

VERSATILE

VERSATILE.COM

VERSATILE

ANO 20 - Nº 116 - SETEMBRO/OUTUBRO 2020



REPENSAR

2020 E A REINVENÇÃO DO CONSUMO,
DOS COSTUMES, DOS RELACIONAMENTOS...
A ERA DO PROPÓSITO VEIO PARA FICAR



WHAT MOVES YOU, MAKES YOU*

Taron Egerton com seu relógio 1858 Geosphere.
Seguindo seu próprio caminho.



*VOCÊ É O QUE TE MOVE

São Paulo: Flagship Iguatemi São Paulo 11 3032 4230 | Cidade Jardim 11 3552 8000 | Higienópolis 11 3662 2525
Ibirapuera 11 5096 1714 | JK Iguatemi 11 3152 6180 | Morumbi 11 5184 0775 | Campinas: Iguatemi 19 3295 7254





MONTBLANC



Rio de Janeiro: Rio Sul 21 2542 6541 | VillageMall 21 3252 2744 | Belo Horizonte: BHShopping 31 3505 5155
Cuiabá: Espaço La Provence 65 3623 4658 | Curitiba: Patio Batel 41 3088 1147
www.montblanc.com.br



PANERAI

LABORATORIO DI IDEE

A UNIQUE FORMULA OF
SWISS TECHNIQUE AND ITALIAN STYLE
NEW SINCE 1950



L U M I N O R 3 DAYS AUTOMATIC

A N I T A L I A N L E G E N D

APPLY TO THE NEW PANERAI PAM.GUARD PROGRAM
TO BENEFIT UP TO 8 YEARS OF
INTERNATIONAL LIMITED WARRANTY
REGISTER YOUR TIMEPIECE ON PANERAI.COM



E daqui pra frente?



O Safra só é o Safra porque,
há mais de 175 anos, está
sempre pensando sério
no “daqui pra frente”.

Nossos especialistas têm
um cuidado especial a cada
escolha e a cada movimentação.

Daqui pra frente,
repense seus investimentos.

Abra sua conta agora.
Invista como
um especialista.



Safra

Central de Atendimento Safra Invest: 0300-105-1234 (de segunda a sexta-feira, das 8h às 21h30, exceto feriados). Atendimento a Portadores de Necessidades Especiais Auditivas e de Fala/SAC – Serviço de Atendimento ao Consumidor: 0800-772-5755 (atendimento 24 horas por dia, 7 dias por semana). Ouvidoria, caso já tenha recorrido ao SAC e não esteja satisfeito(a): 0800-770-1236 (de segunda a sexta-feira, das 9h às 18h, exceto feriados). www.safra.com.br



BAD BOY

CAROLINA HERRERA
NEW YORK



THE NEW MASCULINE FRAGRANCE

#GOODTOBEBAD





PATRICIA ANASTASSIADIS

MOSTRA ARTEFACTO HADDOCK LOBO 2020

São Paulo: Haddock Lobo - 3087 7000 • D&D Shopping - 5105 7777 • Jardim Anália Franco - 2250 7798 • Rio de Janeiro - 3325 7667 • Curitiba - 3111 2300 • Balneário Camboriú - 3062 7000
Brasília - 2196 4250 • Goiânia - 3101 9900 • Jau - 3621 1080 • Salvador - 3034 0502 • João Pessoa - 3035 1637 • Porto Velho - 3225 1225 • Manaus - 3211-0600 • Cuiabá - 3027 6639
Belém - 3120 9010 • Artefacto B&C: São Paulo: Avenida Brasil - 3894 7000 • D&D Shopping - 5105 7760 • Artefacto Outlet: São Paulo: Rua Henrique Schaumann - 3897 7001
USA: Coral Gables - 305.774.0004 • Aventura - 305.931.9484 • Dorai - 305.639.9969 • artefacto.com.br • @artefactooficialbrasil

artefacto



Perspectiva Artística da Fachada

H

HORIZONTE
VILA NOVA

SURGE UMA NOVA ESTRELA NO
CORÇÃO DA VILA NOVA CONCEIÇÃO.

exclusiva

1 POR ANDAR

APARTAMENTO: 297 M²

MAISON: 450 M² / DUPLEX: 567 M²

RUA HÉLIO PELLEGRINO X RUA QUIÇABA

www.incorporadoraemoco.es.com.br

Construção

CONSTRUTORA
SAO JOSE

Realização

 **EMOÇÕES**
INCORPORADORA



Sua experiência agora on-line:
www.ricardoalmeida.com.br



RICARDO
ALMEIDA

PROPÓSITO

Nos últimos 180 dias, fomos desafiados a enfrentar a maior crise já vivenciada pela humanidade. Cada um reagiu de uma forma. No meu caso, usei toda a minha força, energia, garra e espiritualização em favor de uma causa maior. Não parei um só dia, focado em meus projetos, e aproveitei cada minuto para refletir, evoluir, estudar, me especializar, aprender coisas novas, ajudar quem precisou de ajuda e me tornar uma pessoa melhor.

No plano coletivo, o segmento da VERSATILLE foi um dos mais atingidos pela pandemia; afinal, em uma crise severa, publicidade é a primeira verba a ser cortada. Não obstante, que motivação nos fez permanecermos focados mesmo em tempos extremamente desafiadores? Aqui, no Universo VERSATILLE, a ideia de preservação da equipe e construção de um projeto com muito mais propósito. Pensando nisso, mantivemos 100% do staff mesmo durante o auge da tempestade provocada pela passagem do coronavírus, período em que, durante a maior parte do tempo, a equipe esteve concentrada no digital e, agora, no segundo semestre, estamos retornando com duas edições: 116 (setembro/outubro) e 117 (novembro/dezembro).

Graças a nosso modelo de negócio, com governança corporativa, saímos mais fortes, mais unidos, e decidimos que a primeira edição pós-tormenta não poderia ser igual a nenhuma das anteriores. Porque nós, equipe, brasileiros – o mundo! – mudamos. Muito se fala em novo normal, então resolvemos viver isso já em nossa capa. Em vez de clicarmos um personagem como usualmente fazemos, a bela obra de

arte criada pela artista Luna Buschinelli nos convida a repensar todas as esferas da vida cotidiana. Essa talentosa jovem da promissora geração Z aceitou também doar a tela para o Gerando Falcões, projeto do incansável Edu Lyra, que vai leiloar a peça em benefício dos projetos sociais que comanda. Por sinal, somos parceiros e apoiadores da referida ONG.

Esta edição, que, como de costume, celebra o melhor da vida, combina as grandes tendências do turismo e da gastronomia com as reflexões necessárias em um mundo pós-pandemia. Contamos, para isso, com o auxílio mais do que estratégico de Daniela Filomeno Seripieri, colunista e integrante do conselho editorial desde 2011, que atuou como diretora de redação convidada. Daniela trouxe seu toque exclusivo, seu bom gosto e seu olhar refinado também para o editorial de moda e as pautas sobre reinvenção do luxo.

Quero deixar registrada minha homenagem ao “Bira”, entrevistado nesta edição. Uma das pessoas mais espetaculares que conheço e com quem convivi intensamente durante a maior parte da pandemia.

Isso posto, superconvido você a celebrar, apreciar e saborear cada pauta, página, ideia e inspiração. Que sua experiência seja tão prazerosa ao ler quanto foi para nós fazer este exemplar chegar em suas mãos.

Que o mundo siga sendo disruptivo, que tudo o que passamos tenha sido para uma evolução e conscientização irreversível e, com isso, surja um mundo muito mais justo e melhor para viver. ☺

Rogério G. Sfoggia
Publisher



@rogeriosfoggia

© MARCIO SCAVONE



■ CAPA: ÉRIS (NANQUIM, AQUARELA E FOLHA DE OURO 18 QUILATES SOBRE PAPEL FABRIANO; 50 X 36 CM; INTEGRA O DÍPTICO ÉRIS E TRISTAN)
■ ARTISTA: LUNA BUSCHINELLI (GALERIA ARTEEDIÇÕES)



M

MISSONI

Shopping JK Iguatemi - Av Pres. Juscelino Kubitschek, 2041 - Piso Térreo

VERSATILLE

REVISTA VERSATILLE

versatille.com

editora@versatille.com

Rua Iguatemi, 448, cj. 802, 8º andar, Itaim Bibi

São Paulo/SP, CEP 01451-010

Tel. +55 (11) 3149-4650

Rogério G. Sfoggia | Publisher

rogerio@versatille.com

Lucia Louro | Diretora de Relações Institucionais

lulouro@versatille.com

Alvaro Leme | Diretor de Conteúdo

alvaro@versatille.com

Daniela Filomeno | Diretora de Redação Convidada

daniela@viagemgastronomia.com.br

Mayra Carvalho | Diretora de Arte

info@maystuffs.com

Raquel Paulino Drehmer | Editora-Chefe

drehmer@versatille.com

Raquel R. Sfoggia | Relacionamento & Experiência

raquel@versatille.com

REPÓRTERES

Gabriela Neumann, Gabrielle Torquatto
e Maria Alice Prado

Rosana Ribeiro | Núcleo Digital

rosana@versatille.com

Everaldo Guimarães | Tratamento de Imagem

COLABORARAM NESTA EDIÇÃO

Carol Goulart, Danilo Costa, Eduardo Viveiros,
Fabiana Pino, Facundo Guerra, Fernando Moraes,
Gabriel Bertoncel, Issaaf Karhawi, Kaique Marques,
Marcella Centofanti, Matheus Evangelista,
Miguel Arcanjo Prado, Miriam Spritzer,
Pablo Félix, Ricardo Castanho,
Roberto Abolafo Jr., Robson Batista,
Sergio Quintanilha, Tina Bini

COLUNISTAS

Cristiane Coelho, Daniel Sene, Daniela Filomeno Seripieri,
Nelson Spritzer, Philippe de Nicolay Rothschild,
Waleska Farias e Wanderley Nunes

CONSELHO EDITORIAL

Carlos Ferreirinha, Daniela Filomeno Seripieri,
Rogério G. Sfoggia e Alvaro Leme

ADMINISTRATIVO FINANCEIRO

Maria Vasconcelos | Contas a Pagar/Receber

financeiro@versatille.com

Naydson Souza | Logística

naydson@versatille.com

REPRESENTANTE INTERNACIONAL

International sales: multimedia, inc. (USA)
Tel. +1 407 903 5000
e-mail: info@multimediausa.com

IMPRESSÃO

Coan Indústria Gráfica

DISTRIBUIÇÃO

Bancas: Direto

Mailing: Direto/Correios

TIRAGEM

26.000 exemplares

Acesse nosso site:
versatille.com

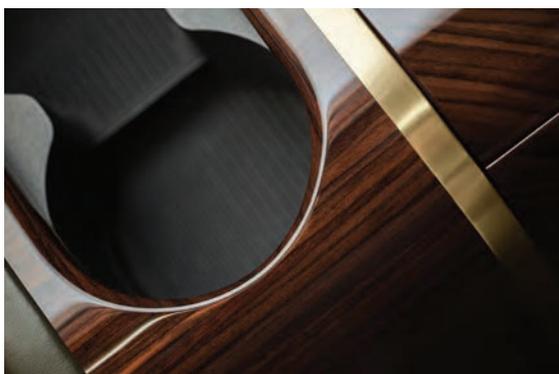


Siga-nos no Facebook:
www.facebook.com/revistaversatille



Siga-nos no Instagram:
instagram.com/versatille






Gulfstream[™]

A General Dynamics Company

SUA CABINE, SUA ESCOLHA.

As possibilidades são infinitas com as configurações espaçosas e o interior personalizado.

A ARTE DA EXCELÊNCIA.



- 20** consumo
Fomos investigar como o mercado de luxo deu a volta por cima neste ano de crise
- 24** capa
Propósito: qual é o seu? Um texto sobre respirar, inspirar e repensar
- 30** talento
A trajetória de Luna Buschinelli, a jovem artista que criou nossa capa
- 34** memória
Perdemos Abraham Palatnik. Aqui, uma reflexão sobre o legado desse mestre
- 38** arte
O Met comemora seus 150 anos com exposição. Nossa repórter foi lá!
- 44** literatura
Nova tradução para o inglês aumenta o hype de Machado de Assis no exterior
- 46** celebridade
Michaela Coel, a criadora da espetacular (e forte) série *I May Destroy You*
- 50** cinema
O produtor brasileiro Rodrigo Teixeira e seu sucesso em Hollywood
- 54** grife
Abriu Gianvito Rossi em São Paulo, e a gente conta a história do designer
- 58** moda
Mulheres reais (e maravilhosas) posam com looks de Rafael Chouiche
- 70** sucesso
Jaime Sirena, Ubirajara Guimarães e as emoções de ser sócio de Roberto Carlos
- 74** motor
Grandes lançamentos de carros de luxo de 2020 – apesar da pandemia!
- 82** turismo
Onze destinos nada lugar-comum para conhecer aqui no nosso Brasilzão
- 92** passeios
São Paulo ao ar livre também é linda, e a gente prova neste roteiro
- 98** restaurantes
Novas casas que abriram neste ano onde os pratos valem mais a pena
- 104** reinvenção
O projeto gastronômico Ocupa Rua tem tudo para mudar bairros paulistanos



- 108 produto
Azeites nacionais ganham força, notoriedade e reconhecimento em premiações
- 112 relógios
As melhores marcas do segmento e seus mais novos modelos
- 118 vida digital
Reparou que os influencers mudaram? Entenda com o texto de uma expert da USP
- 134 shopping
Acessórios cheios de charme para aquele chá ou café que faz bonito
- 136 home
A era do escritório em casa se consolidou. Dicas para reformular o seu
- 146 bebida
Não basta ter bons vinhos, é preciso ter adegas à altura (como essas)
- 150 perfil
Renato Mendonça decora e encanta com seu programa de televisão
- 152 designer
Paola Lenti e os móveis que a gente sente vontade de ter assim que conhece

- 156 cultura
Entre lançamentos fresquinhos e clássicos imperdíveis, 20 livros para você conferir

colunas/seções

- 122 enology
- 124 paladar
- 126 carpe diem
- 128 liderança, carreira e imagem
- 130 bem-estar
- 132 saúde bucal
- 162 versatille.com





colaboradores

DANIELA FILOMENO

Parte da família VERSATILLE há anos, nossa colunista mergulhou ainda mais na revista nesta edição. Atuou como diretora de redação convidada, papel que executou com seu habitual bom gosto, desde as primeiras conversas sobre temas e pautas até a correria da semana do fechamento. Assina três reportagens maravilhosas sobre sua área de expertise, que não à toa dá nome a seu site: Viagem&Gastronomia.



EDUARDO VIVEIROS

Inteligente, preciso e com doses certas de humor (às vezes bom, às vezes mau), é um dos jornalistas de moda mais interessantes do país. Lembramos dele assim que surgiu o assunto sobre a chegada da boutique Gianvito Rossi ao Brasil e quando tivemos de escalar alguém para falar do estilista Rafael Chaouiche. Claro, ficaram ótimas, como de costume.



MIRIAM SPRITZER

Ela é o sonho de todo editor: entrega bons textos em prazos recorde. Sempre apresentando de maneira inteligente e saborosa os assuntos que cobre, seja o perfil de uma celebridade (nesta edição, escreveu sobre o produtor de cinema Rodrigo Teixeira), seja um relato sobre a reabertura do Met, museu icônico de Nova York, cidade onde Miriam vive há dez anos.



TINA BINI

Conseguiu unir suas maiores paixões ao trabalho: viajar e comer. Atualmente, é editora no site Viagem&Gastronomia, motivo mais do que nobre para girar o mundo atrás de descobertas gastronômicas e culturais (*como nesta foto, feita em Botsuana, na África*). Seus primeiros textos para VERSATILLE apresentam restaurantes que foram inaugurados em São Paulo durante a pandemia e falam sobre a tendência da ocupação de espaços públicos por pedestres, bares e restaurantes. Bem-vinda, Tina!



IMAGENS: ARQUIVO PESSOAL



MIGUEL ARCANJO PRADO

Diga aí um evento cultural bacana em São Paulo e eu direi que certamente este talentoso jornalista lá esteve para escrever a respeito. Integrante da Associação Paulista de Críticos de Arte, ele nos brindou nesta VERSATILLE com um texto sobre o legado de Abraham Palatnik, morto neste ano pela covid-19, e outro em que conta a história da genial Michaela Coel, atriz e roteirista britânica em ascensão.



SERGIO QUINTANILHA

Trouxe sua vasta experiência de mais de 30 anos no segmento automotivo para contar a nossos leitores sobre os carros de luxo lançados durante a pandemia. É doutorando em comunicação na USP e professor de jornalismo na pós-graduação da Universidade Anhembi Morumbi e do curso de jornalismo automotivo da Faculdade Cásper Líbero.



MARCELLA CENTOFANTI

Nascida em Mogi das Cruzes, ela foge para ver o mar sempre que tem chance. Para esta edição, mergulhou no concreto da capital para falar sobre os intrépidos Jaime Sirena e Bira Guimarães, da Emoções Incorporadora. Voltou com a interessante história dos dois, sócios de Roberto Carlos no ramo da construção civil.



RICARDO CASTANHO

Especializado em comida e bebida, ele tem diplomas como sommelier de vinhos, cervejas e azeites. Aliás, até dá aulas sobre esse último. Você sabia que esse saboroso óleo vegetal criado a partir da oliva tem ganho versões brasileiras cada vez melhores? Leia a reportagem dele para conhecer mais, então!





Normal de grife

QUAL SERÁ O FUTURO DO LUXO APÓS A CHEGADA DO CORONAVÍRUS? FOMOS ATRÁS DE GRANDES GRUPOS NACIONAIS E EXPERTS DO SEGMENTO EM BUSCA DE RESPOSTAS, E DÁ PARA CRAVAR: NADA SERÁ COMO ANTES...

ILUSTRAÇÃO: CAROL GOULART



N

enhuma empresa é penalizada por tentar fazer diferente, mas sim por insistir em fazer da mesma forma. O ensinamento é do consultor Carlos Ferreirinha, uma das principais cabeças pensantes do segmento de luxo no país, e vale para definir o cenário em que o mercado de alto padrão se encontra neste fim de ano: é hora de reinvenção. Mas como uma indústria conhecida por suas robustas raízes fincadas num passado artesanal pode dar um salto rumo ao futuro dominado por telas? E de que maneira o cenário da porção mais reluzente do comércio foi impactado por um ano em que as pessoas tiveram de passar tantos meses trancadas em casa?

Para Ferreirinha, o varejo de luxo precisará transformar o quanto antes seus espaços em ambientes de “socialização e entretenimento” para se manterem atrativos. Ou seja, pontos de contato que oferecem ao cliente uma experiência com a marca, mais do que a chance de comprar produtos. “É preciso agilizar a competência digital e entrar nessa dinâmica de ‘anywhere commerce’”, diz ele, referindo-se à consolidação das vendas eletrônicas. Mesmo quem tinha receio de adquirir itens pela Internet se viu obrigado, neste ano de pandemia e isolamento, a experimentar a modalidade, o que acelerou uma transição que já estava em curso havia tempo, do analógico para o virtual.

Essas transformações de comportamentos se estendem ao segmento de eventos, que foi ainda mais afetado pela pandemia do que o varejo. Embora as versões virtuais sejam muito eficientes para engajar a clientela, ainda são uma modalidade que requer menos, por assim dizer, preparação – atire a primeira pedra quem nunca entrou numa videoconferência arrumado só da cintura para cima. Vera Lopes, CEO do Luxury Marketing Council Brasil, lembra quanto o luxo está atrelado às ocasiões sociais: “Tem que ter onde usar a roupa nova. E se acostumar de novo a se arrumar e esquecer o moletom. Não é apenas uma questão de dinheiro, mas de disposição pessoal para enfrentar o perigo do vírus se expondo antes da hora.”

Casa (digital) em ordem

Na Ásia e em parte da Europa, a reabertura foi marcada por uma corrida às lojas, com longas filas e faturamento milionário. A Hermès vendeu US\$ 2,7 milhões de dólares em um único dia, em sua loja na cidade chinesa de Guangzhou, coisa que não se repetiu no Brasil, um mercado em que o segmento de luxo é consideravelmente mais modesto. Porém, com as restrições de viagens internacionais,

todos os olhares se voltaram para o consumo interno. “A demanda ficou bastante reprimi-

SAÍRAM NA FRENTE AS
GRIFES NACIONAIS E
INTERNACIONAIS QUE
TINHAM SE PREPARADO
PARA CRESCER NO
E-COMMERCE E NOS
EVENTOS REMOTOS, POR
VIDEOCONFERÊNCIA



“TEM QUE TER ONDE USAR A ROUPA NOVA. E SE ACOSTUMAR DE NOVO A SE ARRUMAR E ESQUECER O MOLETOM. NÃO É APENAS UMA QUESTÃO DE DINHEIRO, MAS DE DISPOSIÇÃO PESSOAL”,
VERA LOPES, CEO DO LUXURY MARKETING COUNCIL BRASIL

da, já que as pessoas não puderam ir comprar fisicamente”, diz Vera Lopes. “Mas para muitos também não havia clima, as preocupações eram outras.”

Nesse cenário, saiu na frente quem tinha a casa em ordem para crescer no e-commerce e mesmo nos eventos remotos, por videoconferência – isso, sim, valeu tanto para as marcas instaladas aqui quanto nos demais continentes. O *Wall Street Journal* contou, em agosto, que nomes como Salvatore Ferragamo e Tod’s foram prejudicados

por não ter ainda uma presença on-line bem estruturada. E que pesos pesados como Dior, Gucci e Louis Vuitton, comandadas por grandes grupos, não sofreram um impacto tão expressivo. Enfrentar uma tempestade a bordo de um transatlântico

é menos assustador, afinal. Philippe Blondiaux, diretor financeiro da Chanel, declarou ao jornal britânico *Financial Times* que, por causa da covid-19, a marca terá uma “redução significativa nos lucros em 2020” e que só deve voltar a crescer em dois anos.

Em solo verde e amarelo o tremor não foi menor, mas não deixamos de ter movimentação on-line. “Nosso site de compras teve um crescimento significativo durante o momento de fechamento”, afirma Bruno Astuto, CCO da JHSF, empresa proprietária do Shopping Cidade Jardim e de outros quatro empreendimentos similares, como a Fazenda Boa Vista, no interior de São Paulo. Para manter o consumi-

dor envolvido, foi montada uma programação bem interessante de cursos e lives via redes sociais. Teve até inauguração remota de loja, caso da abertura da boutique Gianvito Rossi no Cidade Jardim (*leia mais sobre a grife na página 60*). “O complexo aparato de câmeras e conectividade possibilitou que as clientes praticamente ‘passassem’ por dentro da loja, mesmo a distância”, diz Astuto. Ainda neste ano, a JHSF pretende abrir o CJ Shops Jardins, que tem projeto do arquiteto Arthur Casas. Nesse novo endereço, espere por um shoe salon, espaço no primeiro andar que será ocupado somente por grifes de calçados femininos, além da primeira loja da marca francesa Isabel Marant no Brasil.

O que também está a todo vapor é a obra do Fasano Cidade Jardim, em parceria com a JHSF. Trata-se de um complexo que une hotel, residências e clube privativo conectado ao shopping. “O cronograma sofreu pequenas mudanças em virtude do cenário, que exigiu muito cuidado nas construções iniciadas”, explica Constantino Bittencourt, sócio-diretor do Grupo Fasano. A empresa mantém outros três projetos em andamento: em São Paulo, no Itaim; na Bahia, vem aí o Fasano Trancoso; e, no primeiro semestre de 2021, o Residences Fifth Avenue, em Nova York. “Temos cerca de 2 mil funcionários e acreditamos muito no potencial turístico, econômico e social das cidades onde o Fasano está presente. Estamos otimistas com o aquecimento do turismo interno, de forma que redescubram o país, que tem tanto a oferecer. É uma oportunidade para que as pessoas passem a ver de novo o Brasil com outros olhos”, diz o executivo sobre a mudança de hábito do brasileiro. ♻





capa

UM NOVO OLHAR PARA O

FUTURO

POR MARIA ALICE PRADO

REVISTA VERSATILLE

24







capa

HÁ TEMPOS SE FALA EM PROPÓSITO, PALAVRA QUE SE CONSOLIDOU (AINDA MAIS) NO IMAGINÁRIO MUNDIAL APÓS A HUMANIDADE SE VER IMERSA NO PERIGO DE UM INIMIGO INVISÍVEL QUE PARALISOU A ROTINA EM TODOS OS CONTINENTES. PELA PRIMEIRA VEZ EM SEUS 21 ANOS DE HISTÓRIA, VERSATILLE OPTOU POR UMA CAPA SEM MODELOS NEM CELEBRIDADES, QUE DERAM LUGAR À OBRA *ERIS*, DA ARTISTA LUNA BUSCHINELLI. NO LUGAR DE ENTREVISTAS OU PERFIS, UM TEXTO QUE CONVIDA VOCÊ A REPENSAR SEUS CAMINHOS DE 2020 EM DIANTE

A

s peças do jogo da vida, que um dia pensávamos ter em ordem, foram todas embaralhadas pela pandemia como em um piscar de olhos. Dormimos em um dia com abraços, planos e

expectativas e acordamos em uma realidade sem precedentes nas últimas gerações. O mundo se viu preso em um distanciamento imposto muito além dos espaços físicos: a norma também se configurou em isolar cada um com os próprios pensamentos.

Se há uma palavra que foi incorporada ao dicionário e à rotina das pessoas a partir da pandemia do coronavírus, ela se chama autoconhecimento. Em um cenário de angústias e incertezas, fomos colocados à prova com nós mesmos para tirar proveito de situações nunca vistas dessa perspectiva. O olhar para dentro nos fez enfrentar desafios – que, por muito tempo, foram evitados – nas relações familiares, no trabalho, nos relacionamentos e, principalmente, nos próprios objetivos.

Desafios porque, sem perceber, somos impulsionados a viver sonhos e planos que não são nossos. A neces-

sidade de provar eficiência, produtividade e alta performance desde muito cedo nos faz perder características essenciais para a condição humana: o processo de se conhecer, ao passo que os níveis de consciência, pertencimento e maturidade emocional são construídos.

De repente, uma onda avassaladora tira tudo o que pensamos que conhecíamos sobre a própria vida. E, com a sensação de vazio, chega a vontade de virar a vida de cabeça para baixo. De fazer uma grande mudança. O desejo de realizar ou conquistar algo veio à tona de maneira tremendamente promissora.

E isso nada mais é do que traçar e buscar seu propósito. Esse sentimento tomou conta dos pensamentos de muita gente, mesmo, muitas vezes, sem que possamos compreender a totalidade do que ele significa. Propósito, entre suas inúmeras interpretações, pode ser explicado como a razão que faz alguém levantar todos os dias – mesmo nos mais cinzas e impossíveis – com motivação para alcançar alguma coisa. Existe um termo japonês que explica a sensação: é o *ikigai*, que significa “razão de viver”.





Buscar por você mesmo

De acordo com essa filosofia, todos têm um *ikigai*. Descobrir qual é o seu requer uma profunda e, muitas vezes, extensa busca de si mesmo. Muito além de apenas um mantra, o *ikigai* é uma doutrina cientificamente estudada sobre um povoado japonês – não à toa, o Japão tem expectativa de vida que chega a 84 anos. O teórico Ken Mogi, autor do livro *Ikigai: Os Cinco Passos para Encontrar Seu Propósito de Vida e Ser Mais Feliz*, dedicou anos de estudo à filosofia para concluir que não se trata apenas de viver por um longo período, mas de encontrar sentido para persistir tanto tempo na caminhada.

O termo vem da compreensão do estilo de vida dos moradores centenários de Okinawa, no sul do Japão. O padrão de longevidade extremamente fora do comum instaurou a crença de que a razão de tantos anos de vida seria o *ikigai*. O surpreendente é que, na contramão de obter sucesso e grandes metas impostas por contratos sociais convencionais, o *ikigai* enxerga paixão pelos detalhes antes de buscar por objetivos profundos.

Mogi explica que o conceito tem a ver com sair do piloto automático e encontrar, por mais simples que sejam, ações, valores e metas que façam os olhos saltar. Às vezes, esse propósito pode ser ajudar pessoas, escrever, regar uma planta ou cantar. O autor, no entanto, diz que, diferentemente de um hobby, o conceito não se trata de obter uma gratificação instantânea e passageira. Mas, sim, de sentir que tudo o que parece rotineiro e insignificante no plano maior da vida, na verdade, passa a ter o objetivo de entregar felicidade.

Praticar essa missão e aplicar a teoria na vida real não parece fácil – e, na verdade, não é para ser. Decidir trilhar outro caminho que não o curso natural do que nos foi imaginado exige muita coragem e aceitação de riscos. A pandemia abriu as portas para encontrarmos paixões, metas e objetivos que certamente não faziam parte dos planos do “antigo normal”. Mas, para abraçar a oportunidade, é preciso entrar em contato com fraquezas, insegurança e fragilidade.



“SE QUEREMOS MAIOR CLAREZA EM NOSSO PROPÓSITO OU VIDAS ESPIRITUAIS MAIS PROFUNDAS E SIGNIFICATIVAS, A VULNERABILIDADE É O CAMINHO. É UM RISCO QUE TEMOS DE CORRER SE QUISERMOS EXPERIMENTAR CONEXÃO.”

BRENÉ BROWN

Fraquezas que viram força

É o que diz Brené Brown, autora de cinco best-sellers do *New York Times* e palestrante do TED Talk “The Power of Vulnerability”, que já acumula quase 50 milhões de visualizações. A professora e pesquisadora da Universidade de Houston tem como objetivo declarado desmistificar a vulnerabilidade ao mostrar quanto esse sentimento é essencial para a evolução pessoal. Após anos de estudos, centenas de entrevistas e ex-





capa

perimentos com diferentes núcleos de indivíduos, Brené se deparou com dois grupos de pessoas na sociedade: as que têm um forte senso em relação ao próprio valor e as que estão constantemente se questionando.

Depois de se perguntar qual o segredo por trás desse grupo mais seguro de si, ela chegou à conclusão que essas pessoas tinham algo em comum: escolheram abraçar sua vulnerabilidade. “Elas falavam da disposição de fazer algo para o qual não há garantias. Viam isso como fundamental”, explica a pesquisadora em sua palestra. Isso significa dizer “eu te amo” primeiro, investir em uma carreira nova ou entrar em um relacionamento que pode ou não funcionar, por exemplo.

Vulnerabilidade, na prática, significa mergulhar em situações que aceleram o coração, embrulham o estômago e, muitas vezes, permitem que os outros vejam nossas fraquezas. Mas, por outro lado, Brené enxerga esses sentimentos como uma abertura para coragem, amor, alegria e criatividade. Convenhamos, se tem um momento em que isso parece bem-vindo é o espinhoso ano de 2020.

A consequência de abrir feridas trancadas no lugar mais profundo dos pensamentos é perceber em si mesmo imperfeições e sentimentos dos mais variados relacionados à fragilidade. A pesquisadora afirma, no entanto, que os momentos mais significativos da vida das pessoas acontecem quando as luzes geradas pela coragem, pela paixão e pelo vínculo com outros indivíduos são acionadas, e as vemos brilhar na escuridão das batalhas internas.

O bônus da imperfeição

Tal conceito de vulnerabilidade proposto pela autora trata da incessante busca pela perfeição nos mais variados âmbitos da vida: no trabalho, nos estudos, em casa ou em relacionamentos. Em seu livro *A Coragem de Ser Imperfeito*, Brené mostra que o perfeccionismo é apenas um escudo para evitarmos ser criticados, julgados e culpados, mas, no fundo, ele impede que sejamos vistos em nossa essência.

Quando a necessidade de atingir a perfeição é deixada para trás, nascem as emoções ligadas ao amor e às razões de viver dentro de cada um. Segundo



“PRECISAMOS ENTENDER QUE AS COISAS QUE REALMENTE QUEREMOS, QUE SÃO PROFUNDAMENTE SIGNIFICATIVAS E QUE NOS PREENCHEM DE FATO REQUEREM PACIÊNCIA, TRABALHO E ENERGIA.”

JAY SHETTY

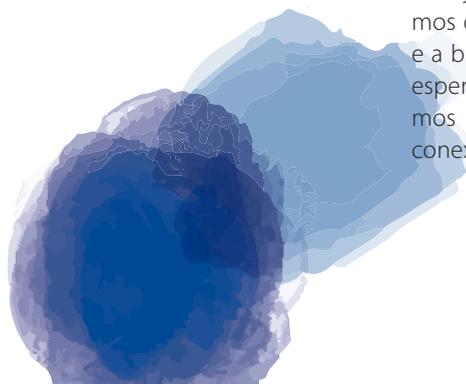
a professora, em um mundo repleto de problemas complexos e possibilidades intermináveis, precisamos de líderes corajosos, de uma cultura da coragem. Aceitar que temos nossos medos e limites é essencial para estimular a coragem – e só chegaremos lá quando aceitarmos nossa vulnerabilidade.

Hoje, mais do que nunca, percebemos quanto demonstrações de afeto e a busca pela felicidade não podem esperar. A capacidade de nos sentirmos ligados a outras pessoas e em conexão com o mundo é, em con-

clusão, o propósito de estarmos aqui. Encontrar o motivo de levantar todos os dias só é possível se estivermos dispostos a aceitar todos esses riscos.

Grandes líderes e o propósito

Outra voz brilhante da era do propósito é o consultor britânico Simon Sinek, que se tornou celebridade mundial ao defender que as empresas bem-sucedidas são comandadas por líderes capazes de mostrar que, mais importante do que “o que” elas vendem, é saber “por que” elas vendem. Ele aborda,





por exemplo, o significado por trás da invenção do Flyer, dos irmãos Wright – considerado por muitos o primeiro avião tripulado da história a ganhar os céus, embora isso seja contestado fortemente aqui no Brasil de Santos Dumont. O autor explica que a dupla não pretendia criar o avião pelo que ele era, mas sim pelo que ele significava: um marco que mudaria o mundo.

Em outros termos, objetivos e metas são conquistas específicas que tentamos realizar diariamente. Já um propósito de vida é a razão pela qual temos tais metas. O propósito é como um legado, é a forma pela qual você quer ser lembrado. Sendo assim, é o combustível que nos impulsiona a fazer o melhor e a alcançar o que desejamos. Mais do que isso: entender a razão de ser de seu negócio vai atrair funcionários com a mesma visão de mundo e, em outro momento, consumidores com perfis alinhados ao seu.

Recomeço após 40 rejeições

Outro pensador que acredita no poder da vulnerabilidade para o encontro com o propósito é Jay Shetty, dono do maior podcast do mundo sobre o assunto, o On Purpose. Para quem não conhece, basta dizer que ele tem entrevistados do quilate de Gisele Bündchen. O autor enfrentou uma dura jornada até chegar ao sucesso de hoje, que permite a ele compartilhar com seus admiradores de maneira encontrar a razão de viver, administrar negatividade, construir confiança e superar medos.

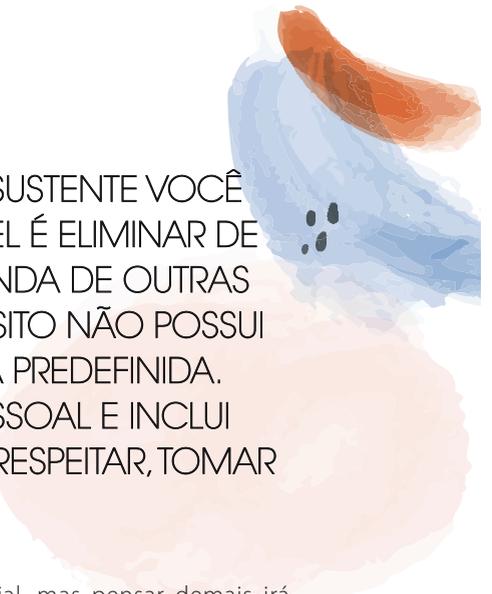
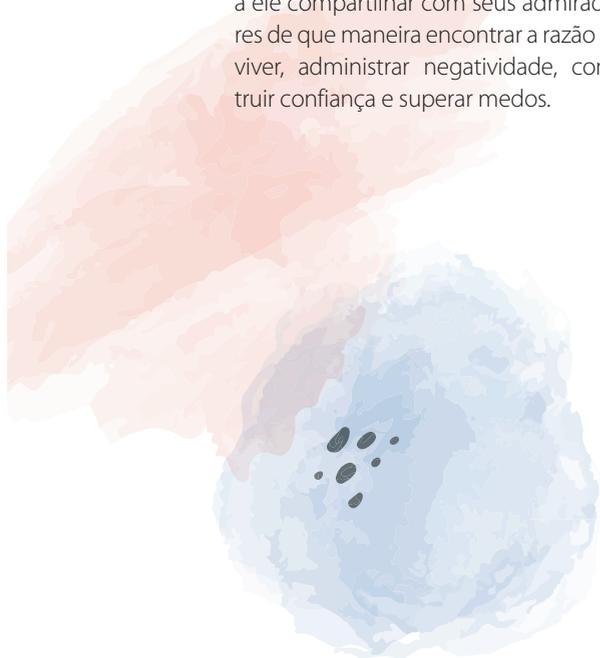
ENCONTRAR UM SENTIDO QUE SUSTENTE VOCÊ DE FORMA INTEGRAL E SAUDÁVEL É ELIMINAR DE VEZ A PRESSÃO DE VIVER A AGENDA DE OUTRAS PESSOAS. A BUSCA PELO PROPÓSITO NÃO POSSUI CAMINHO CERTO NEM ESTRADA PREDEFINIDA. A JORNADA É INTEIRAMENTE PESSOAL E INCLUI APOSTAR EM SI, APRENDER A SE RESPEITAR, TOMAR TOMBOS E FAZER DESCOBERTAS.

Após se formar na Universidade de Londres e receber mais de 40 respostas negativas para empregos em grandes corporações, Shetty se viu sem rumo. A insatisfação o fez buscar o encontro consigo mesmo de uma maneira nada convencional: decidiu passar sete anos como um monge. Uma decisão que por muitos seria considerada delirante, mas, na verdade, acabou criando a vida de seus sonhos. Acordava às 4 horas da manhã e meditava por até oito horas em um único dia – tudo isso em busca do controle das próprias emoções, de foco e da felicidade. Os estudos de Jay Shetty resultaram em mais de 6,5 bilhões de visualizações em vídeos pela Internet, além do livro *Think Like a Monk* (em português, “Pense como um monge”), lançado em abril deste ano. Aquele velho ditado que diz “encontre sua paixão e você nunca trabalhará um dia em sua vida” pode resumir o legado do autor. Segundo o ex-monge, perguntar-se “no que eu sou bom?”, “o que eu amo fazer?”, “como eu sou pago pelo que amo?” e “do que o mundo precisa?” é a chave para desbloquear sua paixão e encontrar seu propósito.

Para Shetty, a procrastinação é um dos maiores bloqueadores da busca pelo propósito. Nasce do desejo de atingir a perfeição antes do primeiro passo. O único antídoto para esse vício constante seria, portanto, a ação – apostar no risco, fazer algo e obter respostas para toda e qualquer melhoria. O autor entende que pensar

é essencial, mas pensar demais irá travar o progresso de qualquer um antes mesmo de começar. A superação desses pensamentos negativos entrega calma e, por fim, o caminho para encontrar o objetivo que reside dentro de cada um.

O autor defende, além disso, que “o propósito é paixão pelo serviço”. Quando usamos nossa paixão em fazer a diferença na vida de outras pessoas, isso se torna um propósito. A frase ilustra a correlação com os diversos sentimentos trazidos à tona pela pandemia na sociedade. Em alguma medida, todos fomos obrigados a olhar para o outro. Sentimentos de empatia e solidariedade tomaram conta de muitas pessoas que puderam compreender que a coletividade é peça fundamental para a sobrevivência de todos. Resta torcer para que isso se prolongue e, no tão propalado “novo normal”, vire nosso padrão de comportamento. ☺





talento

por raquel drehmer
fotos fernando moraes





NOSSA **ARTISTA** DA CAPA



VERSATILLE ORGULHOSAMENTE CONTA A HISTÓRIA DE LUNA BUSCHINELLI, COM SUA ARTE VIVAZ E EMOCIONANTE. A OBRA QUE ESTAMPA ESTA EDIÇÃO FOI DOADA POR ELA A CONVITE DA REVISTA E SERÁ LEILOADA PELA ONG GERANDO FALCÕES



Ela tinha apenas 15 anos, em 2012, quando ficou sabendo que dois de seus artistas favoritos estavam pintando perto de sua casa, em São Paulo. Apesar de tímida, respirou fundo, selecionou dois trabalhos que havia criado e foi tentar conhecê-los. Assim o caminho de Luna Buschinelli cruzou com OSGEMEOS, duo paulistano de renome mundial composto dos irmãos Gustavo e Otávio Pandolfo. “Fiquei lá olhando, e estava morrendo de vergonha quando tive chance de falar com os dois”, recorda-se a moça. “Mas eles foram super-receptivos e consideraram que eu tinha potencial.”

Tinha mesmo. Tanto enxergaram algo especial na amostra levada pela

adolescente naquele dia que mantiveram contato e fizeram a apresentação da primeira exposição individual de Luna, *Vagalumes*, em 2014. Hoje com 23 anos, a paulistana deixou seus traços em outros lugares do mundo, como Portugal, Itália e Reino Unido, além de vários muros Brasil afora. No Rio de Janeiro, por exemplo, criou um imenso mural chamado *Contos*. “É o maior grafite pintado por uma mulher”, diz ela, orgulhosa. A obra tem aproximadamente 2.500 metros quadrados e ocupa as paredes externas da Escola Municipal Rivadávia Corrêa, no centro da capital fluminense. Realizada em 2017, retrata uma mãe analfabeta e seus três filhos.

talento

Entre as obras mais recentes, Luna fala com carinho também de *Crisálida*, mural com ponto de visão do Masp criado em 2019, e da intervenção realizada na Rua Maestro Cardim, na Bela Vista, durante a pandemia de covid-19. Essa última homenageia todos os profissionais de saúde da linha de frente do combate à doença e procura levar um pouco de conforto visual a quem passa pelo centro de São Paulo. E, claro, da tela *Éris*, que estampa a capa deste exemplar que você tem em mãos. É parte do díptico *Éris e Tristan* (nanquim, aquarela e folha de ouro 18 quilates sobre papel Fabriano) e tem dimensão de 50 x 36 cm. “Levei mais de um ano para terminar, porque precisei digerir pouco a pouco esse trabalho”, conta. “As feições, os gestos, tudo é inspirado nos santos renascentistas. Em síntese, quis trazer a questão do sagrado feminino. A ideia de que Deus poderia – por que não? – ser uma mulher.”

A impressão FineArt de *Éris* em papel de bambu e algodão (Hahnemühle) ganhou 25 prints. Dez desses terão interferência da artista e cinco serão leiloados pela ONG Gerando Falcões, de Edu Lyra. Os outros cinco, assim como aqueles sem interferência, ficarão à

venda na Galeria ArtEEdições, de Claudia Marchetti, que apresentou Luna à revista. “Fiquei muito feliz quando soube que ela estava fazendo essa ponte. É uma honra ser capa da VERSATILLE e, ao mesmo tempo, ajudar a sociedade”, diz Luna. “O trabalho do Gerando Falcões é essencial para o Brasil. Acho incrível o Edu permitir que a arte contribua de maneira concreta. Eu me sinto realmente honrada com essa colaboração.”

Arte e as redes sociais

A complexidade de consciente versus inconsciente, a persona artista versus a pessoa da vida real, as cores exuberantes de Trancoso (Bahia) versus o cinza de São Paulo: os principais combustíveis da arte de Luna são opostos que se complementam e se traduzem em suas criações, que, além da visibilidade inerente ao grafite de grandes proporções, teve seu alcance amplificado graças à Internet.

Expoente de uma geração quase que 100% conectada, Luna naturalmente faz bom uso das redes sociais também para fins profissionais. O Instagram é sua plataforma favorita – está lá como @lunabuschinelli – e foi nele que seu trabalho ganhou noto-

riedade com um público maior. No momento em que sentia uma necessidade de transição da street art para a arte contemporânea, em 2017, seus seguidores atuaram como parceiros de processo. “Sempre tive muita sede de crescimento. O grafite é minha primeira paixão, mas eu estava desenvolvendo muita técnica e pouca poética”, explica. Para uma leitora ávida de Machado de Assis e Aluísio Azevedo,

TRÊS AMOSTRAS DO TALENTO DE LUNA: DA ESQUERDA PARA A DIREITA, O MURAL *BASTION*, NUMA CIDADE MEDIEVAL DA ITÁLIA; O IMENSO *CONTOS*, DE 2.500 M², NO CENTRO DO RIO DE JANEIRO; INTERVENÇÃO NA BELA VISTA, EM SÃO PAULO, CRIADA PARA HOMENAGEAR PROFISSIONAIS DE SAÚDE DA LINHA DE FRENTE DO COMBATE À COVID-19





“É UMA HONRA SER CAPA DA VERSATILE E, AO MESMO TEMPO, AJUDAR A SOCIEDADE. O TRABALHO DO GERANDO FALCÕES É ESSENCIAL PARA O BRASIL. ACHO INCRÍVEL O EDU PERMITIR QUE A ARTE CONTRIBUA DE MANEIRA CONCRETA. EU ME SINTO REALMENTE HONRADA COM ESSA COLABORAÇÃO.” **LUNA BUSCHINELLI**



a falta de lirismo realmente é um problema. Por isso, decidiu dedicar-se a uma série de ilustrações sob o título *Sentimentos*, e quem sugeria as emoções a serem desenhadas diariamente eram os seguidores.

A paulistana do bairro do Paraíso, atualmente moradora de Perdizes, diz que não se tornou artista – que nasceu artista. E conseguiu fazer esse dom aflorar devido à personalidade inibida. “Pintar sempre foi minha forma de expressão, porque eu era uma criança muito tímida”, conta. O desenho infantil aos poucos amadureceu e encontrou forma nos muros da capital paulista, como ela conta: “Na adolescência, mudei com minha família para a Vila Madalena, e, ao andar pelas ruas e pelos famosos becos do bairro, como o Beco do Batman, senti o grafite me

chamando. Ele é um grito de urgência por cores em metrópoles como São Paulo, Nova York, Barcelona e tantas outras pelo mundo, e isso me fascinou”. Aí entra a influência de Trancoso, cidade de seu pai, onde Luna viveu por dois anos no início da infância.

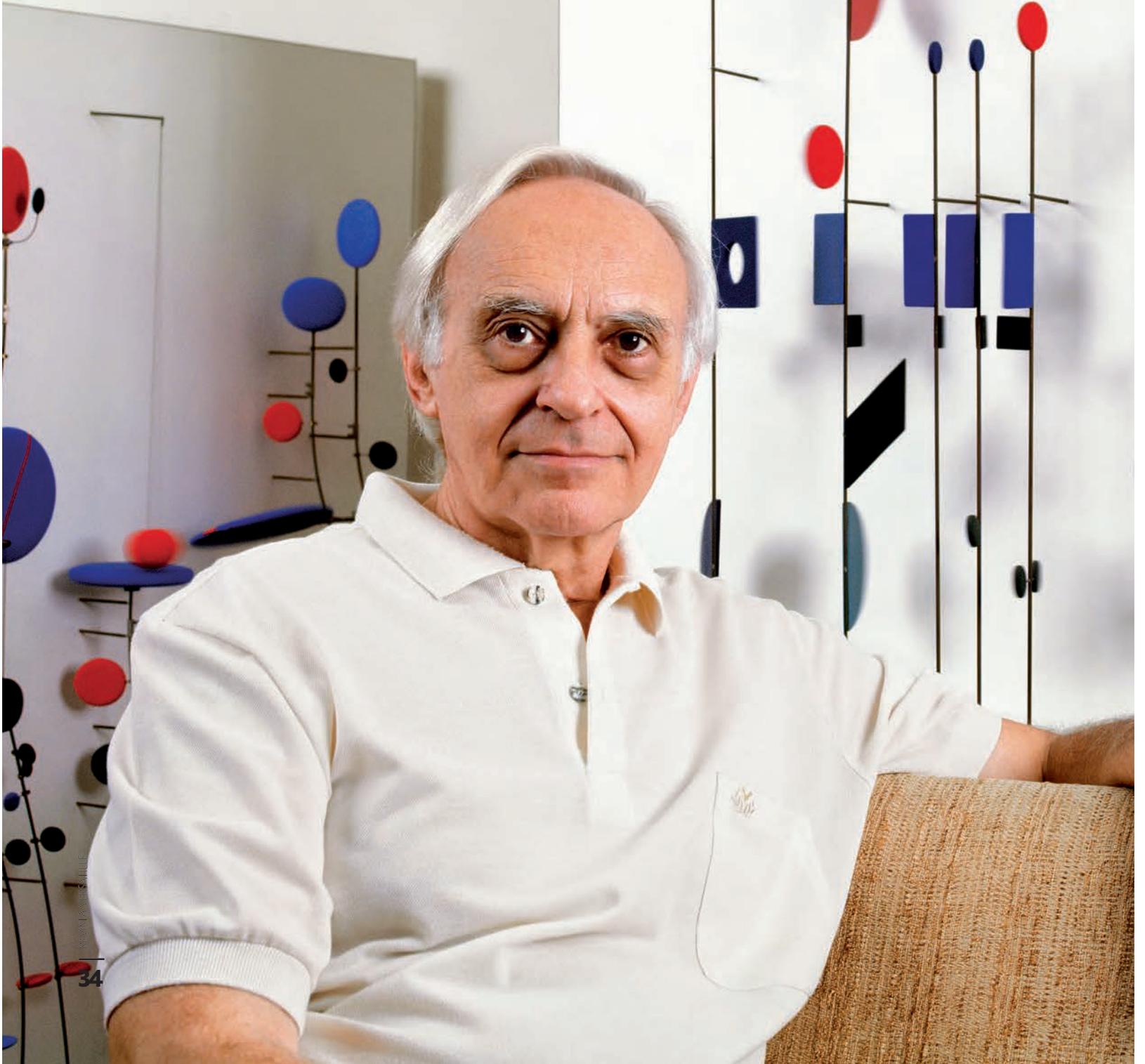
Para aperfeiçoar seu trabalho cada vez mais, cursa a faculdade de artes visuais na Fundação Armando Álvares Penteado (Faap), em São Paulo, e se aprofunda em assuntos relacionados a literatura, cinema e o que mais despertar seu interesse em grupos de estudos independentes. “A arte é meu motivo para aprender e me tornar um ser humano cada vez melhor. Sem a arte, eu não teria a visão de mundo e os amigos que tenho. Devo tudo à arte e estudo constantemente para poder retribuir à altura.”



memória

por miguel arcanjo prado

FOTO: VICENTE DE MELLO



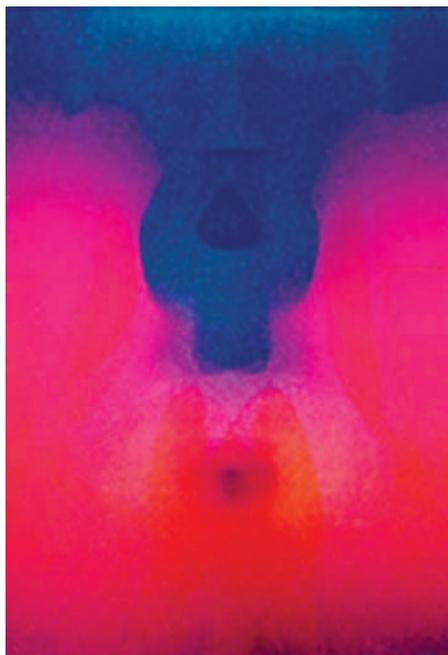


O GRANDE DETONADOR

VÍTIMA DA PANDEMIA, ABRAHAM PALATNIK
(1928-2020) REVOLUCIONOU COM
SUA MANEIRA DE COLOCAR AS CORES
EM MOVIMENTO

O jovem que estudou motores explosivos acabou detonando um boom figurativo de sentidos com sua obra artística. Abraham Palatnik desconhecia limites de suportes e materiais e foi precursor da arte cinética no Brasil, introduzindo tecnologia, luzes e movimentos mecânicos a sua produção bem antes de robôs e computadores invadirem as galerias de arte. O artista, que morreu aos 92 anos em maio último após brava luta contra a covid-19, propôs um mergulho estético ousado durante sua trajetória de efervescente produtividade, abrindo caminho para a corrente estilística da arte cinética. O novo campo ganhou força nas décadas de 1950 e 1960 e teve expoentes internacionais como o francês Marcel Duchamp, o argentino Julio Le Parc, o estadunidense Alexander Calder, o austríaco Lothar Charoux e o belga Pol Bury, além de nomes brasileiros como a mineira Lygia Clark, o carioca Ivan Serpa e os paulistas Mary Vieira e Luiz Sacilotto. “Sua obra quebra o conceito de oposição entre arte, ciência, tecnologia e comunicações, dialoga e abre caminho para a arte high-tech”, afirma o crítico de artes visuais Bob Sousa.

Pioneiro, Palatnik influenciou gerações de artistas no mundo todo, que abraçaram as novas possibilidades estéticas



por ele apresentadas em obras que aguçavam os sentidos dos espectadores e desconcertavam os críticos, que, no começo, não sabiam como classificá-las. Tendo a ilusão de ótica e a movimentação mecânica como aliadas, o artista potiguar abusou da profundidade e da tridimensionalidade, jogando com a luz e com a sombra, assim como insistiu em formas simples que se repetem, propondo, a cada reiteração, múltiplos sentidos e significados. Assim como a cabeça de Palatnik, sua arte sempre esteve em movimento, não permitindo lugar para o estático.

Tudo começou de forma simples e intuitiva para o menino nordestino filho de imigrantes judeus russos nascido em 2 de fevereiro de 1928, na ainda pequenina Natal, capital do Rio Grande do Norte. Desde muito cedo, passou a pintar e, aos 12 anos, suas obras já eram vendidas com a ajuda dos pais, entusiastas de seu precoce talento. O jovem artista já buscava equilibrar formas, movimentos e cores ao retratar figuras e paisagens, em um mergulho inicial na arte figurativa. Como prévia da arte que estava por vir, fez curso técnico de física e mecânica – que mais tarde foram importantes aliadas de sua produção –, além de especialização em motores explosivos em Tel Aviv,



memória



Israel. “Foram lições de extrema valia para o desenvolvimento de sua notável obra”, afirma José Henrique Fabre Rolim, da Associação Paulista de Críticos de Arte. Depois, fixou-se no Rio de Janeiro, então capital política e cultural da nação. Logo, integrou-se à efervescente cena artística carioca e aliou-se ao grupo Frente, precursor do movimento construtivista e que mudou a história das artes plásticas brasileiras, impulsionando outros ícones de renome internacional, como Hélio Oiticica e Lygia Clark.

Mas a grande influência na virada de Palatnik não veio dos amigos artistas, e sim de pacientes de um hospital psiquiátrico. Observador de seu tempo, ele ficou encantado quando conheceu as obras de pessoas tratadas por Nise da Silveira, médica psiquiatra alagoana que estudou com Carl Jung e fez história no Hospital da Praia Vermelha, imprimindo novos ares ao sanatório e humanizando os internados por meio da arte. Impressionado com a autêntica explosão de intensidade e a verdade naquelas produções instintivas dos até então chamados “loucos”, o artista resolveu dar uma guinada na própria obra. Assim, provocou ebulição na crítica ao apresentar o *Aparelho Cinecromático* – nome dado pelo jornalista e crítico Mário Pedrosa – na *I Bienal de São Paulo*, em 1951. “Sua participação causou furor pelo avançado aspecto estrutural de sua obra, em que o espectador se integrava ao ambiente com uma série de componentes vinculados a motores e luzes”, lembra Fabre Rolim, da APCA. Na sequência, conquistou respeito mundial ao expor na *Bienal de Veneza*, onde foi aplaudido por ninguém menos do que o grande artista plástico espanhol Juan Miró. “As pesquisas de Palat-

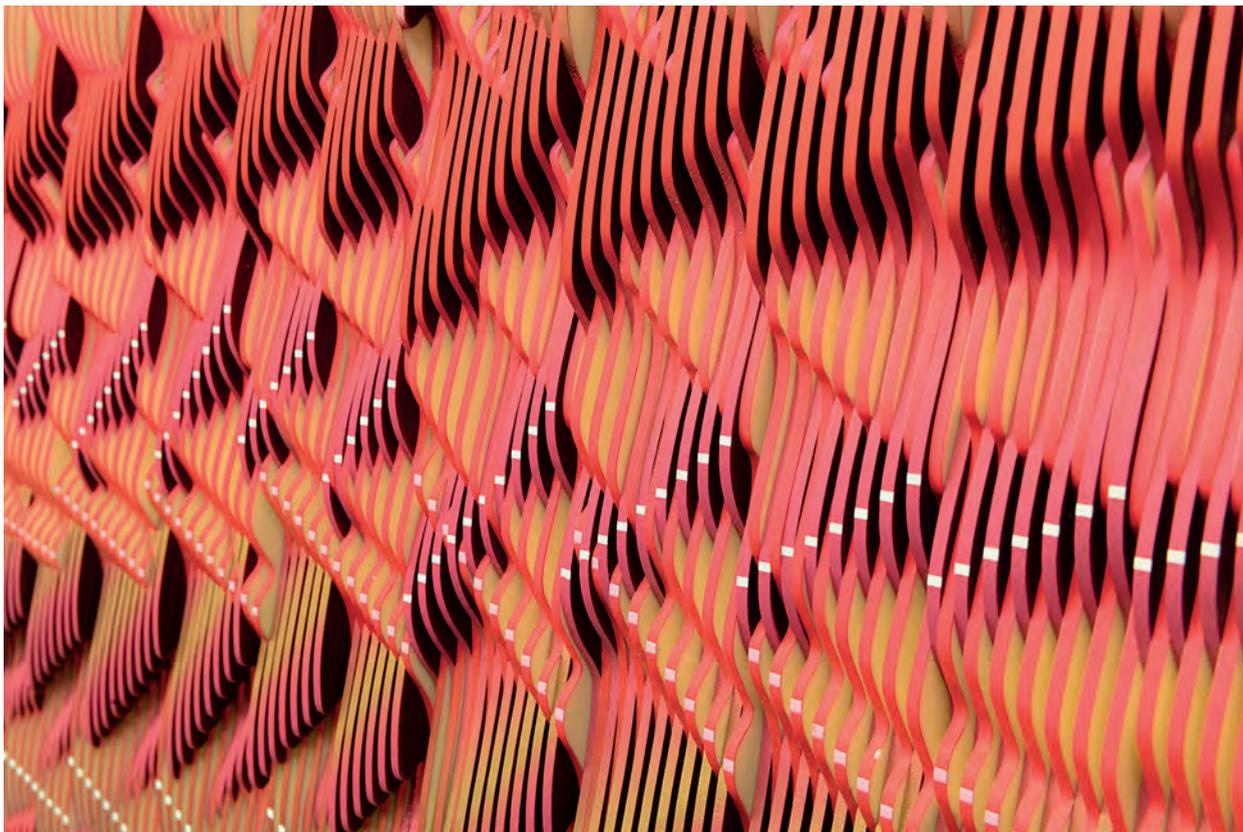
nik praticamente introduziram a tecnologia na arte brasileira, antecipando aspectos fundamentais do concretismo, de 1956, e do neoconcretismo, de 1959.”

A partir de então, Palatnik mergulhou em uma pesquisa com efeitos óticos e objetos cinéticos e suas obras passaram a ser disputadas por museus e colecionadores do mundo. Nas últimas décadas, também apostou em relevo, com trabalhos repletos de progressões tridimensionais, fruto de sua investigação do acrílico. Esse material também foi base de suas concorridas esculturas de diversos animais, como pássaros, sapos e gatos. Inquieto, o artista ainda trabalhou em suportes como a madeira e o papel-cartão dúples. Fruto de quase um século de intensa produção, suas obras integram, além das principais coleções particulares do planeta, acervos de instituições respeitadas, como o MoMA, de Nova York, o Museum of Fine Arts, de Houston, além de Masp, Itaú Cultural, MAC-São Paulo e MAC-Niterói.

Antes de partir, o artista teve a oportunidade de se despedir do público. Sua obra pôde ser apreciada de perto na grande retrospectiva *A Reinvenção da Pintura*, inaugurada em 2013 no Centro Cultural Banco do Brasil de Brasília, e que depois foi para São Paulo, Curitiba, Porto Alegre e Rio de Janeiro. Luiz Camillo Osório, professor de história da arte da PUC-RJ e curador do Instituto Pipa, relata que Palatnik fez uma combinação perfeita de “novos materiais, rigor metodológico e delírio perceptivo”. E reforça o fato de, mesmo pioneiro em novidades tecnológicas, jamais ter abandonado o fazer manual: “Em uma época de virtualidade compulsiva, essa combinação é, a um só tempo, uma lição poética e ética”. ∞



ACIMA, ESCULTURAS PÁSSARO E MACACO, DE ABRAHAM PALATNIK, EM RESINA DE POLIÉSTER. DÉCADA 1970. ABAIXO, DETALHE DE OBRA DE ABRAHAM PALATNIK EM EXPOSIÇÃO NA GALERIA NARA ROESLER, SP, 2015.



CHEGA DE DE SAUDADE

NOSSA REPÓRTER
FOI À REABERTURA
DO MET, MUSEU
ÍCONE DE
NOVA YORK QUE
VOLTA A RECEBER
VISITANTES (COM
CRITERIOSAS REGRAS
DE SEGURANÇA)
PARA FESTEJAR
SEUS 150 ANOS
DE EXISTÊNCIA

Nenhum dos grandes momentos históricos mundiais ocorridos nos últimos 100 anos fez o Metropolitan Museum of Art passar mais de três dias fechado. Nem a crise provocada pela quebra da bolsa de valores, em 1929, nem a Segunda Guerra ou os atentados de 11 de Setembro de 2001. Pois a passagem do coronavírus manteve esse ícone cultural de portas cerradas por mais de seis meses. Coisa do passado, felizmente. Em 29 de agosto, o imponente prédio, localizado na Quinta Avenida, incrustado no Central Park, voltou a receber pequenas levas de visitantes. A data marcou a inauguração da exposição comemorativa de seus 150 anos, antes prevista para abril, propriamente batizada de *Making the Met 1870-2020*.

Meu coração bateu mais forte quando surgiu a oportunidade de estar entre os felizardos que pisariam no museu após tantos meses. Afinal, depois de dez anos morando em Nova York, a gente passa a ser considerado um legítimo "new yorker", embora meu amor por esta cidade tenha se consolidado há bem mais tempo. Lá fui eu, de máscara e com meu álcool em gel na mão. As visitas, que antes eram feitas de forma espontânea e gratuitas



IMAGENS: METROPOLITAN MUSEUM - THE MET



para os residentes da cidade, hoje são com hora marcada e limite de tempo – o Met pode receber apenas 25% de sua capacidade normal. Se o trânsito pelas salas e corredores era livre, agora há controle do número de pessoas circulando, além de marcações no chão para indicar as distâncias nas filas, nos elevadores e até nos bancos. Todos têm a temperatura medida na entrada. Mas, por mais inibitório que isso possa parecer, em questão de segundos eu já

estava com os olhos hipnotizados pela beleza desse que é um dos mais encantadores museus do planeta. Já na chegada, algo inédito: o espaço da fachada, antes usado para anúncios das exposições, está ocupado por uma obra de arte. Trata-se do mural *Dream Together*, de Yoko Ono, criado como uma resposta à crise da covid-19 e que oferece à cidade (e ao mundo) uma mensagem de otimismo, unidade e resiliência. A exposição, que fica em cartaz até 3 de janeiro próximo, é o presente ideal para dar boas-vindas aos fãs e habitués. Sua narrativa, diferentemente das tradicionais exposições de arte, utiliza as obras para contar a história e o desenvolvimento do museu por meio de uma linguagem





IMAGENS DO INTERIOR DO MET: EXPOSIÇÃO PERCORRE OS 150 ANOS DE HISTÓRIA DA INSTITUIÇÃO, CRIANDO PARALELOS ENTRE PEÇAS DO ACERVO E MOSTRANDO COMO O MUSEU AJUDOU NOVA YORK A SE TORNAR UM DOS GRANDES POLOS CULTURAIS DO MUNDO

imersiva e sugerindo interatividade nas redes sociais. A seleção de 250 peças de praticamente todos os tipos de artes, tesouros e artefatos históricos forma uma espécie de melhores momentos da instituição.

A exibição, em ordem cronológica, mostra as diferentes fases de posicionamento artístico do Met, abordando as obras adquiridas, quando e por quê. Isso ajuda a entender de que maneira o museu criou uma das maiores coleções de todos os tempos, bem como o papel que teve em transformar Nova York no destino cultural que é hoje. Tudo é feito com o contraponto das obras-chave selecionadas para representar cada momento junto a um acervo inédito de fotografias e vídeos de registro em exposição e disponível no site. Há ainda novo material adicional de áu-



dio, com histórias inéditas sobre os bastidores do museu narradas pelo ator Steve Martin, entrevistas com artistas, especialistas e curadores.

No entanto, uma das maiores peculiaridades é a pluralidade de fases em uma mesma área, criando uma mistura inusitada de objetos do Egito ao lado de peças de arquitetura medieval francesa ou do movimento modernista americano, por exemplo. Os curadores certamente brincaram com a ideia de comparar artefatos históricos posicionando-os perto de joias e roupas que os tiveram como inspiração. O mesmo vale para o impacto do molde para roupas e acessórios do Exército Americano na Segunda Guerra Mundial exposto junto a roupas icônicas de Yves Saint Laurent e Balenciaga.



REABERTO NO FIM DE AGOSTO, O MUSEU CONTA COM MEDIDAS DE SEGURANÇA PARA A PREVENÇÃO CONTRA O CORONAVÍRUS. UMA DELAS É RESTRINGIR O ACESSO A 25% DA CAPACIDADE DE PÚBLICO





INSTALAÇÃO DE UMA DAS GALERIAS DO MUSEU E OBRA DE MICHELANGELO (ABAIXO)



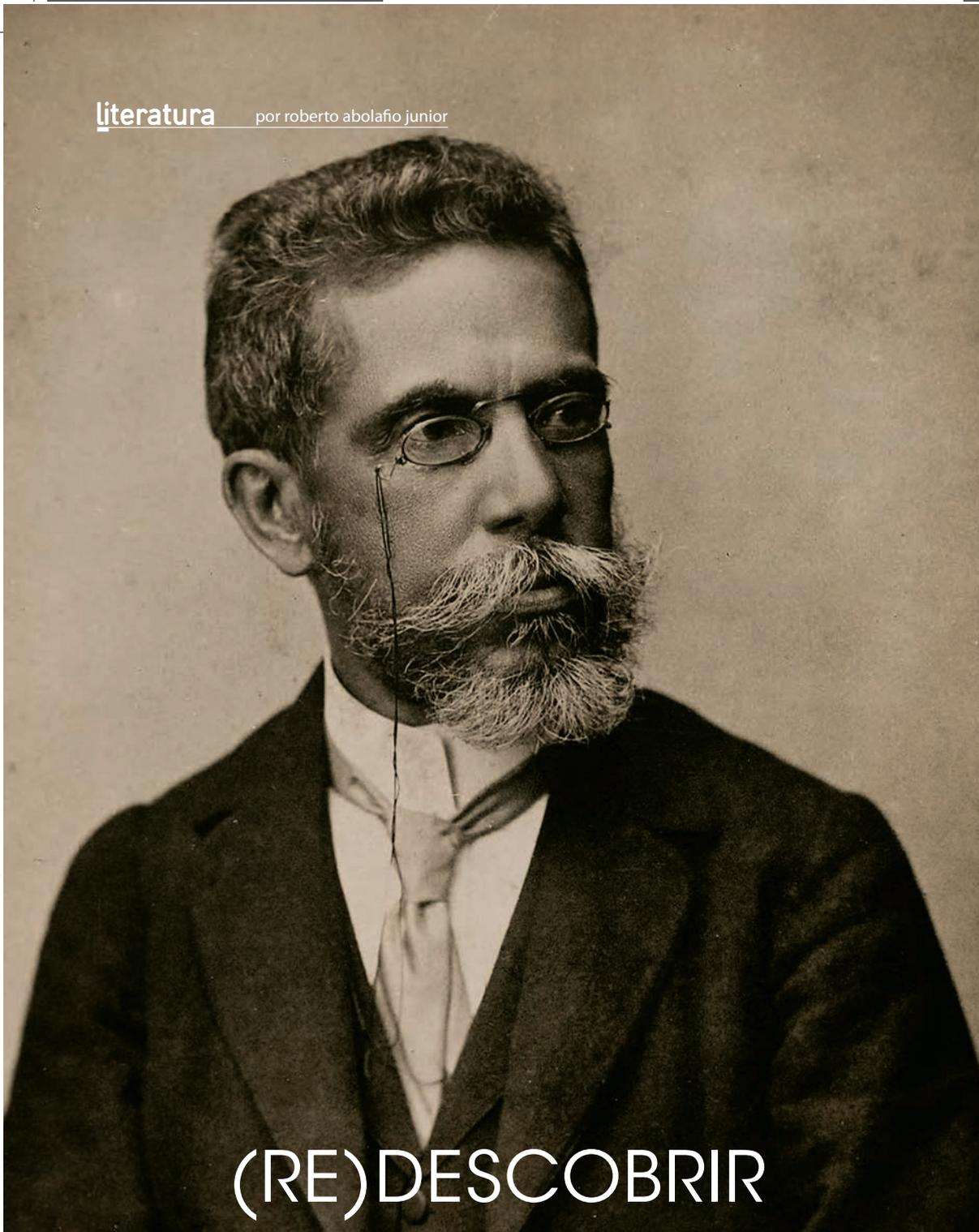
O senso de humor também está presente nas pequenas placas de descrição, que, em vez de apenas conter informações técnicas sobre a obra e o artista, incluem curiosidades relacionadas ao museu e à obra em si. Por exemplo, para a famosa escultura de Degas *La Petite Danseuse de Quatorze Ans* (1880), elas mostram o passo a passo do processo de restauração, com alguns comentários de escolhas questionáveis relacionadas ao tecido utilizado para a saia na década de 1960 – aparentemente, era um tom de rosa muito forte para o que fora proposto pelo artista originalmente. Há também uma história sobre a versão em cera da bailarina que chocou – e até assustou – o público, por ser extremamente realista.

Outro destaque é o *Retrato de Gertrude Stein*, de Pablo Picasso. A placa conta sobre a dificuldade enorme que o artista teve ao pintar o rosto da autora. Os dois eram amigos e tiveram 80 encontros para a criação da obra, que foi refeita à exaustão, sem que ele se desse por satisfeito. Meses depois, usando somente sua memória, Picasso fez o que temos como a versão final, deixando a face da escritora com um aspecto de máscara. As imagens de restauração da obra, hoje expostas, mostram algumas possíveis versões que o artista chegou a testar. Outra informação curiosa: essa foi a primeira obra de Picasso no museu, pois os diretores da época não acreditavam que o cubismo cabia dentro do Met – e ainda destacam que, por sorte, tal opinião mudou rapidamente. Hoje há uma extensa coleção do movimento no acervo, principalmente do artista espanhol.

NEM A CRISE PROVOCADA PELA QUEBRA DA BOLSA DE VALORES, EM 1929, NEM A SEGUNDA GUERRA OU OS ATENTADOS DE 11 DE SETEMBRO DE 2001 FIZERAM O MET FECHAR AS PORTAS POR TANTO TEMPO QUANTO O CORONAVÍRUS.

Embora a máscara não tenha permitido que as pessoas ao redor vissem, saí de lá sorrindo e me sentindo leve, esperançosa de que momentos melhores virão. Essa celebração é uma forma positiva e necessária de encarar o tempo atípico que se desenha diante de nós, em Nova York, Dubai, Wuhan ou São Paulo. Passear pela história do museu é caminhar pela história do mundo nos últimos 150 anos, lembrar outras tantas dificuldades que a cidade – e o mundo – superou. Olhar para o passado do Met me ajudou a pensar no futuro de todos nós. Comemoração boa é isso, não? 🍷





(RE)DESCOBRIR

MACHADO DE ASSIS

COM UMA OBRA ALÉM DO TEMPO E ESPAÇO, O GRANDE ESCRITOR BRASILEIRO TEM CONQUISTADO NOVOS LEITORES INTERNACIONAIS. TRADUÇÕES RECÉM-LANÇADAS DOS TEXTOS DO AUTOR E A QUESTÃO DE SUA NEGRITUDE IMPULSIONAM A RENOVAÇÃO DO INTERESSE

Uma nova geração de leitores mundo afora está descobrindo e redescobrando Machado de Assis (1839-1908), considerado por muitos o maior escritor brasileiro. Prova disso é que, recentemente, *Memórias Póstumas de Brás Cubas*, de 1880, romance essencial do autor, ganhou sua quinta tradução para o inglês, com direito a texto publicado na revista americana *New Yorker*, e alcançou sucesso instantâneo. Lançado em 2 de junho pela editora Penguin, a nova edição do revolucionário livro, que trata, por exemplo, da escravidão e das classes sociais, esgotou logo no primeiro dia no site da Amazon. Naquela ocasião, a tradutora da edição, a pesquisadora americana Flora Thomson-DeVeaux, comentou, orgulhosa: “Eu não teria dedicado anos de minha vida a traduzir este [livro] aqui se não estivesse convencida de que é um romance eterno”. Vale lembrar que, ao longo de mais de 100 anos, a obra já foi passada para o sueco, holandês, dinamarquês, servo-croata, polonês, checo, russo, árabe, estoniano, chinês, turco e japonês.

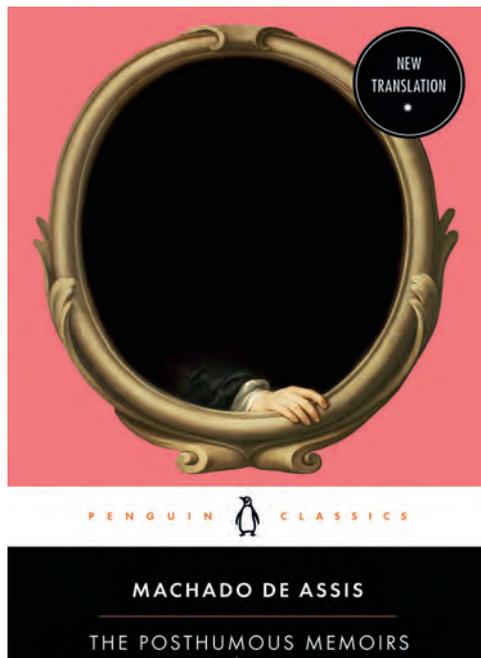
O hype tem razão de ser. “A obra de Machado de Assis certamente tem um apelo muito amplo e, pelo visto, faz sentido para leitores de diversos tempos e lugares”, afirma o paulista Hélio de Seixas Guimarães, professor de literatura brasileira na Universidade de São Paulo (USP) e editor-chefe da *Machado de Assis em Linha* – revista eletrônica de estudos machadianos. “Seus textos vêm provocando reações de leitores há mais de século e meio.” Para Guimarães, o interesse renovado tem a ver ainda com o fato de Assis escrever sobre assuntos de amplo interesse, “com uma inteligência e sensibilidade ímpares e de um modo que permite leituras muito variadas”. Ele continua: “Além de encantar por um domínio espantoso da escrita, seus textos são bem provocativos e tratam de problemas de difícil resolução, mas que reconhecemos facilmente”.

O professor cita o crítico literário Antonio Candido, para quem as obras dos grandes escritores são muito ricas de significado, o que permite que sejam assimiladas de acordo com as obsessões e necessidades de cada geração. “Machado já foi lido das mais di-

versas maneiras, às vezes contraditórias. Atualmente, tanto as novas traduções quanto a questão da negritude propiciam discussões sobre seus textos.”

Ele se refere às polêmicas acerca do embranquecimento aplicado à imagem do escritor. Muitas gerações de brasileiros nem sequer sabiam que Machado era mestiço (mãe branca, avó paterna negra). Nascido em família pobre e sem ter frequentado universidade, o carioca Joaquim Maria Machado de Assis teve atuação múltipla: foi poeta, romancista, cronista, dramaturgo, contista, folhetinista, jornalista e crítico literário. Lutou para ascender socialmente, trabalhando em diversos cargos como funcionário público e ganhando crescente notoriedade à medida que publicava seus trabalhos. Eles o revelam muitas vezes como comentarista do cenário sociopolítico da época na qual viveu, que abarcou, por exemplo, a abolição da escravatura e a transição do império para a república. A história do romance *Esau e Jacó*, seu penúltimo, publicado em 1904, passa-se nos primeiros anos do regime republicano no Brasil. “Uma das coisas mais espantosas de Machado é que ele fala de assuntos que experimentamos hoje: é claro que o Brasil mudou muito, mas as relações entre as pessoas, nem tanto”, já escreveu outro profundo conhecedor da obra do autor, o inglês John Gledson, professor aposentado da Universidade de Liverpool especializado em língua portuguesa e literatura brasileira.

A (re)descoberta de Machado se estende também a novíssimas gerações de leitores brasileiros. A paulistana Lorena Mafeli Mader, 17 anos, estudante do terceiro ano do ensino médio no Colégio Augusto Laranja, por exemplo, já leu dois romances do autor, além de alguns contos. Entre *Dom Casmurro* e *Quincas Borba*, diz preferir a primeira obra, de 1889, em que Bentinho, o narrador, discorre, entre outros temas, sobre seu caso com Capitu e o ciúme que tem dela, na trama que cativou a garota. “Acho que é uma história que poderia tranquilamente se passar nos dias de hoje”, comenta. ☺





DESTRUIDORA





DISPUTADA POR GIGANTES DO STREAMING, MICHAELA COEL CONSOLIDA SEU LUGAR ENTRE OS GRANDES CRIADORES DE SUA GERAÇÃO COM A SÉRIE *I MAY DESTROY YOU*

É uma sinopse que, de cara, pode afastar espectadores mais sensíveis: numa pausa de trabalho, escritora em ascensão sai para um bar, é dopada e sofre violência sexual. Superado o desconforto inicial, no entanto, o que se tem é uma das melhores séries do ano, *I May Destroy You*, lançamento da HBO criado e estrelado por Michaela Coel. A artista, um dos nomes mais festejados da indústria no momento, fala com conhecimento de causa: o que relata na série aconteceu com ela na vida real. Poucas vozes são capazes de tornar o assunto palatável, coisa que a britânica de quase 33 anos (ela é de outubro, talvez você esteja lendo isso no aniversário dela!) faz com maestria – excetuando-se as cenas relacionadas ao ataque sofrido por sua personagem, há alguns momentos bem engraçados ao longo dos 12 episódios. “A protagonista tem traços de heroína que enfrenta machismo, racismo, intolerância religiosa, xenofobia e tantos outros espinhos com as armas que possui: a coragem de um humor nonsense e inocente que a faz forte e vulnerável a um só tempo”, analisa a roteirista e crítica audiovisual Viviane Pistache. “Ela parece desconhecer a dimensão dos monstros que cutuca com vara curta, e é assim que ela nos faz rir: esgarçando estereótipos no sentido de esvaziá-los.”

Michaela recusou uma oferta de US\$ 1 milhão da Netflix pela série. Optou pela HBO por questões contratuais que permitiram a ela manter-se dona dos direitos da produção, que, tão logo estreou, em junho último, caiu nas graças da crítica e do público mundo afora. Uma vitória e tanto, sobretudo por romper barreiras racistas que há eras impedem mulheres negras de serem reconheci-



MESMO





celebridade



A SÉRIE RETRATA OS ALTOS E BAIXOS DE SER UM MILLENNIAL NA LONDRES DE HOJE, COM ÊNFASE E PROTAGONISMO NAS VIVÊNCIAS DE JOVENS NEGROS. UMA DELAS É TERRY (VIVIDA POR WERUCHE OPIA, NA FOTO AO LADO COM MICHAELA), ATRIZ EM BUSCA DE SUCESSO. OUTRO É KWAME (ABAIXO, DE BRANCO), PERSONAGEM HOMOSSEXUAL INTERPRETADO POR PAAPA ESSIÉDU



das e valorizadas – quanto mais ter poder de fogo para barganhar com gigantes do streaming mundial. E, sim, os dolorosos momentos vividos por muitas pessoas pretas também fizeram parte de seu caminho, como na vez em que ela circulava por um avião a caminho de sua poltrona e foi abordada por outra passageira pedindo que limpasse sua mesa. Foi faxineira de praça de alimentação e, durante muito tempo, a única negra nos lugares que frequentava. Hoje, é dona de voz própria, que quer usar para abrir caminho – caso alguém duvide, representatividade importa, sim! “Estou determinada a trazer mais mulheres negras e da classe trabalhadora para a sala de roteiro”, costuma dizer a artista. Com seus trabalhos, Michaela Coel tira os personagens negros do estereótipo, conferindo a eles maior complexidade e humanidade. Reiteradamente, a atriz declara que é importante que negros e negras sejam autores das próprias narrativas e não apenas atores e atrizes de histórias alheias. Porque é no domínio do texto que existe a verdadeira possibilidade de se construir novas realidades.

RELIGIÃO E PRÊMIOS

Arabella, sua personagem no drama, não é seu primeiro papel com toques autobiográficos. Havia muito de sua trajetória em Tracey, protagonista da divertidís-





sima *Chewing Gum*, comédia que a revelou ao mundo. A série surgiu inicialmente como uma cena curta no fim de seu curso de teatro. Depois, foi encenada sob o nome de *Chewing Gum Dreams* em um teatro londrino, na época em que a jovem atriz ia às ruas oferecer milk-shake a quem topasse assisti-la interpretando os 11 personagens do monólogo. A ousadia deu certo: o espetáculo conquistou o público dos palcos e abriu as portas do Canal 4 de Londres para tornar-se uma aclamada série com a história de uma jovem garota de 20 e poucos anos, evangélica, cujo maior sonho é perder a virgindade. Obstinada, Michaela reescreveu a série 41 vezes até ver o roteiro aprovado para a TV. Valeu a pena: o trabalho lhe rendeu dois Baftas (melhor atriz de comédia e revelação). Além de seus projetos, participou como atriz de *Black Mirror*, no premiado episódio "USS Callister", e do filme *Star Wars: O Último Jedi*. Ela ainda foi a profissional mais jovem a dar palestra no prestigiado Festival de Televisão de Edimburgo.

Filha de uma enfermeira imigrante ganesa na Inglaterra, Michaela Coel nasceu em 1º de outubro de 1987 em Reading, pequenina cidade entre Londres e Oxford. Depois, já em Londres, foi criada em Tower Hamlets, bairro próximo ao East End, morando com sua mãe e sua irmã. Assim, a figura paterna sempre foi ausente. Não bastasse, estudou em uma escola católica para meninas. Na adolescência, enquanto ouvia sem parar os álbuns *Where I Wanna Be*, de

Donell Jones, e *Born to Do It*, de Craig David, começou a escrever poemas. Com pendores artísticos evidentes, entrou para o grupo de dança de uma igreja evangélica pentecostal, que frequentou até o último ano do curso de teatro na tradicional Guildhall School of Music and Drama, no centro londrino. No novo ambiente, passou a ter amigos gays. E entendeu, naturalmente, que não podia demonizá-los, tampouco enxergá-los com maus olhos, como ensinava sua religião. Passou, então, a exercer sua espiritualidade sem cabresto alheio – hoje, é adepta da meditação e de retiros. Para ser artista, largou a Universidade de Birmingham, onde cursou literatura inglesa, ciência política e teologia. A mãe, que antes se preocupava em vê-la trancada no quarto escrevendo, hoje costura os vestidos que a moça exhibe em estreias e ensaios, toda orgulhosa.

Sobre a fama, tenta lidar da forma mais natural possível. Para não se sentir atração circense, evita sair de casa. Assim, busca manter seu "senso de humanidade", não parecer "uma alienígena". Michaela não bebe álcool, é vegana e apenas fuma o que define como "sucos criativos" (quê?). Mas, quando põe os pés na rua e um fã a aborda, faz questão de conversar de verdade. Às vezes, o papo pode durar horas. "Há uma razão pela qual essas pessoas gostam de seu trabalho. É porque elas têm um cérebro semelhante ao seu. Então, às vezes, conversar com essas pessoas é uma forma de navegar nele." 📍



DESBRAVADOR DISCRETO

A TRAJETÓRIA ESTRELADA (E POR TRÁS DAS CÂMERAS) DE RODRIGO TEIXEIRA, PRODUTOR QUE SE TORNOU O BRASILEIRO MAIS BEM-SUCEDIDO DE HOLLYWOOD

Já faz mais de 20 anos, mas uma geração inteira de brasileiros ainda fica resignada quando se fala naquele fatídico Oscar de melhor atriz que a gente sonhava ver nas mãos de Fernanda Montenegro, mas foi parar nas de Gwyneth Paltrow. Pois quem sabe esse simpático carioca da imagem ao lado possa realizar nosso sonho de ver um conterrâneo com a estatueta em mãos? Como ele é muito discreto, talvez você não tenha associado o nome ao rosto, então vamos às apresentações: este é Rodrigo Teixeira, 47 anos, produtor envolvido em filmes que foram sucesso de público, de crítica (ou ambos) nos últimos anos – inclusive *Me Chame Pelo Seu Nome*, de Luca Guadagnino, que concorreu a melhor filme na premiação da Academia em 2018. Entre as mais de 50 produções que tem no currículo se encontram também o terror *A Bruxa*, de Robert Eggers, e o blockbuster *Ad-Astra – Rumo às Estrelas*, de James Gray, coproduzido e estrelado por Brad Pitt.

Tudo isso já nos permitiria dizer que Teixeira é o brasileiro mais bem-sucedido no cinema americano. Tem mais: ele também produziu com a lenda Martin Scorsese, de quem se recorda de maneira divertida. “Quando estive com ele da primeira vez, meu inglês sumiu”, lembra, dando risada. “Não conseguia dar conta de interagir direito, porque ele fala rápido demais, daí

eu queria prestar atenção e responder.” Com o tempo, recuperou seu segundo idioma e teve a oportunidade de ver o grande diretor em ação nas gravações da série *Vinyl*, da HBO, em 2016. “Foi inacreditável. Eu assinei um projeto com o Scorsese e o vi dirigindo o set. Isso não tem preço. E ele me tratou muito bem, com todo o respeito e carinho. Meu lado fã só aumentou quando nossa relação começou.”

Com Brad Pitt, também teve um momento de choque no primeiro dia de filmagem. “Eu não parava de olhar para ele. E, puxa, eu era produtor, estava sendo fã. Tanto que ele ficou desconfiado de quem era aquele cara jovem, sentado com eles, porque só tínhamos nos visto duas outras vezes. Aí alguém disse: ‘É o Rodrigo’, e ele: ‘Ah, bom!”, ria. O produtor conta que as gravações renderam boas gargalhadas, apesar do calor de 50 graus, e que o galã até o defendeu das piadas do diretor James Grey. “O James sacaneava todo mundo, e estava fazendo uma imitação minha, então, para me defender, o Brad começou a imitar o James. Foi um daqueles momentos que você pensa: ‘Cara, não acredito que estou vendo isso’.”

Mas, afinal, o que faz um produtor? Pode parecer uma pergunta básica, mas poucas profissões são ao mesmo tempo tão comuns e tão pouco



cinema



FILMES PRODUZIDOS POR TEIXEIRA (EM SENTIDO HORÁRIO): A VIDA INVISÍVEL, TIM MAIA, A BRUXA E AD ASTRA; NA OUTRA PÁGINA, O FAROL, O CASAMENTO DE ROMEU E JULIETA E ME CHAME PELO SEU NOME

conhecidas do grande público. No caso do cinema, é o profissional que viabiliza o projeto. Um desbravador, como Teixeira gosta de dizer. A pessoa que administra todas as áreas, partes e – haja sangue-frio – todos os egos. “É o capitão do barco. Se ele afunda, é você quem está no comando”, compara. Para ele, que fez carreira nisso, a inspiração e a motivação para encarar todas as pressões de uma produção são simplesmente “a vontade de ver esse filme na tela”.

Cinéfilo assumido desde criança, Rodrigo sempre imaginou trabalhar nessa indústria de sonhos. No entanto, sua trajetória profissional começou no mercado financeiro, onde durou apenas um ano. Pouco tempo depois, deu seus primeiros passos como empreendedor no meio criativo, com a Geração Conteúdo, empresa que viabilizava a realização de projetos literários por meio da aquisição e do investimento em direitos autorais. Nem sempre os direitos eram

de obras prontas; funcionava como uma incubadora que ajuda autores a transformarem suas ideias em realidade. Mas a intenção, claro, era chegar às telonas, o que aconteceu em 2005 com *O Casamento de Romeu e Julieta*, dirigido por Bruno Barreto, estrelado por Luana Piovani e Marco Ricca. O longa foi um desdobramento de seu primeiro grande projeto literário de sucesso, o *Camisa 13*, série em que renomados autores do Brasil contavam histórias de seus times locais. No mesmo ano, abriu a produtora RT Features, hoje uma potência do mercado e responsável por títulos nacionais e internacionais recentes. Entre os nacionais mais famosos estão *O Cheiro do Ralo*, de Heitor Dhalia, e *A Vida Invisível*, de Karim Aïnouz, com Gregório Duvivier, Carol Duarte e – olha ela! – Fernanda Montenegro.

Teixeira conta que sua entrada no mercado americano foi uma “oportunidade cambial”, o encontro da situação



econômica favorável com o instinto para investir nos títulos certos. “Senti uma facilidade para encontrar filmes em que eu quisesse trabalhar. De alguma forma, conseguia pensar como um americano, só que tinha o distanciamento de estrangeiro. Isso permitia que eu conseguisse encontrar coisas que o americano geralmente não vê, mas que os bons queriam fazer”, afirma. Talento que foi reconhecido por seu primeiro agente, Richard Klubeck. Após abrir as portas iniciais, chegou o desafio real: provar de fato sua habilidade de fazer acontecer. “A desconfiança é sobre sua capacidade de entrega. Depois que você prova que consegue, aí é a questão da qualidade do resultado.” Ele considera isso algo natural do mercado com novos profissionais, principalmente com aqueles que não vêm de algum polo tradicional e clássico de cinema. “Eu era bem pioneiro mesmo, não havia

outros brasileiros querendo produzir cinema americano. Depois vários entraram, e hoje somos sete ou oito.”

Todas as conquistas o inspiram a querer trabalhar por muito tempo. “Meus objetivos são grandes”, diz. “Quero continuar fazendo, e em boa performance. E não envelhecer meu gosto, não perder o toque. Talvez minha relação de frequentar o ambiente de produção seja um pouco diferente. Porque quero estar mais perto de meus filhos, quero acompanhar minha namorada, que é uma pessoa que está em minha vida e eu quero estar mais perto dela. Fui muito ausente nos últimos anos. E pretendo ter uma presença física maior neste momento. Acho que faz parte de minha maturidade focar nisso”, reflete sobre seus próximos passos profissionais. A gente torce, Rodrigo! E não se esqueça de trazer nosso Oscar, hein! 🍷



“
EU ERA BEM PIONEIRO
MESMO, NÃO HAVIA
OUTROS BRASILEIROS
QUERENDO PRODUZIR
CINEMA AMERICANO.
DEPOIS VÁRIOS
ENTRARAM, E HOJE
SOMOS SETE OU OITO.
”



NÃO BASTA SER CHIQUE...

...TEM DE DEIXAR
A CLIENTE
CONFORTÁVEL.
É COM ESSA
COMBINAÇÃO QUE
GIANVITO ROSSI,
FILHO DO ÍCONE DOS
CALÇADOS SERGIO
ROSSI, CONSOLIDOU
SEU LUGAR NA
SAPATARIA DE LUXO
ITALIANA — E,
AGORA, COM
LOJA EM SÃO PAULO

No caminho inverso da moda de passarela, o mundo da sapataria de luxo dá peso menor a quem cria antes: a importância costuma recair sobre quem faz melhor. Entre matérias-primas de primeira e silhuetas já consagradas nos pés femininos, os alvos são os detalhes quase invisíveis. Basta um ângulo malcortado para transformar uma sandália de salto num objeto de tortura chique.

Foi de olho nesses critérios que Gianvito Rossi se firmou, nos últimos 15 anos, como um dos shoe designers mais falados de sua geração. O italiano, que inaugura agora sua primeira loja brasileira, no Shopping Cidade Jardim, em São Paulo, não abre grandes concessões a modismos nem exageros estéticos: ficou conhecido por desenhar para mulheres que buscam sapatos possíveis de calçar.

Apesar de ser uma etiqueta relativamente nova, a trajetória é de uma vida. Seu pai e mentor é o brilhante sapateiro Sergio Rossi, morto em abril deste ano, vítima da pandemia do coronavírus. Quando Gianvito nasceu, o mestre calçadista já tinha se tornado a assinatura dos pés da moda italiana: são dele, por exemplo, os sapatos da fase de ouro da Versace, com Gianni ainda à frente. O ápice da produção e da fama de Sergio, a partir dos anos 1970, coincidiu com a infância de Gianvito, gasta dentro do ateliê que funcionava na casa da família: saltos, palmilhas e afins eram seus brinquedos.

A carreira-solo começou depois de 2005, quando a marca do pai foi 100% vendida para o grupo francês Kering, conglomerado de moda que abriga Gucci e Saint Laurent, entre outras marcas. Uma apresentação em Mi-





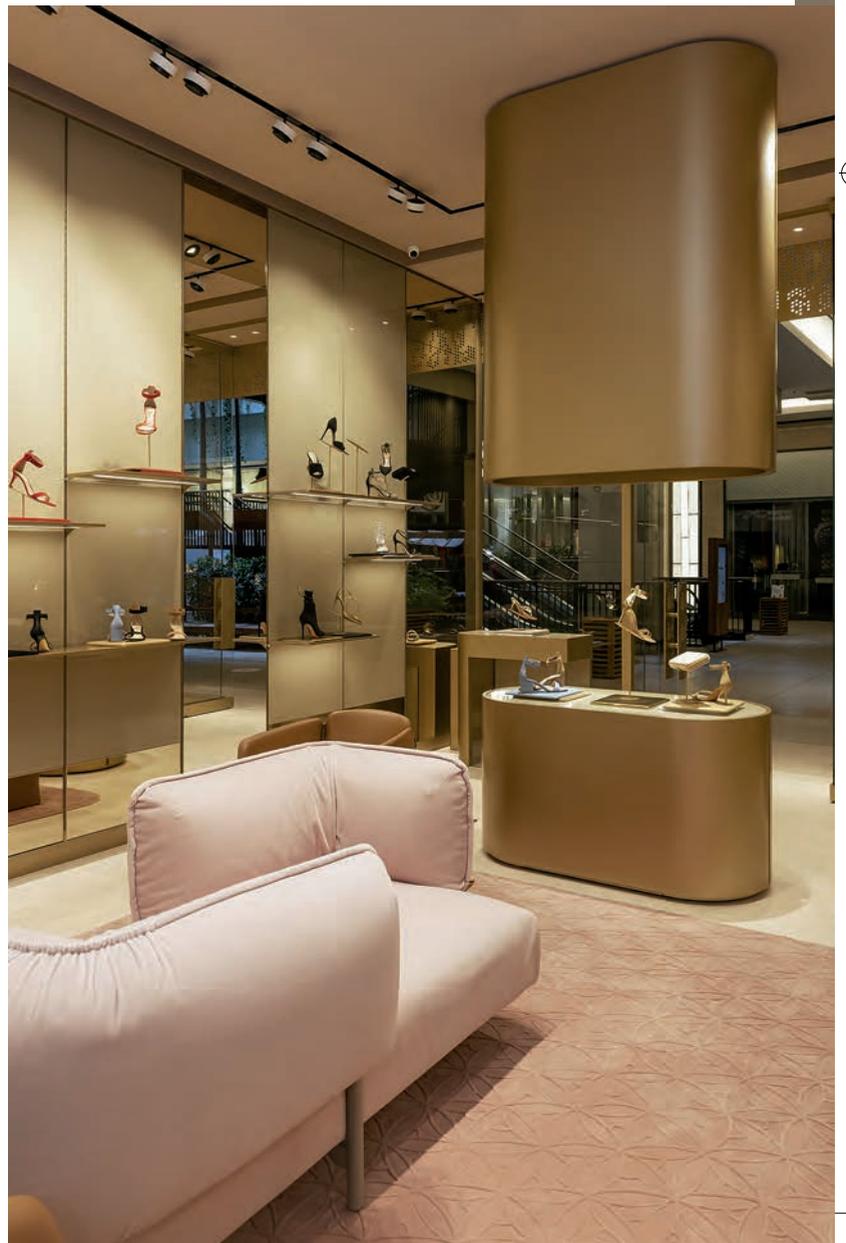
grife



solas vermelhas inconfundíveis) ou com os lançamentos de todas as grandes marcas de luxo (e suas necessidades de reinventar a roda da moda a cada estação), Rossi apostou suas fichas na manufatura clássica que trouxe de casa. Ele defendia que a indústria sapateira mudou para pior no fim dos anos 1990, quando as grifes expandiram e trocaram os especialistas no assunto pelas linhas de produção internas. Isso fez com que a qualidade desse lugar à quantidade e uma geração inteira de mulheres teve de se acostumar com calçados tão bonitos quanto pouco anatômicos. Continuando a história do pai, Gianvito foi na contramão: sua produção é de calçados benfeitos e com atenção à forma, um conforto à moda antiga. “É muito fácil fazer um sapato da moda. Você só precisa colocar mais e mais elementos. Difícil é construir um par simples, que seja moderno e chame atenção”, costuma dizer.

lão, seguida de collabs com o estilista Joseph Altuzarra (além, claro, do sobrenome mágico), foi o que bastou para colocar Gianvito para girar na moda e entrar no passo de fãs famosas, como Gwyneth Paltrow, Beyoncé e Diane Kruger. Da corte britânica, Kate Middleton é uma de suas embaixadoras mais fiéis: com frequência calça um par de escaurpins do italiano em suas aparições públicas. Dizem os especialistas no guarda-roupa da duquesa que, só desse modelo, com salto médio, ela tem pelo menos cinco pares em cores diferentes.

Mas, além da bênção das celebridades e do sobrenome estrelado, a esperteza do designer é que foi o fator distinto na construção de sua fama. Sabendo que concorreria com nomes como Christian Louboutin (e suas



IMAGENS DO INTERIOR DA RECÉM-
-INAUGURADA LOJA DO SHOPPING
CIDADE JARDIM (NA OUTRA PÁGINA)
E O DESIGNER GIANVITO ROSSI



Simples, nesse caso, não quer dizer comum – muito menos mundano. Feitos à mão, os sapatos de Gianvito passam por um processo de 60 etapas, entre o corte do couro e o descanso na caixa. E é na matemática dos ângulos que ele se garante. Para especialistas da produção, o brilho fica por conta da engenharia no equilíbrio do cabedal alongado, que acomoda o calcanhar sem forçar o pé contra formatos não naturais, enquanto os saltos pouco exagerados respeitam a silhueta do corpo. Já segundo as especialistas do provador, costumeiramente mais hiperbólicas do que quem lida com números, calçar um Gianvito Rossi equivale a pisar no paraíso.

“É MUITO FÁCIL FAZER UM SAPATO DA MODA. VOCÊ SÓ PRECISA COLOCAR MAIS E MAIS ELEMENTOS. DIFÍCIL É CONSTRUIR UM PAR SIMPLES, QUE SEJA MODERNO E CHAME ATENÇÃO”,
GIANVITO ROSSI

Para o designer, o amor é pelas linhas de seus sapatos. Em qualquer oportunidade que tiver, Gianvito aparece tecendo laços à importância do desenho do que fabrica. Coisa fácil de notar: basta olhar para os modelos clássicos da oficina – seja o escaim tradicional, o peep toe de camurça ou as rasteiras de tiras trançadas. A ideia, reforça sempre, é que seus sapatos sejam peças contemporâneas e que sobrevivam a tendências e ao tempo. “O principal é que a mulher use o sapato, e não o contrário” é um de seus motes. O outro? “Adoraria chegar ao status de um designer clássico. Quem sabe no futuro?” Um objetivo bem humilde, diriam suas fãs – e seu pai. ♡

ROUPAS PARA MULHERES REAIS

COM ESSA PEGADA, O ESTILISTA RAFAEL CHAOUICHE CRESCE EM POPULARIDADE EMBALADO PELO BOCA A BOCA DE CLIENTES BACANAS. A CONVITE DA VERSATILLE, ALGUMAS DELAS TOPARAM POSAR COM LOOKS CRIADOS PELO JOVEM PARANAENSE

FOTOGRAFIA: GABRIEL BERTONCEL BELEZA: PABLO FÉLIX
ASSISTENTE DE BELEZA: KAIQUE MARQUES TRATAMENTO DE IMAGEM: ROBSON BATISTA

No campo, uma modelo negra abre os braços vestindo uma camisa branca com amplas mangas que remetem a asas. É assim que Rafael Chaouiche começa a contar sobre a nova coleção para os seguidores de sua marca no Instagram, já mirando num mundo pós-pandemia. “Estamos num momento em que a humanidade precisa ter uma esperança: de dias melhores, de saúde, de garantir sua liberdade de volta”, reflete o estilista paranaense. “Por isso quis falar de liberdade, com cores agradáveis e shapes que remetessem a essas estruturas de asas.”

O verão da Chaouiche, que preenche as próximas páginas vestido por grandes apostadoras da marca, é o ápice do trabalho deste jovem estilista, que começou em Calógeras – distrito no interior do Paraná com menos de 2 mil habitantes. Foi lá que o adolescente Rafael percebeu, no grupo de ginástica olímpica da escola, que se interessava mais pelos figurinos do que pela dança.

Em menos de dez anos, sua trajetória foi feita à base de saltos no escuro. Largou a faculdade em Curitiba para se inserir como assistente de moda em São Paulo até voltar para a capital paranaense para um papel inesperado: chegar à final de um reality show exibido no *Fantástico*. A partir daí, viu suas primeiras roupas no corpo de atrizes globais e na série *Mister Brau*, quando ajudou a cuidar do figurino de Taís Araújo.

Com a repercussão, pegou na mão do sócio/namorado Moises Zugman e abriu a marca que carrega o sobrenome que herdou da mãe, ainda sem estar totalmente por dentro da dinâmica de venda no mercado de moda. Com uma coleção ultraconceitual nas malas, caiu de paraquedas nos showrooms de São

Paulo, montou e desmontou uma sociedade na capital, pegou dinheiro emprestado e fez as entregas de seu primeiro boom criativo. “Agora, quatro anos depois, nós estamos começando a trabalhar com mais estabilidade. Mas, no início, tive de usar as vendas da primeira coleção para financiar a segunda. Crescemos e regredimos para ver que toda a estrutura do mundo não é tudo se você não tem liberdade”, conta, repetindo a palavra-mote das novas criações, diretamente do ateliê que mantém dentro do apartamento do casal.

Com a ajuda de poucas costureiras e uma assistente recém-contratada, Rafael nem pensa em tirar a mão do filhote: é ele quem cuida dos cortes e moldes da criação e, entre uma entrega e outra, faz questão de atender as clientes – que viram amigas e ajudam a construir a marca na base do boca a boca. “Sempre tive muita sorte de ser colocado na frente das pessoas certas, que me indicavam para outras. E, apesar da vida no ateliê, minha parte favorita é sempre o provador. Gosto de ver quando as mulheres vestem a roupa e abrem um sorriso.”

É a mistura desse contato com sua moda que tem feito o estilista, agora com 26 anos, colecionar elogios. “Ele faz uma moda que mulheres de verdade conseguem usar”, diz Daniela Filomeno, diretora de redação convidada da VERSATILLE. “Quero atender a todas as faixas, da fofinha de 15 anos até a mulher de 70 ou 80 anos. Tem o look conceitual, tem o pijama chique, tem os momentos de elegância”, pontua ele, enquanto corre para entregar, no meio da quarentena, as encomendas das multimarcas espalhadas pelo Brasil e por Miami – e já de olho no inverno. “Vou vivendo um dia de cada vez. Aprendi a entender meu momento e deixar as coisas acontecerem.”





moda



“Rafael é um retrato da moda brasileira. Tem um olhar diferente, uma inspiração que traz um conteúdo e um background muito bacanas, de referências marcantes.

Suas coleções têm sempre uma coisa de arte, de cultura. É um jovem talento da moda, arrojado e criativo.”

Eleonora Halpern Xando







moda



REVISTA VERSATILILE

62





“Eu enxergo a moda nacional no mesmo patamar da internacional. E as pessoas estão se interessando mais por quem está por trás das roupas, qual a essência, quem costurou, como foi feita a peça.”

Amanda Cassou





moda

"A Chaouiche é uma marca extremamente autoral, e o Rafael é uma pessoa que abraça, acaricia. É o que a gente procura: não só marca, mas o que está por trás. E ele dá esse significado, a verdade de verdade que as pessoas procuram hoje."

Carol Faggion







moda



REVISTA VERSATILLE

66





“O Rafael é uma pessoa criativa, brilhante, muito espontânea e carinhosa. O belo é que ele traz toda essa personalidade dele, essa sutileza, esse intelecto, para dentro da coleção e da marca. É muito bonito ver o conjunto, o todo.”

Catharina Tamborindeguy
Johannpeter





moda

“Ele consegue transformar toda essa ebulição de criatividade em roupas que mulheres de verdade podem usar. É muito especial quando sua moda é inclusiva, é adaptável, você veste para se sentir bonita.”

Daniela Filomeno Seripieri





ALÉM DO HORIZONTE

A TRAJETÓRIA ESTRELADA DE JAIME SIRENA E BIRA GUIMARÃES, QUE, À FRENTE DA EMOÇÕES INCORPORADORA, FIZERAM BROTAR UMA SEMENTE PLANTADA POR ROBERTO CARLOS, SEU SÓCIO. O REI QUERIA ERGUER UM EDIFÍCIO, ELES PUSERAM DE PÉ UMA SÉRIE DELES — E VÊM OUTROS POR AÍ, COM LANÇAMENTO AINDA EM 2020

Uma música em volume suave penetra o elevador quando a porta se abre no 15º andar do edifício Horizonte JK. Quem conhece os clássicos do cantor Roberto Carlos (e algum brasileiro não conhece?) identifica a canção em poucos acordes: “Emoções”. A obra não foi escolhida à toa. O endereço abriga a sede da incorporadora que leva o mesmo nome da música e tem o rei como um dos sócios.

A presença de Roberto Carlos no edifício localizado na Avenida Presidente Juscelino Kubitschek, no centro financeiro de São Paulo, é perceptível nos detalhes, ainda que ele não dê expediente ali. O azul, cor preferida do cantor, predomina da fachada envidraçada ao uniforme das receptionistas do prédio. Fora do escritório da Emoções Incorporadora, no entanto, não há nenhuma referência ao nome nem à imagem do artista – de propósito.

SONHO GRANDE

O Horizonte JK foi o primeiro lançamento da empresa, em 2011. Ele nasceu a partir de um desejo do rei, que, amante de arquitetura, sonhava em construir um prédio. O país surfava na onda do boom imobiliário, quando Dody Sirena, empresário de Roberto Carlos há mais de duas décadas, convenceu o cantor a dar um passo além: criar uma incorporadora. Entraram na empreitada o advogado Jaime Sirena, irmão de Dody, e, por sugestão do músico, o empresário Ubirajara Guimarães. Assim se formou a sociedade do quarteto que se conhece de longa data.

Depois do empreendimento de estreia, outros quatro foram lançados pela empresa. Três deles são comerciais: Horizonte Jardins, em Aracaju, Coletanea Office Square e Horizonte Vital Brasil, os últimos dois em São Paulo.





sucesso



ALGUNS EXEMPLOS DOS EMPREENDIMENTOS DA EMOÇÕES INCORPORADORA: CRIADA EM 2011, A EMPRESA ATUA HOJE EM DIA NOS ESTADOS DE SÃO PAULO, GOIÁS E SERGIPE





O quarto, Horizonte Flamboyant, é residencial e fica em Goiânia. As fortes emoções do mercado imobiliário, causadas pela crise econômica do país nos últimos anos, forçaram uma pausa nos lançamentos entre 2015 e 2019.

A incorporadora pretende voltar com força total no segundo semestre de 2020 – eles optaram intencionalmente esperar passar agosto, mês considerado de mau agouro pelo artista. Estão previstos três lançamentos residenciais, sendo dois na capital paulista e um na sergipana. A pandemia do coronavírus não seria um empecilho para os negócios? “Todo mundo pensa que o ramo imobiliário está mal. Muito pelo contrário. Com a queda dos juros, comprar imóvel vai ser mais vantajoso do que alugar”, aposta Bira, como é chamado pelos amigos.

A PRESENÇA DO REI

Roberto Carlos não participa diretamente da administração dos negócios, mas dá pitacos em todos os projetos. O marrom, cor que ele notoriamente detesta, é proibido nos edifícios da Emoções. Para garantir que o padrão jamais seja modificado, a gestão condominial dos imóveis é homologada pela incorporadora. “Imagine se os condôminos resolvem pintar a fachada de marrom?”, pergunta Jaime.

O cantor também dá as caras no lançamento dos imóveis, atraindo mídia espontânea e potenciais clientes. Para não desapontar os presentes, dá uma palinha de duas músicas, acompanhado pelo piano. Show completo ele fez em Aracaju, no estacionamento do shopping estrategicamente localizado em frente ao empreendimento da Emoções. Vendeu horrores. “A mulher obriga o marido a comprar uma unidade”, brinca Bira.

No dia a dia, o negócio é tocado por Jaime Sirena e Bira. O primeiro juntou-se à sociedade por intermédio do irmão. Deixou as atividades relacionadas a bingos, em Porto Alegre, e mudou-se para São Paulo. Ele conta que uma das primeiras ideias era construir um condomínio

de casas, com nomes de ruas batizadas com canções do rei: “Detalhes”, “Amigo”, “Lady Laura”... A dificuldade de encontrar um terreno, porém, ainda não viabilizou o projeto.

TRAJETÓRIA VENCEDORA

Já Bira, que no passado recomendou a Roberto Carlos contratar Dody como empresário, conhece o cantor por meio de uma paixão em comum: carros. Aos 72 anos, atua no ramo automotivo desde os 17, quando começou a trabalhar como vendedor na concessionária Souza Ramos. Com talento para os negócios, o paulista de Rio Grande da Serra ascendeu ao cargo de gerente e sócio da empresa. Não parou aí.

Bira foi ainda sócio da Mitsubishi Brasil e, com os irmãos Ayrton e Leonardo Senna, trouxe para o país a marca alemã Audi. O empresário conta que o dia da morte do piloto de Fórmula 1 foi o mais triste de sua vida. Em seu escritório, um porta-retrato exibe uma foto sua ao lado do esportista. Ambos estão de smoking, em uma festa promovida pela McLaren, na Austrália.

“Eu não tinha levado o traje adequado. Senna exigiu que, se a montadora não providenciasse um smoking para mim, ele também não iria à festa. A roupa apareceu rapidinho”, lembra Bira, orgulhoso.

Entre suas tantas empreitadas está também uma empresa que modificava automóveis, como uma limusine sobre a base de um landau. Roberto Carlos comprou o carro, que tem até hoje, segundo Bira. A amizade ganhou força a ponto de se tornarem sócios em três revendedoras de carros em

São Paulo. Na escolha do nome da empresa, o artista sugeriu a palavra que também batiza os empreendimentos da incorporadora: horizonte.

De fato, enxergar além do horizonte parece uma característica dos sócios. “Eu gostaria de lançar um livro chamado ‘Todos Podem’. Porque todo mundo pode, mesmo quem vem do nada”, diz Bira. ☺

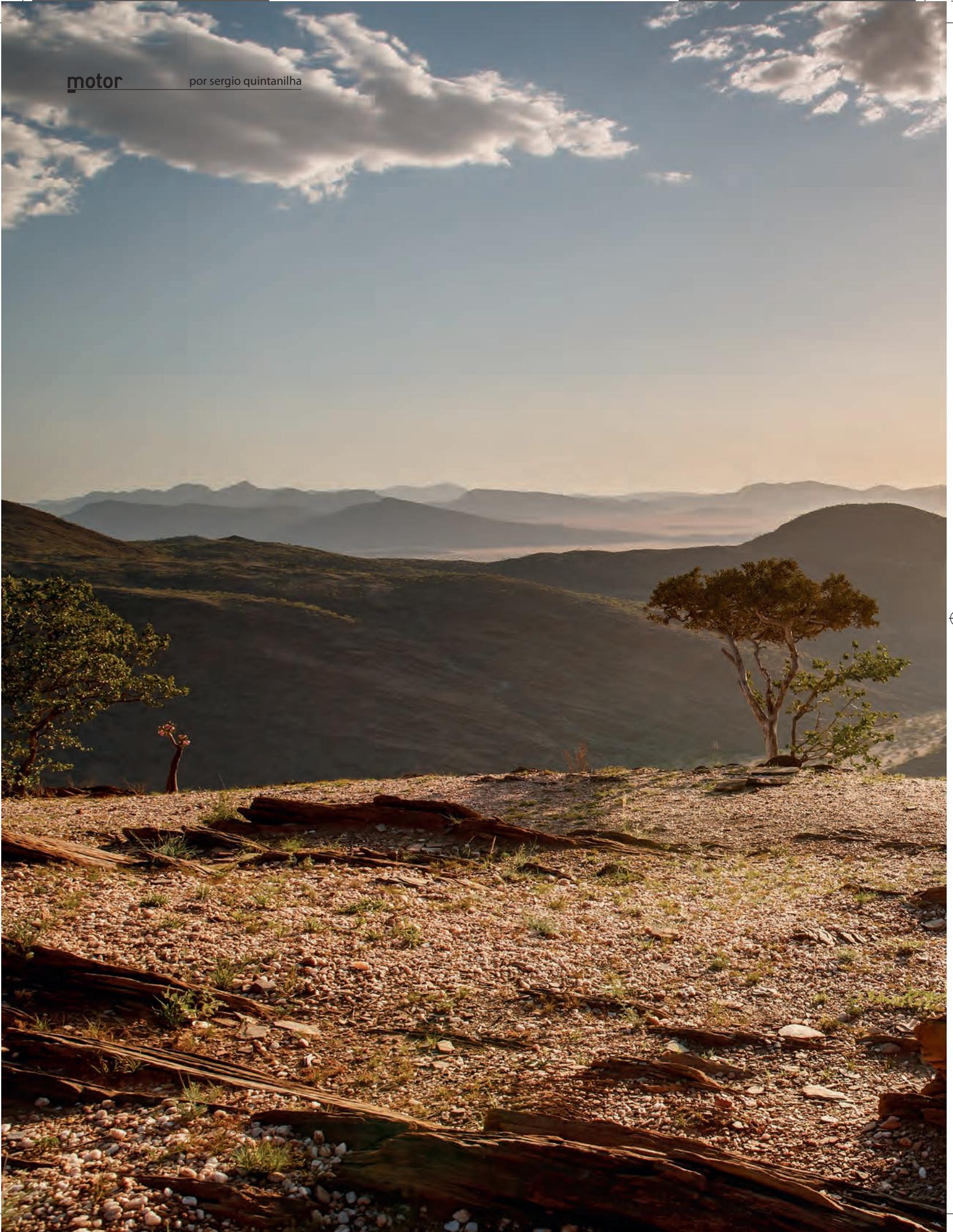
ROBERTO CARLOS DÁ AS CARAS NOS LANÇAMENTOS DOS IMÓVEIS, ATRAINDO MÍDIA ESPONTÂNEA E POTENCIAIS CLIENTES. PARA NÃO DESAPONTAR OS PRESENTES, DÁ UMA PALINHA DE DUAS MÚSICAS, ACOMPANHADO PELO PIANO





motor

por sergio quintanilha





MÁQUINAS RECÉM-CHEGADAS

DE ESPORTIVOS A SUVs LUXUOSOS, OS LANÇAMENTOS DE CARRO NÃO DESACELERARAM EM 2020. REUNIMOS AQUI CINCO DELES, QUE SE DESTACAM PELA COMBINAÇÃO DE TECNOLOGIA, MOTORES DE ÚLTIMA GERAÇÃO E DESIGN IMPECÁVEL



motor

Se por um lado a vida entrou em compasso de espera devido ao cenário de pandemia, no ramo automobilístico o que se viu foi um ritmo mais acelerado. Até porque deslocar-se de carro se tornou uma opção preferencial mesmo para quem dava prioridade a outros modos de locomoção quando se tratava de pequenas viagens. Fato é que grandes players colocaram no mercado brasileiro uma baita leva de veículos, tanto para os fãs de esportivos quanto para os

apreciadores de carros grandes para acomodar toda a família. Selecionamos cinco e contamos tudo o que você precisa saber sobre eles para mandar bem na próxima conversa com os amigos. Recheados de tecnologia, ostentando motores com uma cavalaria que faria inveja a Napoleão Bonaparte e com design de tirar o fôlego, para fazer sucesso em qualquer passarela ou concurso de elegância, esses carros chegam ao Brasil como obras de arte da engenharia automotiva.



LAND ROVER DEFENDER

O carro chegou à quinta geração após três anos sem produção. O primeiro Defender foi lançado em 1948. No Brasil, está disponível nas versões S, SE e HSE, todos com possibilidade de inclusão de uma terceira fila de bancos.

O motor é o 2.0 Ingenium de 300 cv e 400 Nm. O câmbio é automático de oito marchas com tração 4x4, diferencial central com travamento ativo e Terrain Response II. Os itens de utilização off-road são configuráveis. Uma das novidades é o “capô transparente”, que exibe o terreno no display central. O painel digital tem 12,3” e a nova tela multimídia é bem horizontal.

O novo Defender respeita o design atual da Land Rover, mas manteve as linhas quadradas, e as bordas agora são arredondadas. Os pneus e as rodas têm 900 mm para dar ao carro a ótima capacidade de passar por alagamentos ou rios de pouca profundidade. Entre as colunas C e D, há uma pequena janela na lateral do teto. As lanternas traseiras são embutidas na carroceria, o estepe fica do lado de fora e a tampa do porta-malas abre lateralmente.

O assoalho do Defender vem com plástico emborrachado para facilitar a limpeza. O volante é exclusivo e tem a estrutura aparente. Os bancos são de couro com tecido. O ar-condicionado tem três zonas se o cliente optar pelos sete lugares. A carroceria monobloco é toda de alumínio e a rigidez torcional aumentou dez vezes!

Ele tem suspensão pneumática elevada em 20 mm em relação aos demais Land Rovers, com curso de 290 mm. Assim, ela pode ser rebaixada para facilitar o acesso ao carro. O novo Defender tem 38° de ângulo de entrada, 28° de ângulo central e 40° de ângulo de saída. O vão livre do solo é de 291 mm. Sua capacidade de inclinação é de 45° na subida, na descida ou nas laterais.



BMW X6 M

O veículo tem atualização remota e gratuita de software, condução autônoma Driving Assistant Professional e Parking Assistant Plus. Ou seja: é superconectado, adapta-se às condições do trânsito e estaciona praticamente sozinho. Seu motor é um V8 4.4 de 600 cv e 750 Nm. O torque máximo está na ampla faixa de giros de 1.800 a 5.860 rpm. Para completar, câmbio automático de oito marchas e tração integral.

O BMW X6 M vai de 0 a 100 km/h em ótimos 3,8 segundos e chega a 290 km/h – números absurdos para um carro tão grande. As rodas são M Star Spoke de 21", na dianteira, e de 22", na traseira. Para maior conforto do motorista, o head-up display projeta informações úteis no campo de visão em cores. Há dois modos de pilotagem (M1 e M2) que alteram os parâmetros de motor, direção, câmbio e estabilidade.

O novo X6 M conta com Night Vision para reconhecimento de pedestres ou animais na pista. Eis um carro inteligente! O Live Cockpit Professional executa inúmeras funções no veículo por comandos de voz e o Intelligent Personal Assistant é ativado quando o motorista diz "olá, BMW". O carro aprende os hábitos do motorista e se adapta a eles.

Além dos faróis Laserlight, do para-choque dianteiro exclusivo e das saias laterais da grife BMW M, o SUV de luxo tem sistema de som Harman Kardon, ar-condicionado de quatro zonas, bancos dianteiros esportivos com ajustes elétricos, ventilação e aquecimento, porta-copos com aquecimento e resfriamento, cintos de segurança da linha M Sport e tapetes de veludo. Os acabamentos são finalizados em fibra de carbono.





AUDI RS Q3 SPORTBACK

Com 400 cavalos no motor 2.5 turbinado de cinco cilindros, é o mais potente de sua categoria. Supera o Porsche Macan na aceleração, é dois segundos mais rápido do que o BMW X1 e mais moderno do que o Mercedes-AMG GLA 45. O modelo Sportback é a configuração cupê deste SUV.

O carro é lindo e não anda: desfila, especialmente na cor azul. O potente motor tem 400 cv e 600 Nm de torque. Sua relação peso/potência de apenas 4,3 kg/cv permite que vá de 0 a 100 km/h em 4,5 segundos. O RS Q3 tem 20 cavalos a mais (e custa menos) que o Macan GTS. Está na segunda geração e tem o mesmo motor de cinco cilindros usado no TT RS e no RS 3. Traz também tração integral Quattro e câmbio S tronic de sete marchas com dupla embreagem. Chega a 280 km/h, o que é ótimo para um SUV.

Os faróis são de LED, com nova assinatura ótica da Audi, bem como a característica grade octogonal. O interior segue a linguagem digital dos Audi Q3 e Q8, mas com pegada esportiva. Um carro prático, mas pronto para voar nas pistas, se for preciso.

AUDI RS 6 AVANT

A Audi é adepta da campanha "Save the wagons" e vai além com os modelos RS 4 e RS 6, derivados das peruas A4 Avant e A6 Avant. O novo RS 6 é o máximo da linha Avant, combinando refinamento técnico, esportividade e praticidade. O porta-malas tem capacidade de 565 litros. Por dentro, é muito espaçoso devido ao entre-eixos de 2,93 m. Uma perua para se apaixonar.

O motor V8 4.0 biturbo ganhou um sistema híbrido leve de 48V para oferecer 600 cv de potência. O veículo entrega o máximo em esportividade sem deixar de ser familiar – é um dos carros mais versáteis da fabricante. Na quarta geração, ficou mais potente e mais rígido. A suspensão é multilink na dianteira e na traseira, com ajuste pneumático.

A aceleração de 0 a 100 km/h manteve-se em 3,6 segundos (precisava mais?) porque a Audi focou na eficiência do motor V8. O impressionante torque de 800 Nm surge já a 2.050 rpm. O novo RS 6 Avant tem câmbio automático Tiptronic de oito marchas e tração Quattro. Sua velocidade máxima é de 280 km/h, mas pode chegar a 305 km/h se o cliente comprar os freios de carbono opcionais.

O console e o painel são digitais, com dois grandes displays táteis de alta resolução. A tela superior tem 10,1" e traz as funções multimídia, compatíveis com Android e iPhone. O display inferior tem 8,6" para funções de conforto e entrada de texto. O quadro de instrumentos também é digital (Virtual Cockpit). A perua esportiva alemã tem 5 m de comprimento e quase 2 m de largura (sem contar os espelhos). Os pneus são bem largos (275/35 R21), como uma régua escolar.





PORSCHE 911 TURBO S

Tem 650 cv e é um esportivo do tipo "all-rounder". É um polivalente, pois pode tanto ser usado na pista, com alta performance, quanto para ir ao shopping center. O motor de 3.745 cm³ é um seis cilindros boxer biturbo com o impressionante torque de 800 Nm. O câmbio é o magnífico PDK de dupla embreagem com oito marchas. Ele traz shift paddles no volante e uma discreta alavanca no console central para trocas manuais.

O sistema de controle de largada (Launch Control) permite ao 911 Turbo S acelerar de 0 a 100 km/h em míseros 2,7 segundos. Para isso, é preciso frear com o pé esquerdo, fincar o pé direito no pedal do acelerador e depois soltar o freio. O salto do carro é tão forte que exige concentração para não largar o volante ou perder a direção e bater forte. Para ter uma ideia, ele vai de 0 a 200 km/h em 8,9 segundos.

O 3.7 boxer tem tecnologia VTG nos turbocompressores, ou seja, a geometria da turbina é variável. O carro é tão avançado que até o novo sistema de escapamento, com duas saí-

das, tem flaps ajustáveis. É um esportivo perfeito para track days. Nas ruas e estradas, chega a ser exagerado, mas quem não gostaria de se dar esse luxo?

O câmbio PDK passou de sete para oito marchas, mas a velocidade máxima (330 km/h) é alcançada em 6^ª. Várias modificações foram feitas no carro, que tem até as rodas traseiras direcionais. Aliás, pela primeira vez as rodas do Porsche 911 têm dimensões diferentes (aro 20 na frente e 21 atrás). Os pneus são 255/35 R20 e 315/30 R21. Os compostos dos pneus também mudaram e deixaram a condução mais neutra. Os freios são de cerâmica e ganharam pinças maiores, assim como os discos de freios dianteiros.

Vale dizer que o Porsche 911 Turbo S é um carro muito seletivo. Não basta ter dinheiro, é preciso ter também habilidade para dirigi-lo, caso contrário se torna perigoso. Por isso, a Porsche oferece vários níveis de potência para o 911. Este é o ápice. Você está preparado para o Turbo S? Se sim, vá em frente porque o carro é simplesmente fantástico. ☺



A PORSCHE APRESENTOU O NOVO 911 TURBO S NO CIRCUITO DE INTERLAGOS E DISTRIBUIU CAPACETES PARA NOSSA AVALIAÇÃO. A VERSÃO TURBO S FOI PENSADA PARA BRILHAR NOS TRACK DAYS E OFERECER O MÁXIMO NA ESTRADA

COM 650 CAVALOS E TRAÇÃO TRASEIRA, O NOVO PORSCHE 911 TURBO S PRECISA DE UM AEROFÓLIO TRASEIRO (À DIREITA) PARA DAR MAIS ESTABILIDADE NAS CURVAS. O CARRO TEM CINCO MODOS DE CONDUÇÃO, MOSTRADOS NO DISPLAY CENTRAL





turismo



REVISTA VERSATILLE

82



B R A S I L

F O R A

D A

ROTA

COM ALGUMAS FRONTEIRAS INTERNACIONAIS AINDA FECHADAS, A RETOMADA DO TURISMO VAI GANHAR MAIS FORÇA A PARTIR DE ROTEIROS DENTRO DO PAÍS. DANIELA FILOMENO, NOSSA EXPERT EM VIAGEM E GASTRONOMIA PREFERIDA, INDICA A SEGUIR 11 DESTINOS POUCO COMUNS PARA VOCÊ DEIXAR EM SUA LISTA DE DESEJOS

“Moro num país tropical, abençoado por Deus, e bonito por natureza, mas que beleza.” Nada que eu escreva representa melhor nosso país do que a famosa música de Sérgio Mendes, tão bem interpretada por Jorge Ben Jr. O Brasil é definitivamente um dos lugares que mais escondem belezas naturais, com pontos pouco explorados e com uma mínima – ou quase nenhuma – infraestrutura para receber turistas. Cenário que deve mudar com o boom do turismo nacional que teremos nos próximos anos, impulsionado pelas fronteiras fechadas e com a retomada gradual. Tudo sempre seguindo os protocolos e com muito bom senso, que o momento exige.

Separei 11 lugares para ficar no radar e fazer as malas assim que possível. Natureza preservada, esportes radicais, lagoas com águas cristalinas, praias desertas e cenários inesquecíveis... Motivos não faltam para desbravar ou aproveitar o que nosso país tem de mais valioso: suas belezas e sua cultura. ♡

IMAGEM: DIVULGAÇÃO



IMAGEM: MARCELO KRAUSE

LAGOA MISTERIOSA, NO MATO GROSSO DO SUL

Para quem gosta de aventura e beleza natural, a **Lagoa Misteriosa**, no interior do Mato Grosso do Sul, é o lugar certo. Imagine mergulhar em um local do qual não se sabe ao certo a profundidade? Esse é o mistério do passeio! Em 1998, o mergulhador Gilberto Menezes de Oliveira registrou a marca de 220 metros, porém ainda não encontraram seu fundo. O fato é que

a Lagoa Misteriosa é uma das mais profundas cavernas alagadas do Brasil, com uma água transparente que impressiona, dando uma visibilidade de mais de 40 metros de distância. Para chegar, é necessário fazer uma trilha rica em diversidade de fauna e flora que leva até um mirante e à misteriosa lagoa – onde é possível fazer mergulho com cilindro e técnico.





LAGOA ENCANTADA E OLHO DA XUXA, NO MATO GROSSO

Também conhecida como **Lagoa Azul**, a paisagem faz jus ao nome. Com águas cristalinas, rodeadas por uma rica vegetação, a lagoa é um paraíso escondido. Ela está localizada a 25 quilômetros da cidade de Primavera do Leste, no Mato Grosso. São mais de 10 metros de profundidade, nas margens do Rio das Mortes. Durante o mergulho, é possível ver as nascentes borbulhando na areia do solo, as incríveis formações rochosas, grutas submersas e muito mais. E fique tranquilo, as águas da região contam com uma temperatura natural e agradável para os visitantes, uma média de 26 graus durante o ano todo. Por estar em uma propriedade privada, na Fazenda Onça Pintada, o número de visitantes por dia é limitado. É necessário fazer reserva e pagar entrada para desfrutar essa maravilha. Outro paraíso escondido do Mato Grosso é o **Olho da Xuxa**, nascente do Rio Nhandu, com água mineral cristalina e ótimo para mergulho subaquático. Para chegar lá não é fácil. Muitas vezes falta sinalização, mas nada como parar e perguntar para os moradores das comunidades da região, que, com a maior paciência, auxiliam os turistas. E valerá a pena quando chegar à lagoa azul esverdeada (daí o apelido) para um bom mergulho fresco.

SERRA DA CAPIVARA E CÂNION DO RIO POTI, NO PIAUÍ

No meio do sertão, a 230 quilômetros de Teresina, fica o **Cânion do Rio Poti**. Uma paisagem impressionante que os estudiosos acreditam ter se formado por meio de uma falha geológica provocada por um terremoto há 400 milhões de anos. Hoje, é o lugar ideal para amantes de esportes radicais, como rapel, canoagem, trekking e trilhas. Rodeado pela transição entre a caatinga e o cerrado, surpreenda-se com gravuras e pinturas rupestres em abrigos sob rochas que comprovam que essa região foi uma rota migratória milenar dos primeiros habitantes das Américas. Ainda no Piauí, outro lugar impressionante é o Parque Nacional da **Serra da Capivara**, considerado Patrimônio Mundial da Unesco desde 1991. Um oásis e uma verdadeira viagem no tempo, fica localizado na região

semiárida do estado e abrange quatro cidades: Canto do Buriti, Coronel José Dias, São João do Piauí e São Raimundo Nonato. A paisagem é repleta de cânions, baixões e serras e abriga uma grande concentração de arte rupestre pré-histórica – diferente das encontradas no Cânion do Rio Poti. Aqui, é possível apreciar pinturas que têm entre 6 mil e 12 mil anos. Hospede-se e comece seu tour pela pequena e modesta São Raimundo Nonato, uma cidadezinha bem próxima ao parque, que tem estrutura completa para receber turistas. Aproveite para conhecer a Cerâmica Serra da Capivara, que produz louças de argila e desenha as típicas pinturas da região em pratos, copos e outros utensílios.





turismo





CARRANCAS, EM MINAS GERAIS

Outro destino para quem ama ecoturismo e esportes de aventura: **Carrancas**, no sul de Minas Gerais. Vale pegar o carro e desbravar as mais de 70 cachoeiras da região, seus poços e grutas incríveis. A melhor maneira de circular por lá é seguir os complexos, como o da Zilda. Com extensão de 2 quilômetros, a queda-d'água é a principal atração dali. É preciso atravessar um rio e percorrer uma trilha por 15 minutos para chegar ao local onde as cascatas formam um poço e uma prainha. No caminho, é possível encontrar pinturas rupestres nos paredões e pequenas quedas-d'água para se refrescar. O complexo ainda conta com a Cachoeira dos Anjos e um escorregador natural de 10 metros, diversão garantida para todas as idades. Importante se informar antes sobre o grau de dificuldade e estrutura que cada atração oferece.





ICARAÍ DE AMONTADA, NO CEARÁ

Icaraizinho, como é conhecido, é um vilarejo no Ceará, a 220 quilômetros de Fortaleza e a 90 quilômetros da badaladíssima Jericoacoara. Seus fortes ventos colocaram a região na lista dos melhores lugares para a prática de kitesurf, esporte bem conhecido em solos cearenses. Por ali, a praia central é a de Icarai de Amontada, que faz barreira com a Barra das Moitas, com um mar esverdeado que enche

os olhos de quem visita. Uma das principais paisagens da região é a foz dos Rios Aracati-Açu e Aracati-Mirim, com extensas faixas de areia e totalmente deserta. Normalmente, quem frequenta Icaraizinho aproveita para um passeio de buggy pelas belíssimas dunas do Ceará. Ah, não esqueça que por lá o sinal de celular não funciona – desculpa ideal para se desligar e relaxar.





PRAIA DE CARRO QUEBRADO E PRAIA DO PATACHO, EM ALAGOAS

A beleza de Alagoas não é novidade para ninguém, mas a **Praia de Carro Quebrado**, a cerca de 45 quilômetros de Maceió, no município da Barra de Santo Antônio, parece que saiu de um cenário de filme, de tão perfeita. Águas cristalinas, falésias, areia clarinha e piscinas naturais com corais. Sem infraestrutura, é necessário levar qualquer coisa que desejar consumir, além de snorkel e óculos para pequenos mergulhos nas piscinas naturais que permitem ver lindos corais e peixinhos. Para quem gosta de adrenalina, vale alugar um buggy e explorar as falésias para chegar ao mirante, que oferece uma vista de tirar o fôlego. Já na **Praia do Patacho**, em Porto de Pedras, a duas horas de Maceió, pousadas charmosas estão pipocando na área de beleza estonteante, águas cristalinas e coqueiros ladeando sua costa. Em suas areias, é só esticar a canga e curtir o sossego, já que é pouco explorada. Nada de bares e restaurantes. E aproveite o vaivém da maré com eventuais piscinas naturais.





PRAIA DE MORERÉ, NA BAHIA

Na Ilha de Boipeba, no sul da Bahia, está a paradisíaca **Praia de Moreré**. O acesso não é dos mais simples, o celular não tem sinal e o número de visitantes é baixo. Mas vale a pena! O mar é calmo e cristalino e, de longe, você consegue observar uma imensidão azul que enche os olhos. Para completar, a praia ainda tem uma grande extensão de areia onde é possível relaxar sob as sombras dos coqueiros gigantes que cercam todo esse litoral. Moreré também abriga piscinas naturais com a cor do mar semelhante às praias caribenhas – totalmente cristalina. A água, de tão clara, mostra a vida que existe abaixo da superfície, com corais e peixinhos. Para chegar, é necessário alugar um barco ou participar de passeios que dão a volta ao redor da ilha. Moreré ainda reserva um pequeno vilarejo, um pouco distante do centrinho da Ilha de Boipeba, que é rústico, sem asfalto e com muitas casinhas charmosas.





CUNHA E SEUS CAMPOS DE LAVANDA, EM SÃO PAULO

Daquelas paisagens que tiram o fôlego. São quase 40 mil pés de lavanda plantados, no alto de uma montanha, com vista para a serra. O Lavandário fica a cerca de 230 quilômetros da capital paulista, no município de **Cunha**. Trata-se de uma propriedade privada, que foi criada para o cultivo de lavanda e ervas aromáticas. Um verdadeiro cenário de filme, rodeado pelo aroma, delicadeza, beleza, propriedades e energias únicas que essa flor carrega. Um passeio de algumas horas que vale a pena – finalize no pequeno café do local, que oferece chocolates, bolos e outros itens tendo a lavanda como ingrediente especial das receitas. Outra opção é o Contemplário, propriedade privada com um lindo e enorme campo de lavandas na cidade. Vale fazer um piquenique em uma das mesas espalhadas pelo local ou tomar um chocolate quente no café com vista panorâmica de encher os olhos.





passeios

por alvaro leme e gabrielle torquato
fotos facundo guerra

MINHA, SUA, NOSSA **SÃO PAULO**

RESTRIÇÕES DE VIAGEM
PROVOCADAS PELA
PANDEMIA REPRODUZIRAM
NA CAPITAL PAULISTA
ALGO QUE OCORREU
NA ITALIANA E
TURÍSTICA VENEZA: UMA
REDESCOBERTA DOS
ENCANTOS DA CIDADE
POR PARTE DE SEUS
SEMPRE CORRIDOS
MORADORES. COMO OS
QUE A GENTE MENCIONA
NAS PÁGINAS A SEGUIR





V

ocê já deve ter ouvido amigos falarem que não visitam locais turísticos da cidade onde moram. Uns por preguiça de lidar com a quantidade de gente, outros porque sempre deixam para outro dia – não vai faltar oportunidade, coisa e tal. Um efeito inusitado do distanciamento social que vivemos em 2020 tem a ver com isso. A desaceleração da rotina, ainda que parcial, permitiu que muita gente visse com outros olhos o charme de ruas, praças, monumentos e passeios a seu redor. Aconteceu em Veneza, onde os locais fizeram bom proveito das restrições de viagem. E em São Paulo, uma cidade cujos encantos são frequentemente escanteados por jobs, calls, deadlines e similares.

Este texto tem o objetivo de fazer os leitores (re)conhecerem a capital paulista, e conta para isso com imagens espetaculares feitas pelo empresário Facundo Guerra, um eterno apaixonado por São Paulo. Em sua maioria criadas com drones, suas fotos mostram ângulos atípicos para pontos da cidade pelos quais normalmente passamos mais preocupados com o que está na tela do celular (ou com o próprio celular, o que não deixa de ser prudente) do que com o mundo ao redor. Lembre-se: nas condições normais de temperatura e pressão, a dura poesia concreta de nossas esquinas atrai até 15 milhões de turistas. Motivo de sobra para você pegar sua máscara e seu álcool em gel e encarar um rolê que o pessoal de fora faria.

Primeiro lugar do roteiro: Marco Zero. Criado nos anos 1930 para demarcar a numeração das vias públicas, fica na Praça da Sé. O prisma hexagonal revestido de mármore é a representação do centro geográfico da capital, ou seja, local onde todas as medições de distâncias paulistanas se iniciam. Aproveite para encher os olhos com a Catedral, logo em frente. No mesmo passeio, bata perna pela Liber-





passaios

dade, que fica pertinho. E permita-se tirar fotos emolduradas pelas icônicas lanternas do bairro, chamadas suzuranto, como faz quem vem de fora. Além, claro, de comer deliciosos pratos de origem asiática, outro grande atrativo dali.

Ainda no centro, dê uma chegada na Galeria do Rock, também próxima. O famoso centro comercial passou por maus bocados com o fechamento necessário para conter o contágio do coronavírus. Além de contemplar a bela arquitetura do projeto de Maria Bardelli e Ermanno Siffredi, criado nos anos 1950 e inaugurado em 1963, você pode fazer umas comprinhas para fortalecer a retomada do comércio local. As lojas estão com horário reduzido, então dê uma olhada nas redes sociais do espaço antes de ir.

Nosso itinerário histórico primou por lugares abertos, ideais para o momento pré-vacina que atravessamos, razão pela qual a próxima dica é o Pátio do Colégio, também no centrão. Primeira construção de São Paulo, finalizada em 25 de janeiro de 1554, é considerada um sítio arqueológico, pois guarda a história da catequização dos indígenas. Fica numa praça cercada por antigos casarões e possui um monumento em homenagem aos fundadores da cidade. É possível que, ao perambular por todos esses pontos, você passe, em algum momento, por dois importantes (e belos) viadutos: o do Chá, de 1892, pertinho do Teatro Municipal, e o Santa Ifigênia, com seu chão geométrico, inaugurado em 1913. Aposto que muitos moradores da capital só veem essas vias em novelas e filmes, o que é mais um motivo para conhecer pessoalmente. Talvez você também



VISÕES AÉREAS DO PÁTIO DO COLÉGIO (ACIMA), DO MARCO ZERO (ABAIXO) E DO VIVEIRO MANEQUINHO LOPES, NO PARQUE IBIRAPUERA, CORAÇÃO VERDE DE UMA CIDADE EM QUE O CONCRETO PARECE CADA VEZ MAIS ONIPRESENTE





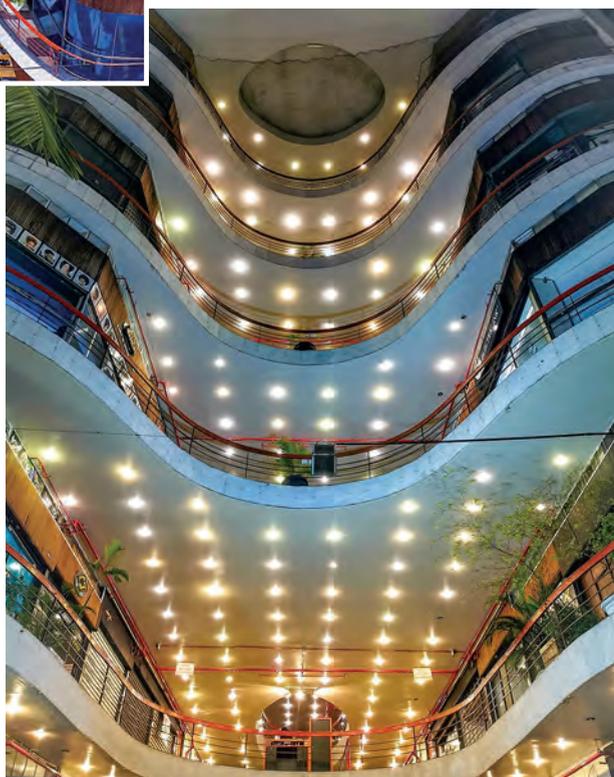


passeios





NA PÁGINA AO LADO,
O EDIFÍCIO ALTINO
ARANTES (AKA FAROL
SANTANDER) DE
UM ÂNGULO QUE A
GENTE NUNCA VÊ.
UMA SÃO PAULO
GEOMÉTRICA DE
RETAS, QUE CONVIVE
COM OUTRA, DE
CURVAS SINUOSAS
COMO AS DA GALERIA
DO ROCK, AQUI EM
DOIS MOMENTOS



passa perto do Edifício Altino Arantes, hoje conhecido como Farol Santander. Não reabriu ainda, sorry!

Vamos a mais cartões-postais, acelerando o passo deste texto-conversa, porque temos espaço limitado para falar de uma cidade poeticamente infinita. Número 1: Avenida Paulista, ponto de encontro de gente de todos os tipos, lugares e turmas. É, o Masp ainda não pôde reabrir, mas sua beleza arquitetônica já vale a visita. E tem pastel perto. Número 2: Parque Ibirapuera. Vá, mas nada de aglomerar, hein! Número 3: Beco do Batman, na Vila Madalena, campeão de posts no Instagram com suas paredes repletas de arte colorida. Número 4: Praça do Pôr do Sol, no Alto de Pinheiros. O nome do lugar já entrega seu ponto forte. Número 5 e último, mas não menos importante: o Museu do Ipiranga, que fechou para reformas em 2013. O edifício-monumento não tem como ser visitado, mas o parque no entorno, sim.

Áreas verdes e abertas para ir com a família também merecem atenção em seu roteiro. Especialmente o Jardim Botânico e o Parque Zoológico. O primeiro, fundado em 1928 pelo naturalista brasileiro Frederico Carlos Hoehne, é lar de 380 espécies de árvores e animais como tucanos-de-bico-verde, preguiças e bugios. O segundo é um passeio leve e, dentro do possível no cenário da covid-19, seguro. No fim das contas, é isso que importa para todos nós, certo? 🌿



restaurantes

por daniela filomeno e tina bin



PIZZA ORIUNDI, DO
EVV.ITA, VERSÃO EXPRESSA
DO FAMOSO EVVAI

NEGÓCIOS EM FOGO ALTO

DIANTE DE UMA FASE DE INCERTEZA ECONÔMICA, EMPREENDEDORES DA GASTRONOMIA REAGIRAM COM BRAVURA: ENCARARAM DE FRENTE O DESAFIO DE ABRIR NOVAS CASAS NUM MOMENTO EM QUE A CLIENTELA NÃO PODIA SAIR. EXPERIMENTAMOS — E CONTAMOS AQUI — O QUE VOCÊ NÃO PODE DEIXAR DE PROVAR EM CADA UMA DELAS



M

ais do que se sentar e comer, estar à mesa é uma celebração. Nos momentos especiais, queremos estar com pessoas queridas, nos lugares de que gostamos. Nesta quarentena, enfrentamos longos períodos e, agora, com a retomada, sair para comer tem um gosto especial. Respeitando sempre todos os protocolos de segurança, também é uma forma de apoiar as casas que tanto amamos; afinal, empregam e lutam para sobreviver num ramo que ficou ainda mais delicado com a passagem do coronavírus. Abrir um restaurante não é tarefa fácil – no meio de uma pandemia, então, representa um desafio em dobro. Isso não intimidou alguns chefs e restaurateurs, que enfrentaram a crise expandindo. Aqui, oito casas que abriram as portas durante a pandemia, algumas – por enquanto – apenas com sistema de delivery. Afinal, as entregas em casa também vieram para ficar.

Rodolfo de Santis, que não para nunca, certamente não ficaria de fora. Seu Madame Suzette, aberto em agosto, juntou-se ao portfólio do grupo, que já tem os renomados Nino Cucina, Da Marino, Nonna Osteria, La Barra, Peppino, Giulietta e Forno da Pino. Dessa vez, o chef trocou o sotaque italiano pelo francês, com um aconchegante bistrô de menu enxuto e eficiente. Na mesma

rua de seus outros empreendimentos, no Itaim Bibi, reserve uma das já disputadas mesas e se delicie com a cocoté de cogumelos, com queijo gruyère gratinado e uma gema de ovo caipira no topo e o – temperado na medida – steak tartar que acompanha as fritas fininhas. Clássicos como o confit de pato ou o chateaubriand com molho mostarda também figuram no cardápio, assim como o essencial crêpe suzette, que chega com uma fina camada de creme de ricota equilibrada com

calda cítrica com pequenas lascas da casca da laranja. Garanto que essa sobremesa será sua passagem expressa à França.

Já o chef Luiz Filipe Souza, à frente do Evvai (contemplado com uma estrela *Michelin* em menos de dois anos de vida), lançou durante a pandemia a versão express do famoso res-

taurante. Ele ainda abriu um mercado de pequenos produtores, com fornecedores do Evvai, e uma loja on-line de cookies, com lucro revertido para a caixinha de seus funcionários. O Evv.ita serve, por enquanto, pizzas individuais assadas no forno a lenha e funciona apenas pelo delivery – o que, garantem, mudará em breve. Souza, juntamente com o chef Pedro Skielka de Azevedo, mostra novamente toda a sua criatividade e ousadia na cozinha com criações como a

DE TEMPLOS DA CARNE A RECANTOS DA CULINÁRIA JAPONESA, PASSANDO POR PRATOS ITALIANOS, HÁ SABORES PARA TODO MUNDO ENTRE OS ESTABELECIMENTOS QUE A CAPITAL PAULISTA GANHOU NOS ÚLTIMOS SEIS MESES

IMAGEM: DIVULGAÇÃO

restaurantes



pizza cazzuo, com mussarela, gengibre, molho de tomate fresco, cebolinha e katsubushi; ou a cipollina, com cebola assada, jus de cebola assada e queijo cuesta; ou ainda a oriundi, com molho de beterraba, pickles de beterraba, queijo do Marajó, pimenta-de-cheiro e basílico. Se você não abre mão das clássicas, não se preocupe: versões impecáveis de margherita, portuguesa, quatro queijos e frango com catupiry também estão no cardápio.

Depois de muitos anos longe da capital paulista, o chef francês Claude Troisgros retorna a São Paulo e abre o Chez Claude – que teve sua inauguração adiada de abril para setembro devido ao ano atípico que enfrentamos. Com o mesmo nome de um de seus seis restaurantes no Rio de Janeiro, traz no cardápio alguns pratos autorais que já são queridinhos do público carioca, caso do ovo & caviar clarisse, do risotto de camarões trufados e do cherne com banana.

O estrelado chef e açougueiro peruano Renzo Garibaldi, à frente dos restaurantes Osso e Dondoh, em Lima, se juntou aos irmãos Guilherme e Gustavo Mora para abrir a Osso Smash House. Com uma proposta inovadora de unir as técnicas do dry

aged com o smash burger, demorou mais de seis meses para chegarem ao hambúrguer ideal, feito do dianteiro do boi maturado e grelhado na brasa. O cardápio é enxuto, com cinco opções de lanches. O tradicional osso, com dois smash dry-aged, queijo, marmelada de bacon e maionese especial com pickles, é imperdível. Funciona apenas por delivery, mas em breve abrirá o salão na gastronômica Rua dos Pinheiros.

São Paulo ganhou um novo templo das carnes, que passou quase instantaneamente a figurar entre as mesas mais disputadas da cidade. É a Fazenda Churrascada, uma espécie de “Disney do Churrasco”, como tem sido carinhosamente chamada. Em uma enorme casa no Morumbi, suas mesas ao ar livre, a tirolesa e o brinquedão para as crianças, os cortes impecáveis e acompanhamentos bem elaborados se tornaram o combo perfeito para reunir a família em um gostoso almoço. Com parrilla, fogo de chão e pitch, além de um açougue boutique da 481, o cardápio, assinado pela churrasqueira e consultora Paula Labaki e executado por Renata Raikov (ex-Pobre Juan), conta com cortes tradicionais e pratos exclusivos. Entre as



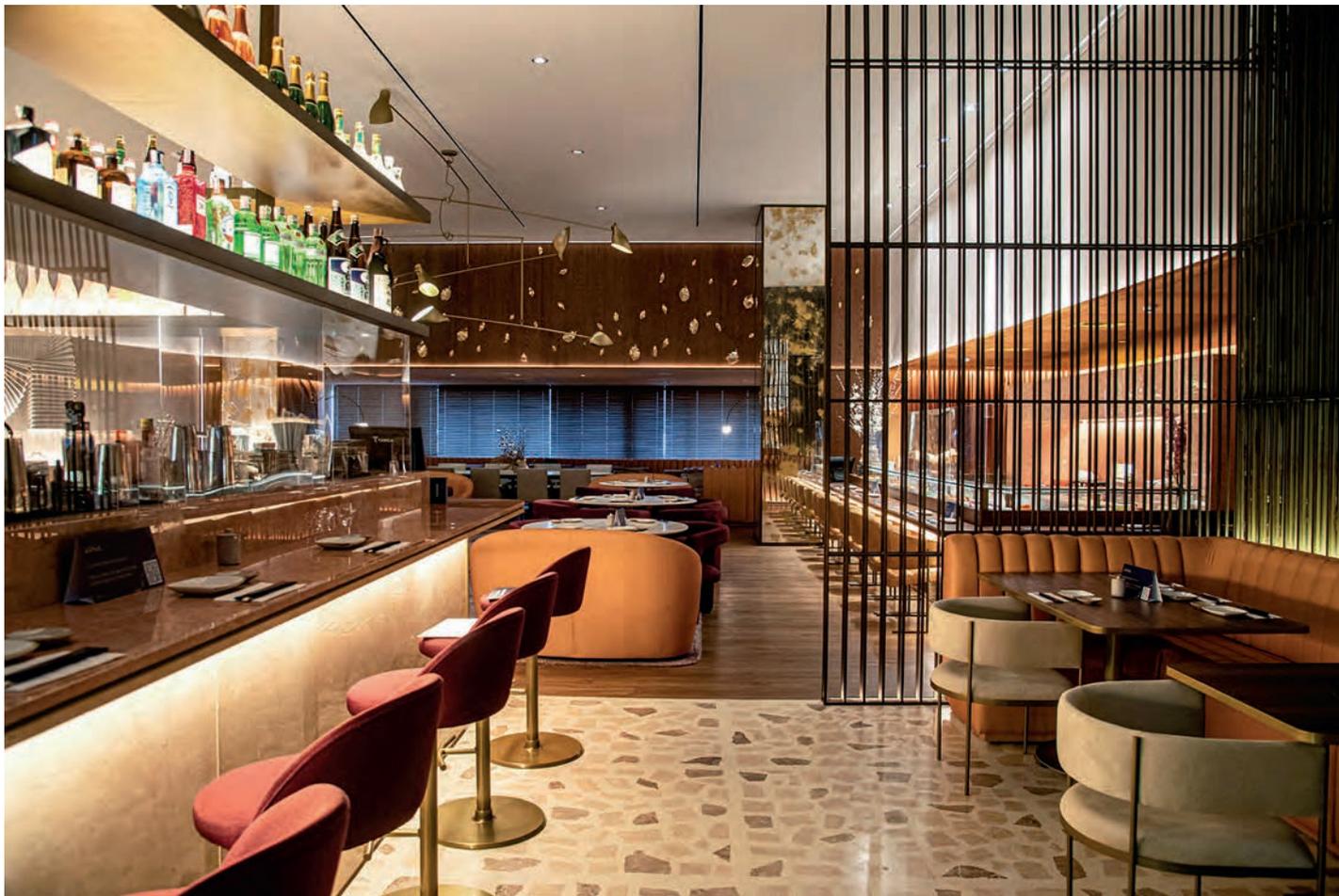


NESTA PÁGINA, ARROZ DE
COSTELA DO FAZENDA
CHURRASCADA, QUE
OFERECE MESAS AO AR
LIVRE E ÁREA KIDS NO
MORUMBI; NA PÁGINA AO
LADO, NO ALTO, O POLVO
NO TUCUPI, DO CHEZ
CLAUDE, E O HAMBÚRGUER
DA OSSO SMASH HOUSE





restaurantes



apostas de sucesso, bolinho de costela defumada, barriga pururucada com barbecue de Bourbon, além de brisket e costela no fogo de chão, que chega à mesa desmanchando. Nos acompanhamentos, o imperdível milho tostado com queijo e aioli e o arroz de costela. Para finalizar, sobremesas com memória afetiva, como pudim de doce de leite e goiabada cremosa do Xapuri com requieirão de corte.

Os amantes da culinária japonesa também ganharam dois ótimos endereços. O Aima, no Shopping Iguatemi, é dos mesmos donos do já consagrado Kitchin e do Su Restaurante. Iluminação baixa, ambiente moderno e um grande bar dão as boas-vindas – de lá saem coquetéis de autoria do renomado bartender Ale D'Agostino. No comando das

cozinhas, grandes nomes: o chef Luiz Vieira, egresso da rede Nobu, faz dupla com o sushiman Val (ex-Nagayama). A sugestão é fazer um mix entre pratos quentes e frios e provar das habilidades de ambos. Destacam-se receitas como o carpaccio de wagyu com molho vinagre de yuzu; o tataki de atum, ovas de mujol e molho ponzu; a saborosa couve-flor gratinada servida com molho goma ranch; e a imperdível barriga de porco frita com molho de caramelo de spicy missô.

Outra casa japonesa que promete entrar na lista dos hotspots de São Paulo é o Maza Restaurant, no Itaim Bibi. Com uma linda cerejeira decorando o salão, o ambiente moderno e elegante condiz com o cardápio bem executado. Peça o tempurá de

milho e o maguró no missô de entrada; o sashimi de lagostim com missô; o baterá de centolla; e os sushis de vieira, lula, polvo e salmão para uma refeição memorável.

Por fim, uma notícia para deixar no radar: Ivan Ralston, um dos mais renomados chefs de cozinha do Brasil, à frente do Tuju – casa duplamente estrelada pelo guia *Michelin* que anunciou temporariamente o encerramento das atividades no início de setembro –, já tem nova empreitada. Trata-se do Tujuína, no endereço atualmente ocupado pelo Tuju, na Vila Madalena. Saem os menus degustação, entram pratos para compartilhar, como a garoupa na brasa com suas escamas, o vinagre de banana-da-terra e a salada de erva-doce e limão. Ansiosas para provar! ☞





SALÃO DO AIMA (NA OUTRA PÁGINA): CASA QUE PERTENCE AO MESMO GRUPO DO BADALADO KITCHIN ABRE AS PORTAS NO SHOPPING IGUATEMI COM DELÍCIAS DA CULINÁRIA JAPONESA CONTEMPORÂNEA COMO AS QUE VOCÊ VÊ ABAIXO



IMAGENS: DIVULGAÇÃO



COMER FORA. MESMO!

O PROJETO OCUPA RUA NASCE EM MEIO À PANDEMIA COMO FORMA DE REANIMAR O SETOR GASTRONÔMICO, MAS TRAZ À TONA UMA NECESSIDADE MUITO MAIOR: RETIRAR VEÍCULOS MOTORIZADOS DO CENTRO E OFERECER MAIS ESPAÇOS AO AR LIVRE PARA A POPULAÇÃO



Não é de hoje que o desejo de ocupação dos espaços públicos vem sendo colocado em prática no Brasil. Desde 2014, vagas na rua têm dado lugar aos parklets com áreas de descanso, com a diferença que nada pode ser comercializado ali. Usar como a extensão de um restaurante ou bar é prática muito comum na Europa – como as mesas dos cafés parisienses, as mesas externas em São Francisco ou as varandas no Soho ou em West Village, em Nova York. Neste momento em que o setor gastronômico tem sofrido e funcionando muito abaixo de sua capacidade, por que não aplicar essa ideia aqui?

Mais importante centro econômico do Brasil, dona de uma agenda cultural riquíssima e com um repertório gastronômico de dar inveja a muitas outras grandes cidades ao redor do mundo, São Paulo ainda não acordou para criar espaços de convivência. Afinal, as ruas não são apenas passagem. Integram a vivência da metrópole. A boa notícia é que a prefeitura tem firmado parcerias com o setor privado, de maneira a não onerar os cofres públicos, para reverter a situação.

No início de agosto, o projeto batizado de Ocupa Rua, idealizado pela jornalista e crítica gastronômica Alexandra Forbes, ao lado do casal de chefs Jefferson e Janaína Rueda e do escritório de arquitetura Metro, entrou em ação em mais um importante capítulo para a transformação do centro de São Paulo. E que pretende ser expandido para as demais regiões, com o apoio da iniciativa privada.

A ideia é instalar terraços ajardinados no asfalto, com parklets, mesas, cadeiras e bancos (as calçadas seguem desocupadas), com projeto arquitetônico e mantendo o fluxo dos pedestres. O plano piloto teve início com a reinauguração do A Casa do Porco, onde se consegue ver in loco como ficará a ocupação



MESAS DA CASA DO PORCO AO AR LIVRE (ACIMA) E, NA OUTRA PÁGINA, A CHEF JANAÍNA RUEDA

do centro paulistano e das gastronômicas ruas próximas à Praça da República, como a Major Sertório, a Bento Freitas, a General Jardim e a Araújo. Ali, concentram-se 30 bares e restaurantes, entre eles os concorridos Z Deli, Sertó, Orfeu e Fel, além de todos os estabelecimentos dos Ruedas, como Bar da Dona Onça, Sorveteria da Cidade e Hot Pork. Para essa fase inicial, grandes marcas, como Heineken, Magazine Luiza e Johnnie Walker, estão apoiando.

A ideia surgiu no início do ano, quando a crise no setor gastronômico chegou com a pandemia da covid-19 e as casas tiveram de fechar suas portas. Agora, no processo de reabertura, com a quantidade de lugares reduzidos, é uma aposta para atrair mais clientes e reequilibrar as contas. Tem conforto e segurança graças ao espaço extra para receber ao ar livre, distanciamento social necessário, além de lavatórios e totens com álcool em gel disponibilizados ao longo do es-

paço, evitando a necessidade de entrar no salão para higienizar as mãos.

Porém, a ideia não é ocupar as ruas apenas durante esse período de retomada do comércio. O projeto pretende expandir e virar algo fixo não só no centro, mas em outros bairros que já começaram a se movimentar para replicar a proposta, como Pinheiros, Itaim, Vila Nova Conceição e Vila Madalena.

Ocupar as ruas é uma forma de deixar a cidade mais dinâmica, como é feito em Paris, Milão e Istambul, que procuram favorecer os pedestres e ciclistas em vez de dar prioridade a veículos motorizados em seus centros e bairros badalados.

Sem dúvida é uma ótima maneira de incentivar a sociabilidade, trazer mais segurança e mostrar que as ruas não devem operar apenas como lugares de deslocamento, mas se transformar em locais agradáveis e acessíveis para a população conviver e usufruir o espaço urbano. ☺

EMPÓRIO



Gourmet

UMA NOVA EXPERIÊNCIA DE COMPRA PARA OS PALADARES MAIS EXIGENTES.

Somos uma linha premium que acredita que ser bom não é bom o bastante, é preciso fazer o melhor. Nos produtos e na experiência de compra. Por isso, reunimos tudo da mais alta qualidade Seara Gourmet em um espaço exclusivo.

Venha viver a experiência do empório ao fazer suas compras nas melhores casas de São Paulo.



EXISTE O BOM.
O ÓTIMO.
E SEARA GOURMET.

Acesse e saiba mais sobre os produtos Seara Gourmet na sua casa.





produto por ricardo castanho

VERDE, AMARELO E CADA VEZ MELHOR

A FORÇA CRESCENTE DOS AZEITES BRASILEIROS, QUE
COMEÇAM A GANHAR NOTORIEDADE DENTRO E FORA DO PAÍS



REVISTA VERSATILLE





FLORES DE OLIVEIRA E UMA VISTA PANORÂMICA DA PLANTAÇÃO DA MARCA GAÚCHA OLIVAS DO SUL. NA PÁGINA AO LADO, UMA DAS ÁRVORES CENTENÁRIAS MANTIDAS PELA EMPRESA

“Ouro líquido” é uma expressão comum para se referir ao azeite de oliva, mas muita gente desconhece que nem só do amarelo dourado vive esse óleo vegetal. Sua cor pode exibir tons de verde, de acordo com o tipo de azeitona utilizado e o grau de maturação dos frutos processados. Se o azeite verdeal causa estranheza para muitos consumidores brasileiros, o verde-amarelo (no rótulo, não na cor) começa a deixar o anonimato e mostrar sua força.

A história muito fresca dos azeites extravirgens nacionais ainda faz uma parte considerável de nossa população associar esses produtos made in Brazil a óleos de oliva adulterados e envasados em galpões escondidos da lei. Ledo engano. Desde 2010, produtores daqui vendem azeites em um mercado interno cada vez mais ávido – o consumo aumentou quase seis vezes nos últimos 30 anos e colocou o país como o terceiro maior importador de azeite de oliva do planeta em 2019. Mesmo ainda representando uma parcela ínfima desse segmento em território nacional, inferior a 0,3%, muitas marcas brasileiras mostraram a cara em concursos internacionais. Os resultados no quesito prêmios surpreendem: nos últimos cinco anos, fo-



ram mais de 80 condecorações para azeites brasileiros, que enfrentaram óleos de países com tradição milenar no produto. Em 2019, três marcas gaúchas (Verde Louro, Costa Doce e Prosperato) figuraram no rol das 100 mais premiadas do ano ao redor do mundo.

Mas se o azeite nacional tem qualidade e consumidores interessados no produto, por que só temos notícias dele neste início de século? Para entender essa questão, é preciso voltar até o período colonial. Naquela época, Portugal, preocupado com uma futura concorrência de seu azeite com o óleo produzido por sua principal colônia, proibiu qualquer atividade nesse ramo. Veio a independência do Brasil, mas não o fim da dependência do produto português,

IMAGENS: DIVULGAÇÃO



produto

que, hoje, representa cerca de 60% da oferta interna. Nesse meio-tempo, negociantes de azeites importados ajudaram a reforçar a lenda de que, no Brasil, tudo dá... menos azeitonas.

No fim da primeira metade do século 20, imigrantes europeus que chegaram ao Brasil estimularam um florescimento expressivo de oliveiras nas Regiões Sudeste e Sul, mas esse esforço não vingou. "Infelizmente, as plantações daquela época se perderam por falta de conhecimento técnico", explica Vani Ceolin Aued, proprietária, ao lado do marido, José Alberto Aued, da Olivas do Sul, com sede na gaúcha Cachoeira do Sul. Sua empresa, responsável pelo primeiro azeite extravirgem comercial do país, mantém algumas oliveiras centenárias no pomar, originárias, justamente, de um antigo olival abandonado.

A maior dificuldade no início, segundo ela, foi corrigir a acidez do solo com o uso de calcário. Na primeira colheita da Olivas do Sul, em 2009, os frutos foram processados de forma rudimentar, com a utilização de uma prensa de uvas, e não renderam mais do que 5 litros de azeite. Um ano depois, a chegada de um maquinário específico para a extração atrasou a colheita das azeitonas, mas permitiu processar 800 litros de óleo e vender o primeiro rótulo da marca – em 2019, o conjunto de produtores comerciais de azeite do país atingiu o patamar de 267 mil litros.

A Olivas do Sul, que hoje soma cinco tipos de azeite e prêmios em oito concursos internacionais, está inserida na principal região produtora. Segundo o Instituto Brasileiro de Oli-

cultura (Ibraoliva), de 65% a 70% dos olivais do país estão no Rio Grande do Sul, sobretudo na porção meridional do estado. Hoje, há produtores em todos os estados do Sul e Sudeste, mas a região que se aproxima do Rio Grande do Sul em termos de volume e qualidade é o conjunto de terras altas nas divisas de Minas Gerais, São Paulo e Rio de Janeiro, que engloba a Serra da Mantiqueira, a Serra da Bocaina e as terras vulcânicas na área da mineira Poços de Caldas. Desse contexto, vem o azeite recém-premiado como o melhor do Brazil International Olive Oil Competition 2020, concurso que reuniu 80 amostras de 11 países, avaliadas em degustações às cegas nos dias 24 e 25 de agosto.

Feito apenas de azeitonas da variedade espanhola arbequina, a mais cultivada no Brasil, o azeite da Sabiá, na paulista Santo Antônio do Pinhal, conseguiu a proeza em sua segunda safra comercial. Em seu perfil sensorial, há aromas que remetem a frutos verdes de amêndoa, maçã e banana, bom equilíbrio entre

esses atributos de nariz, amargor e picância, além de ótima persistência na boca. "Quando nosso consultor experimentou, ele nos disse que o azeite deste ano era uma bomba. Eu fiquei assustado e perguntei em qual sentido. E ele falou, para nosso alívio, que estava fantástico", lembra Bob Vieira da Costa, proprietário da marca ao lado da esposa, Bia Pereira. Para ele, o azeite brasileiro atingiu um nível elogiável, mas precisa reunir mais experiência de produção para dar outros saltos de qualidade.

NOS ÚLTIMOS CINCO ANOS, AZEITES BRASILEIROS RECEBERAM MAIS DE 80 CONDECORAÇÕES, INCLUSIVE ENFRENTANDO ÓLEOS DE PAÍSES COM TRADIÇÃO MILENAR NO PRODUTO. TRÊS MARCAS GAÚCHAS FIGURARAM NO ROL DAS 100 MAIS PREMIADAS AO REDOR DO MUNDO, EM 2019.



AZEITONAS COM DIVERSOS GRAUS DE MATURAÇÃO NO POMAR DA PAULISTA SABIÁ E O AZEITE COM VISUAL DE PERFUME DA ORFEU, QUE LANÇOU SUA PRIMEIRA LINHA NESTE ANO





O especialista em azeites Sandro Marques compartilha essa opinião. Autor de *Extra Fresco – O Guia de Azeites do Brasil*, que teve sua edição 2020-2021 lançada em julho, ele provou todos os azeites brasileiros nos últimos quatro anos e notou evolução na qualidade. “Ainda teremos boas surpresas, mas precisamos de muito investimento em pesquisa, que hoje é fragmentada e bastante vinculada ao setor privado.”

Se depender do movimento de grandes marcas nacionais ligadas ao campo, esse investimento não governamental será engrossado nos próximos anos. A RAR, famosa pelas

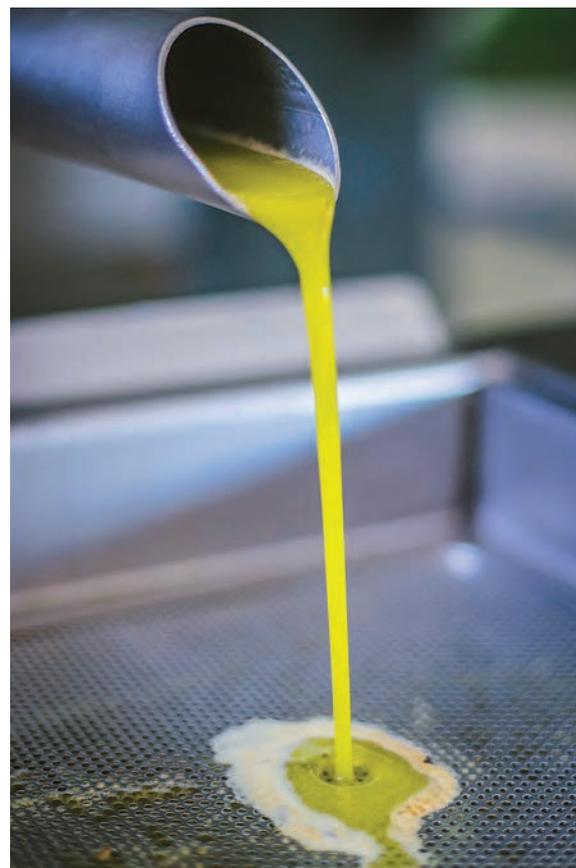
produções de maçã, queijo e vinho, envasou seu primeiro azeite próprio em 2019, elaborado na Serra Gaúcha. Neste ano, foi a vez de uma referência do segmento de cafés especiais, a Orfeu, lançar três tipos de azeite. Os novos produtos da empresa, extraídos numa fazenda próxima a Poços de Caldas (MG), refletem bem esse momento de confiança e valorização do óleo de oliva brasileiro. Com design de perfume francês e preços perto de um, eles integrariam a seção de artigos de luxo em qualquer mercado do país. Na loja virtual da Orfeu, as belas garrafas de 350 mililitros de azeite são vendidas a R\$ 149,90. 

FRUTOS COLHIDOS
PASSAM POR AFERIÇÃO
DE TEMPERATURA NO
PROCESSAMENTO DA
SABIÁ E O AZEITE JORRA
FRESQUÍSSIMO AO FIM
DA EXTRAÇÃO

A HISTÓRIA MUITO FRESCA DOS AZEITES
EXTRAVIRGENS NACIONAIS AINDA FAZ UMA PARTE
CONSIDERÁVEL DE NOSSA POPULAÇÃO ASSOCIAR
ESSES PRODUTOS MADE IN BRAZIL A ÓLEOS DE
OLIVA ADULTERADOS E ENVASADOS EM GALPÕES
ESCONDIDOS DA LEI. LEDO ENGANO.



IMAGEM: LEONARDO FREIRE E LOLLIA/DIVULGAÇÃO



O CALENDÁRIO PAROU. ELES, NÃO

NUM ANO EM QUE O MUNDO FICOU SUSPENSO, MESMO GRANDES EVENTOS, COMO O SUÍÇO WATCHES & WONDERS, TIVERAM DE SER TRANSPOSTOS PARA MODELOS VIRTUAIS. NEM POR ISSO AMANTES DE RELÓGIOS FICARAM SEM BOAS NOVIDADES. REUNIMOS ALGUMAS DELAS A SEGUIR

A transformação de hábitos de consumo provocada pela digitalização do mundo não tardou a chegar ao segmento de relógios. Quem acompanha o setor de luxo já havia notado uma mudança em curso, com alterações nos calendários e no perfil de grandes eventos, por exemplo. Foi o caso do antigo SIHH (sigla em francês para Salão Internacional de Alta Relojoaria), que se tornou Watches & Wonders, com a proposta de abrir as portas para o público mediante venda de ingressos – até então, o evento era restrito a varejistas, imprensa e convidados. Com a pandemia, a versão presencial foi substituída por lançamentos on-line, realizados no momento em que boa parte do planeta se encontrava em estado de distanciamento social.

O futuro da relojoaria promete seguir os passos do mercado de luxo como um conjunto: aceleração da velocidade entre a criação de peças e sua chegada ao consumidor final e incorporação de novas tecnologias e design para fazer frente justamente à concorrência dos smartwatches. Tudo isso, claro, sem perder as raízes da tradição, da precisão e do tom clássico que são suas características. Nas páginas a seguir, VERSATILLE reúne algumas das novidades mais interessantes que as grandes grifes tiraram da gaveta nos últimos tempos. ⌚





ROLEX

A grife apresenta dois novos modelos para o segundo semestre deste ano – ambos variações de coleções já consagradas. A primeira grande novidade é o **Oyster Perpetual Sky-Dweller**, que vem acompanhado de uma pulseira Oysterflex. Fabricada em ouro amarelo 18 quilates, essa inovadora pulseira de elastômero de alto desempenho conta com um fecho Oysterclasp e sistema de extensão Rolex Glidelock para um conforto redobrado durante o uso.

Já a nova geração do **Oyster Perpetual Submariner** e do Oyster Perpetual Submariner Date, modelos que representam os laços históricos que unem a Rolex ao mundo do mergulho, chega com novidades: uma caixa redesenhada e ligeiramente ampliada, com 41 milímetros de diâmetro. Além disso, eles são equipados com mecanismos na vanguarda da tecnologia relojoeira, respectivamente o calibre 3230, apresentado pela marca neste ano, e o calibre 3235 – que, além da hora, dispõe da função de data –, introduzido agora na linha Submariner.



relógios



MONTBLANC

Aqui, a novidade é na linha de produtos Heritage, com o **Monopusher Chronograph**, que combina a estética vintage com associações de cores distintas e complicações refinadas do relógio pensado para um homem contemporâneo, mas sempre com uma ótima história para ser contada. Entre os muitos detalhes desse modelo está o mostrador na cor salmão e a pulseira de crocodilo cinza Sfumato, feita na Pelletteria Richemont, em Florença, na Itália. O detalhe mais bacana? Um contador de minutos do cronógrafo localizado às 3 horas revela um indicador para três, seis e nove minutos – um toque antigo dos dias em que usávamos telefones operados por moedas.

IWC

Para marcar o início da colaboração com a marca de resort wear Orlebar Brown, a IWC lança o **Portugieser Yacht Club Chronograph Edition Orlebar Brown**. A caixa de aço inoxidável é complementada por um mostrador azul-marinho e uma fivela ajustável lateral com detalhes em branco e vermelho, frequentemente usada na linha de roupas da marca. Para quem adora uma aventura, esse modelo oferece bons itens, como a resistência à água de 6 bar (aproximadamente 60 metros) e uma elegante pulseira de borracha azul com tecido.



AUDEMARS PIGUET

Para um mundo onde diferenciais e novidades são a ordem da vez, a Audemars Piguet atualizou a linha **Code 11.59** e lançou, em setembro, novas referências do modelo automático com data, hora, minutos e segundos, além de cinco modelos do cronógrafo automático. Desenhada para homens e mulheres, esta coleção também apresenta uma excelente ergonomia curva, tornando-a confortável para todos usarem, apesar dos 41 milímetros de diâmetro. O charme final fica por conta de uma pulseira de crocodilo de grandes escalas quadradas costurada à mão combinando com a cor do mostrador.



114



CARTIER

O grande lançamento da maison para 2020 é o **Pasha de Cartier**, modelo criado primeiramente em 1985. A novidade segue fiel ao original, mas conta com updates que o tornam ainda mais sofisticado e funcional para os dias atuais. A nova coroa em safira ou espinélio azul, a possibilidade de criar uma gravação personalizada e a funcionalidade de troca de braceletes são alguns detalhes que tornam o novo modelo ainda mais democrático. Para completar, com design unisex, ainda é possível escolher entre as opções de 35 e 41 milímetros nas versões aço, ouro, diamante ou skeleton.

TAG HEUER

Para comemorar seu 160º aniversário, a marca reinventa o icônico **TAG Heuer Carrera**, criado em 1963 e que neste mês chega às lojas em quatro novos modelos, batizados Carrera Sport Chronograph. Os relógios contam com cronógrafos esportivos sofisticados e atemporais, entalhes mais curtos para maior conforto, caixa de aço inoxidável de 44 milímetros e mostrador em acabamento escovado circular disponível em azul-escuro e verde-oliva e em duas versões pretas. Criada pelo então CEO Jack Heuer, a peça é inspirada na história da lendária corrida Carrera Panamericana.



OMEGA

Com boas surpresas, a grife se aliou à equipe de barco a vela Alinghi para criar uma peça que demonstra os mesmos valores e qualidades que os dois parceiros compartilham. Criado a quatro mãos, o **Speedmaster Dark Side of the Moon Alighi** reflete perfeitamente os barcos rápidos que praticamente voam sobre as águas. Inspirado no catamarã TF35 da Alinghi e usando ablação a laser, a placa principal e a ponte ganham um efeito de favo de mel, similar ao interior do casco de carbono do barco, e a combinação de cores das duas marcas se faz presente e pode ser vista na pulseira de borracha perfurada, assim como na caixa de 44,25 milímetros de cerâmica.

Para os fãs de James Bond, a marca apresenta o **Seamaster Diver 300M James Bond Numbered Edition**. Feito apenas sob encomenda, o relógio oferece muitos detalhes de alta tecnologia. Desde a primeira edição, em 1995, essa coleção vem ganhando atrativos ano após ano e, em 2020, passou a contar com uma caixa de 42 milímetros confeccionada em platina e ouro. O mesmo material também é usado na fivela polida escovada da pulseira de couro preta. E mais: este relógio também inclui um número oculto 50 no Super-LumiNova do índice das 10 horas – uma referência ao 50º aniversário do filme de James Bond 007 *A Serviço de Sua Majestade*.



PANERAI

Patrocinadora da equipe italiana de vela, a Panerai apresentou no Geneva Watch Days, um evento descentralizado e auto-gerenciado pelas marcas participantes em seus showrooms individuais em hotéis e boutiques de Genebra, dois relógios. O primeiro é o **Luminor Luna Rossa GMT 42MM**, que chega com um novo material. Batizado de Scafotech, trata-se de um composto inovador e sustentável feito de resíduos de fibra de carbono coletados do casco e dos hidrofólios do veleiro AC75 da equipe italiana. O material foi reciclado e forjado em um polímero de alta tecnologia para ser usado como mostrador do relógio, que tem edição limitada de apenas 250 peças.



Outra novidade é o **Submersible Azzurro – 42 mm**, que só será vendido on-line. Com o viés de um uso mais profissional, essa criação é perfeita para quem vive perto da água. Afinal, esse modelo atinge até 30 bar (aproximadamente 300 metros). Apresenta ainda um bezel rotativo unidirecional, fundo de caixa parafusada e o icônico dispositivo de ponte para proteção da coroa, além de indicadores luminescentes, ponteiros e pontos que brilham em um azul esverdeado para facilitar a legibilidade subaquática.

TODA FORMA DE INFLUÊNCIA SERÁ ACEITA?

O ESTEREÓTIPO DA BLOGUEIRA EM PAISAGENS PARADISIÁCAS TEM DADO LUGAR A NOVOS PROTAGONISTAS DA VIDA DIGITAL. MÉDICOS, LÍDERES COMUNITÁRIOS E ATÉ OS GRANDFLUENCERS (CONHECE?) REFORÇAM QUE, MAIS DO QUE ESTIMULAR CONSUMO, AS REDES SOCIAIS PODEM COLOCAR EM PAUTA DISCUSSÕES FUNDAMENTAIS



Há poucos dias, descobri o termo grandfluencers. A palavra é resultado da junção dos termos “influencer” e “grandparents” – avós em inglês. Ou seja, refere-se aos influenciadores digitais com mais de 60 anos. Ao lado dos grandfluencers, diariamente surgem produtores de conteúdo digital que fogem do estereótipo da clássica blogueira de moda ostentando grifes luxuosas e viagens paradisíacas em um perfeito feed do Instagram.

A influência digital está se reconfigurando. Não à toa, ao longo de 2019, discutiu-se o boom dos microinfluenciadores – sujeitos que conseguem visibilidade a partir da produção de um tipo de conteúdo de nicho, mais específico e para grupos menores de audiência, dividindo interesses

em comum. A entrada dos microinfluenciadores revelou uma inquietação no mercado de comunicação digital e, especialmente, de seus públicos nas redes.

De certo modo, os influenciadores com significativa visibilidade midiática, até então, pareciam não representar uma classe muito diversa. E, por anos, construiu-se um modelo desse produtor de conteúdo. O estereótipo, porém, escondia os aspectos mais complexos do mercado, as nuances e a variedade de influenciadores digitais existentes na rede. Mas a pandemia de covid-19 colocou em suspensão esse processo de concessão automatizada de visibilidade e nos fez questionar: afinal, todo tipo de influência será aceito?

O surgimento dos influenciadores digitais trouxe algo inédito à forma como consumimos a mídia: uma recém-adquirida autonomia. Saímos de um lugar de receptores para ocuparmos espaço de produtores e agentes da mídia. Diariamente, por meio de nossas curtidas e comentários, usamos nossa autonomia midiática para dar mais ou menos visibilidade para influenciadores diversos. Não exclusivamente, mas em certa medida, os influenciadores dependem do público para prosperar. Nesse processo, não há unilateralidade. Pegando emprestada a hashtag de períodos pandêmicos: estamos todos juntos nessa!

Mas, dizem, com grandes poderes vêm as grandes responsabilidades.

E, assim, os lugares de prestígio da rede foram ocupados por perfis de influenciadores que, no meio de uma pandemia, passaram a gerar certo incômodo. As casas confortáveis que apareciam como plano de fundo nos vídeos, seguidas de apontamentos sobre a dificuldade do confinamento. As fotos de viagens que eram lembradas no desejo da próxima. E mesmo a possibilidade

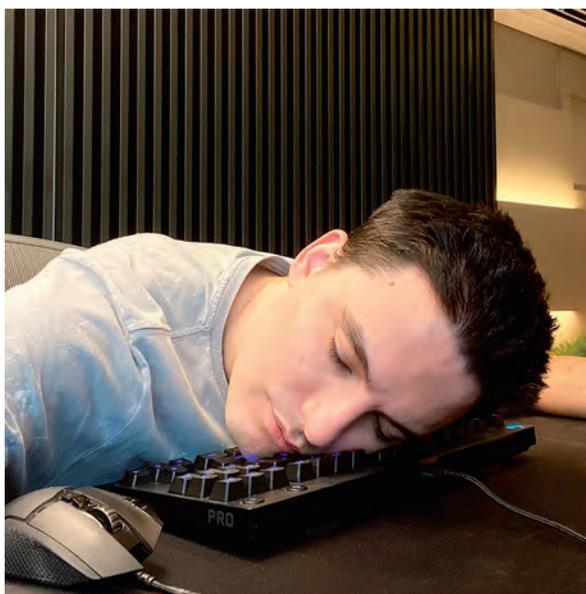


ACIMA, CARLA LEMOS, DO MODICES; À ESQUERDA, FELIPE NETO; NA OUTRA PÁGINA, O CASAL JAPONÊS DE "GRANDFLUENCERS" BON PON, HIT DO INSTAGRAM, COM 827 MIL SEGUIDORES

de continuar trabalhando frente ao crescente número de desempregados no país passou a revelar um tipo de influenciador que parece não representar o Brasil e, em muitas medidas, tampouco compreendê-lo.

Além dos descontentamentos, há outro aspecto crucial nessa relação com os influenciadores: o pacto de comunicação estabelecido. Existem formas de nos relacionarmos com os influenciadores. Um deles é por meio da identificação, quando há muito neles que podemos ver em nós e se estabelece aí um vínculo quase de amizade e até genuíno: de um lado, estimulado pelas redes sociais que dão a impressão de proximidade e, do outro, pelos próprios influenciadores digitais, que forjam certo grau de intimidade. O outro pacto comunicativo comum ocorre por meio da projeção. Observa-se aquele sujeito tão perto e tão longe que detém aquilo que desejamos e que provoca sentimento de aspiração.

É assim, inclusive, que nos relacionamos com as celebridades mais tradicionais da televisão, do cinema: por identificação e por projeção. Mas os influenciadores alteram esse pacto uma vez que podem vir a se tornar celebridades, mas a priori são sujeitos comuns, amadores que passaram a produzir algo nas redes e legitimar-se por conta de sua presença digital



vida digital



constante. No processo de legitimação, recebem nosso carimbo de “esse aqui vale o follow!”. Eles são os eleitos. Eleitos por nós, egressos de nós.

E o desconforto, a reorganização de nossas escolhas revela um próximo passo de nossa autonomia midiática: nossa literacia midiática. Usa-se o termo literacia para referir-se a quem é letrado. Mas aqui estamos adiante, estamos nos tornando sujeitos cada vez mais letrados na mídia contemporânea digital.

Esse momento de questionamento mostra que aprendemos, de certo modo, que temos responsabilidade e um papel de agente principal na dinâmica midiática e participativa. O autor americano Clay Shirky afirma que sempre fomos muito bons em consumir porque sempre foi isso que nos coube fazer. No entanto, quando percebemos, em meio à pandemia, nosso lugar de sujeitos autônomos – que estávamos desempenhando no automático, até então –, de sujeitos capazes de interferir em dinâmicas da mídia, passamos a reconhecer também esse papel.



CRESCU A INFLUÊNCIA DE PERFIS CONSIDERADOS MAIS “DE PESSOAS REAIS”, CASO DE ÁTILA IAMARINO, BIÓLOGO QUE SE CONSOLIDOU GRÇAS A SEUS CONTEÚDOS SOBRE CIÊNCIA; NATH FINANÇAS, COM DICAS FINANCEIRAS PARA TODOS OS BOLSOS; E A PEQUENA LO, COM VÍDEOS HILÁRIOS, TAMBÉM GANHARAM MAIS VISIBILIDADE



GABRIELA PUGLIESI PASSOU UM TEMPO OFF, MAS JÁ RETORNOU AO INSTAGRAM. A DIFERENÇA É QUE AGORA PERFIS ASPIRACIONAIS DIVIDEM ATENÇÃO COM INSPIRACIONAIS, CASO DAS AVÓS DA RAZÃO (À ESQ.) E DE PERFIS LGBTQ+, COMO O DO JORNALISTA MURILO RIBEIRO (ABAIXO)

O SURGIMENTO DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS TROUXE ALGO INÉDITO À FORMA COMO CONSUMIMOS A MÍDIA: UMA RECÉM-ADQUIRIDA AUTONOMIA. SAÍMOS DE UM LUGAR DE RECEPTORES PARA OCUPARMOS ESPAÇO DE PRODUTORES E AGENTES DA MÍDIA.

E é neste momento em que estamos hoje. Selecionando como influenciadores digitais os médicos da linha de frente ao combate à covid-19. Dando espaço, likes e visibilidade para articulistas políticos; para influenciadores de comunidades; para influenciadores que ensinam e aprendem sobre movimentos sociais.

Ainda assim, é um começo. E, apesar do alvoroço, um tímido começo. Há disputa de poder em todo mercado, e o segmento dos influenciadores digitais não poderia ser diferente. Ele não responde apenas a nossos anseios, mas às exigências do mercado, de marcas, de anunciantes que, muitas vezes, sustentam esse modelo de negócio digital. Todavia, reconhecer nosso lugar nessa dinâmica pode ser uma bela convocação. Mais, reconhecer que influência não é apenas estimular consumo, mas também colocar pautas em discussão e servir como um espaço de articulações nacionais é mais do que reflexo dos descontentamentos do confinamento: é um urgente chamamento para a mudança digital! ♡





PANDEMIA, ÂNIMO E VINHO

E, então, estamos em guerra. Uma guerra contra um inimigo invisível, que nos obriga a ficar em casa. Um inimigo que mudou nossa vida, mudou a maneira como nos comunicamos, a maneira como trabalhamos, a maneira como respiramos. Milhares de mortes, milhões de pessoas contaminadas, e sem um fim à vista. Esse é um cenário muito duro, mas muito real. Confinados em nosso apartamento há meses, saindo apenas para ir ao supermercado ou à farmácia, vislumbramos o mundo através da janela. Num primeiro momento, fomos resilientes; depois, esperançosos; agora, provavelmente, estamos um pouco deprimidos...

Ao assistirmos ao noticiário na televisão, perdemos o ânimo. Sentamos à mesa para jantar e, então, um pequeno milagre acontece. Abrimos uma garrafa de vinho e, de repente, o sol que havia amadurecido as uvas

aparece em nossa sala, iluminando o momento. Compartilhamos com nossa "cara-metade" essa bebida que é capaz de aquecer a alma. O sorriso se expande, a conversa fica empolgante. Não é o álcool que levanta o astral, é o equilíbrio perfeito entre a fruta e o solo. Uma taça, duas taças, e nosso espírito se enche de alegria. A vida já não parece tão dura e estamos prontos para enfrentar um novo dia.

Tinto, Branco ou Rosé, assim viajamos para França, Itália, Espanha ou Portugal e esquecemos o confinamento em nosso apartamento. Podemos também sonhar com Chile ou Argentina, mas o mais importante é que escapamos. Esse é o milagre do vinho, já que, todo ano, testemunhamos a transformação do suco da uva nessa maravilha.

Venceremos esta guerra e, como todo soldado numa guerra, essa taça de vinho nos dará coragem para lutar e ganhar. *Santé!* 🍷



Paulinha Sampaio
Digital influencer

7:14 AM

*O momento em que você descobre
que a piscina do hotel pode ser
do tamanho do infinito.*

**O Fairmont Copacabana chegou ao Rio de Janeiro
para você viver momentos únicos, tanto no hotel quanto na cidade.
O Rio de Janeiro nunca mais será o mesmo na sua memória.**

Visite nosso site e desfrute experiências memoráveis
no Fairmont Copacabana.

Gateway to your moment in the sun.
fairmontrio.com

Fairmont
RIO DE JANEIRO COPACABANA



paladar

por wanderley nunes

A GASTRONOMIA INVENTIVA E ELABORADA DO TEVA VEGETAL DESTACA-SE ENTRE OS RESTAURANTES COM PROPOSTA SAUDÁVEL EM SÃO PAULO



DE OLHO NA CULINÁRIA SAUDÁVEL

Nada melhor do que, ao abrir o cardápio de um bom restaurante, deparar-se com opções agradáveis e diversificadas de pratos saudáveis. É cada vez maior a busca por uma alimentação natural, orgânica, vegetariana ou vegana, e os pratos elaborados seguindo esses preceitos acabam agradando até a quem jure não viver sem carne vermelha em todas as refeições.

Com a ajuda das grandes chefs Gilda Bley e Fabiola Giusti, nesta coluna vou indicar lugares de destaque na culinária saudável de São Paulo.

Entre os veganos, começo pelo Purana.co, idealizado pela apresentadora Alana Rox. A horta é própria e o lema, "servir alimento que cura". Inspirador, não?

Com um ambiente moderno, luz intimista e fama pelos drinks, além de um lindo bar, o Teva Vegetal é minha segunda sugestão.

Prossigo com o Casa Raw. O nome já explica sua filosofia, que segue o crudivorismo – ou seja, o restaurante trabalha com comida crua e viva, nunca deixando o preparo dos alimentos passar dos 42° C no cozimento. Dessa maneira, as enzimas são preservadas e a digestão fica mais fácil.

Eu não poderia deixar de indicar o Plant Made, da cadeia internacional do chef Matthew Kenney. São pratos veganos impecáveis e extremamente saborosos!

Se na turma que for curtir o almoço ou o jantar houver quem realmente não abra mão de proteína animal e esteja aberto a uma alimentação saudável e sofisticada, uma ótima opção é o Restaurante Bio, assinado pelo chef Alex Atala. A proposta é o aproveitamento integral dos alimentos e a priorização da produção orgânica local. O nome disso é sustentabilidade. Bravo!

Outro bom destino para mesas compostas de pessoas com paladares variados é o Mauli Bowls, especializado em comida natural inspirada na culinária havaiana.

Não pensem que me esqueci dos doces! A arte da confeitaria fica nas mãos da talentosa e pioneira Isabela Akkari. No Café et Pâtisserie que leva seu nome, é possível encontrar maravilhosos doces sem glúten, sem lactose, sem açúcar, low carb e veganos.

São tantas opções que é impossível dizer que não há como dar uma chance a pratos sem carne, pelo menos de vez em quando. Diante de verdadeiras obras de arte desses chefs inspiradíssimos, nós, mesmo não sendo vegetarianos ou veganos, olhamos com outros olhos essa gastronomia tão rica e cheia de sabor. ♡

IMAGEM: DIVULGAÇÃO



A faculdade
**COM
PLE
TA**

Inscrições até
21 de outubro
de 2020

**PROVA
ON-LINE**
25
OUTUBRO



Vestibular **2021**

Medicina e Odontologia

Brenda Xavier
6º Período de Medicina

Felipe Lene
6º Período de Odontologia



Inscreva-se!

SLMANDIC.EDU.BR

(19) 3211-3615 (19) 99984-8972



**SÃO
LEOPOLDO
MANDIC**



carpediem

por nelson spritzer
diretor da consultoria dolphin tech e
especialista em neurolinguística

DESTINO OU LIVRE-ARBÍTRIO?

Este é o ano da pandemia. O ano da covid-19 ou Sars-CoV-2. O ano do isolamento, do uso universal de máscaras. Dos balanços macabros, crianças sem escola, das neuroses e da ansiedade na procura de curas milagrosas e soluções mágicas.

Alguns pensam que era inevitável a ocorrência de uma doença com essas proporções. Há os que acham, também, que outras deverão ocorrer. A pergunta não é se, mas quando. Preparem-se, a temporada de catástrofes globais está aberta.

Alguns pensadores, mais místicos, holísticos, costumam dizer que existe destino. As coisas estão predeterminadas. Existe um plano maior em que tudo está ligado e determinado, não importa o que fizermos. O karma e o darma. Outros defendem que só o livre-arbítrio existe. São os cientistas, os racionalistas. Esses acreditam que tudo o que acontece acontece por alguma causa e nossas ações são influenciadoras, se não determinantes das consequências.

Para os que creem no destino, a pandemia é um processo de limpeza tanto do planeta quanto de nossa alma, nos colocando contra a parede de nossa existência, nos confrontando com nossa avidez por consumo e o empobrecimento de nossa vida. Se for nosso destino sofreremos, sofreremos, não importa o que façamos. Para os que creem em livre-arbítrio, a pandemia só aconteceu porque incompetentes deixaram o vírus sair da China e se espalhar sem controle, usaram mal os recursos, atrapalharam as políticas de saúde e não agiram quando deveriam. Para esses, a solução virá da pesquisa e da ciência. Vacinas, isolamento social e remédios nos salvarão.

Na verdade, trata-se de um falso dilema. As duas dimensões podem coexistir. Pode haver certos eventos que parecem ser predeterminados, como se fossem desenhados para o momento, uma sincronicidade desconcertante. Depois que terminarem, vamos entendê-los como úteis e passarão a fazer sentido. Outras vezes, é óbvio que o que aconteceu ocorreu por causa e consequência de nossa iniciativa, nosso esforço – e põha esforço! Que a reação em cadeia de eventos foi determinada por ações intencionais.

Admitindo que podemos conviver com eventos estabelecidos pelo destino e outros dependentes de nosso livre-arbítrio – leia-se escolhas e ações –, como separar e tirar proveito desses fatores tão diferentes, às vezes até contraditórios? Aqui vem a parte mais simples da equação: quando você está indo bem, deixe o destino guiar. Quando estiver mal, assuma o leme de sua vida, encontre as forças de seu livre-arbítrio e entre em ação para mudar o rumo.

Nestes tempos pandêmicos, existem coisas que, não importa o que você fizer, continuarão acontecendo – destino, não perca seu tempo com elas. Elas seguirão seu curso natural. Existem coisas que estão em seu controle e você tem como influenciá-las: use o livre-arbítrio, faça planos, reúna meios e recursos, estabeleça planos de ação, controle suas atitudes e corrija o rumo sempre que necessário. Não fique parado. Entre em ação, provoque o universo, mude o mundo. Esse é seu destino!

Carpe diem. ♻



ESPAÇOLASER ABRAÇA.

O projeto que está transformando vidas.



Oi! Eu sou a Melanina, mas pode me chamar de Mel! Minha pele tem várias cores, porque eu represento a diversidade dos clientes atendidos pela EspaçoLaser. Quer saber mais sobre mim? Siga as nossas redes sociais. ;)



espaçolaser
abraça

A EspaçoLaser acredita em um mundo melhor: com mais liberdade, inclusão e empatia. Um mundo onde todos se sintam acolhidos e pertencentes. Por isso, acaba de lançar o projeto EspaçoLaser Abraça - uma iniciativa que está capacitando jovens com deficiência intelectual para serem incluídos em nosso quadro de funcionários. O projeto foi iniciado em junho e já conta com uma turma de alunos que logo estará atendendo em nossas lojas. É a EspaçoLaser ajudando a transformar sonhos em realidade.



espaçolaser.com.br

@espaçolaser

 **espaçolaser**
depilação



NETWORKING: O PODER DO NÓS

Diz o ditado que quem tem amigos na praça não morre pagão. Sua rede de contatos é a poupança que você, preventivamente, faz em tempos de bonança. Algumas pessoas reclamam que recorrem à ajuda de seus contatos, mas não conseguem êxito. Pergunto: o que têm feito para merecer a consideração dos mesmos? Quais trocas, efetivamente, oferecem para se achar no direito de obter uma resposta favorável? Com frequência vejo profissionais solicitando recomendação sem que nunca tenham trabalhado nem ao menos conhecido a pessoa a quem recorrem.

Esse tipo de conduta compromete a credibilidade de ambos. Se você agir assim verá que as pessoas perceberão você como alguém que só aparece quando quer obter algum benefício: o oportunista que bate à porta para pedir, mas nunca para oferecer nem retribuir. Se você pretende construir uma rede de contatos significativa, observe a forma como tem agido e invista na construção de uma boa imagem na mente das pessoas.

Se você praticar alguns princípios básicos de como fazer networking conquistará excelentes resultados. **Comece seguindo estas cinco dicas estratégicas para fazer uma gestão eficaz de sua rede de contatos e se beneficiar do “poder do nós”!**

1. Doadores ganham. Ofereça antes de receber. Se seu propósito é criar relacionamento com outra pessoa, primeiramente você precisa mostrar como ela se beneficiará dessa conexão com você. A ideia é fazer surgir oportunidades e

não praticar oportunismo. Pense em sua rede de contatos como uma conta bancária, na qual você precisa fazer depósitos antes de efetuar saques.

2. Pessoas compram pessoas. Seja você. Seu DNA pessoal precede seu crachá profissional. Antes de comprar suas estratégias, seus contatos comprarão suas ideias; portanto, seja autêntico. Não banque a pose de quem você não é para impressionar.

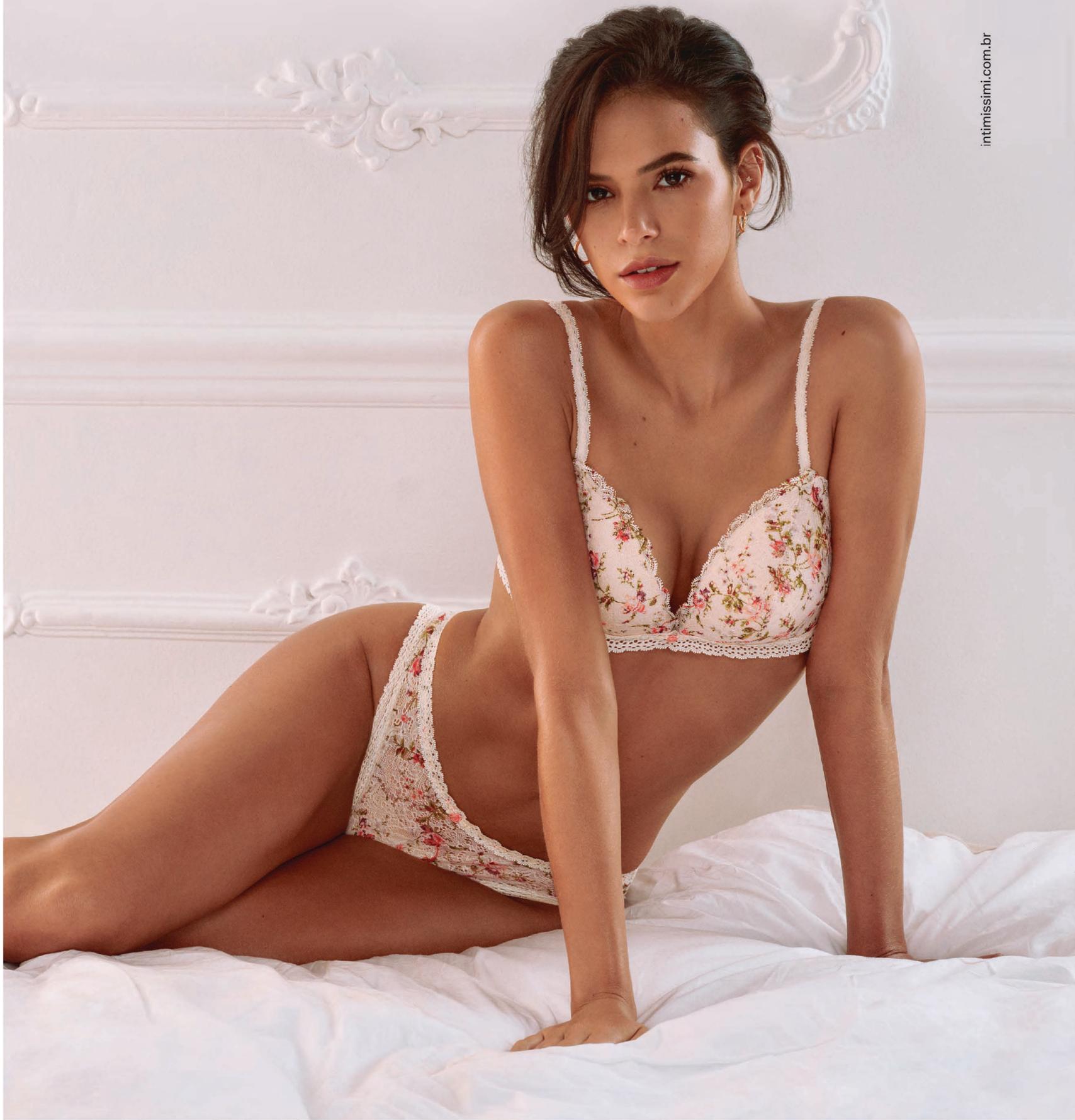
3. Não se conecte, apenas. Construa vínculos. Depois da conexão, muitas pessoas deixam a bola cair, perdendo a oportunidade de promover trocas no novo relacionamento. A frequência e a profundidade de suas interações dependem da força do relacionamento.

4. Seja útil. Pense em como você pode apoiar pessoas. A chave para o sucesso das conexões profissionais é conhecer, de fato, as pessoas e promover conversas que agreguem. Concentre-se em como pode ser genuinamente útil, sobretudo em momentos de crise.

5. Diversidade é um valor. Conecte-se com perfis diferentes. É um poderoso recurso para a construção de uma rede de contatos eclética e robusta. Procure relacionar-se com pessoas diferentes, que possam apresentá-lo a outros grupos.

No mais, tenha sempre em mente que “networking é a arte de se fazer interessante e não interesseiro”. Juntos somamos mais. ☺





Bruna Marquezine

CONHEÇA A NOVA COLEÇÃO PRIMAVERA VERÃO

intimissimi

Italian lingerie



O NOVO NORMAL TAMBÉM NA ALIMENTAÇÃO

Com tantas mudanças na saúde e nos hábitos de vida, estamos nos adaptando a uma nova forma de viver – mesmo que, em alguns aspectos, essas mudanças sejam momentâneas, dentro ou fora de casa. Nunca estivemos tão atentos e preocupados com a assepsia das mãos, entre diversos ensinamentos que esta fase está nos dando.

No que se refere à alimentação, a pandemia mudou nossos hábitos? Estamos mais preocupados com a saúde? E a resposta é sim, todo esse envolvimento entre causa e consequência da doença acaba potencializando melhores hábitos, deixando muitos de nós mais “anteados”.

Temos observado várias pesquisas sobre o comportamento da população e visto o aumento do consumo de vitaminas, principalmente as que participam do sistema imunológico (como A, C e D), além de minerais antioxidantes, como zinco e selênio. No entanto, vale ressaltar a importância de não fazer autoprescrição. É essencial procurar um médico para acompanhamento, visto que somente os parâmetros bioquímicos são eficientes para direcionar se há necessidade da suplementação. Dentro do conceito da saúde e sustentabilidade, também tem sido registrado o

aumento do consumo de produtos orgânicos, os quais apresentam menor teor de substâncias tóxicas.

A relação de causa e efeito dos benefícios nutricionais na saúde também inclui os nutrientes e fotoquímicos que apresentam funções específicas antioxidantes e anti-inflamatórias. É o caso dos polifenóis, encontrados no chocolate amargo, nas frutas vermelhas e oleaginosas, e do resveratrol, encontrado na uva.

Amantes de um prato saudável e colorido puderam aproveitar o home office para escolher o cardápio com mais calma. Os que deixaram o preconceito de lado ao fazer compras de alimentos on-line perceberam que é extremamente funcional receber os produtos em casa, bem embalados e organizados. Tornaram-se adeptos dessa prática neste novo normal. Smoothies e vitaminas também passaram a ser feitos com mais frequência, aumentando o consumo de frutas

O aplicativo para comida pronta sempre foi utilizado, e ganhou um pouco mais de entusiastas. O serviço tem sua funcionalidade devido à grande variedade de opções para todos os gostos, bolsos e ocasiões. É possível escolher desde opções mais simples, marmitas saudáveis, até pratos de restaurantes mais sofisticados.

Vale lembrar que, para tudo estar em boa sintonia, devemos saber usar o tempo a nosso favor e ficar atentos ao planejamento. Nesta etapa, como em diversas outras da vida, consciência alimentar é a palavra-chave para o sucesso. Determine o período para o trabalho, para o descanso, para o lazer e para o preparo das refeições e desfrute-as à mesa. Saiba comer por prazer e fazendo boas escolhas; isso é essencial para nossa saúde, ainda mais neste momento em que o importante é ficar atento, cuidar de si e dos outros. Contribua optando por uma boa alimentação! ♡





Bem-estar em equilíbrio

Encontre a solução ideal para você

FARIA LIMA
SÃO PAULO, SP

Nova Cidade, 128
VILA OLÍMPIA
(11) **3636-3636**

STR
AR CONDICIONADO



BRUXISMO EM ALTA NA PANDEMIA

Desde março, quando os casos de contágio do novo coronavírus começaram a explodir no Brasil, um cenário complicado se formou também para a saúde dental. Presas em casa, com preocupações de toda ordem sobre o futuro próximo e estresse emocional em alta, muitas pessoas direcionaram essa sobrecarga de tensão na mandíbula. Resultado: uma explosão de casos de bruxismo.

Essa atividade patológica da musculatura mastigatória, representada pelo esfregamento ou apertamento dos dentes, pode provocar lesões severas nas articulações e nos próprios dentes, sendo que a dor aparece nesse cenário como um desdobramento das inflamações provocadas por essas lesões. Sabe-se que o bruxismo tem como causa primária as desordens da oclusão (mordida irregular). Assim sendo, os tratamentos buscam, em primeira instância, corrigir a mordida por meio dos tratamentos ortodônticos (aparelhos) ou das reabilitações protéticas em porcelana que corrigem as posições dos dentes. Em casos mais graves, é necessária a terapia com a placa de bruxismo.

Desde o início da pandemia, nossas clínicas mantiveram equipes para atendimento de emergências, tendo em vista que todos os tratamentos eletivos foram interrompidos e 90% das clínicas da Grande São Paulo fecharam as portas. Com isso, atendemos grande parte dessa demanda de emergências dentárias. Invariavelmente, esses pacientes apresentavam o mesmo relato, ou seja, estavam fazendo isolamento social radical e reconhecendo que passavam por forte estresse. Todos os casos foram tratados com a adoção das terapias relatadas acima, além de medicações anti-inflamatórias e botox em musculatura de mastigação, sempre com sucesso e remissão dos quadros de dor em até três dias.

Nosso aviso, frente a mais essa triste constatação na crise da covid-19, é no sentido de nos mantermos alertas para os primeiros sinais do bruxismo, como, por exemplo, as tensões musculares percebidas durante a noite, sensibilidade nos dentes, cefaleias ao longo da manhã, desgastes ou fraturas de dentes e/ou restaurações, entre outros. Em caso de suspeita, procure seu dentista e faça uma investigação mais detalhada. A visita ao consultório dentário é absolutamente segura, se a clínica estiver adaptada aos novos padrões de proteção criados devido à pandemia. Não deixe para depois, pois isso ainda pode demorar e você vai evitar grandes transtornos adicionais neste período já tão cheio de preocupações. 🦷



Viva

SEUS
MELHORES
MOMENTOS

VIVA CADA SEGUNDO.

INFORMAÇÕES E RESERVAS
0800 727 6925 | 19 2117 8002

royalpalm.com.br
reservas@royalpalm.com.br



ROYAL PALM PLAZA
Resort Campinas



shopping por raquel drehmer

PAUSA PARA CAFÉ & CHÁ



REVISTA VERSATILLE

134





NA PÁGINA AO LADO, CHALEIRA **DEMI VERMELHO CERISE** 1,1 LITRO (**LE CREUSET**). NESTA PÁGINA, EM SENTIDO HORÁRIO, BULE DE CAFÉ **CHRISTOFLE ALBI** 1,2 LITRO (À VENDA NA **PRESENTES MICKEY**) | PREPARADOR DE CHÁ **VAPT VUPT** 500 ML (**TALCHÁ**) | MÁQUINA DE CAFÉ ESPRESSO AUTOMÁTICA **ANIMA PANNARELLO GAGGIA (SPICY)** | CAFETEIRA **BIALETTI FRENCH PRESS** 1 LITRO (**PRESENTES MICKEY**) | CANECA DE PORCELANA **MUG HARMONY JAPAN ROSE** 340 ML (**TEA SHOP**). NO CENTRO, XÍCARA DE CAFÉ COM PIRES **BAMBU (TÂNIA BULHÕES)**.





home

por danilo costa

HOME OFFICE



SERÁ NECESSÁRIO MUITO MAIS DO QUE DISCIPLINA COM HORÁRIO, CONCENTRAÇÃO MÁXIMA E CONSCIENTIZAÇÃO DOS OUTROS MORADORES. TUDO DEVE COMEÇAR PELA ESCOLHA DO LOCAL QUE SE TORNARÁ O ESCRITÓRIO, ALÉM DA ESPECIFICAÇÃO CORRETA DE MESA, CADEIRAS E ILUMINAÇÃO

REVISTA VERSATILLE

136



DOS NOVOS TEMPOS

DICAS PARA CONQUISTAR UM ESPAÇO PRÁTICO E ACONCHEGANTE

Quem já costumava trabalhar em casa não teve dificuldade para encontrar um cantinho apropriado, tornando essa exigência dos novos tempos mais leve e confortável. Afinal, ter um lugar com móveis adequados e uma tranquilidade que estimule a concentração virou questão de necessidade, sem contar a estética aprimorada do ambiente que servirá, inclusive, de cenário para reuniões e, por que não, lives. Ou seja, para que o trabalho domiciliar seja bem-sucedido, não basta simplesmente arrumar uma mesa e uma cadeira e ligar o computador. “Precisamos dispor de um local destinado para esse fim. É de extrema importância ter um canto ou, de preferência, um ambiente fechado que funcione como escritório, pois a privacidade e a concentração são fundamentais para tudo fluir perfeitamente”, argumenta a arquiteta Pati Cillo.

FOTO: FRAN PARENTE



ABRAÇADO POR UM CENÁRIO COM MATERIAIS APARENTES, COMO O CONCRETO E O AÇO CORTEIN, O HOME OFFICE DE UMA ARTISTA PLÁSTICA FICA INTEGRADO AOS AMBIENTES SOCIAIS, RECEBENDO MUITA LUZ NATURAL. NO PROJETO DO FGMF ARQUITETOS DESTACA-SE AINDA O SISTEMA DE ILUMINAÇÃO, QUE DEIXA À VISTA CAIXAS ELÉTRICAS E LUMINÁRIA, DIRECIONADA PARA A MESA DE TRABALHO

Para quem deseja exercer bem suas funções corporativas, a primeira sugestão de especialistas é olhar para cada cômodo e analisar qual deles oferece as melhores condições. “Como às vezes é difícil sair do cotidiano da residência e engrenar em uma rotina de trabalho, prefira um local que inspire conforto, que seja bonito e prático para nunca desestimular o uso”, recomenda o arquiteto Fernando Forte, um dos sócios do escritório FGMF Arquitetos. É fundamental lembrar que os ajustes não estão concentrados apenas no local. “Os demais moradores da residência também precisam compreender o momento”, destaca a arquiteta Ieda Korman, da Korman Arquitetos. Para uma decisão assertiva, dê preferência a espaços com iluminação, tanto natural quanto artificial, e ventilação. Se possível, eleja um local sem funções intensas, como a cozinha, mas, caso



home



FOTOS: EVELYN MÜLLER, RUY TEIXEIRA

O CANTINHO DA SUÍTE FOI PROPÍCIO PARA QUE A ARQUITETA CONSUELO JORGE POSICIONASSE A MESA QUE SERVE PARA TRABALHO OU ESTUDO. COM NICHOS E GAVETAS, O MÓVEL É PERFEITO PARA MANTER TUDO ORGANIZADO, ENQUANTO A CADEIRA DE RODÍZIOS FACILITA OS MOVIMENTOS





PENSADO PARA O DIA A DIA DE UM ADVOGADO, O HOME OFFICE PROPOSTO PELA PASCALI SEMERDJIAN ARQUITETOS É MINIMALISTA, COM POUCOS ACABAMENTOS E DISTRAÇÕES. A ILUMINAÇÃO É QUASE TODA INDIRETA, ATRAVÉS DOS QUADROS DE MADEIRA E PALHA AO REDOR DO ESPAÇO. HÁ LUMINÁRIAS DE MESA E PISO QUE OFERECEM PONTOS DE LUZ ESPECÍFICOS





home

QUANDO DESEJA MAIS PRIVACIDADE, O MORADOR DESTE APARTAMENTO SIMPLEMENTE ACIONA AS PORTAS DE CORRER E ISOLA O BARULHO VINDO DOS AMBIENTES VIZINHOS, COMO A SALA DE JANTAR. ALÉM DISSO, O HOME OFFICE BOLADO PELA ARQUITETA CRISTIANE SCHIAVONI CONTA COM UM CONFORTÁVEL SOFÁ, TRANSFORMANDO O AMBIENTE EM QUARTO DE HÓSPEDES, QUANDO NECESSÁRIO



REVISTA VERSATILE

140





FOTOS: CARLOS PIRATININGA, MICA ESTÚDIO E FÁUSTULO MACHADO

não consiga, a mesa desse ambiente ou da sala de jantar pode ser adaptada. Já no dormitório, a cama é um convite para a falta de concentração e a sonolência. No entanto, na possibilidade de incluir mesinha e cadeira, a tranquilidade de lá é um fator bastante positivo. Enquanto isso, a varanda pode ser uma excelente alternativa, especialmente se tem uma vista que estimule a criatividade e o bem-estar. Definido o lugar, traga para ele tudo o que será necessário, como notebook, bloco de notas, caneta, garrafa de água, smartphone e, para complementar a iluminação, uma luminária de mesa.

Quando não se tem uma área exclusiva para o home office, divisórias podem ser uma boa alternativa. As peças podem ser soltas, tipo biombos, ou inteiramente fechadas, como portas de correr embutidas ou vazadas. "Os biombos são mais flexíveis por serem soltos. Já as divisórias

ESTES DOIS PROJETOS, ASSINADOS PELO ARQUITETO LÉO SHEHTMAN, COMPROVAM QUE É POSSÍVEL TRABALHAR EM CASA COM CONFORTO MESMO EM ÁREAS COMPACTAS. SOB MEDIDA, AS BANCADAS CONTÍGUAS AO QUARTO OU À ALA SOCIAL TÊM AS MEDIDAS NECESSÁRIAS PARA OS MORADORES. NÃO PODEM FALTAR UMA LUMINÁRIA DE MESA DIRECIONÁVEL, GAVETAS E PRATELEIRAS QUE AJUDAM NA ORGANIZAÇÃO





O CASAL DE MORADORES ADOROU A IDEIA DA KORMAN ARQUITETOS DE POSICIONAR O ESCRITÓRIO PERTO DA JANELA, ONDE É POSSÍVEL CURTIR A VISTA DA CIDADE. NA FRENTE DA MESA DE MADEIRA LAQUEADA, A PAREDE COM SAMAMBAIAS, ESPÉCIE FÁCIL DE CUIDAR, FAZ A NATUREZA SEMPRE PRESENTE. COM REGULAGENS DE ALTURA E ENCOSTO, A CADEIRA FOI PROVIDENCIAL PARA GARANTIR O CONFORTO

inteiras dão mais privacidade e cumprem o papel de uma parede fechada. As vazadas delimitam espaços sem fechar nem esconder totalmente os ambientes integrados”, exemplifica a arquiteta Danielle Dantas, do escritório Dantas & Passos Arquitetura. No planejamento físico, o que não pode faltar é o levantamento de todas as atividades que serão realizadas no home office, o que os moradores precisam armazenar e com que frequência. “Tem de ser feita essa pesquisa e quais as necessidades para realizar o planejamento de todo o espaço, já com as medidas ideais”, afirma a arquiteta Cristiane Schiavoni. Mesmo que a ideia seja recorrer a um mobiliário compacto, a ergonomia correta evitará problemas na postura do usuário. No quesito altura, o ideal é uma bancada entre 72 e 75 centímetros, fator que garante manter a postura de quem a



DE UM DOS LADOS, O ESCRITÓRIO SE CONECTA AO LIVING, QUANDO ESTÁ DE PORTA ABERTA. DO OUTRO, A ARQUITETA BIANCA DA HORA FEZ QUESTÃO DE APOSTAR EM PORTAS DE VIDRO DESLIZANTES QUE REVELAM O MURO COBERTO COM JARDIM VERTICAL, ATRAÇÃO DESTA CASA EM ITANHANGÁ, NO RIO DE JANEIRO





home





FOTO: ALAIN BRUGIER

usa. Lembrando que o cotovelo deve ficar de 3 a 4 centímetros abaixo do tampo da mesa. O segundo item essencial é a cadeira. Ou seja, os pés precisam encostar-se ao chão por completo e a postura deve ficar reta por meio de encostos ajustáveis. Importante que os cotovelos se mantenham em 90 graus em direção à mesa e a 20 centímetros de distância da peça – essa posição cansa menos os músculos e não prejudica a coluna. “A regulagem da altura também é fundamental para a ergonomia da cadeira”, fala a arquiteta Pati Cillo.

A iluminação é fundamental para o conforto de quem trabalha em casa. O ambiente deve ainda ser claro, com a luminosidade natural filtrada por cortinas ou persianas, e dispor de uma luz focada na mesa de trabalho. Uma sugestão é recorrer às luminárias de mesa, especialmente as opções flexíveis ou dobráveis. Dê preferência aos modelos em que seja possível alterar a intensidade de luz. “A temperatura de cor para momentos de concentração deve ser neutra ou então branco frio, igual ou acima de 4 mil K”, sugere Gabriela Yokota, da Yamamura, especialista no tema. ♾

MESMO INTEGRADO AO LIVING, O CANTINHO DE TRABALHO DA EMPRESÁRIA, PROJETADO PELO ESCRITÓRIO DEBORA AGUIAR ARQUITETOS, É PERFEITO PARA OS MOMENTOS DE INTROSPECÇÃO QUE ELA TANTO DESEJAVA. COM TAMPO REVESTIDO DE COURO E ESTRUTURA DE METAL DOURADO, A MESA ESBANJA SOFISTICAÇÃO, ENQUANTO AS PRATELEIRAS, AO FUNDO, SÃO ESPELHADAS.



ADEGAS EM CASA

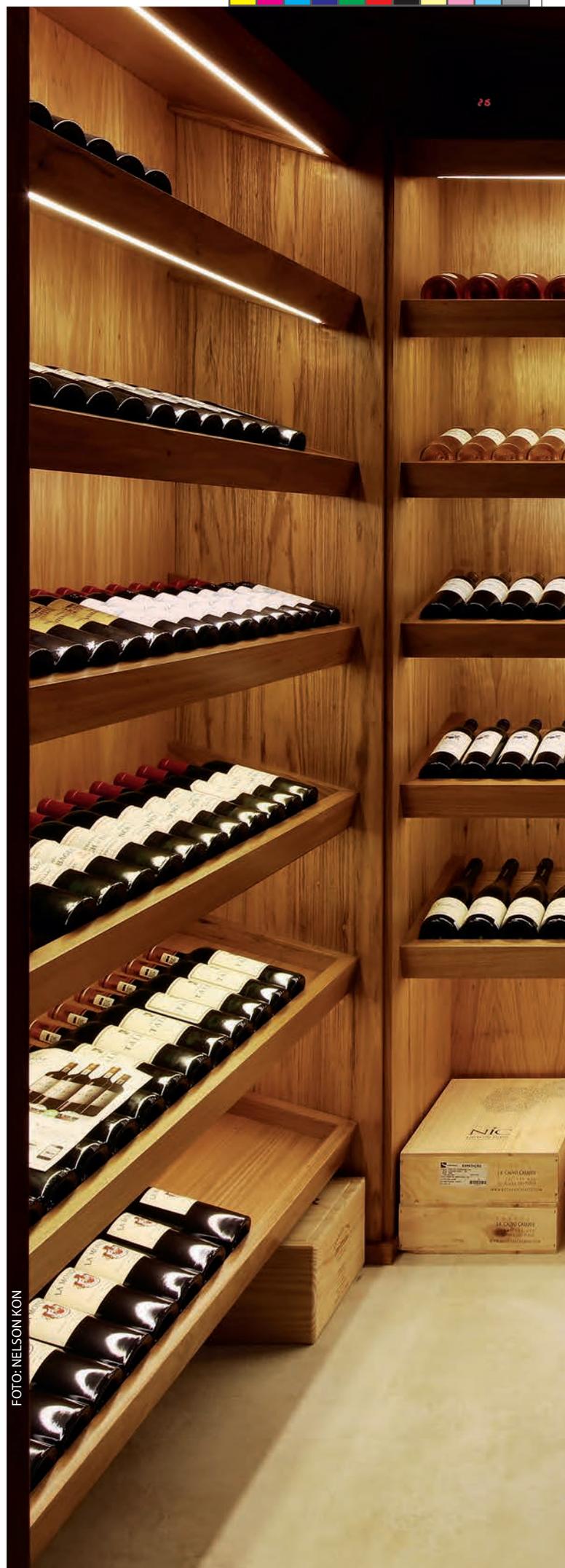
BOAS IDEIAS PARA ARMAZENAR VINHOS E OUTRAS BEBIDAS EM ESPAÇOS DE DIFERENTES TAMANHOS

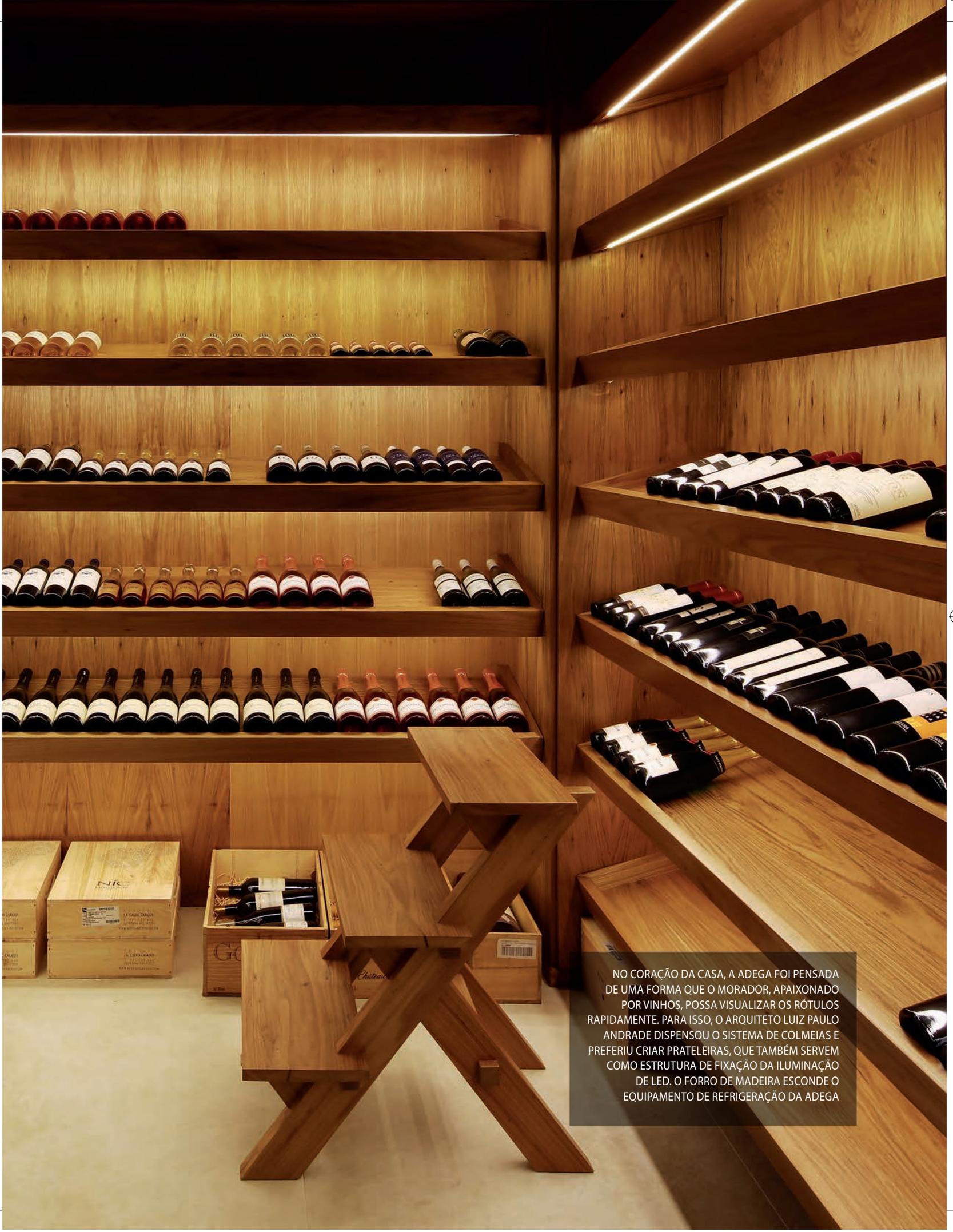
As estações mais frias do ano podem até ser mais propícias para apreciar um bom vinho, mas há quem curta a bebida em todas as épocas, sozinho ou na companhia da família e dos amigos. Também existem os colecionadores de rótulos, que, por onde passam, dentro e fora do Brasil, sempre vêm com a mala recheada de histórias. Afinal, quem entende da bebida, uma paixão universal, sabe que, mais do que escolher entre os tintos, brancos e rosés, há ainda uma diversidade de tipos de uvas e nacionalidades, que revelam muito da tradição de cada marca e dos cuidados com a fabricação.

Com infinitas possibilidades e uma vida que, neste momento, pede que as pessoas fiquem mais em casa e aproveitem o tempo não só para trabalhar, mas também relaxar e se divertir, os ambientes dedicados ao entretenimento começaram a ganhar maior importância. Quem nunca tinha pensado em ter uma adega, independentemente do tamanho dela, passou a considerar bastante a ideia. "Com a pandemia, as pessoas têm encontrado tempo, que antes não tinham, para algumas atividades de lazer. Um casal de clientes, por exemplo, fez um curso sobre vinhos e agora encomendou uma adega para até 100 garrafas", confirma a arquiteta Cristiane Schiavoni.

Mas, antes de sair à compra de uma adega, alguns cuidados são imprescindíveis. Atualmente, existe uma diversidade de opções que atendem às variadas necessidades das pessoas. Há modelos prontos, que armazenam dezenas e até centenas de garrafas, de diferentes tamanhos e formatos. "Essas adegas são práticas, pois só precisam de um ponto de eletricidade para funcionarem e, em algumas opções, convém embutir no projeto de marcenaria", explica a arquiteta Karina Korn. Para adegas maiores ou em situações específicas, a dica é conversar com empresas especializadas capazes de desenvolver projetos personalizados de acordo com o layout do espaço e o acervo das pessoas, possibilitando eleger diferentes tipos de materiais. "Para desenvolver algo sob medida, é necessário analisar o espaço definido para a instalação, saber a verda-

FOTO: NELSON KORN



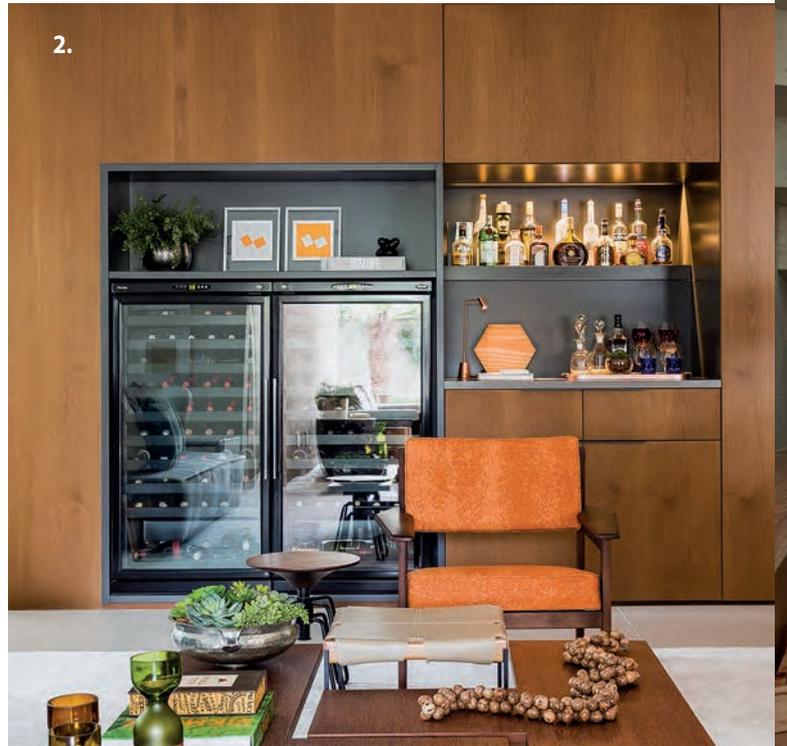


NO CORAÇÃO DA CASA, A ADEGA FOI PENSADA DE UMA FORMA QUE O MORADOR, APAIXONADO POR VINHOS, POSSA VISUALIZAR OS RÓTULOS RAPIDAMENTE. PARA ISSO, O ARQUITETO LUIZ PAULO ANDRADE DISPENSOU O SISTEMA DE COLMEIAS E PREFERIU CRIAR PRATELEIRAS, QUE TAMBÉM SERVE COMO ESTRUTURA DE FIXAÇÃO DA ILUMINAÇÃO DE LED. O FORRO DE MADEIRA ESCONDE O EQUIPAMENTO DE REFRIGERAÇÃO DA ADEGA





bebidas



REVISTA VERSATILLE

FOTOS: LUIS GOMES, RICARDO BASSETI, EDUARDO POZELLA, MAURA MELLO





1. COM A IDEIA DE PROJETAR UMA ADEGA ONDE OS MORADORES POSSAM RELAXAR E CURTIR APERITIVOS, ALICE MARTINS E FLAVIO BUTTI USARAM O SUBSOLO DESTA CASA. AS GARRAFAS FICAM INCLINADAS DE FORMA QUE O VINHO TENHA CONTATO COM A ROLHA. 2. A ÁREA DOS VINHOS FICA INTEGRADA AO LIVING NESTE PROJETO DO STUDIO AG ARQUITETURA. CADA ADEGA (ART DES CAVES) COMPORTA ATÉ 90 RÓTULOS E, NO ARMÁRIO À DIREITA, ESTÁ O BAR COM DIVERSAS BEBIDAS. 3. EM UM CANTO RESERVADO DO APARTAMENTO, A ARQUITETA KARINA KORN PROJETOUM UM MÓVEL SOB MEDIDA PARA ALOCAR A ADEGA (ART DES CAVES) PARA 70 GARRAFAS. BOA IDEIA: A PRANCHA É PUXADA SEMPRE QUE SE DESEJA UM APOIO IMPORTANTE NA HORA DE SERVIR. 4. A PROPOSTA DE PAULA PASSOS E DANIELLE DANTAS, DA DANTAS & PASSOS ARQUITETURA, FOI CRIAR UM AMBIENTE RESERVADO PARA QUE OS MORADORES PUDESSEM CURTIR MOMENTOS ESPECIAIS. ALÉM DOS VINHOS TRADICIONAIS, O LUGAR, COM ESPAÇO PARA 325 GARRAFAS (BBLOCK), ABRIGA TAMBÉM CHAMPANHES E MAGNUNS. 5. GENEROSO, O VÃO SOB A ESCADA DESTA CASA DE CAMPO FOI PERFEITO PARA QUE ALICE MARTINS E FLAVIO BUTTI PUDESSEM ALOCAR A ADEGA PARA 250 GARRAFAS. ELA FICA FECHADA POR UMA PORTA DE VIDRO E CONTA COM ESTANTES DE FERRO E MADEIRA.

deira necessidade da adega, como a quantidade de garrafas, e se o local armazenará apenas vinhos tintos, brancos ou também espumantes”, explica Rafaela Vidigal, da Art des Caves, marca especializada no assunto.

Armazenamento e iluminação adequados são outras preocupações que não podem ser esquecidas. “É essencial que o ambiente seja fresco, não receba luz solar direta, além de as garrafas serem guardadas com inclinação suficiente para que fiquem em contato com a rolha, entre outros cuidados”, enumera a arquiteta Alice Martins, sócia de Flávio Butti no escritório AMFB Arquitetura. No quesito iluminação, o ideal é que as bebidas fiquem no lugar mais escuro possível e que os rótulos estejam protegidos dos raios UV. Arquitetos e especializadas sugerem uma iluminação de forma indireta para que a luz não incida nas garrafas, gerando um aumento de calor e, conseqüentemente, podendo oxidar a bebida e perder suas características. Optar por lâmpadas de LED (luz fria) não interfere na guarda nem no envelhecimento do vinho. ☑

DECORAÇÃO NA TV TEM NOVA APOSTA

COM ESCRITÓRIO HÁ SEIS ANOS E UMA ÚNICA PARTICIPAÇÃO NA MOSTRA CASACOR SÃO PAULO, EM 2019, O ARQUITETO RENATO MENDONÇA CONQUISTOU PÚBLICO E MARCAS E FOI DISPUTADO POR MAIS DE UMA EMISSORA ATÉ FECHAR UM REALITY SHOW DE DECORAÇÃO NO DISCOVERY HOME & HEALTH

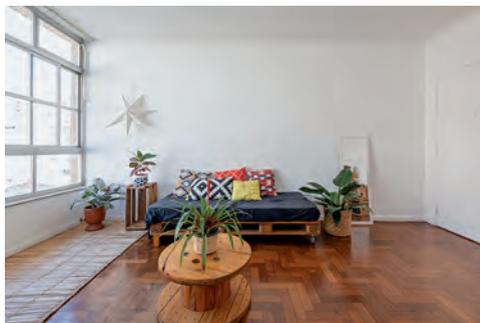
Nascido em São José do Rio Preto, interior de São Paulo, Renato Mendonça sempre foi apaixonado por espaços com memórias afetivas e muitas histórias para contar. Um objeto trazido de viagem, um móvel de herança, uma peça garimpada em antiquário são alguns dos ingredientes que ajudam a compor suas criações jovens, informais e com alta carga emocional. Os materiais naturais e brutos, a exemplo de tijolos aparentes, madeira de demolição e cimento queimado, marcam presença constantemente em seus projetos de arquitetura e interiores, sempre com a preocupação de oferecer soluções acessíveis e inteligentes.

E foi esse ponto de vista que norteou sua primeira participação na CasaCor São Paulo, em 2019, quando concebeu o Estudio Trigo, de apenas 48 metros quadrados. Tijolos aparentes, pisos de madeira de demolição e cimento queimado mesclados graciosamente com a mais fina flor do design contemporâneo vanguardista revelaram uma simplicidade ímpar, fazendo de Mendonça uma das apostas do maior evento de decoração da América Latina. Não demoraram os convites das emissoras.



“Foram quatro convites, dois da própria Discovery, um para streaming e o outro da GNT”, conta ele. “No 24Horas, da Discovery, nossa ideia não é apenas revelar o ‘antes e depois’ dos ambientes, mas mostrar os problemas, criar o clima, revelar o dia a dia, mesmo que de uma forma dinâmica e rápida, dentro de um programa de 30 minutos”, completa.

No ar desde 16 de março deste ano, às 22 horas, o reality show cumpre a missão de restaurar um cômodo da casa ou apartamento em apenas 24 horas, mantendo 50% dos objetos e do mobiliário. Em cada episódio, uma família diferente recebe a visita do arquiteto, que em apenas um dia consegue transformar completamente um dos cômodos da casa, abusando da criatividade com truques de restauração, compras assertivas e boas ideias de decoração. “O papel do quadro não é ser apenas algo divertido, só de entretenimento. Eu tento passar informações também a respeito dessa dinâmica, dessa atividade”, conta Mendonça. Tudo feito com a mesma simplicidade de sempre, o que o torna admirado inclusive pelos parceiros de profissão. 📍



NO QUINTO EPISÓDIO, A SINGELA SALA DE ESTAR GANHOU PAINEL DE PÍNUS, CESTARIA COMO OBRA DE ARTE, DIVISÓRIA DE CORDA E O CLIMA MUDOU COMPLETAMENTE

PIPOCA CINEMARK®

O GOSTINHO DA CINEMARK, AGORA
na sua casa!



ACESSE CINEMARK.COM.BR
E SAIBA MAIS



supermercados
mambo

st|marche
SUPERMERCADO



americanas

BIG

Casa Santa Luzia

IMPÉRIO
SANTA
MARIA

magalu



shoptime



**BAIXE
AGORA**

Disponível para
Android e iOS

CINEMARK

É MAIS QUE CINEMA. É CINEMARK.



designer

por danilo costa

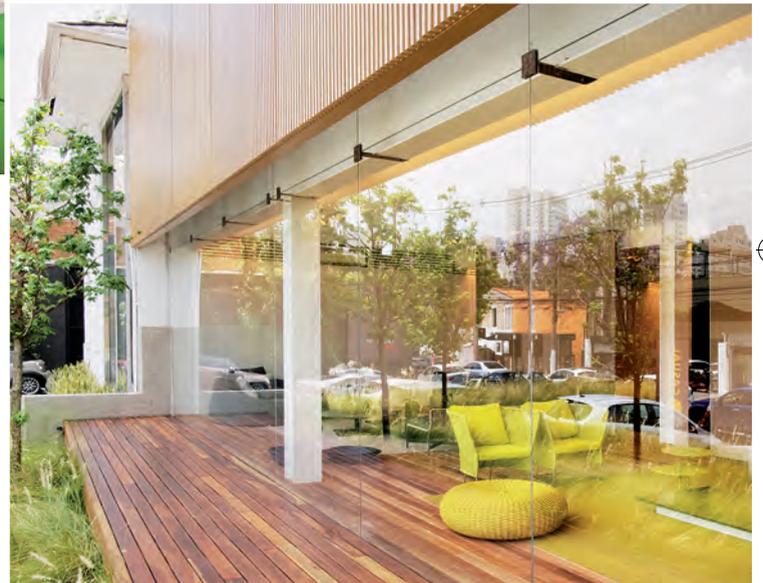
A singularidade de PAOLA LENTI

COM MÓVEIS PREMIADOS, LOJAS EM VÁRIOS PAÍSES E
ENDEREÇO RECÉM-INAUGURADO NO BRASIL, A DESIGNER
ITALIANA FAZ HISTÓRIA APOSTANDO EM DIFERENTES FORMAS,
MATERIAIS, CORES E NA FORÇA DO ARTESANAL





NAS VERSÕES DE TECIDOS BRANCO OU AZUL, O SOFÁ CANVAS TEM ESTRUTURA METÁLICA E REÚNE ELEMENTOS MODULARES, INCLUINDO UMA MESINHA LATERAL COM TAMPO DE MADEIRA QUE LIGA OS ASSENTOS EM SUAS COMPOSIÇÕES (ACIMA). A LOJA CASUAL EXTERIORES (À DIREITA) TEM 14 AMBIENTES COM PRODUTOS ASSINADOS PELA DESIGNER.



h

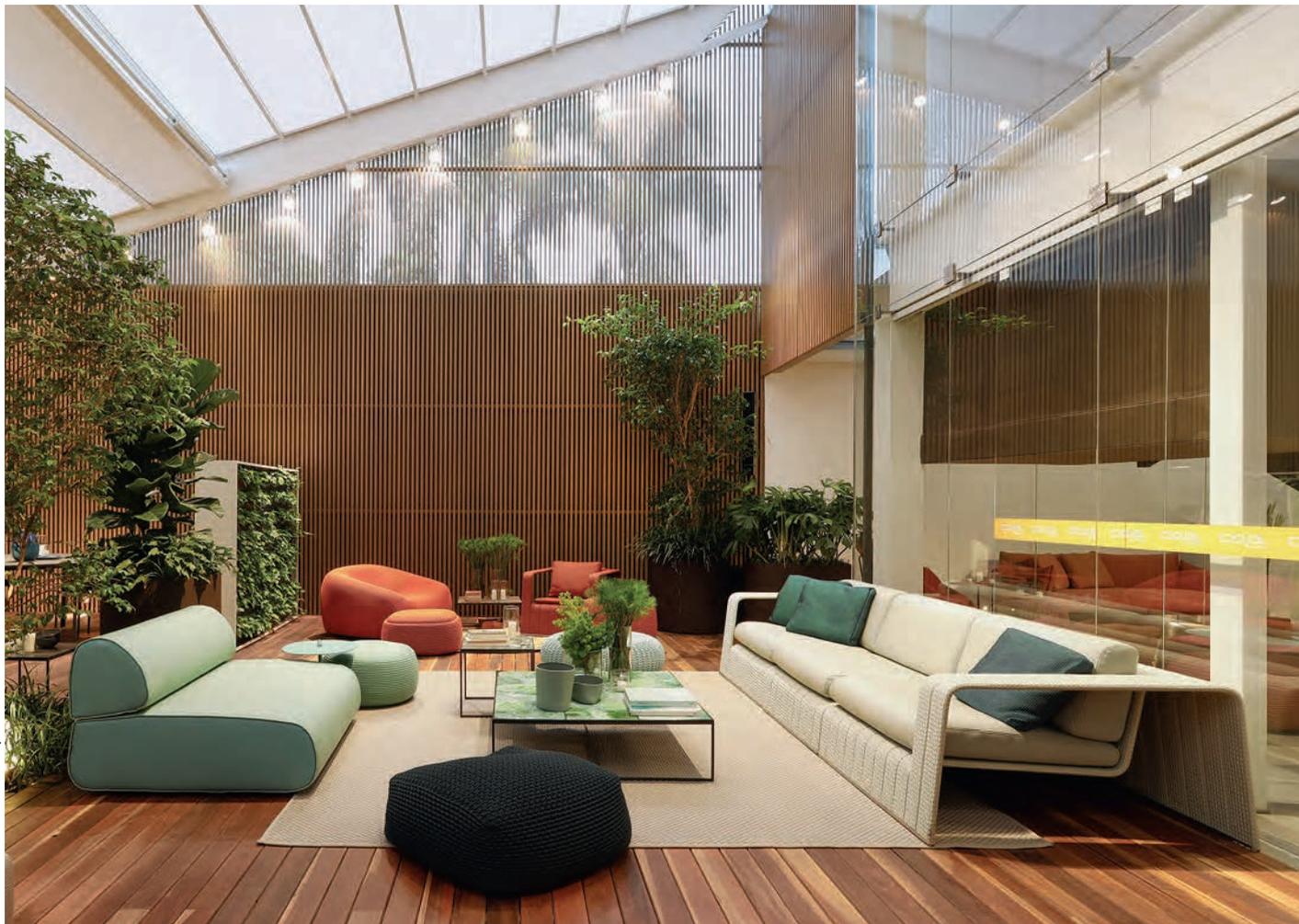
há mais de 25 anos, a italiana, que iniciou sua trajetória com trabalhos de direção de arte para nomes da área da moda no início da carreira, surpreende o mundo inteiro com suas criações nada óbvias, que aguçam os sentidos e parecem brincar com as cores de maneira tão sutil e marcante. Mas não é só por isso que seus móveis fazem da marca uma das mais aguardadas todos os anos durante a Semana de Design Internacional de Milão. Pesquisadora dedicada e curiosa, com um olhar bem atento às práticas sustentáveis, Paola está sempre descobrindo tecidos e materiais para dar vida aos tapetes e aos móveis outdoor e indoor que revelam uma perfeita sincronia entre tecnologia e trabalho artesanal. Além dos produtos, a designer desenvolve todas as cores e tintas de tecidos e revestimentos que utiliza. Tudo é muito testado e retestado, até chegar a resultados marcantes, peças autênticas e únicas. Não à toa, a lista de prêmios conquistados inclui o Red Dot Award, em 2020, o German Design Award e o NYCxDesign Award, em 2019.

IMAGENS: MAURIZIO NATTA, DIVULGAÇÃO





designer



Para tornar a marca a potência que é hoje, Paola preferiu se dedicar à criação e às pesquisas, enquanto a irmã, Anna Lenti, cuida do comando e da direção da empresa. Com uma filosofia que busca equilibrar os opostos, como passado e presente, interior e exterior, tradição e tecnologia, a designer vai muito além da estética, buscando trazer estruturas de metal e madeira duráveis, crochês criados com fios de alta tecnologia, assentos e encostos pautados, sobretudo, no conforto, dando forma a móveis cada vez mais híbridos, que podem ser usados tanto fora quanto dentro de casa. Cada tecido, material ou produto externo é feito para durar, para que seu fim tenha o menor impacto ambiental possível. Mais do que alto desempenho, a proposta é pensar na boa qualidade de vida que as peças precisam garantir às pessoas. É justamente essa filosofia sensível, capaz de carregar tamanha carga sensorial e afetiva, que transforma os móveis em objetos de desejo. Segundo Paola Lenti, eles refletem uma nova ótica sobre sofisticação, já que ela é categórica em afirmar que o luxo simplesmente pelo luxo não faz parte de seu DNA. “É no valor dos momentos simples que podemos extrair algo refinado”, disse a italiana em sua passagem pelo Brasil no fim de





OUTRO AMBIENTE DA DESIGNER NO ESPAÇO EM SÃO PAULO (PÁGINA AO LADO). PARA AMBIENTES INTERNOS E EXTERNOS, A CADEIRA HAMMOCK (NO ALTO DESTA PÁGINA) REVELA UM TRAMADO FEITO À MÃO COM FIOS DE CORDA EM CORES SÓLIDAS OU COMBINAÇÕES BICOLORES. OS ELEMENTOS SÃO CONECTADOS PARA CRIAR UMA REDE FIXADA NA ESTRUTURA DE AÇO INOXIDÁVEL ENVERNIZADO BRILHANTE. ACIMA, UMA CAPA DE TECIDO FEITO À MÃO SOBRE O ESTOFAMENTO DA POLTRONA DA SÉRIE AFRA. CONDECORADA COM O PRÊMIO GERMAN DESIGN AWARD 2020, A SÉRIE OASI (ABAIXO) É COMPOSTA DE ELEMENTOS MODULARES, POSSIBILITANDO DIFERENTES CONFIGURAÇÕES.

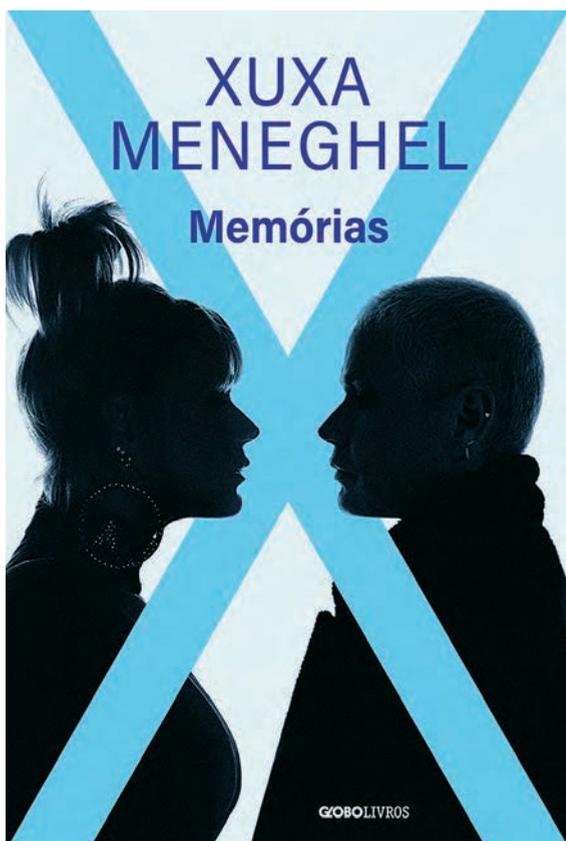


2019, quando veio para inaugurar seu espaço exclusivo na capital paulista.

Após anos de parceria com a Casual Móveis, um novo espaço de 500 metros quadrados foi inaugurado na Alameda Gabriel Monteiro da Silva, 639, coração do distrito do design e ponto de referência para arquitetos e designers de interiores. Em 14 ambientes, diferentes entre si e ao mesmo tempo conectados por um pensamento coerente e completo, Paola Lenti propõe visões globais modernas, síntese entre funcionalidade e estética, em que elementos de decoração, tapetes e móveis revelam sua assinatura universal e singular. Lá é possível conhecer seus produtos, best-sellers e lançamentos, criando um diálogo inspirador, coerente e contínuo entre cor, material e forma. A marca não para de expandir e, em 2020, passou a contar também com flagships em Los Angeles (EUA) e Johannesburgo (África do Sul). ☺

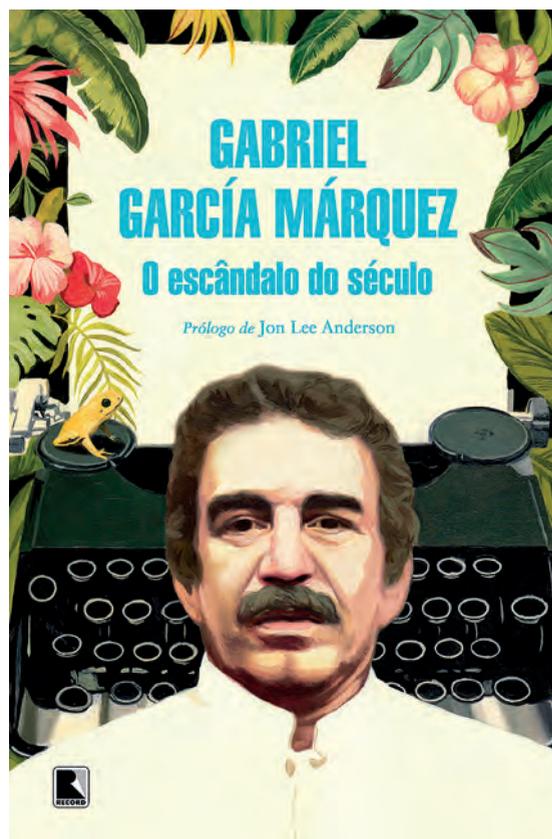
PARA DESGRUDAR DO CELULAR

MUITA GENTE DIZ QUE SENTE SAUDADE DE SAIR UM POUCO DAS REDES SOCIAIS, MAS NÃO SABE COMO. SE É SEU CASO, BONS LIVROS SÃO UMA PEDIDA E TANTO, VIU? REUNIMOS A SEGUIR 20 BOAS OPÇÕES, ENTRE RECÉM-LANÇADOS E CLÁSSICOS ATEMPORAIS. TEM AUTOBIOGRAFIA, FINANÇAS, POESIA, ROMANCE, CRÔNICA, FILOSOFIA, AUTOAJUDA... ENFIM, SÓ NÃO LÊ QUEM NÃO QUER



Memórias, de Xuxa. Editora Globo. Celebridade número 1 do país durante gerações, a apresentadora mostrou seu poder de fogo mais uma vez já na pré-venda de sua autobiografia, que se esgotou em 17 minutos! O livro resgata a trajetória pessoal e profissional da Rainha dos Baixinhos, com detalhes de seu namoro com Ayrton Senna e Pelé. De quebra, mais de 100 fotos inéditas garimpadas do baú da eterna rainha.

Escândalo do Século, de Gabriel García Márquez. Editora Record. Lançada em julho, esta antologia conta com 50 textos do legendário escritor colombiano, selecionados por Cristóbal Pera. São reportagens publicadas em jornais e revistas entre 1950 e 1984, sobre temas tão variados quanto a morte de uma jovem italiana em Roma ao tráfico de mulheres de Paris para a América Latina, passando por histórias sobre Fidel Castro e João Paulo II.



FOTOS: DIVULGAÇÃO



Morte e Alteridade, de Byung-Chul Han. Editora Vozes. Um dos pensadores mais festejados de nossos dias, o filósofo sul-coreano ganhou fama com seus questionamentos sobre as relações humanas na era digital. Seu livro mais recente reflete sobre a reação à morte para investigar sua ligação com os conceitos de poder, identidade e transformação.



Do Mil ao Milhão, de Thiago Nigro. HarperCollins. Com base na própria experiência como investidor e assessor, o criador da plataforma Primo Rico se propõe a ensinar o leitor a atingir sua independência financeira. Baseia-se em três pilares: gastar bem, investir melhor e ganhar mais.

Canções de Atormentar, de Angélica Freitas. Cia. das Letras. Brilhante, sarcástica e sensível, não é um espanto que a autora tenha se consolidado como uma das principais vozes da poesia nacional. Seu terceiro livro, aguardado ansiosamente, traz memórias da infância no Sul (ela é gaúcha de Pelotas), além de discutir temas atuais como machismo e injustiça e tentar compreender o Brasil de hoje.



Breve História da Arte, de Susie Hodge. GG BR. Com linguagem acessível, a autora mergulha em 50 obras fundamentais e as relaciona com os movimentos artísticos, temas e técnicas mais importantes. É uma ótima maneira para conhecer (e entender) o mundo da arte, bem como suas relações com momentos marcantes da humanidade.





Felicidade Crônica, de Martha Medeiros. Editora L&PM. O nome já diz com precisão do que trata essa celebração dos 20 anos de cronista da autora. Aqui, ela reúne alguns de seus melhores textos sobre temas sem os quais não seria possível ter uma vida feliz, como amor-próprio, família e viagens, entre outros.



A Coragem de Ser Imperfeito, de Brené Brown. Editora Sextante. Poucas coisas podem ser tão poderosas quanto assumir nossas limitações, ensina a autora num dos TED Talks mais assistidos de todos os tempos. O conteúdo da palestra, bem como o deste e de outros quatro best-sellers, nasceu de uma extensa pesquisa da autora sobre vulnerabilidade. Para ler e refletir sobre um monte de coisas que você sente vontade de mudar em sua vida.

Humilhado: Como a Era da Internet Mudou o Julgamento Público, de Jon Ronson. Editora BestSeller. O autor passou três anos acompanhando casos de humilhação na Internet. O livro mostra o lado de quem viveu ataques digitais e apresenta teses complexas e interessantes sobre o comportamento humano na época digital.



História do Design, de Renato de Fusco. Editora Perspectiva. O autor fundou, em 1964, a revista *Op. Cit. – Selezione della Critica d'Arte Contemporanea*, voltada à arquitetura, ao design e às artes visuais. O livro trata das relações entre essas disciplinas, partindo da Revolução Industrial, com base nos aspectos mais específicos do design, projeto, produção, venda e consumo.





Sísifo, de Gregorio Duvivier e Vinicius Calderoni. Editora Cobaró. Sucesso de bilheteria nos teatros em 2019, aborda a inutilidade dos esforços humanos. O texto é inspirado no mito grego do homem que foi condenado pelos deuses a carregar diariamente uma pedra até o topo de um morro, de onde ela rola ladeira abaixo, obrigando-o a começar tudo de novo.

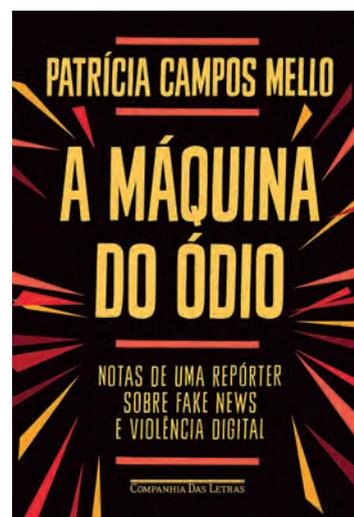


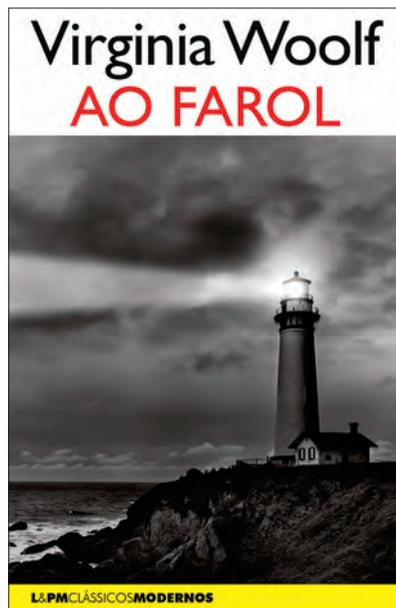
Pai Rico, Pai Pobre, de Robert Kiyosaki e Sharon Lechter. Editora Elsevier. Desde 1997, milhões de pessoas mudaram a maneira de se relacionar com dinheiro graças a esse clássico atemporal. O livro parte do princípio que, com mais inteligência financeira, muitos problemas cotidianos podem ser resolvidos.

Poder sem Limites, de Anthony Robbins. Editora BestSeller. Lançado nos anos 1980, ganhou edições mundo afora e ajudou a consolidar a carreira do autor. É justamente de sucesso – e de como se pode chegar lá – que ele fala nesta obra. São dicas como as que Robbins deu a personalidades como Oprah Winfrey e Bill Clinton, baseadas nos ensinamentos da Programação Neurolinguística (PNL).

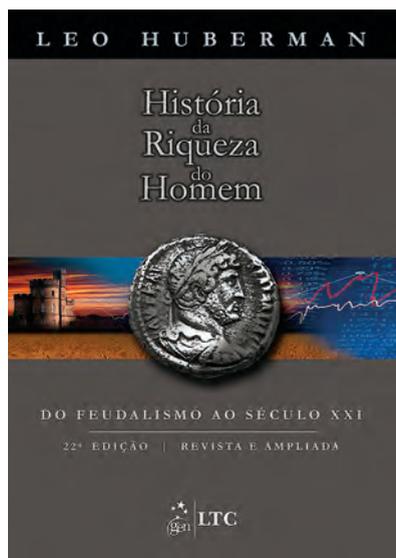


A Máquina do Ódio, de Patrícia Campos Mello. Cia das Letras. A autora, que é jornalista da Folha de S.Paulo, discute sobre o uso das redes sociais para fins de manipulação política e campanhas de desinformação. O ponto de partida do livro é o relato sobre os ataques e ameaças que Campos Mello recebeu após ter publicado reportagens sobre disparo em massa de mensagens de WhatsApp e fake news durante as eleições de 2018.





Ao Farol, de Virginia Woolf. Editora L&PM. Um dos romances mais influentes do século 20, tem uma narrativa construída em dois momentos: antes (1910) e depois (1920) da Primeira Guerra Mundial. A partir de suas memórias de infância, a escritora constrói a história de uma abastada família inglesa passando o verão numa ilha da Escócia.



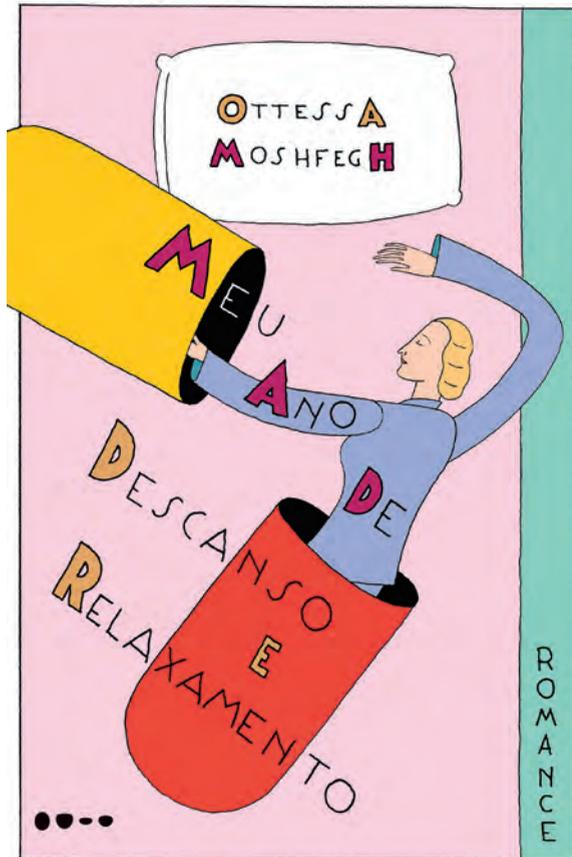
História da Riqueza do Homem, de Leo Huberman. Editora LTC. As lições que tivemos nas aulas de história, da Idade Média à Segunda Guerra Mundial, ganham novo verniz pelas mãos do autor. A proposta é contar, com linguagem leve e fluida, como a trajetória da humanidade e a teoria econômica caminharam juntas.

Minha História, de Michelle Obama. Editora Objetiva. Um dos expoentes da safra de autobiografias espetaculares, a história da ex-primeira-dama americana já vendeu mais de 10 milhões de exemplares. Michelle conta suas memórias, da infância em Chicago à vida na Casa Branca, passando por seus anos como executiva, o casamento e a chegada das filhas.



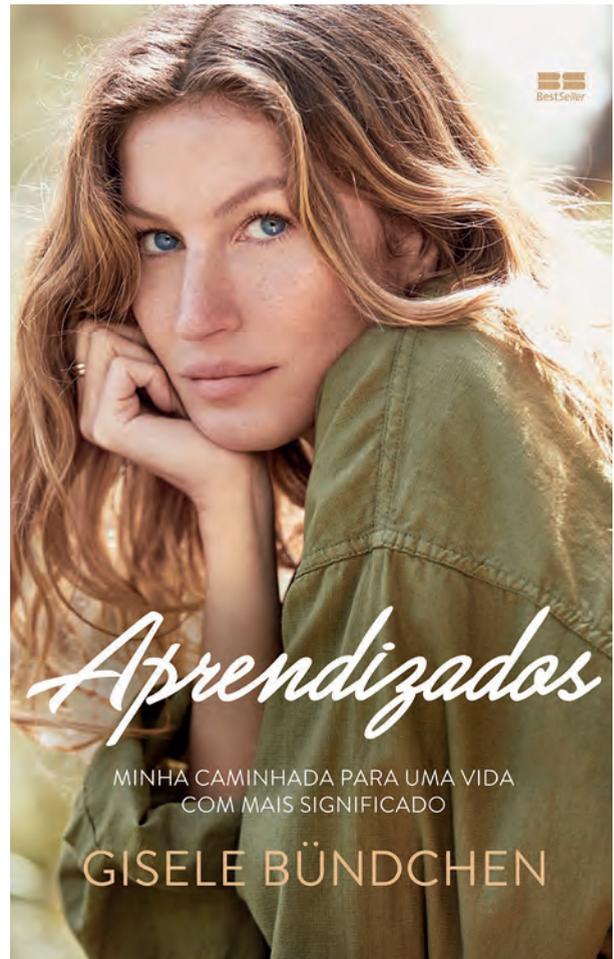
32 – Um Homem para Cada Ano que Passei com Você, de Isabel Dias. Editora da Boa Prosa. Baseado na vivência da autora, que após mais de três décadas de casamento decidiu se vingar das traições do marido dormindo com novos amantes seguindo a lógica proposta pelo título: cada ano de casada sendo feita de boba, um homem.





Meu Ano de Descanso e Relaxamento, de Ottessa Moshfegh. Editora Todavia. Imagine uma pessoa jovem, bela, com um baita emprego, que vive num apartamento enorme e recebe uma herança maior ainda. Essa é a protagonista do segundo romance da autora, que, com humor ácido, reflete sobre alienação, insatisfação, questões existenciais e relações femininas. O título vem da opção da personagem de passar 12 meses dormindo, embalada por uma combinação de remédios prescritos por uma psiquiatra antiética.

Aprendizados – Minha Caminhada para uma Vida com Mais Significado, de Gisele Bündchen. Editora BestSeller. A maior modelo brasileira de todos os tempos conta sua trajetória, curiosidades e as lições que aprendeu em suas décadas na indústria da moda. 





TEM MAIS ON-LINE

Um pouco do conteúdo que espera por você em VERSATILLE.COM



HOTÉIS PARA SE ISOLAR DO MUNDO

Acomodações, vistas e experiências exclusivas, além de distância de outros visitantes, são alguns dos requisitos de uma das tendências turísticas atuais. Confira uma seleção de dez hotéis que oferecem essa possibilidade ao hóspede, caso do **&Beyond Sossusvlei Desert Lodge**, na Namíbia.



10 PERGUNTAS PARA O CEO Guilherme Paulus

fala sobre sua trajetória em entrevista exclusiva para o site da **VERSATILLE**. Um dos grandes nomes do setor de turismo no Brasil e fundador da CVC, ele hoje comanda outros negócios desse mercado, como a construção de condomínios de alto padrão, e é membro do Conselho Nacional do Turismo.



TUDO SOBRE CHANEL

Ícone atemporal, Gabrielle “Coco” Chanel teve uma trajetória de vida sensacional – não à toa, já rendeu livros, foi parar no teatro e no cinema, certo? Agora, virou também um saboroso texto em nosso site, que conta desde a infância humilde da maior estilista de todos os tempos até a consolidação de seu império na moda, passando pelo inesquecível **perfume N. 5**.