

O O bet365

<p>[Intro] C G Am C G Am F G C F C [Tab - Intro] E|-0-3-0-3-5-----1-0--0-
 -----| B|-----1-3-----3-1-3---1-----| G|-----
 -----O-----| D|-----| A
 |-----| 2 , E E|-----

-----| [Primeira Parte] C F C Al#233;m do rio azul F G C As ruas s#227;o de ouro e de 2 , E cristais F G C G/B Am Ali tudo #233; vida, ali tudo #233
 ; paz G F G C Am Morte 2 , E e choro, nunca mais F G C F Tristeza e dor, nunca ma
 is C F C Al#233;m do rio azul 2 , E F G C As ruas s#227;o de ouro e de cristais
 F G C G/B Am Ali tudo #233; vida, 2 , E ali tudo #233; paz G F G C Am Morte e
 choro, nunca mais F G C Tristeza e dor, 2 , E nunca mais [Pr#233;-Refr#227;o] B
 b2 F G Verei o grande rio da vida Bb2 F G Claro como o cristal Bb2 2 , E F G Vere
 i a face do meu Mestre querido [Refr#227;o] Am Dm G N#227;o haver#225; mais n
 oite ali C G/B 2 , E Am N#227;o haver#225; nenhum clamor Dm G Verei os olhos de
 Jesus C E E tocarei Seu corpo, enfim Dm 2 , E G N#227;o haver#225; mais noite
 ali C G/B Am N#227;o haver#225; nenhum clamor Dm G Verei os olhos de Jesus 2 , E
 C E E tocarei Seu corpo, enfim [Ponte] F G C G/B Am G As na#231;#245;es anda
 r#227;o #224; Sua luz 2 , E F G C G/B Am G E as portas jamais se fechar#227;o
 F G C G/B Am A cidade #233; 2 , E de ouro puro F De jaspe #233; seu muro C Al#
 233;m do rio azul Morte e choro, tristeza e dor 2 , E Nunca mais, nunca mais C Mo
 rte e choro, tristeza e dor G C Nunca mais, nunca mais Morte e choro, 2 , E trist
 eza e dor G C Nunca mais, nunca mais Morte e choro, tristeza e dor G C Nunca mai
 s, nunca 2 , E mais Morte e choro, tristeza e dor G C Nunca mais, al#233;m do ri
 o azul</p>

<p></p><div class=""hwc kCrYT" style=""padding-botto
 m:12px;padding-top:0px"><div><div><div><div><
 div><div><div>Why are YETI coolers so expensive? There are two pr
 etty simple answers: technology and marketing. The Aust
 in, Texas-based company was founded by the Seiders brothers: two avid outdoorsme
 n who felt there weren#39;t any coolers on the market that kept their catches,
 kills, and beverages cold enough for long enough.</div></div></di
 v></div></div><div></div><div><a data-ved="q
 uot;2ahUKEwi5_uvi89CDaxVsxDgGHCwsDK4QFnoECAEQBg" href=""{href}">
 ;<div>How YETI Made Its Coolers a Status Symbol in
 America - Business Insider</div><
 ;div>businessinsider : yeti-coolers-so-expensive-brand-marketing-out...</
 div></div></div></div><div><