

CLÁUDIA IOSCHPE

byn9ve@zerohora.com.br ☎ 3218-6405

com Fernanda Pandolfi

www.clicrbs.com.br/byn9ve



Byn9ve

Um concurso de drinks e um desfile de marcas badaladas com tendências de roupas e acessórios da estação marcaram recentemente um happy hour na Shop In and Friends, em Jurerê Internacional.

LUIZA FREYSELEBEN e **FERNANDO CAVALCANTI** (na foto 1), **THAYSE PEREIRA** (2) e **SYO BESEN** e **NICOLI SAULES** (3) estavam por lá e conferiram os DJs Allan Von Muhlen e Peterson Ungaretti.

Clave de sol

O maestro **Manfredo Schmiedt**, do Coro Sinfônico da Ospa, tem uma meta para 2012: transformar o grupo de 60 cantores em cem vozes. Para isso, uma seleção será realizada em março para encontrar os novos talentos.

Saber leitura musical e ter comprometimento são os pré-requisitos que o maestro exige dos candidatos que pretendem participar das audições. Formado por cantores amadores, o coral está programado para o primeiro semestre do ano: apresentará obras da literatura Sinfônico-Coral como a *Missa Solemnis* de Beethoven.



FOTOS: HANTORI, DIVULGAÇÃO

MORDOMIA DE MADAME

Em primeira mão, a coluna divulga mais uma novidade do camarote do Planeta Atlântida, que ocorre nos dias 5 e 4 de fevereiro: o Espaço Madam.

Nos cem metros quadrados ambientados de forma a reproduzir o descolado club com sede em Porto Alegre, a bossa da vez fica por conta de abajures cromados (*na foto abaixo*) medindo 1m75cm de altura cada um. Os objetos decorativos foram escolhidos a dedo pela sócia do club, e DJ, Nicole Baldwin, em Buenos Aires.

Serão necessários mais de 50 metros de plástico bolha para embalar as peças com segurança e transportá-las até Atlântida. O Byn9ve te ajuda a curtir isso e muito mais: clique em zh.com.br/byn9ve e participe da promoção que te leva para curtir o Planeta no camarote.

O trio do frio

Os gaúchos **BETO VALLE**, **SANDRO SCLOVSKY SALT** e **CRISTIANO SIMÕES** foram capa da revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios por causa do destaque que a sua agência de viagens, a Point da Neve, vem ganhando no Brasil.

A coluna, Cristiano contou que o grande diferencial da empresa – definida por ele como uma boutique – é a segmentação do serviço de luxo. Os agentes de viagem preparam um roteiro personalizado para os clientes.

Segundo o empresário, os principais consumidores da loja são apreciadores de esportes como o esqui e snowboard, mas há quem goste de visitar uma vinícola ou frequentar bons restaurantes.



FELIX ZUCCO

