

ALTA
em

DECORAÇÃO & CIA

TENDÊNCIAS
DA ARQUITETURA
PARA 2026

PÁGINAS 2 e 3

Gourmet
Brasília

PIPOCA
ALEGRIA PARA
TODA HORA

PÁGINA 8



**MARLENE
GALEAZZI**

PÁGINAS 6 e 7

PERFIL



PATRICIA VIÇOSA

UM LEGADO DE SUCESSO E PIONEIRISMO

Filha do pioneiro Tião Padeiro, com quem aprendeu cedo a gerenciar negócios, ela comanda um império da gastronomia do Centro-Oeste e mantém firme a marca da tradicional Pastelaria Viçosa.

PÁGINAS 4 e 5

DECORAÇÃO & CIA

Tendência na arquitetura residencial em 2026

COM UM OLHAR entusiasta, o arquiteto Bruno Moraes lista 8 tendências para projetos mais autênticos, saudáveis e repletos de identidade

Durante anos, testemunhamos moradas impecáveis, ambientes neutros, milimetricamente organizados, prontos para fotografia, mas nem sempre prontos para a vida real. Foi um período em que o branco e o cinza reinavam absolutos e a ideia de perfeição muitas vezes sobrepuja a personalidade. Em 2026, essa lógica

muda, quando o morar assume de vez a fusão de memória, identidade, saúde e sensações.

Para o arquiteto Bruno Moraes, à frente do BMA Studio, a nova arquitetura não quer apenas performar nas redes sociais, ela quer abraçar, proteger, estimular, regenerar e refletir quem habita com toda sua história e sonhos, “Ninguém mais quer

morar num ambiente perfeito de showroom, mas sim em uma casa que conte uma história, que tenha repertório, que tenha alma. A arquitetura está caminhando para um caminho muito mais humano, autoral e consciente”, reflete.

É com essa visão de futuro que ele elenca as 8 tendências que devem guiar a arquitetura e os interiores nos próximos anos.



1 Estilo pessoal e mistura de épocas

A casa deixa de parecer catálogo e passa a parecer biografia. A mistura de peças contemporâneas com mobiliário vintage e objetos afetivos ganha força dentro do conceito que Bruno Moraes chama de ‘moderno nostálgico’, que mostra não se tratar de replicar estilos do passado, mas de incorporá-los com repertório e intenção. “A decoração precisa ser construída como uma coleção ao longo do tempo. Não é sobre sair comprando tudo novo, mas sim misturar o contemporâneo com aquilo que carrega memória. Eu sempre trouxe peças afetivas para dentro dos projetos, pois entendo que a casa precisa ter repertório”, explica.

Entre cores que despertam emoções, objetos afetivos, materiais nacionais e espaços pensados para saúde física e mental, o apartamento do próprio arquiteto Bruno Moraes evidencia algumas das tendências de 2026



Brasília Agora
BSB ONLINE

CNPJ: 04.785.801/0001-60

SEU JORNAL

CNPJ: 11.362.418/0001-65

BSB
ONLINE

TÍTULO DEPOSITADO NO INPI
SOB Nº 828213798
JORNAL BRASÍLIA AGORA EMPRESA JORNALÍSTICA LTDA - ME
REDAÇÃO E DEPTº COMERCIAL
SIG Quadra 3 Bloco B, Entrada 75 - Sala 101 - Brasília-DF
CEP: 71200-432 - Fone: (61) 3344-9063 e 3344-9064.

Parque Gráfico: SIA quadra 3C lote 24, fundos. Fone: 3341-3852

E-mail: bsbagora@gmail.com
Site: www.brasiliaagora.com.br

Diretor: SÍLVIO AFFONSO

* ARTIGOS E COLUNAS assinados são de inteira responsabilidade de seus autores

Editora Geral: KÁTIA SLEIDE
Editor: RODRIGO LEITÃO
Colunista: MARLENE GALEAZZI
Fontes: AGÊNCIAS BRASIL e BRASÍLIA

CIRCULAÇÃO
BRASÍLIA: Plataforma superior e inferior da Rodoviária do Plano Piloto; Estações do Metrô; GDF e Governo Federal. Tribunais, bancas de revistas, rede de escolas particulares e rede de hospitais e clínicas.

GOIÁS: Goiânia; Anápolis; Luziânia; Cidade Ocidental; Novo Gama; Valparaíso; Santo Antônio do Descoberto; Águas Lindas; Formosa; Planaltina de Goiás. Lista VIP + Restaurantes + Agências de Publicidade.



3 Formas curvas e volumes orgânicos

Já as linhas retas e rígidas cedem espaço às geometrias mais suaves, porém a tendência vai além do sofá arredondado ou da mesa oval. De acordo com o profissional, ela está na arquitetura do espaço, nas paredes curvas, nos encontros orgânicos entre forro e estrutura, nas sancas sinuosas e layouts fluídos.

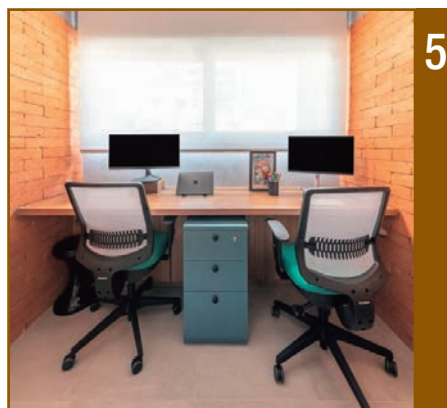
“A curva está na planta, na arquitetura e na forma como a parede encontra o teto. Eu, particularmente, gosto muito dessa linguagem e utilizo nos projetos como meio de transformá-los em espaços muito mais acolhedores e sensoriais”, revela.



4 Paletas quentes

O reinado do off white e de tons neutros como o bege e o cinza nunca perderá seu posto, mas é fato que as cores quentes, terrosas e envolventes seguirão conquistando espaço nos projetos de interiores. Cores como chocolate, oliva, musgo, azuis profundos e até nuances sofisticadas de rosa aparecem nas paredes, teto, marcenaria e portas, muitas vezes em propostas monocromáticas que evidenciam imersão e volume.

“Estamos vivenciando um período em que o desejo de sentir uma energia diferente em casa está muito pulsante. Sabemos que o excesso de neutralidade deixa ambientes frios e sem a vivacidade que precisamos sentir”, diz o arquiteto, reiterando que a ousadia nas cores transpassa o decorativo para um viés estratégico.



5 Espaços híbridos definitivos

Não parece algo novo, mas é: a lógica híbrida de trabalho, que promove uma mescla entre as atividades presenciais e os dias de home office deixou de ser improvisado e passou a ser premissa. E o que isso quer dizer? De acordo com Bruno, significa que as casas precisam abrigar escritórios permanentes e funcionais. “Não dá mais para ter um home office improvisado na ponta da mesa de jantar”, relativiza.

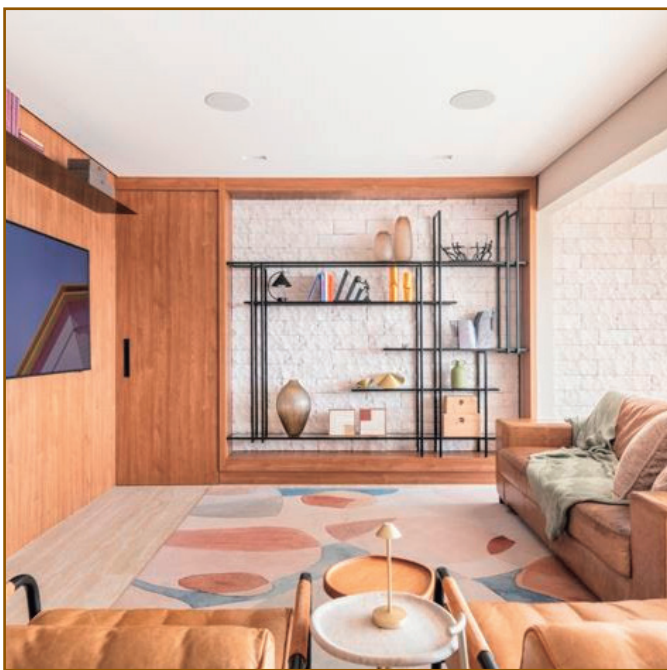
No mundo corporativo, a lógica é a mesma. Os escritórios precisam ser mais acolhedores e humanos para competir com o conforto do lar. “Observo que as empresas estão em busca de ofertar ambientes mais informais e afetivos, aproximando o espaço de trabalho da atmosfera doméstica. O desafio é equilibrar produtividade e conforto sem perder identidade”.

2 Materiais naturais e a beleza das imperfeições

A estética excessivamente polida dá espaço à verdade dos materiais, como madeiras com marcas do tempo, pedras com veios irregulares e metais que oxidam naturalmente. Tudo aquilo que antes poderia ser visto como ‘defeito’ e ‘imperfeito’, agora é valorizado como identidade.

“Por que esconder um risco que faz parte da história de um móvel?”, questiona o profissional que cita antiquários como Arnaldo Danenberg Collection, referência em São Paulo, onde marcas do tempo são celebradas como parte da narrativa da peça. O movimento também resgata o uso de pedras brasileiras, pois durante anos, o mercado nacional priorizou mármore importados, como Carrara e Travertino, enquanto exportava suas próprias riquezas naturais. Agora, há uma valorização consciente do que é local e autêntico.

“Estávamos em uma era de simulação com o piso que imitava madeira e o mármore. Mas isso está perdendo força, uma vez que o natural de verdade e o que é da nossa cultura, mesmo com suas imperfeições, tem muito mais valor”, diz Bruno.



6 Luxo silencioso

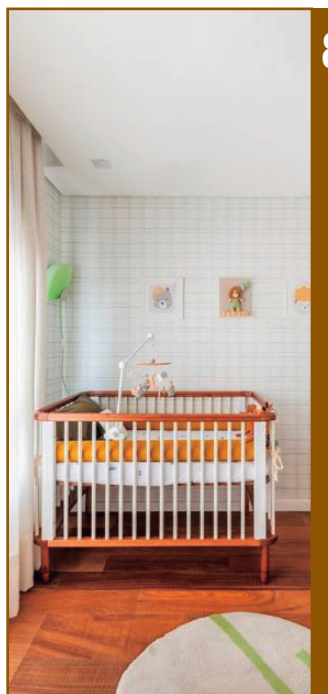
Nesse tópico, a ideia é simples: menos ostentação, mais qualidade. O chamado ‘luxo silencioso’ migrou da moda para a arquitetura de interiores em movimentos vistos por grandes marcas que consolidaram a ideia de sofisticação discreta com materiais impecáveis, mas sem logotipos evidentes.

Assim, o reflexo é direto. “Nos dias de hoje, o cliente de alto padrão quer o melhor tecido, o melhor acabamento, a melhor marcenaria. Porém, a intenção não é ostentar, mas sim desfrutar o conforto, sensação tátil e a durabilidade. Eu diria que é tudo menos instagramável e mais habitável”, elucida Bruno.

7 Novos materiais ecológicos

A inovação sustentável ganhou contornos surpreendentes nos últimos tempos. Bruno cita como exemplo os painéis acústicos feitos de micélio (fungos), couros produzidos a partir de cacto, abacaxi ou resíduos ecológicos, além da impressão 3D em argila para a confecção de elementos vazados e até estruturas construtivas.

Na última edição 2025 do Salão do Móvel, em Milão, os materiais alternativos dominaram discussões e lançamentos. “O mercado está muito fértil e venho conhecendo soluções que há poucos anos seriam impensáveis”, comenta Bruno.



8 Design regenerativo

Se a sustentabilidade já deveria ser princípio, o design regenerativo vai além, pois considera o impacto direto do espaço na saúde física e emocional dos usuários. “Nesse ponto pensamos no morador antes mesmo do layout. Estamos falando de uma tomada perto da cabeceira que pode interferir no sono, um material com toxinas que podem evaporar com o calor e afetar a saúde ou até mesmo uma cor errada que interferirá no quadro emocional”, exemplifica.

O profissional indica a leitura de certificações, como a WELL Building Standard e HBC, que analisam questões sobre a qualidade do ar, conforto acústico, materiais e até campos eletromagnéticos. Iluminação adequada, ventilação bioclimática, biofilia, materiais que absorvem CO2 e escolhas conscientes também compõem essa abordagem estratégica.

“Quando falamos de arquitetura, o principal é quem habita. A casa precisa ser reflexo da pessoa e precisa fazer bem a ela”, finaliza.

Patrícia na
plantação de
soja e cana
na fazenda



PERFIL PATRICIA VIÇOSA

tradição e referência
de empreendedorismo

► POR MARLENE GALEAZZI

FILHA DE UM PIONEIRO que marcou época, Patrícia é figura festejada nos acontecimentos sociais e empresariais da capital federal

Um pastel que ficou famoso. Uma mulher que se tornou referência no universo do empreendedorismo feminino. As duas histórias que se entrelaçam formam um capítulo à parte nos registros dos sucessos da capital. Pastel Viçosa e Patrícia Viçosa, desde que ela nasceu, andam juntas, de mãos dadas. E foi exatamente por causa dele que ela também se tornou uma das mulheres mais respeitadas do DF. Uma CEO que tem sob sua responsabilidade mais de 300 funcionários diretos, vários indiretos, lojas, quiosques, uma fábrica com distribuição, incontáveis eventos, dos populares aos chiques, que se espalham por terras brasilienses.

Se não bastasse, sob sua supervisão, cresce a maior plantação de cana para garapa de todo o Centro-Oeste. Uma história com a idade de Brasília, e como ela, sempre voltada para o futuro. Do que era para ser apenas uma simples pastelaria a uma poderosa instituição genuinamente brasiliense, o caminho foi traçado pelo destino, pela fé, trabalho e sabedoria.

A semente foi plantada no início dos anos 1960, quando Sebastião Gomes, conhecido como Tião Padeiro, e sua mulher Ivanildes, recém-casados, perderam o ônibus para irem à lua de mel. Na rodoviária, cansados e com fome, o jovem casal tratou de comer alguma coisa. Com pou-

cas opções, o pastel vendido por um ambulante foi a escolha. Daí nasceu a ideia e a proposta para fazer parceria com o ambulante.

PREPARADA PARA ASSUMIR O LEGADO DOS PAIS

Única mulher dos três filhos do casal, Patrícia, que foi uma linda garotinha que sempre chamava a atenção por onde passava, hoje é uma bela mulher. Nasceu e se criou rodeada pelo mimo dos pais e da família, mas também sempre atenta ao trabalho, pois sentia que um dia teria que assumir a empresa. Na adolescência, como a maioria das mocinhas de sua geração e classe social, embarcou para os Estados Unidos, onde foi aprender inglês. Por lá, viveu alguns anos e, na volta, entrou para a Universidade. Curvou a Faculdade de Administração de Empresas e fez pós-graduação em Planejamento Estratégico em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas.

Cursos que se somam a outros tantos que ela fez em sua vida, pois sempre gostou de aprender e estar atualizada. Mãe de dois filhos de seu primeiro casamento, quando também morou na América, ela sempre conseguiu conciliar os estudos, trabalho e os cui-



Dançando com o pai a valsa dos 15 anos



Empresária entre seus dois filhos



Circulando por Miami com um dos filhos



Com o pai e mestre, Tião Padeiro



Na inauguração do Frigorífico Viçosa, em Alexânia

Ensinos do pai é a fórmula para o sucesso

No mês dedicado às mulheres, a brasiliense Patrícia Viçosa tem sido muito citada como mais uma referência de mulher trabalhadora e vitoriosa. E quando lhe perguntam qual a fórmula para tanto sucesso, ela não vacila e responde: “Os ensinamentos de meu pai”. E quais foram esses ensinamentos? Ela conta: “Tudo começou quando eu era muito jovem, quando eu tinha apenas 12 anos de idade. Ele sugeriu e eu gostei, de que a partir daquele momento eu iria acompanhá-lo em viagens, congressos, palestras no dia a dia.

E não apenas da Viçosa, mas também da outra empresa da família. Meu pai, já falecido, foi realmente um bom líder e, como bom líder, ele sabia delegar e confiar, o que é importante em uma empresa, com muito direcionamento e posicionamento, passando força. E eu tive a oportunidade de fazer isso ao longo do tempo na Viçosa. Com ele, tive uma trajetória de muito aprendizado. As pessoas que entraram ou saíram da nossa empresa levaram esses ensinamentos, foram capacitadas para outros caminhos tam-

bém”. Para Patrícia, o apoio e trabalho dos colaboradores têm sido fundamentais para a consolidação da marca que hoje é referência de Brasília. Quem nunca comeu um pastel da Viçosa, ou nunca ouviu falar dele, ou não vive em Brasília, ou nunca passou por aqui”, como se costuma dizer.

UMA MULHER FELIZ

Mulher de muita fé, Adventista de Sétimo Dia, Patrícia diz que nada teria sido possível sem a mão e o apoio de Deus. Ao lembrar o difícil tempo da pandemia, quando muitas empresas foram fechadas, ela conta o quanto foi difícil enfrentar tal desafio. “Tivemos que trabalhar com pouco e fazer muito. Mas, apesar das perdas, que foram muito sentidas, saímos fortalecidos e com as estruturas mais sólidas”, conta.

E complementa: “A pandemia nos ensinou muito, porque, ao contrário de outras partes do mundo, nunca tínhamos enfrentado tamanha tragédia, que até pode ser comprada a uma guerra”.

Para Patrícia, a condição de



Patrícia na frente do Palácio Imperial Hofburg, em Viena

ser mulher não a impediu de ser a condutora de uma grande empresa que praticamente saiu do nada, e que só vem crescendo de ano a ano. “Os tempos mudaram e a discriminação em alguns casos, se ainda existe, é velada”, afirma. “Mas de uma coisa eu tenho certeza, só me capacitei pelos ensinamentos de meu pai e por entender o quanto é importante também o aprendizado com ensinamentos acadêmicos, cursos, experiências,

vivências, respeito aos funcionários e a busca constante pela informação”, enfatiza.

Serena e ciente de que sempre está procurando fazer o melhor, Patrícia afirma: “Quando me olho no espelho, humildemente, me enxergo como uma mulher feliz, que, apesar dos obstáculos, se sente realizada, grata, que gosta de trabalhar e que ainda tem muito o que fazer no que for preciso”, finaliza Patrícia.



Registros de suas frequentes viagens pelo mundo





Thiago, Gleice e Leonardo Kammoun



MARLENE GALEAZZI

marlenegaleazzi@gmail.com

marlenegaleazzi

A notícia como deve ser dada. Seja qual for o segmento. Sociedade, política, curiosidades e gossip.

TRADIÇÃO RENOVADA

O EMPRESÁRIO LEONARDO KAMMOUN, proprietário do Haná, restaurante japonês, recebeu convidados para um jantar muito especial. O evento marcou oficialmente a reinauguração da casa que completa 24 anos com destaque no universo da gastronomia brasileira. Um momento de alegria e expectativa em que os convidados, jornalistas e influencers puderam conferir o ambiente que ganhou projeto arquitetônico repaginado e um ambiente mais sofisticado. Isto sem contar com as delícias servidas do menu que integra o rodízio oriental do local, como sushis, sashimis, pratos quentes e sobremesas.



Elaine Bruno e Marina Figueiredo



Denise Magis e Erica Teles



Renan Almeida, Luan Santana, Antonio de Castro e a titular da coluna



Liana Sabo e Miguel Jabour



Darlane Vale e Glaucie Chaves



Daniel Zukko



NOITE DE FESTA no Villa Rizza. Logo mais, Janaina Miotto, a querida Jana, e seu pai vão receber convidados para um encontro festivo em torno de seus aniversários. Ela completa 50 anos e ele 80. A comemoração promete ser das mais badaladas da temporada



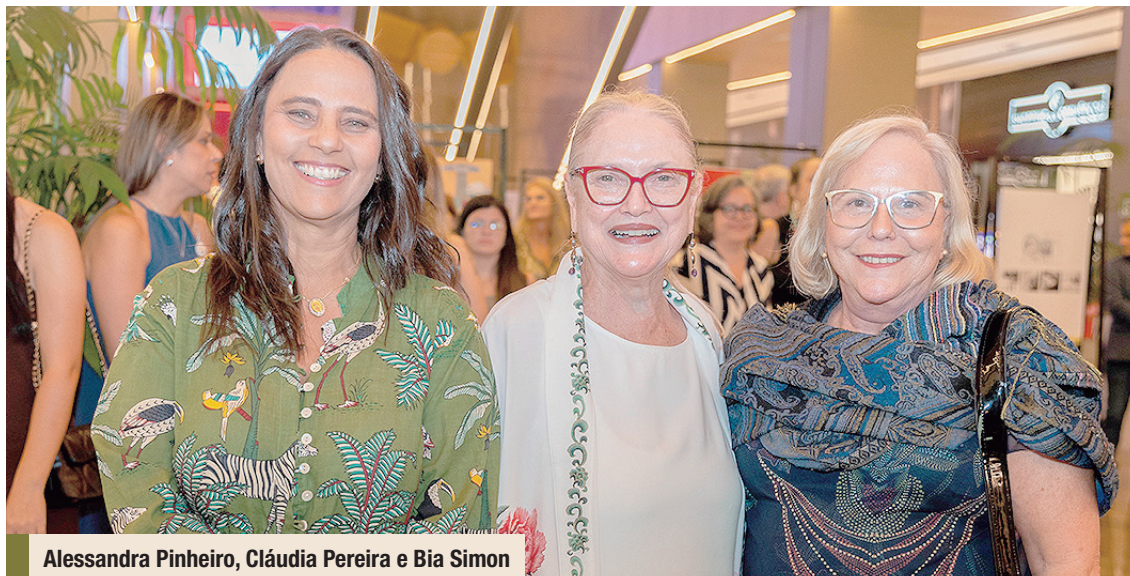
O deputado Rafael Pezenti com o presidente da Febrac, Edmilson Pereira

Jantar com UNIÃO DE PODERES

A **FEDERAÇÃO NACIONAL** das Empresas Prestadoras de Serviços de Limpeza e Conservação (Febrac) promoveu nesta semana o primeiro jantar do ano, voltado para parlamentares, lideranças sindicais e organizações parceiras. Ao todo, participaram do evento cerca de 50 pessoas, entre elas os deputados Coronel Ulysses (União-AC), Leo Prates (PDT-BA), Luiz Gastão (PSD-CE) e Rafael Pezenti (MDB-SC), além do ex-prefeito de Assú (RN), Ivan Lopes Jr. O jantar reforça o que a Febrac considera essencial para o Brasil: o diálogo entre o setor produtivo e o Poder Legislativo.



Deputado Coronel Ulysses e Cristiane Oliveira



Alessandra Pinheiro, Cláudia Pereira e Bia Simon

O PODER DO DESIGN

AGITO EM ÁGUAS CLARAS. Movimentado coquetel marcou a abertura da 2ª edição do COD Poster – Brasil 2026, no Manhattan Shopping. Com convidados de Brasília, Curitiba e Fortaleza, o evento integra a programação do 2º Fórum das Cidades Criativas do Design, que tem como tema “O Poder Transformador do Design”. A noite reuniu profissionais, artistas e representantes das cidades reconhecidas pela Unesco como as “Cidades Criativas do Design”. Tudo ainda poderá ser conferido até o dia 10 de abril. Imperdível.



Bruno Porto, Ricardo Porto e David Arantes



Gisele Raulik, a ex-ministra Dorothea Werneck, Ana Brum e Ricardo Sastre

Gourmet Brasília

✉ rodrigofreitasleitao@gmail.com

📷 @rodrigofreitasleitao

AS MELHORES DICAS PARA COMER E BEBER BEM

RODRIGO LEITÃO



TCHIN TCHIN VEIO ORGANIZAR AS CONFRARIAS

A Mira Artis iniciou, em 6 de março, a operação do Tchín Tchín (lp.tchintchin.com.br/), aplicativo criado para organizar a experiência de consumo e aprendizado sobre vinhos no Brasil. O lançamento oficial, no restaurante Santé Lago, reuniu em Brasília sommeliers, enólogos e proprietários de vinícolas de relevância. Com investimento inicial de R\$ 2,1 milhões, a empresa escolheu a capital federal como projeto piloto para testar seu modelo de gestão digital de confrarias. O APP está disponível para sistemas Android e iOS.

Diferentemente de ferramentas internacionais focadas somente em catálogos e notas de rótulos, o Tchín Tchín foca a organização de confrarias físicas. A plataforma conecta sommeliers, enólogos e proprietários de adegas diretamente aos consumidores. O lançamento ocorre em cenário de expansão: em 2025, importações de vinho no Brasil cresceram 20% em valor, alcançando US\$ 561 milhões, segundo o Ministério da Agricultura.

A ferramenta opera no modelo SaaS (Software as a Service) para especialistas e organizadores de confrarias. O sistema oferece recursos para controle de participantes, canais de comunicação interna e eventos. A proposta é substituir gestão informal de grupos, comumente realizada em aplicativos de mensagens, por estrutura profissional que fomente encontros presenciais e o comércio.

O objetivo do Tchín Tchín é preencher lacuna tecnológica no mercado de vinhos. "Enquanto o mundo digital focava apenas catálogos, decidimos digitalizar a experiência das confrarias. Brasília é cenário ideal para isso, pois um público sofisticado a cultura de encontros muito forte", destaca Paulo Vasconcellos, diretor da Mira Artis.



ESTAMOS NA SEMANA DA PIPOCA

BRASIL É o segundo maior consumidor da iguaria no mundo, ficando atrás apenas dos Estados Unidos

Nesta quarta-feira, dia 11 de março, foi comemorado o Dia da Pipoca. A data foi criada como campanha de marketing das grandes redes para atrair o público até às salas de cinema. No Brasil, a Rede Cinemark é que se destaca como responsável pela popularização da data.

A história da pipoca não foi bem registrada no passado, porém, o milho está entre nós a aproximadamente 9 mil anos. Estima-se que o alimento começou a ser cultivado no México, pelos índios. Mas a pipoca como a conhecemos hoje, surgiu em 1880, em Chicago, nos EUA, pelas mãos de Charles Cretor, inventor do carrinho de pipoca móvel.

Não se sabe ao certo, mas tudo indica que a pipoca surgiu na América há mais de mil anos. Os primeiros europeus que chegaram ao continente descreveram a pipoca, desconhecida para eles, como um salgado à base de milho usado pelos índios tanto como alimento quanto como enfeite para o cabelo!

Na época da colonização das Américas, os povos locais já cultivavam mais de 700 tipos de milho-pipoca. Grãos de milho usados para fazer pipoca foram encontrados por arqueólogos no Peru e no atual estado de Utah, nos Estados Unidos, o que sugere que a pipoca era amplamente consumida por vários povos americanos.

A palavra pipoca tem origem indígena. No Brasil, veio do tupi e quer dizer "milho rebentado". Quando se fala em consumo de pipoca, o Brasil perde apenas para os EUA. Ela é considerada um alimento moderado, rico em carboidrato, que pode ser utilizado como opção de lanche no seu plano alimentar. Não tem muitas calorias, visto que não é um alimento rico em gorduras. Atualmente, a pipoca é uma das delícias mais populares no mundo e esta frequentemente relacionada a momentos de felizes.

A forma simples de preparo, o sabor do floco, a combinação perfeita com coberturas e o fato de ser uma excelente fonte de energia e carboidratos fizeram a pipoca ser o sucesso que é hoje.



FAÇA EM CASA



BOLO DE PIPOCA

> INGREDIENTES

- Meia xícara (chá) de milho de pipoca
- 2 colheres (sopa) de óleo
- 200 g de Chocolate NESTLÉ® Classic Ao Leite
- 200 g de Chocolate GALAK
- Meia xícara (chá) de minimarshmallow colorido

> MODO DE PREPARO

- 1 Em uma panela média, aqueça o óleo e junte o milho de pipoca.
- 2 Misture bem e tampe a panela até que o milho estoure.
- 3 Abaixar o fogo e deixe até parar de estourar e reserve.

> COBERTURA DE CHOCOLATE AO LEITE

- 4 Em um recipiente refratário, derreta o Chocolate NESTLÉ CLASSIC em banho-maria, até obter um creme homogêneo.
- 5 Em um recipiente grande, misture a pipoca ao Chocolate.
- 6 Coloque a massa de pipoca em uma forma de furo central (19 cm de diâmetro) forrada com papel-alumínio e leve à geladeira por cerca de 1 hora.

> COBERTURA DE CHOCOLATE BRANCO

- 7 Em um recipiente refratário, derreta o Chocolate GALAK em banho-maria, até obter um creme homogêneo.
- 8 Em um recipiente grande, misture a pipoca ao Chocolate e aos mini marshmallows.