga
Tel: (13) 3284-5235
www.spazino.com

Posto Portal de Santos

(BR - Santa Casa) Av. Dr. Cláudio Luiz da Costa, 291 - Jabaquara
Tel.: 3202-6666

Posto Portal de Santos

(Ipiranga - Gaivota) Av. Ana Costa, 427 - Gonzaga
Tel.: 3284-8555

Se você quer fazer parte desta lista, entre em contato pelo telefone 3327-3115



A ENOX TV CRESCIU. E ESTÁ NOS MELHORES LOCAIS DA REGIÃO.

O sucesso da Enox TV é tão grande que a cada mês mais estabelecimentos comerciais são credenciados à rede de parceiros. Isso prova que a Enox chegou para ficar e está expondo marcas, produtos e serviços para mais pessoas. Pense nisso na hora de anunciar em out of home.

- ENRIQUECE A EXPERIÊNCIA DENTRO DOS AMBIENTES.
- PROJETO EDITORIAL EM SINTONIA COM O ESTILO DO LOCAL E SEUS FREQUENTADORES.
- VISUAL ATRAENTE, COM MODERNOS RECURSOS DE ANIMAÇÃO.
- ESPAÇOS COMERCIAIS VALORIZADOS.
- NOTÍCIAS NACIONAIS E INTERNACIONAIS COM O IG.

ONDE VOCÊ VÊ ENOX TV NO LITORAL

LOCAL	FLUXO MÊS
Cantina Liliana	10.000
Restaurante Dalmo	6.000
Café Carioca	30.000
Restaurante Gotissô	6.000
Bar Heinz	10.000
Bar do Toninho	20.000
Picanharia Santista	6.000
Rockabilly Burger	6.000
Unisantos	10.000
Academia Agonn Gonz	2.000
Academia Agonn Canal 2	800
Academia XV	600
Poupa Farma Gonz	33.000
Poupa Farma Trabulsi	21.000
Poupa Farma S.V.	45.000
Clínica Ortocenter	20.000
Petrobras-BR Mania 1	10.000
Petrobras-BR Mania 2	10.000
Petrobras-BR Mania 3	10.000
Petrobras-BR Mania 4	10.000
Petrobras-BR Mania 5	10.000
Fluxo total/mês	276.400



ENTRE EM CONTATO

13 3302-0953

atendimento.santos@enox.com.br

São Basílio

RESIDENCIAL



80% VENDIDO | EM FASE DE ACABAMENTO

PLANO DE PAGAMENTO
EXCLUSIVO SILAMAR:
PARCELAS FIXAS*



ESPAÇO FITNESS



SALA APTO 2 DORM.



VARANDA GOURMET



SALÃO DE FESTAS

1 DORM. **52M²**
ÁREA PRIVATIVA
COM VARANDA E VAGA PARA 1 CARRO

2 DORMS. **82M²**
ÁREA PRIVATIVA
VARANDA GOURMET E VAGA PARA 2 CARROS

**PERTO DE TUDO
QUE VOCÊ PRECISA**

R. Rio de Janeiro, 82 Vila Belmiro, Santos / SP

(13) **3223.9255**

ACOMPANHE AS OBRAS
EM NOSSO SITE

www.silamar.com.br/saobasilio/obra

Incorporação/Construtora:



ComercIALIZADOR:



Gás Natural Canalizado:



Financiamento:



*[1] As parcelas a vencer até a entrega das chaves não sofrerão correção monetária nem a incidência de juros, desde que pagos nos respectivos vencimentos. [2] Este empreendimento tem projeto aprovado pela Prefeitura Municipal de Santos pelos processos nºs 66.071/2010-10 e 131.829-48, com Alvarás de aprovação nºs 210/2010 e 0001/2010 e de Licença nºs 359/2010 e 049/2010, estando com seu Processo/Memorial de Incorporação registrado no Primeiro Cartório de Registro de Imóveis de Santos, na matrícula 69.896-R.2 de 13/12/10. As imagens em 3d, o mobiliário, o paisagismo e os itens de decoração, assim como suas respectivas plantas são para efeito meramente ilustrativo não fazendo parte do imóvel. Os materiais de acabamento e os equipamentos que serão entregues com o empreendimento estão presentes no memorial descritivo. Creci: 857-J.