

VERSATILLE.COM

# VERSATILLE

VERSATILLE

ANO 21 - Nº 122 - OUTUBRO/NOVEMBRO 2021



EDIÇÃO ESPECIAL DE 21 ANOS

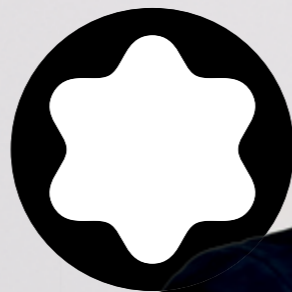
# TECNOLOGIA

122  
2021 - Nº 122 - R\$ 32,90  
9 780088 020871



# WHAT MOVES YOU, MAKES YOU\*

Cillian Murphy com sua StarWalker UltraBlack.  
Convertendo palavras em universos.



**MONTBLANC**

\*Você é o que te move.

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

Rio de Janeiro: Rio Sul 21 2542 6541 | VillageMall 21 3252 2744 | Belo Horizonte: BHShopping 31 3505 5155  
Cuiabá: Espaço La Provence 65 3025-8887 | Curitiba: Patio Batel 41 3088 1147  
[www.montblanc.com.br](http://www.montblanc.com.br)



UX 250h

SINTA A TECNOLOGIA.  
SINTA O ACABAMENTO.  
SINTA O DESIGN.

SINTA-SE LEXUS



SISTEMA HÍBRIDO



ACABAMENTO ARTESANAL



DESIGN EXCLUSIVO

AGENDE SEU  
TEST DRIVE



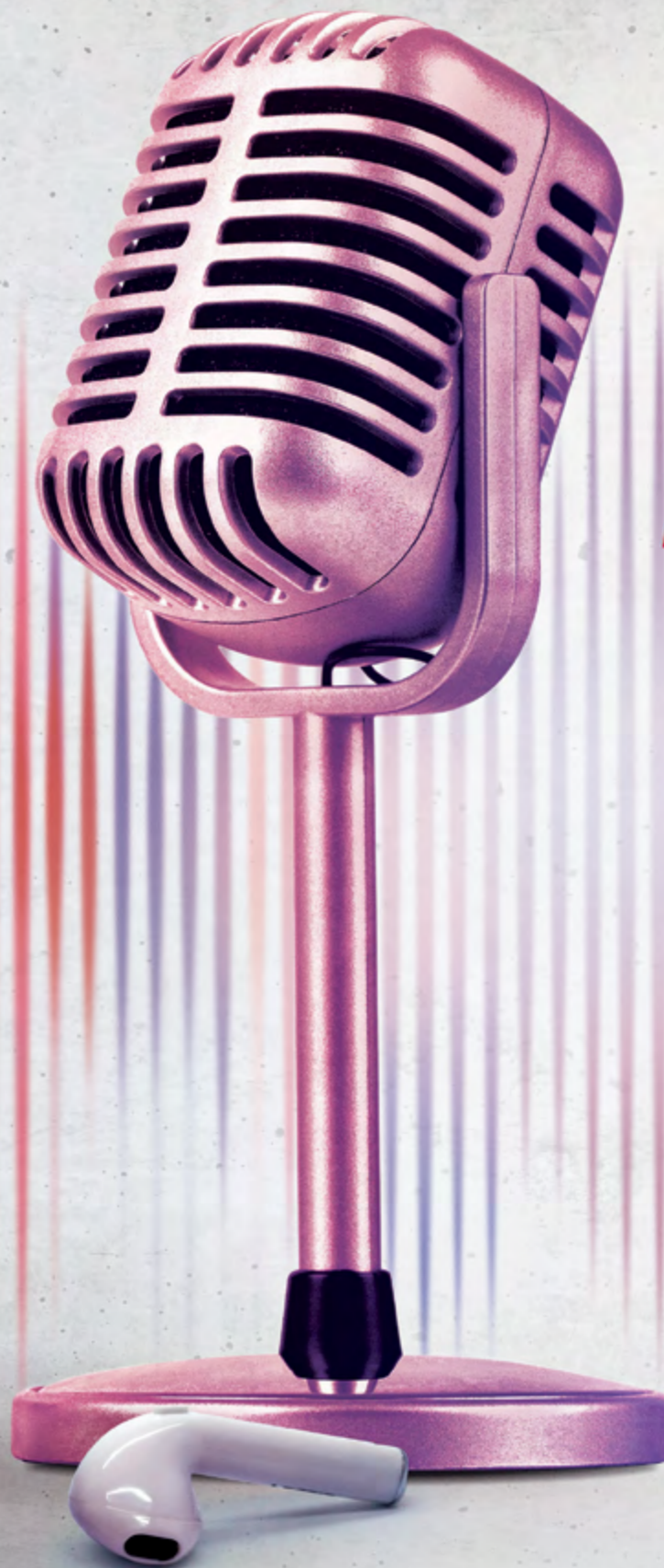
No trânsito, sua responsabilidade salva vidas.



Leo Burnett TM

++  
Economia  
não é tão difícil  
quanto parece.

Podcast Insights traz informações  
para descomplicar o mercado financeiro.



Podcast  
Insights  
Bradesco

Ouçá agora:



bradesco

LAND ROVER DEFENDER  
SEMPRE PREPARADO  
PARA A AÇÃO

SEM  
TEMPO  
PARA  
MORRER<sup>007</sup>



SOMENTE NOS CINEMAS



No set do filme *Sem Tempo Para Morrer*, o Novo Defender estava em seu habitat natural. Incomparável e sem limites, o SUV foi projetado para lidar com qualquer adversidade que apareça em seu caminho.

Veja-o em ação em *Sem Tempo Para Morrer*. Somente nos cinemas.

[landrover.com.br](http://landrover.com.br)



No trânsito sua responsabilidade salva vidas.

O veículo mostrado foi modificado para fins de segurança e conduzido por um dublê profissional.

© 2021 Danjaq, LLC and Metro-Goldwyn-Mayer Studios Inc. NO TIME TO DIE, <sup>007</sup> and related James Bond Indicia © 1962-2021 Danjaq, LLC and Metro-Goldwyn-Mayer Studios Inc. NO TIME TO DIE, <sup>007</sup> and related James Bond Trademarks are trademarks of Danjaq, LLC. All Rights Reserved.

# 21 ANOS DE VERSATILLE!



© MARCIO SCAVONE

@rogeriosfoggia

Outubro sempre tem um significado especial, pois celebramos o nosso aniversário. Neste ano, a *Versatille* completa 21 anos, data bastante relevante para comemorarmos! Afinal, não é todo dia que se completam mais de duas décadas de empreendedorismo, principalmente tratando-se de um setor tão desafiador e cheio de adversidades.

O resumo do que nos trouxe até aqui foi a competência de sistematicamente se reinventar e acompanhar, assim como antever os movimentos de mercado e as mudanças comportamentais. A *Versatille* vem mostrando a cada nova edição sua predisposição em seguir surpreendendo seus leitores, com um conteúdo cada vez mais descolado e atual, trazendo o melhor do universo de lifestyle. Um bom exemplo disso é a edição que está em suas mãos, que traz na capa uma obra de arte digital da artista Rejane Cantoni, comercializada em NFT – afinal, a tecnologia está presente em todas as áreas de nossa vida, e também é tema do especial da edição, com desdobramentos nos setores de beleza, moda, cultura e turismo.

Logo nos primeiros cadernos, um editorial com quatro convidadas, que posaram com joias da Tiffany & Co. Na sequência, “acelere” até a seção Motor, que traz o Land Rover Defender V8 Bond Edition. Na matéria de

turismo, após um período focado nas viagens nacionais, as novidades dos destinos internacionais que reabriram as fronteiras para os brasileiros recentemente – bem a tempo das festas de fim de ano.

Falando em retomada, pouco a pouco estamos voltando a promover eventos. Recentemente realizamos o Copa no Copa, que foi um grande sucesso, e também temos um amplo calendário de projetos pela frente. Estou bastante motivado com o futuro que nos espera e com os planos para 2022.

Parabéns, *Versatille*, parabéns a toda a sua equipe e às pessoas que fazem e fizeram parte desta trajetória!

*It's time to celebrate!!* 🍷

**Rogério G. Sfoggia**  
Publisher



■ CAPA: FLORAS  
■ ARTISTA: REJANE CANTONI



## A DIFERENÇA GULFSTREAM

Sua missão é nossa inspiração. Todo investimento que fazemos - em tecnologia avançada, fabricação de precisão e suporte ao cliente em nível mundial - é um investimento em você.



A General Dynamics Company

# VERSATILLE

## REVISTA VERSATILLE

versatille.com

redacao@versatille.com

Rua Cláudio Soares, 72 – Pinheiros

CEP: 05422-030, conjunto 505

Tel.: +55 (11) 3071-1428

### Rogério G. Sfoggia | Publisher

rogerio@versatille.com

### Lucia Louro | Diretora de Relações Institucionais

lulouro@versatille.com

### Giulianna Iodice | Editora-Chefe

giulianna@versatille.com

### Marcella Fonseca | Diretora de Arte

marcella@versatille.com

### Raquel R. Sfoggia | Relacionamento & Experiência

raquel@versatille.com

### Matheus Goto | Repórter

matheus@versatille.com

### Laís Campos | Assistente de Redação

lais@versatille.com

### Everaldo Guimarães | Tratamento de Imagem

Fabiana Pino | Revisora

### COLABORARAM NESTA EDIÇÃO

Ale Gustavo, Bruna Prado, Caíque Paulo, Fernanda Meneguetti,

Gabriela Amorim, Gabriel Bertoncel, Juliana A. Saad,

Miriam Spritzer, Pablo Félix, Raphael Calles,

Robson Baptista, Rodrigo Eli e Sergio Quintanilha

### COLUNISTAS

Cristiane Coelho, Nelson Spritzer, Pedro

Albuquerque, Philippe de Nicolay Rothschild,

Waleska Farias e Wanderley Nunes

### CONSELHO EDITORIAL

Carlos Ferreirinha e Rogério G. Sfoggia

### ADMINISTRATIVO/FINANCEIRO

Keli Cintra | 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



A revista VERSATILLE pertence à Versatille Editora e Revistas Ltda. Apenas as pessoas que constam no expediente têm autorização para representar a revista dentro de suas respectivas áreas. Os conceitos emitidos em artigos assinados são de responsabilidade de seus autores.

FRANCE  1743  
**MOËT & CHANDON**  
CHAMPAGNE



Enjoy responsibly - www.moët.com



- 44** drops  
Seleção de produtos de luxo para querer agora
- 48** capa  
O que o futuro nos reserva?
- 50** artista da capa  
A genialidade de Rejane Cantoni
- 54** tendência  
A estética avant basic
- 58** literatura  
*A Extinção das Abelhas*, de Natalia Borges Polezzo
- 60** cinema  
Entrevista exclusiva com Matt Smith
- 64** teatro  
A trajetória do grupo Os Contadores de Estórias
- 66** arquitetura  
Por dentro do novo Masp

- 70** editorial  
Quatro mulheres posam com joias da Tiffany & Co.
- 82** gadgets  
Dispositivos para a prática de esportes
- 84** relógios  
A chegada da Franck Muller ao país
- 86** finanças  
O IPO do TC
- 88** motor  
O novo Defender V8 Bond Edition
- 94** negócios  
VP da Calvin Klein responde a sete perguntas
- 96** giro  
Curadoria de novidades no universo do turismo
- 98** turismo  
As novidades de quatro destinos internacionais

FOTOS: GABRIEL BERTONCEL / DIVULGAÇÃO

- 104** hotel  
Uma década de Fasano Boa Vista
- 108** estrelados  
Por trás dos pratos: Cipriani
- 114** gastronomia  
O cardiologista-foodie Sergio Timerman
- 120** confeitaria  
Mademoiselle Colette, um pedaço de Paris na Califórnia
- 122** especial tecnologia  
Avanços tecnológicos moldam os rumos da sociedade
- 138** aviação  
Jatos superpoderosos
- 144** evento  
Os melhores momentos do Copa no Copa
- 150** joias  
Peças inspiradas nas riquezas marítimas

- 154** ícones  
As experiências de vida traduzidas em objetos
- 158** coleção  
Instituto Inhotim

**colunas**

- 34** carpe diem  
Nelson Spritzer
- 36** finanças  
Pedro Albuquerque
- 38** saúde & bem-estar  
Cristiane Coelho
- 40** liderança, carreira e imagem  
Waleska Farias
- 42** gastronomia  
Wanderley Nunes



**ROGERIO SFOGGIA**

Publisher

Entrepreneur, advogado, gestor, investidor e apaixonado por desafios. Em 2007, diversificou seu portfólio e comprou a *Versatille*, tornando-a uma plataforma sólida de lifestyle. Recentemente, transformou sua afinidade por gastronomia em negócios e entrou na sociedade do restaurante Ummi.



**RAQUEL RADISKE**  
Relacionamento & experiência

Raquel é uma correria só, sempre empenhada em muitos projetos simultâneos. Amante da inovação, gosta de buscar novas formas e formatos para atender e surpreender aqueles que acompanham a *Versatille*. É fascinada pelos avanços da tecnologia. Como uma boa pisciana, é bastante sonhadora e busca um mundo melhor para todos.



**GIULIANNA IODICE**

Editora-chefe

Atenção e cuidado definem o trabalho de Giulianna. Desde as palavras pensadas acuradamente em seus textos até a forma pela qual motiva sua equipe, a preocupação com o outro está sempre presente. Ela impressiona não só com a escrita mas também por meio da forma de se posicionar, se colocar no lugar de todos a sua volta e sempre deixar claro o propósito que move seu trabalho. Seja um leitor, seja um colega de equipe e amigo, é difícil não ser impactado por ela.

IMAGENS: ARQUIVO PESSOAL

WWW.VICTORHUGO.COM.BR + 0800 026 9869



AAT / DA

EVE MORAES



VICTOR HUGO

**MATTHEUS GOTO**

Repórter

Mais do que a formação em jornalismo, Mattheus é um repórter nato, com tino para boas histórias, com uma calma característica que só os que o conhecem entendem. Suas paixões por música, literatura, cinema e arquitetura ficam nítidas ao ler seus textos, sempre cuidadosos e claros. Em sua trajetória acadêmica, venceu o 11º Prêmio Jovem Jornalista Fernando Pacheco Jordão e cobriu, em 2017, a Conferência da ONU sobre Mudanças Climáticas.



**LAÍS CAMPOS**

Assistente de redação

Ser antenada é um pré-requisito para profissionais de jornalismo – e a Laís sempre está por dentro de tudo. Fascinada pelo universo da moda, ela consegue, de forma global, identificar os movimentos de mercado, analisar os reflexos históricos da moda na sociedade atual e, simultaneamente, acompanhar as tendências que despontam. Apesar de ainda estar na faculdade, ela já sabe o quer: tornar a moda mais reconhecida e acessível.



**MARCELLA FONSECA**

Diretora de arte

Marcella tem o poder de deixar tudo mais belo, graças a seu senso estético aguçado. A formação em editoração é proveniente de uma paixão de adolescência, e desde o primeiro dia em que pisou em uma redação soube que não sairia mais. Interessada por cultura e literatura, frequentemente sugere pautas e, algumas vezes, se arrisca na escrita. Extremamente curiosa, sei que seu sonho é fazer as malas e se aventurar no mundão.

Bossa Nova | Sotheby's  
INTERNATIONAL REALTY

**Conexão direta com os melhores imóveis de alto padrão.**

Expertise local com alcance global.

Nothing compares.  
[BNSIR.COM.BR](https://www.bnsir.com.br)

SÃO PAULO | RIO DE JANEIRO | CAMPO | PRAIA | INTERNACIONAL  
SP: 11 3061 0000 RJ: 21 3500 0370

ITAIM, SÃO PAULO

#BOSSANOVASIR

**FERNANDA MENEGUETTI**

Jornalista e historiadora faminta, Fernanda Meneguetti acumula em seu portfólio de vida de restaurantes premiados a simplões e escondidos, um sem-fim de receitas e entrevistas nem sempre publicáveis no currículo. Impossível de acompanhar, Fê chega antes de todos no próximo point ou tendência gastronômica do momento.



**MIRIAM SPRITZER**

Extremamente rápida e antenada, Miriam traz pautas interessantes e conectadas com o mundo. Moradora de Nova York há uma década, recentemente se tornou membro da Hollywood Foreign Press Association



**GABRIEL BERTONCEL**

Gabriel Bertonce é fotógrafo de moda e publicidade. Há mais de dez anos no mercado, destaca-se por sua intuição e seu olhar apurado. Filho de pais artistas, suas referências estão nas mais distintas formas de arte, desde cinema e música até pinturas e esculturas.



IMAGENS: ARQUIVO PESSOAL

COMUNICATIVA



**NOVO ATIVO – PHENOM 300**

**PARA TRAZER O MELHOR AOS CLIENTES, A PRIME YOU ESTÁ SEMPRE EM MOVIMENTO. OU MELHOR: SEMPRE VOANDO.**

Um novo Phenom 300 já faz parte da nossa frota. Confira as características desse jato executivo mais vendido no mundo na sua categoria:

- Alta performance
- Baixo custo operacional
- Alcance que cobre praticamente todo o Brasil
- Possibilidade de pouso em pistas curtas
- Capacidade para 8 passageiros
- Amplo bagageiro

**PRIME AVIATION** | PHENOM 300  
2 COTAS DISPONÍVEIS

| COTA DISPONÍVEL

| COTA DISPONÍVEL

| COTA VENDIDA

**US\$ 2.055.814\*** Valor equivalente a uma cota (1/3)



**PRIMEYOU**  
The first, like you

SIGA-NOS  
/PRIMEYOU

11 4195 8307 • 11 4195 8308 • PRIMEYOU.COM.BR

(\*) Além do valor da cota há custos de manutenção do programa que serão aplicados conforme contrato.

**ALE GUSTAVO**

Designer e fotógrafo, Ale Gustavo desenvolveu numerosos projetos para a indústria da música e o mercado editorial, e foi justamente em busca de imagens que dialogassem com suas criações que se aproximou da fotografia. Na última década, desenvolveu um estilo próprio de fotografar, através da soma de seu olhar objetivo e rigor técnico. Ele é o autor dos cliques do editorial de moda com a Calvin Klein.



**RAPHAEL CALLES**

Quando o assunto é relógios, Calles domina a cena. Habitué das mais importantes feiras de relojoaria, como Baselworld, SIHH e Siar, ele traz as novidades em tempo recorde e identifica tendências sem pestanejar, caso da seção que assina na edição.



**Juliana A. Saad**

Jornalista especializada em travel, lifestyle, luxo, arte e cultura. Escreve, fotografa e desenvolve conteúdo exclusivo para as melhores publicações e empresas do Brasil e do exterior.



**SERGIO QUINTANILHA**

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



a nova fragrância masculina

**paco rabanne**



RIMOWA

NO ONE BUILDS A LEGACY  
BY STANDING STILL



American Express é uma marca registrada da American Express.

# Aceita um tênis novo?

Da loja de calçados ao pet shop, pode usar Amex.  
Mais aceito do que você imagina.



Aceita um Amex?  
Peça já o seu.

NÃO viva a vida SEM O SEU™

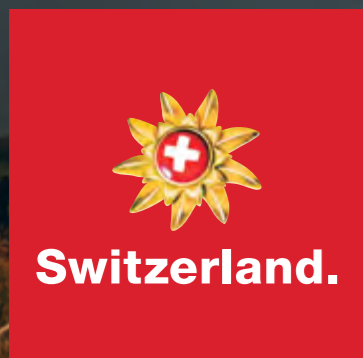


[amex.com.br](https://www.amex.com.br) | Siga o Insta: @amexbr


# I need the perfect shot.



# I need Switzerland.



Discover Roger Federer's choice: [MySwitzerland.com](https://www.myswitzerland.com)



UMA NOVA  
ERA DE LUXO  
SEVEN SEAS GRANDEUR™

*Um Legado de Perfeição*

*Regent Seven Seas Cruises*® apresenta nosso sexto navio, o *Seven Seas Grandeur*™, em 2023. Construído sobre um legado de perfeição, este navio apenas de suítes com varanda para 750 hóspedes aprimora a própria arte do luxo.

Descubra o prazer de apreciar o oceano com espaço incomparável no mar, restaurantes primorosos e a satisfação de navegar com todos os luxos incluídos.

RESERVAS ABERTAS  
PEÇA SUA BROCHURA HOJE

[RSSC.COM/SEVEN-SEAS-GRANDEUR](https://rssc.com/seven-seas-grandeur)  
OU CONTATE SEU AGENTE DE VIAGEM

*Regent*  
SEVEN SEAS CRUISES®







**MONT  
BLANC**



*Signature*  
THE NEW FEMININE  
FRAGRANCE



9<sup>AM</sup> AT THE CAFÉ DE FLORE  
DIANE DUCRET, WRITER.



# TECNOLOGIA VERSUS APAGÕES

**H**il! Faltou luz... Ficamos sem celular e Internet, sem poder acessar as redes sociais. Não podemos saber como nossos amigos estão. Pelo menos ainda é dia...

Teríamos a luz solar. O velho amigo que já foi até tido como deus e depois foi rebaixado para uma mera estrela de quinta grandeza. Pois ele seguiria sendo um aliado confiável em horas tristes como esta. Puxa, tudo, menos ficar sem energia elétrica. Logo vai escurecer, vem a noite, e aí, como é que fica? Devem resolver logo...

A noite vem e o blecaute continua. Agora, sem luz, no escuro, à luz de velas e lanternas, sem Internet, computador, TV a cabo, telefonia, só nos resta o rádio a pilhas, outro bom aliado – se a emissora estiver no ar. Puxa, voltaríamos à Idade da Pedra! As crianças estariam enlouquecidas porque não poderiam jogar seus games. Os adultos estariam totalmente deprimidos e nem remédios poderiam comprar. Se a coisa seguir desse jeito por muito mais tempo, o que será de nós...

Nunca tinha pensado que algo tão trivial, a energia elétrica, pudesse ser tão central em nossa vida. Pois pode, sim, e pior, se o blecaute continuar, como é que vamos pagar as contas? Como é que vamos fazer home banking? Como é que vamos trabalhar? Ganhar dinheiro? Aliás, dinheiro para

quê? Provavelmente todos os sistemas de reposição de estoques em supermercados são informatizados, sem luz não funcionariam nem aceitaríamos cartões de crédito... e as criptomoedas... Seria o caos!

Só nos restaria fazer o que os antigos faziam. Dormir logo após o Sol se pôr e acordar bem cedinho, ao nascer do Sol. Usar apenas alimentos frescos e naturais, já que as geladeiras não teriam serventia. Caminhar, andar, mover-se, já que as bombas de combustíveis dependem de energia elétrica. Nem precisaríamos dos carros, pois os semáforos estariam desligados e trafegar seria muito arriscado. Procuraríamos fazer algo útil e próximo de onde vivemos. Procuraríamos conhecer melhor nossos vizinhos e nos organizar com eles para conseguirmos melhores condições de vida para todos. Eventualmente, até faríamos hortas coletivas e teríamos festas de rua, tanto de dia quanto à noite, ao redor de fogueiras. Nos aproximariamos uns dos outros. Os mais velhos reaprenderiam a contar histórias aos mais jovens. Os mais jovens teriam mais tempo e interesse nas histórias dos velhos.

Daríamos graças às coisas mais simples. Evitaríamos prédios, casas tornariam a ter muita procura. Morar no interior seria um luxo. Tudo isso, é claro, só até a energia elétrica voltar, e aí, voltaríamos ao que era antes... ☹

# 100

Pontos  
James Suckling



## Conheça o vinho perfeito

### Don Melchor 2018

*Para entender por que Don Melchor recebeu a pontuação perfeita, basta sentir seu aroma único, que equilibra flores, groselha negra, framboesa e pêssego, ou observar como seu corpo é amplo e refinado ao mesmo tempo. Ao apreciar, você sentirá taninos delicados, a beleza do terroir de Puente Alto e um final prolongado, que explica por que ele é um dos melhores Cabernet Sauvignon do mundo.*

**BEBA COM MODERAÇÃO**



VIÑA DON MELCHOR



## A SAÚDE E O VIGOR DOS 21 ANOS

**C**elebrar é sempre um motivo para criar memórias afetivas de histórias importantes, ainda mais atingir 21 anos em pleno século 21, com todo o vigor para o desenvolvimento de novos projetos com propósitos alinhados ao mundo em que vivemos. Refletir sobre a juventude dos 21 anos é compreender que é possível mantê-la em outras fases da vida, assim como a disposição, e, para isso, é necessária disciplina nos cuidados diários com a saúde e a alimentação e no estilo de vida.

Algumas receitas tradicionais são utilizadas com sucesso na alimentação, com uma pitada de modernidade; por exemplo, a inserção de suplementos (orientada por profissionais) pode ser um grande aliado para colaborar com desgastes internos e permitir melhor funcionamento do corpo. O avanço de técnicas e procedimentos auxiliam tanto na condição da manutenção ou emagrecimento, e o estímulo para renovação celular, a melhora no bem-estar. Atualmente, há aqueles que possuem uma rotina de alimentação equilibrada sem restrições e vários

subgrupos que excluem determinados alimentos, seja por motivos de intolerância, seja por alergias, e cada caso deve ser avaliado individualmente.

A manutenção da vitalidade ao longo da vida é conquistada dia após dia, com consciência das escolhas em função de medidas preventivas, como a busca por alimentos com menos aditivos e com listas de ingredientes reduzidas, para então ter um avanço na saúde e nutrição do corpo e da mente. É importante equilibrar o trabalho e o descanso e priorizar a importância do sono, pois precisamos restaurar nossas células nesse período para um novo dia.

Não podemos deixar de falar da necessidade do movimento do corpo, pois a prática de atividades físicas preserva e/ou aumenta a massa magra, o que corrobora a saúde e o corpo em forma.

Não existe fórmula única para se manter saudável, mas a palavra-chave é a constância nas escolhas inteligentes diariamente, para então depositar nutrientes que fortalecem o corpo e a alma e, assim, comemorar a saúde e bem-estar, em todas as suas fases. ♡

DR.ª JULIANA NAPIMOGA  
Mestra e Doutora em Fisiologia Oral

# PÓS

TRANSFORMADOR

O Mundo Pós precisa de mais especialistas, doutores e mestres.

São diversas possibilidades e unidades para você transformar sua carreira. Pós é na Mandic.

Escolha o seu curso.

[slmandic.edu.br/cursos](http://slmandic.edu.br/cursos)

(19) 99228-8781

0800 941 7 941





# O FUTURO É TECH, MAS SOBRETUDO TOUCH

**C**aminhamos para um mundo cada vez mais tecnológico. É difícil olhar para o futuro e não enxergar nele a marca digital. A tecnologia, como uma onda que avança rapidamente, ganha mais espaço e se insere em todos os segmentos, influenciando o estilo de vida e o trabalho das pessoas, assim como transformando o panorama do mundo.

Com o empurrão da pandemia, novas tecnologias prontamente surgiram, beneficiando vários setores com melhorias significativas, nos sistemas de ensino a distância, trabalho remoto, teleconsulta, entretenimento virtual, compras on-line e entrega robótica. Também geraram valor ao inovar modelos de negócios com grande vantagem em custo, seleção, rapidez, nível de serviço e benefícios funcionais, como a economia de tempo e a facilitação da vida.

Mas, ao mesmo tempo em que o avanço tecnológico promove transformações em vários âmbitos e estabelece um marco na história, apresenta também desafios que o "tech" sem o "touch" não soluciona. Embora muitos acreditem que seja tendência a tecnologia se sobrepor à humanidade, isso não faz sentido; afinal, foi o homem quem criou a máquina para automatizar os processos e facilitar a vida. Portanto, a tecnologia é aliada. É um trabalho mútuo, no qual máquinas e pessoas se complementam.

Parte do que era divulgado como prognóstico sobre o futuro do trabalho mostrava as "tech trends" liderando o palco e os humanos pouco a pouco sendo substituídos por robôs.

É certo que algumas profissões, por um processo de evolução natural, irão deixar de existir. Mas a robotização não vai substituir o trabalho humano, pois sistemas tecnológicos requerem processos relacionais. A função dos robôs não é tomar o lugar da mão de obra humana, mas automatizar os processos repetitivos que não são atrativos às pessoas. Na contramão do prognóstico, os efeitos colaterais gerados pela pandemia nos fizeram repensar a busca de um sentido para o novo contexto social e ressaltaram a necessidade de reforçar os laços humanos nas relações. Ao mesmo tempo em que as experiências digitais reinventam os negócios, também abrem espaço para que as competências exclusivamente humanas permaneçam relevantes no novo formato de trabalho.

A tecnologia, embora seja fundamental para a automatização de processos e esteja intrinsecamente conectada ao propósito evolutivo do mundo, não atende a nossas necessidades emocionais, não responde a nossos tempos internos, tampouco nos questiona sobre o que é certo e não o que é mais fácil em nossas decisões. Isso é cuidado. E cuidar é território do humano. Ajudar a elevar a moral, a seguir em frente, a ir além. Seja por senso ético, seja por bondade ou humanidade. No que tange ao porvir, tudo o que as máquinas puderem fazer certamente será feito, mas caberá aos humanos o que elas não são capazes de fazer. Como o futuro não tem precedente, cabe a cada um de nós ajudar a construí-lo com a convicção de que quanto mais tech as ferramentas, mais touch devem ser as relações. Essa é a medida. Fazemos a nossa parte! 🙏

# Mountain House

"ÚNICA E EXCLUSIVA"

Sua casa de férias na encantadora Gramado - Serra Gaúcha, com os serviços exclusivos do Castelo Saint Andrews.



## "Com vista incrível para o Vale do Quilombo"

Seguindo nova tendência mundial, oferecemos uma casa para suas férias com disponibilidade de 8, 15 ou mais dias, com tecnologia, conforto, sofisticação e serviços de hotelaria do Castelo Saint Andrews como: mordomo, concierge, serviços de lavanderia, refeições preparadas pelo premiado Chef e toda infraestrutura do Castelo como spa, piscina aquecida, fitness center, restaurante Primrose e adega gourmet. Tudo o que você necessita para ter as férias dos sonhos.

### O que fazer na Serra Gaúcha?

A Serra Gaúcha é um dos destinos mais desejados pelos turistas de todo o Brasil. Seja pelo clima ameno, pela natureza exuberante, pela arquitetura típica ou pelas opções gastronômicas, a Serra é a melhor opção para quem quer se sentir na Europa. Na serra, a região de predominância alemã e italiana, como Gramado, Canela, Nova Petrópolis, Caxias do Sul, Bento Gonçalves e Garibaldi, ligadas pela RS 235, considerada uma das estradas mais belas do país, é também chamada de "Região das Hortênsias", e é na Primavera e Verão, época da florada, que o espetáculo é todo delas!

Gramado, a cidade turística mais encantadora do Brasil, possui diversas opções de passeios e compras, excelente gastronomia e abrigo de surpresas encantadoras para toda família, como o Mini Mundo, Lago Negro, Rua Coberta, Le Jardim Parque de Lavanda, Snowland e muito mais. No próximo dia 28 de outubro o Natal Luz "a maior festa natalina do Brasil e entre as principais de todo o mundo" deixa toda cidade decorada e colorida, encantando a todos e transbordando felicidade.

Canela é conhecida pelos atrativos naturais, como a Cascata do Caracol, um dos cartões-postais do Rio Grande do Sul, no Parque Skyglass, é possível contemplar o cênico Vale da Ferradura, através da plataforma estaiada de vidro a 360 metros de altura, já na praça principal da cidade, a Catedral de Pedra com torre de 65 metros de altura e carrilhão com 12 sinos, encanta com a beleza em estilo gótico inglês. Em 22 de outubro, tem início o Especial Sonho de Natal que emociona e resgata a simbologia desta data.

Nova Petrópolis cultiva os costumes dos imigrantes alemães, é conhecida como o Jardim da Serra Gaúcha, pois preserva suas ruas e praças sempre floridas, na praça central está localizado o famoso labirinto verde, feito com arbustos que diverte e desafia os visitantes, no Parque Esculturas Pedras do Silêncio, a história da imigração alemã é contada através de esculturas: a saga, as profissões, grandes personalidades, a cultura e tradição. A Serra Gaúcha também proporciona experiências incríveis para os amantes dos vinhos, a famosa Rota da Uva e Vinho na região do Vale dos Vinhedos, proporciona aos visitantes conhecer as principais vinícolas do país, como por exemplo, a Casa Valduga e o melhor espumante do mundo, Brut 130 Blanc de Blanc, a vinícola Miolo e seu famoso vinho Lote 43 e a prestigiada vinícola Chandon. Outra maravilhosa vinícola premiada internacionalmente, é a Cave Geisse, localizada em Pinto Bandeira, possui experiências incríveis, como Geisse Terroir Experience, Open Lounge, Wine Trekking and Tasting.

São inúmeros os motivos para convidar toda a família e amigos para conhecer e se encantar com a Serra Gaúcha.

A Mountain House possui programações especiais para o Natal, Réveillon, Férias de Verão e Carnaval. Conheça um novo conceito de hospedagem premium na exuberante Serra Gaúcha. Faça já sua reserva!

(Saiba mais no site)



A Mountain House possui 3 suítes que acomodam com conforto até 7 pessoas. Garagem Privativa, Sala de Refeições, Living, Elevador, Copa/Cozinha completa, Máquina de Café Espresso, Lavabo, Espaço Kids, Espaço home office, Varanda Gourmet com churrasqueira e acesso privativo ao Mirante, Adega Climatizada, Bar, Smart TV com Tv a cabo, Sistema de som Wireless, Internet Wi-Fi.





# DA COZINHA, PARA TODOS

A quarentena mudou o estilo de vida de todos nós. Ao mesmo tempo, reforçou costumes e tendências que já existiam antes. É o caso de sentar-se em um restaurante e compartilhar uma refeição com boas companhias. Dois restaurantes que fazem isso muito bem são o Tanit, nos Jardins, e o Cozinha 212, em Pinheiros. Ambos proporcionam uma experiência ao ar livre ou com boa ventilação – essencial em tempos pandêmicos – e um menu elaborado com o propósito de compartilhar, cada um com suas peculiaridades.

Não é difícil se deparar com filas no número 145 da Oscar Freire. Comandado pelo chef catalão Oscar Bosch, o Tanit virou um fenômeno em São Paulo. É normal encontrar pessoas realizando refeições na calçada, do lado de fora do restaurante, no parklet, local privilegiado para ver o movimento da rua e aproveitar as entradas, sem perceber o passar das horas. Com influência oriental e alma catalã, o cardápio traz pratos da cozinha mediterrânea. Entre os destaques compartilháveis da casa estão o duxelle de cogumelos à la crema, panceta grelhada e espuma de parmesão, camarões grelhados e flambados ao perfume de Manzanilla, alho, dedo-de-moça e salsinha e creme de tomates orgânicos, tomatinhos-cereja marinados ao Jerez, camarões no vapor e sorbet de pepino. Outras opções são tapas, croquetas, arrozes e massas.

Já o Cozinha 212, criado pela dupla Victor Collor de Mello e Stefan Weitbrecht, tem uma atmosfera ainda mais informal. Com mesas do lado de fora e em sua maioria para grupos pequenos de pessoas, o restaurante na Rua dos Pinheiros ficou ainda mais concorrido na pandemia – aliás, vale mencionar o cuidado extremo da equipe com as medidas de prevenção da covid-19. O projeto do ambiente interno, acolhedor e intimista, foi pensado para ser todo integrado, com churrasqueira e bar abertos para o salão, e um segundo andar, íntimo e descolado. Seu menu é sazonal, mas sempre com pratos finalizados na brasa, especialidade dos chefs, incluindo carnes, peixes

e frutos do mar. Há toda uma seleção de pratos “para o meio da mesa”, como pão caseiro na lenha, cruído de peixe do dia, lulinhas com tomate e aioli, tartar de angus com dijon, alcaparras, shiitake e ciboulette com fritas e panceta de porco, pasta de alho e salada de repolho com maçã verde. Servindo também pratos principais deliciosos, as duas cozinhas são infalíveis para uma reunião com amigos que há muito tempo não se viam em função da quarentena. 🍷



COZINHA 212 E SALÃO DO TANIT

FOTOS: DIVULGAÇÃO; LUCAS TERRIBILI

COMUNICATIVA

PRIME  
REAL  
ESTATE  
DUO  
GUARUJÁ

CASA + BARCO



ALGUMAS  
CONQUISTAS SÃO  
TÃO ESPECIAIS QUE  
VALEM POR DUAS.

E TÃO  
INTELIGENTES QUE  
CUSTAM APENAS  
1/4 DO VALOR.

Um modelo de compartilhamento inédito no mundo, que combina uma casa à beira-mar (com píer exclusivo), no Condomínio Marina Guarujá, com um barco de 78 pés.

**E sabe do melhor? A propriedade é dupla, mas pode ser sua por apenas uma fração.**

Sem dúvida, esse é o jeito mais inteligente de ter.

PRIME REAL ESTATE DUO (CASA+BARCO): UMA CONQUISTA EM DOBRO PARA VOCÊ



PRIMEYOU  
The first, like you

SIGA-NOS:  
/PRIMEYOU

11 4195 8307 • 11 4195 8308 • PRIMEYOU.COM.BR



## KRUG GRAND CUVÉE EDIÇÃO 168

A edição 168 do champanhe Grand Cuvée foi produzida a partir de uma colheita de 2012, um ano pouco favorável para o cultivo, devido a uma série de eventos meteorológicos que a região francesa de Champagne atravessou. Geadas, chuva, tempestades e granizo atingiram os vinhedos no inverno e na primavera, seguidos pela estação de amadurecimento mais seca desde 1974, resultando em uma parcela 20% menor de uvas. Para concretizar a criação da edição 168, os vinhos daquele ano, produzidos a partir de safras meticulosamente selecionadas, foram combinados com vinhos reserva de outros dez anos. A atenção cuidadosa dada às videiras e o respeito único da Krug pelo caráter individual de cada safra possibilitaram a amplitude de expressão deste champanhe. Ao todo, os vinhos de reserva do extenso acervo da marca representam 42% da mistura final, trazendo uma variedade e sabor únicos para a bebida. 🍷



## MONTBLANC STAR LEGACY NICOLAS RIEUSSEC CHRONOGRAPH

Em homenagem ao 200º aniversário do cronógrafo de tinta inventado pelo relojoeiro francês Nicolas Rieussec, em 1821, a Montblanc apresenta o novo Montblanc Star Legacy Nicolas Rieussec Chronograph Limited Edition 200. Com dois discos cronográficos rotativos, o relógio dourado tem um mostrador composto de seis partes, proporcionando um efeito tridimensional. Alojado em uma caixa de 44,8 milímetros de aço inoxidável polido e cristal de safira e com uma pulseira de crocodilo marrom, ele terá uma produção de apenas 200 peças. 🕒



## TÁSSIA ELY SANDÁLIA CORALINE

A estilista Tássia Ely é conhecida pelo uso diferenciado do couro. Na coleção de verão 2022, destacam-se as sandálias Coraline, disponíveis em diferentes cores e tamanhos de salto. Na imagem, está o modelo com salto fino de 10 centímetros de altura, base de couro e cordas para amarração. No tornozelo, barbicacho de amarração também feito de couro. A peça faz referência ao mood náutico, e o tom ametista, uma das cores tendência da estação, traz leveza e charme para o look. ♻️



## SALVATORE FERRAGAMO COLEÇÃO LIVE UP TO YOUR DREAMS

A Salvatore Ferragamo acaba de apresentar, no Brasil, sua coleção Limited Edition com o tema Live Up to Your Dreams (viva conforme seus sonhos, em tradução livre) e a colaboração da artista brasileira Renata Egreja e da mexicana Alejandra Garcia y Gutierrez. Elas uniram seu talento à grife italiana para transformar peças de vestuário em verdadeiras obras de arte vestíveis. O uso audacioso das cores, os desenhos festivos e a paixão pela arte, presentes em seus trabalhos, oferecem uma perspectiva única de celebração do futuro, repleta de cor e otimismo. A coleção-cápsula *genderless* apresenta sete peças diferentes: uma bolsa *cross body*, uma bolsa *shoulder*, mochila, carteira, cinto e duas t-shirts. O projeto Limited Edition é exclusivo da América Latina e está em sua terceira edição, sendo a primeira vez que há a participação de uma artista brasileira. ♻️

# COEXISTIR



NOS 21 ANOS DA  
VERSATILLE, O DESAFIO  
DE MANTER-SE RELEVANTE  
É PROPORCIONAL À  
CAPACIDADE DE SEGUIR  
REINVENTANDO-SE

por giulianna iodice

Se existe algo que mudou de maneira acelerada, muito pelo advento da tecnologia, é a forma com que nos comunicamos. O mercado da mídia atravessa um período de mudanças drásticas, das quais eu ouço falar desde que pisei, pela primeira vez, na Faculdade Cásper Líbero, e até antes, quando optei pela graduação em jornalismo, mas a “discussão” acerca do tema data de bem antes. De fato, são tempos novos, e o mutável sempre assusta. Afinal, como continuar transmitindo notícias de forma que atraia o público quando os instrumentos impressos tradicionais (jornal e revista) deixam de ser os únicos a existir e abre-se, de forma irreversível, o espaço para novas formas de compartilhar? Perde-se a unicidade e ganha-se a multiplicidade de meios. Portais, sites, plataformas, redes sociais, aplicativos... Diferentes, porém sustentados por um só alicerce: a tecnologia.

Coexistir pode ser o segredo para manter-se na vanguarda. É justamente isso que a *Versatille* segue fazendo, há mais de duas décadas, recheadas de transformações necessárias. Trabalhar neste mercado é ter a capacidade diária de aprender, adaptar e adotar, de forma rápida, novas estratégias. Manter a revista impressa atraente para os leitores fiéis e para aqueles que começam a consumi-la; trata-se também de, no caso da *Versatille*, trazer, além do conteúdo já esperado, algo novo, um ponto de contato que una o palpável com o impalpável, o on e o off. É propiciar uma experiência. Revisitando o tão simbólico ano de 2021, relembro a capa icônica do *Kobra* (nº 119), publicada em abril, quando implementamos, pela primeira vez no mercado

de mídia brasileiro, a realidade aumentada em uma capa de revista. Uma ação simples: pegar o smartphone, apontar para o QR Code e navegar por dentro da obra do artista – um novo mundo que se abre graças à tecnologia.

Na edição atual, nós nos desafiamos a trazer algo mais disruptivo: a obra de arte que estampa a capa, de autoria da artista Rejane Cantoni, é um pequeno pedaço da obra *Floras*, uma coleção de 50 NFTs (*non-fungible token*). As animações únicas são geradas por processos algorítmicos, que dependem da interação do público, comprador, artista e software para continuar a evoluir e se transformar. Os likes no perfil do Instagram (@nft\_floras) também são interpretados e traduzidos na obra de arte mutável. Trata-se, então, de um trabalho participativo. Para a obra de arte da capa, foram sobrepostos cinco momentos da animação, que resultaram na imagem colorida e estática que a princípio pode gerar até certo estranhamento, mas, de fato, despertará alguma lembrança e até reconhecimento de elementos da natureza. Considere a capa a porta de entrada para um jogo, como convidou Rejane em sua entrevista (*página 50*).

Já eu, para celebrar os 21 anos da *Versatille*, convido você a desvendar algo além do impresso. Teste nossa versão digital, que, pela primeira vez, é interativa, com abundância de conteúdos que vão além da leitura, como vídeos e hiperlinks. Também aproveito para falar sobre o site ([versatille.com](http://versatille.com)) e o Instagram (@versatille), ambos abastecidos diariamente com nossa curadoria atenta de lifestyle. 📍

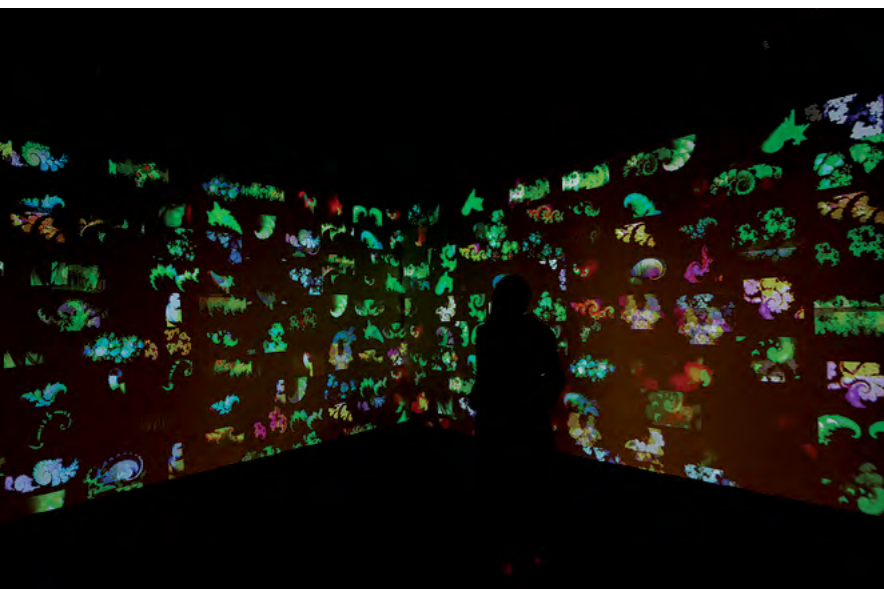


# REVO LUCIO NÁRIA E GENIAL

A TRAJETÓRIA DA ARTISTA REJANE CANTONI, QUE TEM INOVAÇÃO COMO PONTO INICIAL DE SEU TRABALHO

por giulianna iodice

Algumas conversas nos levam a lugares até então desconhecidos, caso da ligação com Rejane Cantoni, artista e pesquisadora de sistemas de informações. Suas obras, expostas mundialmente, discorrem sobre a interação entre homens e máquinas, sob diferentes percepções a respeito do espaço, de forma que o público não apenas é espectador, mas sim um agente ativo, que modifica e constrói a obra. Após trafegar por diferentes meios, sempre ligados à imagem, Rejane chegou recentemente, representada pela Metaverse Agency, ao universo do NFT (*non-fungible token art*), que são criptoativos colecionáveis exclusivos que existem desde 2012 e que explodiram em 2021 (com 55% mais de vendas comparado a 2020).



FLORAS (2021) E MONA-VISA (1997)

Sua extensa carreira inclui mostras ao redor do mundo e sempre um pioneirismo nato, além da sede incansável por estudos e reinvenção: “Eu adoro quando é um projeto de pesquisa que me questiona, isso é o comum, cada passo gera o próximo. Eu não tenho obra, eu tenho processo, ideia em movimento, explica Rejane. Confira a entrevista na íntegra.

**Versatile: Como foi o processo de se descobrir artista?**

**Rejane Cantoni:** Eu estudei jornalismo e notei, no primeiro ano, que pensava por imagens. A história, para mim, vinha como se fosse um objeto, então contar histórias era transformar em algo linear. Eu percebi fazendo um trabalho de conclusão de curso, no qual usei uma câmera superoito. Passei o resto do jornalismo pensando em realizar filmes e estudar cinema. Depois, no mestrado da PUC em semiótica, comecei a estudar o Mondrian, eu estava preparando um seminário. Peguei os livros, fiz imagens, os slides da obra completa do Mondrian e fiquei cronologicamente olhando essas imagens. Percebi que tinha uma construção gramatical, do primeiro quadro ao último, era uma gramática. Quando fui filmar, reparei que as obras do Mondrian eram retas, e eu precisava de um instrumento que fosse reto. Uma amiga tinha um amigo, que comprou um computador 286, e ele estava treinando uma pessoa para operar essa máquina. E aí, durante as horas de treinamento, ele me permitiu ir lá e montar as imagens. Eu fiz

isso de madrugada, e, na hora de exibir, levei o computador para a PUC. Foi incrível pois, na hora que apresentei, eu me lembro das pessoas falarem: “É isso, nós entendemos”. Foi genial, e foi a primeira vez que eu tive uma ideia na minha cabeça e executei em uma máquina, tal qual a ideia da cabeça. Pela primeira vez o filme que rodava na minha cabeça era o que rodava na tela. Isso me jogou para dentro da pesquisa em computação gráfica.

**V: Quais fatos se desencadearam a partir do “mergulho” na computação gráfica?**

**RC:** Eu pensei: “Eu preciso ser MacGyver, eu preciso entender de tecnologia. Saquei que a linguagem do meio impregnava a minha mensagem, o meu conteúdo. Então eu precisava usar outro meio, e o computador me parecia o meio adequado. Na época, então morando na Suíça, entrei em um projeto que simulava um desfile. Isso foi incrível, mas eu percebi que simulação não era o que eu queria, eu não estava lá para simular o mundo físico, eu queria que a Naomi Campbell, a Marilyn Monroe andassem em cima de dois dedos. Eu queria ser artista, criar o meu próprio mundo, e foi aí que eu percebi que, diferente do cinema, ela tem tridimensionalidade. Eu posso entrar na imagem, eu posso manipular essa imagem, e isso me levou para uma pesquisa em computação gráfica e doutorado com o assunto realidade virtual. Mudo então de ferramenta para a realidade virtual, e agora o corpo tem de ser integrado, sou eu agora, agindo no espaço.

**V: Quais são suas obras mais marcantes?**

**RC:** Quando voltei para o Brasil, em 1997, fui convidada para um evento do Itaú Cultural, e eu boleei um quadro interativo, a obra *Mona-Visa*, posicionada fora da exposição. Na verdade, para mim, a

maneira como vemos o quadro *Mona Lisa* já está traduzida na história da arte, pois o Leonardo da Vinci fez o quadro com perspectiva aérea, pela primeira vez, o que significa que o que está atrás está fora de foco, que é como nós vemos. Na minha obra, a *Mona Lisa* é um pôster por cima de um mecanismo robótico, de forma que o quadro sai da parede e acompanha você. No mesmo ano, comecei a desenvolver junto com a Daniela Kutschat o projeto *OP\_ERA*, que foi um sucesso extraordinário. Ele começou a ser imaginado em 1997, e a primeira implementação ocorreu em 2000, 2001. Fizemos um espetáculo no palco do CCBB do Rio de Janeiro. Quando vimos que deu certo, aplicamos para o prêmio Transmídia, ganhamos e aí fizemos uma versão para a caverna de realidade virtual, um projeto da USP.

**V: O que veio na sequência?**

**RC:** Eu e a Dani percebemos que não podíamos contar com os laboratórios, eles precisavam ser ambulantes. As pessoas não têm de ir para a obra, ela tem de estar onde as pessoas estão. O *OP\_ERA* teve inúmeras apresentações, viajou o mundo inteiro, principalmente a versão Sonic Dimension, que foi comprada pelo museu alemão ZKM, o principal na área de arte e tecnologia do mundo, e uma versão igual foi comprada pelo Itaú Cultural. A obra foi realizada com dinheiro de prêmio. Foi aí que eu conheci o Leo Crescenti, e a gente começou a namorar, acabamos vivendo juntos, e ele era um cara que era fotógrafo e diretor de fotografia, ele viajou comigo para o México, e, nessa história, ele começou a se animar. Nosso primeiro projeto foi concebido em 2005, implementado em 2007, a obra *Infinito ao Cubo*. Eu tive de romper algo para fazer uma coisa nova com o Le-



FOTOS: CAROL QUINTALINHA; DIVULGAÇÃO

onardo. Eu não estava mudando de parceiro, estava mudando de pesquisa. Na época eu estava fazendo um pós-doutorado, a ideia do cinema do futuro, e foi muito simples imaginar o nosso elo, que era o cinema. *O Infinito ao Cubo* nasceu da especulação de um novo formato de tela para o cinema. A gente sabia que, para contar novas histórias, era necessário ter novos meios.

**V: Como foi o começo do NFT?**

**RC:** Eu fui convidada para fazer um trabalho para um shopping center, o CJ Shops. A Fernanda Vidigal, a curadora, tinha uma proposta, que era natureza e tecnologia. Fato paralelo: dois anos atrás, uma amiga minha, a Kendall Orson, me ligou querendo saber o que eu pensava de NFT, ela trabalhava em uma galeria em Milão, e estava saindo desse trabalho e criando um espaço que funcionava longe do espaço mercantilista. O que eu vi, naquele momento, era um projeto de arte, de imagens que pareciam muito com o começo da computação gráfica, coisas que eu já tinha visto, não parecia muito inovador. Quando comecei a pesquisar, entendi o que o NFT representa. O seu alicerce é uma nova tecnologia, de troca, que é o Blockchain. Quando comecei a estudar, fiquei absolutamente chocado com as possibilidades, achei sensacional e acessível a todos.

**V: Fale mais sobre a instalação Floras, que tem uma parte estampada na capa.**

**RC:** Quando pensei na instalação *Floras*, ela contém objetos, que são NFTs. Eles podem ser comercializados, como se eu tivesse uma vitrine no shopping center, e cada um que comprar um vídeo passa a ser meu parceiro. Quando você compra um NFT, eu sou obrigada a gerar um novo, que será feito a partir da escolha das pessoas. A obra, no futuro, passa a ser construída pelas pessoas e pelo sistema computacional. Hoje, aqueles vídeos foram criados gerando feedback e loop de vídeo. Eu já faço isso há muito tempo. Começo o projeto com uma tecnologia analógica, e, conforme as pessoas vão tomando parte nisso, ele vai se construindo sozinho. É uma instalação evolutiva, pode ter vários formatos. São 50 vídeos multiplicados por 4, ou seja, 200, que interpretam a sua posição no espaço e se deslocam conforme a diferença. Eles fazem uma fusão, geram um novo, e repensam a sua posição o tempo inteiro, um cinema acontecendo. Eu adoro quando é um projeto de pesquisa que me questiona, isso é o comum, cada passo gera o próximo. Eu não tenho obra, eu tenho processo, ideia em movimento. No próximo 1 de dezembro, inauguro exposição da *Floras* no CCBB do Rio de Janeiro.

**V: Já existe a compreensão do público sobre o NFT?**

**RC:** É uma obra mais intelectual, que exige um pouco mais de compreensão. Sou eu convidando você para um jogo, você tem de ser iniciado, e no *Floras* eu convido você a comprar um NFT, é um treino que você precisa e que eu preciso, para entender o que é Blockchain. Isso é um exercício. É uma obra feita de cotas. A melhor forma de descrever para você essa interação é o exercício do jogo, que é ilusão e não, pois na verdade você estará operando uma moeda que tem o valor real. ☺

# CONTRASTE DE GERAÇÕES

*A ESTÉTICA AVANT BASIC TEM COMO ESSÊNCIA O CHOQUE VISUAL E EMOCIONAL ENTRE DIFERENTES ÉPOCAS*

por **laís campos**

A inconstância sempre foi parte da indústria da moda, mas os avanços tecnológicos impulsionaram drasticamente o ritmo das transformações, que acontecem cada vez mais rapidamente. Por outro lado, o afeto sentido ao lembrar do passado é um dos únicos aspectos permanentes em meio à efemeridade da moda contemporânea. É justamente esse carinho emocional, que está no centro da nova estética dominante, batizada de avant basic, que, como o nome já diz, combina o essencial de épocas passadas com uma originalidade e liberdade à frente do tempo.

Assídua nas redes sociais, a geração Z tem sido a principal responsável pela popularização dos estilos, mas, desta vez, também contribui com o papel criativo. "Todas as marcas trabalham para agradar a esse público porque ele dissemina tudo pelo mundo. Esses jovens estão na Internet, fazem vídeos, são politizados, dão opinião e questionam. É uma geração muito rápida, atenta, e, além de tudo, tem liberdade com a estranheza", explica a stylist Bruna Prado.

FOTO: GABRIELA SCHMIDT



MARINA RUY BARBOSA E  
MODELOS VESTEM PEÇAS DA  
COLEÇÃO PATINADORA



AO LADO, DA ESQUERDA PARA A DIREITA, NOEL REDDING, JIMI HENDRIX E MITCH MITCHELL, DA BANDA THE JIMI HENDRIX EXPERIENCE, POSAM PARA UM RETRATO COM ESTILO PSICODÉLICO EM 1968

sivas, a ideia é trabalhar a criatividade a partir do básico, o que remete à estética *normcore*. O estilo, que surgiu por volta dos anos 1990, consiste em uma aparência “normal cool”, despreocupada e não baseada em uma tendência. “No TikTok você vê aquele jovem dançando com um short jeans básico do seu dia a dia, uma camiseta e uma calça de moletom. Ele se fantasia zero. Aquilo é de verdade.”

Outro princípio importante que norteia a estética é a forte preocupação com a sustentabilidade, típica dessa geração, que impulsiona o pensamento criativo. “Em vez de jogar fora um jeans velho e comprar um novo, eles vão cortar, bordar, escrever em cima dele, ou então pedir para alguém customizar. O foco é criar uma identidade específica para uma peça que ninguém mais tem”, afirma Camila.

Para ela, a tendência está muito ligada à emoção familiar e à nostalgia. Com a obrigatoriedade de passar mais tempo dentro de casa, os jovens, antes acostumados a uma rotina externa e agitada, começaram a prestar mais atenção nos costumes e nas histórias dos entes queridos. “Isso os faz visitar o guarda-roupa dos avós, por exemplo, e pensar como uma peça poderia ser usada agora. Ou então, até escutar as músicas que eles ouviam”, explica Bruna.

Uma das principais inspirações dessa estética são os anos 1960 e 1970, quando o rock psicodélico estava no auge de sua popularidade. As cores néon e estampas lúdicas são elementos visuais desse gênero musical perceptíveis na *avant basic*. “É uma excentricidade que os jovens acham livre e bonita. Isso traz um conforto, uma sensação de otimismo e alegria. Ao mesmo tempo, essa psicodelia e mistura de sentimentos são evidentes no momento em que vivemos.”

Para Camila Todelo, consultora de moda e *trend forecaster* (profissional que prevê tendências), a estética parte justamente do movimento de resgate do que é essencial para ser feliz. Em vez de utilizar roupas osten-

“  
TODAS AS MARCAS  
TRABALHAM PARA AGRADAR  
À GERAÇÃO Z PORQUE  
ELA DISSEMINA TUDO PELO  
MUNDO. ESSES JOVENS ESTÃO  
NA INTERNET, FAZEM VÍDEOS,  
SÃO POLITIZADOS, DÃO  
OPINIÃO E QUESTIONAM.

Bruna Prado

FOTO: GETTY IMAGES

Como resultado de todos esses comportamentos e inspirações, a *avant basic* se destaca nas estampas e cores. As formas são orgânicas e contrastam com colorações intensas. “É como pintar algo e deixar o desenho se formar sozinho”, diz Bruna. Entre os elementos estampados, é comum observar flores, ondas, círculos e nuvens. “Tudo é mais lúdico. Parece com uma paisagem que vi e desenhei no meu caderninho”, exemplifica.

Embora seja comum que diversas marcas insiram componentes da estética em suas coleções para atrair o público disseminador, algumas são referências no estilo. A grife britânica House of Sunny, por exemplo, é a criadora do vestido verde que virou febre ao ser usado por Kendall Jenner em uma foto compartilhada em seu Instagram. Com seus círculos irregulares estampados na malha em tons de verde, o Hockney Dress é literalmente um símbolo da *avant basic*. Jacquemus e Tom Ford, por sua vez, também têm apostado em cores contrastantes e efeito metalizado.

A marca Ginger, da atriz e empresária Marina Ruy Barbosa, exibiu elementos da estética em sua última coleção, *Patinadora*. As roupas apresentam uma paleta de cores alegre, com tons de verde, roxo, marrom, preto e branco. Além de brincar com o brilho, efeito molhado e listras retrô, a linha traz shapes vintage, inspirados nos anos 1950, 1970 e 1990, de forma atualizada.

Liberdade e contraste compõem a essência da *avant basic*, que já foi batizada de forma paradoxal. Apesar de sua origem estar ligada aos jovens, existem muitas versões da estética, que se adapta à identidade de quem a veste. “O *basic* para o jovem vai conter mais cor, informação e volume. Já uma mulher adulta vai vestir um moletom com uma cor mais neutra, ou uma peça com menos volume. A tendência é a mesma, mas a forma de fazer é outra”, conclui Camila. ☺

ACIMA, GIGI HADID DESFILA VESTINDO LOOK DA COLEÇÃO READY TO WEAR PRIMAVERA 2022 DE TOM FORD, EM NOVA YORK. NA SEQUÊNCIA, KENDALL JENNER VESTE O HOCKNEY DRESS, DA GRIFE HOUSE OF SUNNY, EM UMA POSTAGEM FEITA NO INSTAGRAM



FOTOS: REPRODUÇÃO INSTAGRAM

# Uma história sobre o COLAPSO

A EXTINÇÃO DAS ABELHAS, SEGUNDO ROMANCE DA VENCEDORA DO PRÊMIO JABUTI NATALIA BORGES POLESSO, NARRA O PROCESSO DE SUPERAÇÃO DOS TRAUMAS PESSOAIS DA PERSONAGEM REGINA

por matheus goto

Cada um tem sua ideia de fim do mundo. Para Regina, a destruição começa com o abandono. Em uma sociedade distópica, pós-pandemia da covid-19, a protagonista de *A Extinção das Abelhas*, de Natalia Borges Polesso, inicia sua narrativa perdida. Desamparada, sozinha, sem apoio ou proteção de ninguém. Sua mãe deixou-a para ser criada pelo pai, que faleceu quando a garota começava a entrar na vida adulta. As vizinhas Eugênia e Denise, mães de Aline, passam a cuidar de Regina, que continua carregando consigo o peso dessa vivência.

Um anúncio na Internet promete mudar sua vida: tornar-se modelo de webcam. Aos 40 anos de idade, ela decide tentar a sorte. Cobre o rosto com uma máscara e incorpora uma nova versão sua, expondo seu corpo para desconhecidos na câmera. Mas o tiro sai pela culatra. Ao conhecer desejos e vergonhas de homens do outro lado da tela, Regina se defronta com os próprios demônios. Ela, então, batalha para superar seus traumas e acordar para um novo fim do mundo.

A maestria com a qual Nathalia conduz a narrativa, bem como a delicadeza na escolha das palavras, leva o leitor a um mergulho na mente de Regina. Pensamentos, sentimentos e inseguranças da personagem viram íntimos do espectador, que assiste

à protagonista se reerguer. Leia a seguir trechos da entrevista que a escritora, vencedora do prêmio Jabuti, concedeu à *Versatille*.

**Versatille: Quando a literatura entrou em sua vida?**

**Natalia Borges Polesso:** Lembro quando minha avó contava histórias à noite, na época ela chamava de causos. Ficava muito fascinada, queria ouvir toda noite. Meus pais mudaram para outra cidade durante um período, e minha avó me entretia assim. Eu era uma criança muito conversadeira.

**V: E a escrita?**

**NB:** Sempre gostei muito de escrever poemas, brincar com as palavras, talvez isso tenha acontecido até antes de me tornar leitora. Até pouco tempo, nunca pensei em seguir a carreira de escritora, sempre fiz coisas paralelamente, trabalhando como professora e tradutora. Viver de escrita no Brasil não é muito simples. Depois que comecei a publicar contos em blogs, fui ganhando coragem e motivação. Hoje posso dizer que vivo da literatura.

**V: Teve alguma inspiração para dar vida à obra?**

**NB:** Sempre tenho questões literárias para perseguir. Em *A Extinção das Abelhas*, foi a ideia de fim do mun-

DOUTORA EM TEORIA DA LITERATURA, NATHALIA BORGES POLESSO ESTÁ TRABALHANDO EM UM LIVRO DE CONTOS COM TEMÁTICA ONÍRICA, SEM PREVISÃO DE LANÇAMENTO

“OS MODOS COMO ENTENDEMOS AS COISAS PRECISAM SER DESTRUÍDOS PARA QUE A GENTE POSSA COMEÇAR DE NOVO”

do. A sensação angustiante de que, do jeito que estamos vivendo, o mundo vai acabar a qualquer momento. Desastres, crises políticas e acontecimentos caóticos foram me levando à ideia central do livro. Uma ideia de colapso. Fui encontrando o cerne a partir daí, quando entendi que era um livro sobre o colapso. Não só do mundo, como também da nossa visão de mundo, dos nossos desejos.

**V: Qual é a mensagem que o livro passa?**

**NB:** É um livro que fala sobre essa angústia que a gente tem vivido e que nem todo colapso vai ser ruim. Algumas coisas precisam colapsar. Modos como entendemos as coisas precisam ser destruídos para que a gente possa começar de novo. Não queria escrever um livro que fosse só triste. Apesar de ser bem pesado, é um livro sobre esperança, recomeço e coletividade. É isso que fica. Algumas coisas têm de colapsar, e nós vamos conseguir ultrapassar os problemas por meio de outras ideias de coletividades.

**V: Como resumiria o livro em poucas palavras?**

**NB:** Essa é uma pergunta difícil, minha editora ficou louca tentando fazer isso. Fiz uma [playlist do livro](#) no Spotify e usei uma frase presente em uma obra da artista Vânia Mignone, que é “Nós no último pôr do sol”. Usei “Regina e Guadalupe no último pôr do sol”. Não é uma cena que existe no livro, mas é essa ideia. É um livro em que essas mulheres assistem ao fim do mundo e veem que depois as coisas continuam, que elas precisam estar ali ainda, que elas precisam continuar. ☺

FOTOS: DIVULGAÇÃO



A EXTINÇÃO DAS ABELHAS

Natalia Borges Polesso,  
Companhia das Letras, 312 páginas



MATT SMITH ESTRELA  
O NOVO FILME *NOITE  
PASSADA EM SOHO*

# *Matt Smith, o quase brasileiro*

O ATOR BRITÂNICO, APAIXONADO PELO BRASIL, ESBANJA SIMPATIA EM ENTREVISTA SOBRE SEU NOVO FILME, *NOITE PASSADA EM SOHO*

por miriam spritzer

Como já é de se esperar dos britânicos, o telefone tocou exatamente na hora marcada. Nada inesperado, uma vez que a pessoa do outro lado da linha é internacionalmente conhecida por ter interpretado Prince Phillip, na série *The Crown*. Agora, imagine a surpresa de quem vos escreve quando a primeira coisa que Matt Smith fala é: "Oi, tudo bem? Tudo bom?", no bom e velho português, com um sotaque que mistura o inglês britânico e o cariocês.

O ator teve seu primeiro *big break* quando estrelou a série *Dr. Who*, da BBC, e desde então interpretou diversos personagens icônicos, não só na televisão, mas também no cinema e no teatro. Sua extensa lista de papéis inclui o fotógrafo Robert Mapplethorpe, no filme *Mapplethorpe*, e Patrick Bateman, na versão teatral e musical do *Psicopata Americano*. Seus novos projetos, entretanto, são ainda mais promissores do que já vimos. Na televisão, ele faz parte do elenco de *House of the Dragon*, a nova série que é um prólogo da saga de *Game of Thrones*, prevista para ser lançada em 2022, na HBO.

Já no cinema, Smith estrela ao lado das atrizes Anya Taylor-Joy e Thomasin Harcourt McKenzie o mais novo suspense de Edgar Wright, *Noite Passada em Soho*. O filme é sobre uma jovem que consegue viajar no tempo para o bairro boêmio de Londres, nos anos 1960, onde ela conhece figuras inusitadas, incluindo Jack, o personagem de Smith. E, como todo bom thriller, logo a magia traz consequências bastante assustadoras.

Matt Smith conversou com a *Versatille* sobre o filme e além dele, com o senso de humor inteligente e seu sotaque britânico, intrínseco a ele. Confira na íntegra.

FOTO: DIVULGAÇÃO



O LONGA, QUE TEM ANYA TAYLOR-JOY NO PAPEL DA PROTAGONISTA, É UM THRILLER QUE SE PASSA EM LONDRES

**Versatille:** Eu esperava tudo, menos que nesta entrevista eu falasse em português. Como assim?

**Matt Smith:** Passei muito tempo no Brasil e é um dos meus lugares favoritos do mundo. Eu amo. Na verdade, eu posso apenas improvisar confortavelmente em português. Mas quer saber qual é a minha palavra favorita em português? "Saudade".

**V:** Você é um grande fã de música e o filme se passa nos anos 1960, na região do Soho, em Londres. Como foi revisitar essa era para você?

**MS:** Nossa, foi muito divertido. O Edgar Wright conseguiu fazer com que a música fosse uma característica forte no filme. Há uma trilha sonora ótima e os anos 1960 foram um período incrível para escutar. Não sei se você já esteve no Soho, mas é um lugar muito, muito interessante e animado. Mas, quando está tudo escuro, ele muda. Eu gosto de cidade que tem um pouco de ousadia, sabe? Eu amo o Rio de Janeiro, por exemplo. Num minuto você pode estar na praia, no outro você está em uma favela, e são mundos completamente diferen-

tes. Isso é o que o nosso filme faz. Acho que você vai gostar. Eu raramente posso dizer isso com confiança, mas ele é bom.

**V:** Edgar Wright escreveu o roteiro e também dirigiu o filme. Quanto isso ajuda você, como ator, a ter um diretor totalmente envolvido na criação da narrativa?

**MS:** Com o Wright, quando você entra em algum de seus filmes, ele está totalmente envolvido. Eu não sei se você já viu algum deles, mas ele é extremamente habilidoso e talentoso. Na minha percepção, você confia e só diz: "Ok, o que você quer que eu faça?". Quando li o roteiro, já sabia que era ótimo. Mas, ao assistir, você percebe que ele foi muito inventivo na forma que dirigiu e capturou as cenas. É uma visão muito especial e, realmente acredito que ele se tornará um dos grandes nomes do cinema britânico. Foi um projeto extremamente estimulante de fazer parte, e eu não sou desses que falam isso sobre todos os filmes. Alguns não são tão motivadores, mas esse realmente foi muito bom de trabalhar. Eu quero que meus amigos assistam e o mundo também.

**V:** O suspense é feito para assustar o público, mas não quer dizer que não seja divertido de trabalhar. Qual foi a melhor parte das filmagens para você?

**MS:** Sem entregar muito aos leitores, mas tem muitas reviravoltas no meu personagem. Há algo divertido e interessante em trazer o inesperado para o público. E, quando você assistir ao filme, vai ver uma cena em que eu e a Anya [Taylor-Joy] fazemos o que eu considero que seja uma dança muito legal. Você tem de ver. Foi muito engraçado porque tivemos de preparar e aprender como fazer. E a gente tentava se divertir, principalmente nas gravações à noite, quando as coisas ficavam meio loucas, malucas e estranhas. Eu acho que todos estávamos trabalhando com o mesmo objetivo, querendo fazer algo especial.

**V:** Outro ponto maravilhoso são os figurinos. Você chegou a levar algum para casa?

**MS:** Não, quem dera. Eu queria muito ter ficado com os ternos, porque eram lindos. Ternos dos anos 1960 extremamente bem acabados. Eu realmente fiquei ótimo com os ternos. Há alguns bastante excêntricos. Infelizmente, não pude, levaram tudo. Eu nunca sei para onde essas coisas vão, mas a equipe pegou todos de volta.

**V:** Em sua opinião, qual a diferença na interpretação de pessoas que de fato existiram em comparação aos personagens fictícios?

**MS:** Com o príncipe Phillip e Mapplethorpe, por exemplo, há tanto material para se basear e estudar para poder criar o personagem, porque não pode ser uma imitação. São muitas fontes que você pode usar, o que é sempre útil e bastante interessante, especialmente para esses dois personagens específicos que tiveram vidas muito ricas e não usuais. E, com alguém como Jack, você fica mais livre para inventar, usar as próprias habilidades e criar o personagem. Eu tive sorte nesse filme em ter um diretor como Wright, que é extremamente forense em seu trabalho. Ele já veio preparado com diversas referências de quem são os personagens, até mesmo de música.

**V:** Vocês filmam muito tempo antes de o público assistir e, principalmente em suspense e terror, é quase que um projeto secreto. Como foi manter os segredos do filme da família e dos amigos?

**MS:** Bom, a gente não tem opção. Mas acaba sendo legal, porque melhora a experiência de quem vai assistir. E eu sou bom em guardar os filmes que faço em segredo, porque, quando eu fazia *Dr. Who*, tudo era sob sigilo, então me acostumei.

**V:** E, por falar em sigilo, você está no elenco de uma das produções mais esperadas da televisão atualmente, *A House of the Dragon*.

**MS:** Eu uso uma peruca extremamente loira, e isso é provavelmente a única coisa que posso falar. Mas estamos todos trabalhando duro para fazer com que seja cativante e dar ao público, os fãs que já têm alguma noção prévia da série, algo que eles possam desfrutar. Estou ao lado de um elenco maravilhoso, mas vamos ver. Quem sabe como esses projetos saem? A gente nunca sabe, mas estamos com os dedos cruzados para que seja algo divertido de assistir e que o público goste.

**V:** Você ficou intimidado de pegar esse projeto após o sucesso e as críticas de *Game of Thrones*?

**MS:** Sim, claro que sim. Porque eu acho que *Game of Thrones* sempre irá ter aquele lugar sozinho, por mérito próprio, como um fenômeno cultural da televisão moderna. Eu não acho que *House of the Dragon* vai fazer o que *GOT* fez. Mas espero que a gente tenha acertado pontos o suficiente para entregar algo a que as pessoas vão querer assistir.

**V:** Uma coisa peculiar que surgiu em minha pesquisa sobre você é que no Internet Movie Database (IMDB) sua marca registrada é "o maxilar e uma personalidade excêntrica". O que você acha disso?

**MS:** É sério? Está escrito isso lá?

**V:** De fato, uma coisa que marca sua carreira são os filmes e séries de época. Há algum período que você ainda não interpretou mas gostaria de explorar?

**MS:** Que pergunta boa! Gostaria de fazer um filme que se passasse nos anos 1980. Eu teria muito interesse em fazer algo que caracterizasse bem esse período, com os figurinos e a trilha sonora bem marcantes da época. Mas também adoraria fazer um filme no Brasil.

**V:** Quais são seus lugares favoritos no Brasil?

**MS:** Devo ter ido ao Rio de Janeiro umas dez vezes, tenho amigos lá. Já estive em São Paulo rapidamente, porque estava indo a uma praia perto da cidade. Também já fui a Curitiba e quero muito ir a Floripa.

**V:** Em qual lugar no Brasil você gostaria de filmar?

**MS:** No Rio, com certeza. Mas gostaria de fazer algo em Recife também, as praias lá perto são incríveis. E sabe, eu já fui ao Carnaval três vezes.

**V:** Você já é praticamente um brasileiro.

**MS:** Brasileiro, sim! [em português]. Já me chamaram de carioca honorário, já que sou de fora mas gosto muito de lá. O Brasil tem um lugar muito especial no meu coração.

*Noite Passada em Soho* estreia nos cinemas no dia 18 de novembro de 2021. 📍

# Manuseio de emoções



ACIMA, BONECOS EM CENA NO ESPETÁCULO *EM CONCERTO*. AO LADO, MARCOS RIBAS E SUA ESPOSA, RACHEL

MARCOS RIBAS, DIRETOR DO TEATRO ESPAÇO, LOCALIZADO EM PARATY, COMPARTILHA A TRAJETÓRIA DO GRUPO TEATRAL QUE CONTA HISTÓRIAS COMOVENTES POR MEIO DE BONECOS

por Laís Campos

Era uma tarde de terça-feira de 1982, em Nova York, quando Marcos Ribas, cofundador do grupo teatral Os Contadores de Estórias, escutou, em uma ligação, o seguinte anúncio divisor de águas: "Já leu o *New York Times* de hoje? Vocês têm uma crítica maravilhosa escrita pelo principal crítico do jornal! Sabe quantos ingressos ainda têm para os próximos dois últimos espetáculos? Nenhum, já vendeu tudo".

Ribas é diretor do Teatro Espaço, localizado em Paraty, palco de peças reconhecidas por prêmios, festivais e veículos nacionais e internacionais. Os espetáculos com

bonecos apresentados em uma charmosa construção na cidade histórica atraem turistas do mundo todo. A crítica publicada no jornal americano se referia ao espetáculo *Mansamente*, com o qual o grupo fazia uma turnê pelos Estados Unidos e Canadá. A peça continha em cena apenas Marcos e sua esposa, Rachel, e bonecos de cerca de 30 centímetros, sem fios, varas nem luvas. A técnica utilizada se chamava manipulação direta e a apresentação era, de fato, graciosa e mansa.

"O teatrinho ficava escondido lá no fim do mundo, não era conhecido em Nova York. O crítico autor da nota foi Mel Gussow [1933-2005], nunca me esqueci de seu nome. Foi a primeira vez que ele foi e até hoje não sei por que resolveu ir nesse dia. Com certeza, essa foi uma visibilidade enorme", conta Ribas.

Em entrevista à *Versatille*, o diretor compartilha detalhes da trajetória inusitada e envolvente do pequeno teatro que pode ser considerado uma joia nacional. Confira a seguir.

**Versatille: Como e quando surgiu a ideia de criar o teatro de bonecos?**

**Marcos Ribas:** A companhia foi criada por mim e pela minha esposa, a Rachel, que infelizmente faleceu em 2012.

Nós estudávamos na Universidade de Brasília e fomos para Nova York porque eu queria estudar artes cênicas e ela, design. Em 1970, fomos morar juntos e decidimos que também queríamos fazer um trabalho em conjunto. Então, juntou o que ela fazia, que incluía artes plásticas, visuais, design e ilustração, com a minha parte, mais de artes cênicas, e surgiram os bonecos. Criamos nossa companhia em 1971, em Nova York.

**V: Como vocês chegaram até Paraty?**

**MR:** Nós viemos para Paraty em 1981, depois de ter passado por várias aventuras. Quando terminamos o curso em Nova York, voltamos para o Brasil – onde nasceu nosso primeiro filho –, passamos pela Espanha, Holanda – onde nasceu nosso segundo filho –, retornamos ao Brasil e depois para Nova York. Chegando lá, percebemos que não ia dar muito certo porque queríamos criar os filhos com mais liberdade, e não dentro de um apartamento. Por isso, voltamos de Nova York para o Brasil por terra, e passamos um ano e meio viajando. Depois, morando no Rio de Janeiro, fomos convidados para fazer parte de um festival de teatro de rua em Paraty. Quando batemos o olho lá, falamos: "É aqui, o lugar perfeito".

**V: Por que escolheram Paraty para a sede da cidade?**

**MR:** Com a turnê do espetáculo *Mansamente*, todos os reconhecimentos, como a crítica no *New York Times*, outra no *L'Express*, uma citação no *Le Monde* e o prêmio de melhor espetáculo do ano em São Francisco, bombaram a coisa toda e fizeram com que a gente passasse a ter uma série

de ofertas. Com 24 anos, tínhamos três agentes: um em São Francisco, um em Nova York e outro na Holanda, que cuidava da Europa inteira. Trabalhávamos principalmente fora do Brasil e ganhando em dólar; conseguimos fazer um "pé-de-meia" e comprar o teatro em Paraty, em 1985.

**V: A partir de então, resolveram se estabelecer na cidade?**

**MR:** Em 1994, quase dez anos depois, percebemos que estávamos cansados de ficar só viajando e queríamos fazer outra coisa. Afinal de contas, nós estávamos em Paraty, uma cidade turística. Então, pensamos que a gente não precisa ir para o mundo para o povo vir, o mundo passa aqui na porta. O que a gente precisa fazer é convidar o mundo para entrar. Hoje ele é uma das poucas instituições culturais sustentáveis que eu conheço. Claro que também trabalhamos com projetos em parceria com escolas e outros sociais, mas a infraestrutura básica é sustentada pela venda dos ingressos.

**V: Qual é o principal diferencial de um teatro de bonecos?**

**MR:** O teatro de bonecos é o que eu chamo de interpretação por transferência. No caso do ator, ele é o personagem. Já no teatro de bonecos, o ator é quem faz o boneco ser um personagem, o qual é uma projeção. Normalmente, ao pensar em bonecos, imagina-se uma coisa mais caricatural, mas os nossos são bem humanizados. Você não espera que o boneco atinja seu emocional, mas, de repente, ele surpreende você porque emociona com algo que não era esperado.

**V: Qual é o segredo para que a interpretação feita pelos bonecos seja tão impactante quanto aquela em que o foco são os atores?**

**MR:** Basicamente é colocar a alma no boneco. Se a pessoa que o está monitorando não é ator, ela não consegue incorporar o personagem. O que eu acho que traz o impacto são dois fatores: os bonecos são bem humanizados, então você se envolve, e o outro é que é preciso colocar esse conteúdo emocional, senão, nada acontece. A música também ajuda muito.

**V: Em relação aos temas, existe alguma linha específica?**

**MR:** Eles variam, mas tem uma linguagem e um tom bem característicos no nosso trabalho. Nos primeiros espetáculos, durante a primeira década da companhia, usávamos bonecos enormes, as apresentações aconteciam em praça pública e com palavras. Mais tarde, mudamos para esse modelo atual, até porque, como estávamos viajando, queríamos fazer um espetáculo que coubesse dentro do carro. Foi aí que surgiu essa forma de apresentar bonecos pequenos.

**V: O que o Teatro Espaço significa para você?**

**MR:** É a minha casa, onde eu existo. As pessoas perguntam se eu não gostaria de ter um teatro no Rio de Janeiro, ou em São Paulo. E não, o grande barato é você ter um teatro em Paraty e fazer com que ele funcione. Eu acho isso fantástico! 📍



FOTOS: LUCIANA SERRA; DIVULGAÇÃO



# POR DENTRO DO NOVO MASP

PREVISTO PARA JANEIRO DE 2024, ANEXO IRÁ VIABILIZAR MAIS VISITANTES E EXPOSIÇÕES E PROMETE SER UM MARCO CULTURAL PARA SÃO PAULO E BRASIL

por gabriela amorim

FOTO: DIVULGAÇÃO/METRO ARQUITETOS



MAQUETE DO EDIFÍCIO PIETRO MARIA BARDI, ADJACENTE AO MASP



GUSTAVO CEDRONI (À ESQ.)  
E MARTIN CORULLON, SÓCIOS DO METRO

Quem caminha pela Avenida Paulista já se atentou: em certa altura do cruzamento com a Alameda Casa Branca há um prédio abandonado, ao lado do cartão-postal de São Paulo, o Museu de Arte de São Paulo (MASP). A construção, de aparência inacabada, é o Edifício Dumont-Adams, que foi, no passado, uma morada luxuosa, glória que durou até meados dos anos 1990. Fato curioso: em 1968, o prédio foi o pano de fundo de fotos da rainha Elizabeth II, quando esteve na inauguração da segunda sede do Masp, após a transferência da Rua Sete de Abril.

Hoje, o prédio está em processo de transformação para se tornar o novo anexo do Masp, e foi rebatizado de Edifício Pietro Maria Bardi, uma homenagem ao falecido fundador e ex-diretor do museu, esposo da arquiteta italo-brasileira Lina Bo Bardi. A expansão dá um desfecho para o imbró-

glio da restauração do prédio vizinho do museu, que sucede desde os anos 2000, quando o edifício foi adquirido, na gestão do arquiteto Júlio Neves.

Com a ampliação do espaço, possibilitada pelo novo anexo, a área do museu ganhará 6.945 metros quadrados, divididos em 14 andares e também uma passagem subterrânea, que interliga o projeto arquitetônico modernista de Lina ao edifício Pietro. A inauguração está prevista para janeiro de 2024. À frente do projeto de expansão estão o antigo diretor, Júlio Neves, e os sócios do Metro Arquitetos, Gustavo Cedroni e Martin Corullon. A dupla tem contato direto e bem-sucedido com a instituição desde 2015, quando o escritório que comanda foi responsável pelo redesenho dos conceituados cavaletes de vidro criados por Lina, que pôde retornar após 20 anos, em 2016, para as galerias – as peças icônicas podem ser vistas na mostra *Acervo em Transformação*.

O valor do projeto é de 180 milhões de reais, financiado por doações de pessoas físicas, sem incentivos da Lei Rouanet, o que se torna um marco de confiança no espaço, que será um dos mais modernos em questão de infraestrutura museológica da América Latina.

O projeto inclui melhorias técnicas, que auxiliarão no trabalho do Departamento de Conservação e Restauro, e irá permitir o aumento da capacidade de visitantes ao museu,

além de ampliar em 66% a área expositiva, com cinco galerias e duas multiuso, que contarão com rigoroso controle de temperatura e iluminação para receber as exposições temporárias. Francis Bacon [1909-1992] é o artista que triunfa como nome da primeira mostra no futuro edifício Pietro, em 2024. Para Renata Abrantes Baracho, coordenadora do programa de Pós-Graduação em Ambiente Construído e Patrimônio Sustentável (PACPS) da Escola de Arquitetura da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), é necessário que os museus optem por recursos tecnológicos para melhor inclusão dos visitantes. “No momento em que democratiza o acesso ao celular, o visitante terá mais participação e interação com as obras, e sairá apenas da observação”, diz Renata.

Com preocupações que visam o hoje e o amanhã, a extensão do museu irá desafogar as dificuldades de expor o acervo de mais de 11 mil peças, já que o espaço atual comporta apenas 1% do conjunto das obras. “Atualmente, a programação do museu tem um cronograma apertado, e esses espaços vão proporcionar um respiro maior no calendário e uma melhor organização na narrativa das exposições”, diz o diretor artístico da instituição, Adriano Pedrosa.

A construção vertical, oposta da vizinha, será mais uma dentro do circuito cultural verticalizado da Avenida Paulista, como a Japan House, o Instituto Moreira Salles e o Sesc. Na elaboração do projeto, foram estudados o Whitney Museum of American Art e o New



PIETRO BARDI  
RECEBE A RAINHA  
ELIZABETH II NA  
INAUGURAÇÃO DO  
MASP, NA AVENIDA  
PAULISTA, EM 1968

Com o objetivo de o anexo manter o padrão da instituição e realizar mostras com obras do século passado, foi necessária uma boa equiparação tecnológica: “O esquema do sistema de iluminação não é nada novo, mas estamos implementando em melhores condições. Por exemplo, a pele metálica de chapa perfurada na fachada protege as obras do sol e permite um melhor controle de temperatura”, detalha Martin Corullon. Mudanças aparentes poderão ser vistas de imediato entre os visitantes do espaço, porque a atual bilheteria não irá ocupar o vão livre dos pilares vermelhos de Lina. A venda de ingressos estará disponível no primeiro subsolo, que terá passagem para o térreo, onde estará um café e restaurante. No momento, o Masp conta com o premiado restaurante A Baianeira, da chef Manuelle Ferraz, no segundo subsolo.

Museum, situados em Nova York, assim como o novo anexo do Tate Modern, em Londres, a fim de criar novas projeções de circulação vertical para os visitantes e, igualmente, formas de expor. “Existirão três elevadores públicos e um de grande circulação para transporte de obras e pessoas, além de duas escadas com vidros corta-fogo, o que possibilitará circulação com vista para a via e entrada de luz natural”, adianta Corullon.

Na companhia de muita pesquisa técnica na construção e mediação do espaço, o vizinho do Masp vai criando sua forma física e também imagens no imaginário dos pedestres e futuros visitantes. De forma simbólica, será o reencontro de Lina e Pietro, que ocorrerá pela ligação subterrânea da Avenida Paulista – a nós, cabe esperar um pouco mais de dois anos. ☐

FOTO: DIVULGAÇÃO/METRO ARQUITETOS

FOTO: MIROSLAV JAVUREK/ARQUIVO DO CENTRO DE PESQUISA DO MASP

**VERSATILLE** em:

permanências da moda  
capítulo II: Joias

# *Elegância nata*

QUATRO CONVIDADAS POSAM COM  
JOIAS DA TIFFANY & CO. E RESSALTAM O  
CARÁTER IMPERECÍVEL DO ACESSÓRIO

fotos gabriel bertoncel  
tratamento de imagem robson baptista  
edição de moda bruna prado  
grooming pablo félix com  
produtos laura mercier  
hair caíque paulo  
convidadas aletania oliveira,  
helena ultramar, maria eugênia  
suonic e silvia percussi

“

A

s joias acompanham as mulheres em diferentes fases da vida e, muitas vezes, são protagonistas de momentos especiais. Pensando em seu caráter eterno, convidamos quatro mulheres incríveis para vestirem peças da Tiffany & Co., interpretadas de diferentes formas, ressaltando a versatilidade e eternidade do acessório, que passa, sem dificuldade, de geração para geração. Começamos a sequência de fotos por Maria Eugênia Suconic, apresentadora e produtora de moda; Aletania Oliveira, criadora de conteúdos digitais; Silvia Percussi, chef e proprietária da Vinheria Percussi; e Helena Ultramar, consultora de imagem. Em uma 'brincadeira', todas elas vestem as mesmas peças que, curiosa e independentemente de suas idades, se adaptam aos estilos próprios e ressaltam suas belezas naturais.”

*Giuliana Iodice*





MARIA EUGÊNIA  
SUCONIC USA  
CHOKER E COLAR  
DE DUAS VOLTAS  
TIFFANY HARDWEAR



MARIA EUGÊNIA  
USA AS MESMAS  
PEÇAS DA FOTO  
ANTERIOR, COM  
COLAR EMPREGADO  
COMO PULSEIRA



ALETANIA USA  
COLARES TIFFANY  
HARDWEAR



ALETANIA  
USA AS  
MESMAS PEÇAS  
UTILIZADAS  
COMO  
PULSEIRAS

SILVIA PERCUSSI  
USA BRINCOS  
TRIPLOS DE  
ESFERAS TIFFANY  
HARDWEAR E  
COLAR NO PULSO



SILVIA PERCUSSI  
POSA COM CHOKER  
E COLARES TIFFANY  
HARDWEAR





HELENA ULTRAMAR  
USA BRINCOS TRIPLAS  
ESFERAS E COLAR,  
AMBOS TIFFANY  
HARDWEAR



HELENA ULTRAMAR  
DE BRINCOS TRIPLAS  
ESFERAS TIFFANY  
HARDWEAR



# NO PAIN, NO GAIN



## BEATS FLEX

TECNOLOGIA FLEXÍVEL, CONFORTO E EXPERIÊNCIA DE SOM INCOMPARÁVEL. É O QUE PROMETE O FONE PREMIUM SEM FIO BEATS FLEX. O DISPOSITIVO OFERECE GRAVES PRECISOS E O MÍNIMO DE DISTORÇÃO DE SOM, UM MICROFONE INTEGRADO COM REDUÇÃO DE RUÍDO E UMA QUALIDADE DE TRANSMISSÃO POR BLUETOOTH DE CLASSE 1 (POTÊNCIA MÁXIMA DE CONSUMO 100 MW E ALCANCE DE ATÉ 100 METROS). ELE AINDA TEM FUNÇÃO AUTOMÁTICA DE REPRODUÇÃO SONORA APENAS QUANDO OS FONES ESTÃO NO OUVIDO. SUA BATERIA COMPLETA DURA 12 HORAS, COM OPÇÃO DE RECARGA RÁPIDA DE DEZ MINUTOS, QUE PROPORCIONA UMA HORA E MEIA DE SOM.



## APPLE WATCH SERIES 7

NOVO LANÇAMENTO DA GIGANTE DE STEVE JOBS, O APPLE WATCH SERIES 7 APRESENTA UMA TELA DE RETINA SEMPRE ATIVA, MAIS AMPLA E COM BORDAS MAIS FINAS. FEITO DE CRISTAL FORTE E DURÁVEL, O MONITOR APRESENTA RESISTÊNCIA À POEIRA (CLASSIFICAÇÃO IP6X) E À ÁGUA (50 METROS). O SMARTWATCH TEM FERRAMENTAS PARA SAÚDE E BEM-ESTAR, COMO UM SENSOR CARDÍACO ELÉTRICO, MEDIÇÕES DE OXIGÊNIO E O SISTEMA WATCHOS 8, QUE DISPONIBILIZA OPÇÕES DE TREINO, O APP ATENÇÃO PLENA, RECURSOS DE ACESSIBILIDADE E O SERVIÇO APPLE FITNESS+. OS USUÁRIOS PODEM CONTAR COM 18 HORAS DE DURAÇÃO DE BATERIA E RECARGA 33% MAIS RÁPIDA.

## PEDAL GARMIN RALLY

A SÉRIE DE PEDAIS COM MEDIDORES DE POTÊNCIA RALLY, DA GARMIN, É UMA OPÇÃO PARA CICLISTAS QUE BUSCAM ELEVAR SEU DESEMPENHO. PROJETADOS COM SENSORES ALOJADOS NOS PEDAIS, OS PRODUTOS FORNECEM DADOS SOBRE POTÊNCIA TOTAL, CADÊNCIA E DINÂMICA AVANÇADA. BASTA EMPARELHAR O DISPOSITIVO COM O APLICATIVO GARMIN CONNECT OU OUTRAS PLATAFORMAS DE TREINAMENTO POPULARES, INCLUINDO OS APPS TACX TRAINING, ZWIFT E TRAINERROAD. INSTALADOS COMO QUALQUER OUTRO PEDAL, POSSUEM BATERIA DE ATÉ 120 HORAS. DISPONÍVEIS COM SENSOR ÚNICO E DUPLO, HÁ OPÇÕES PARA PEDALADAS NA ESTRADA, NA MONTANHA E NO CASCALHO.



## SAMSUNG GALAXY BUDS2

O NOVO FONE SEM FIO GALAXY BUDS2, DA SAMSUNG, APRESENTA QUALIDADE DE SOM IMERSIVA, CONFORTO PROLONGADO E CANCELAMENTO DE RUÍDO INTELIGENTE. MENOR E MAIS LEVE DO QUE O PRIMEIRO MODELO DA MARCA, ELE PROMETE OFERECER SONS AGUDOS NÍTIDOS E GRAVES PROFUNDOS, COM RECURSOS ATIVOS PARA EVITAR INTERRUPÇÕES. O MICROFONE DO APARELHO CONTA COM UMA SOLUÇÃO BASEADA EM APRENDIZADO DE MÁQUINA QUE FILTRA RUÍDOS, PARA MAIS CLAREZA NA VOZ. SUA BATERIA DURA ATÉ CINCO HORAS COM O CANCELAMENTO DE RUÍDO ATIVO, E O CARREGAMENTO RÁPIDO PERMITE UMA HORA DE REPRODUÇÃO APÓS CINCO MINUTOS DE CARGA.

FOTOS: DIVULGAÇÃO

# AFICIONADA POR COMPLEXIDADE



A RELOJOARIA FRANCK MULLER CHEGA AO BRASIL COM MODELOS DOTADOS DE INÚMERAS COMPLICAÇÕES, QUE DESAFIAM NOSSA COMPREENSÃO, MAS ENCHEM OS OLHOS

por raphael calles

Quando a *Versatille* "nasceu", há 21 anos, a relojoaria Franck Muller era apenas uma jovem em meio a centenárias maisons suíças no mercado. Na época, com apenas nove anos de história, já era responsável por importantes inovações e marcos da indústria. A caixa de seus modelos – que, em sua maioria, deixavam de lado o tradicional formato redondo ou retangular – contava com uma silhueta curvada e formato *tonneau* em três dimensões, batizada de Vanguard. Esse formato se junta, até hoje, à fonte utilizada no mostrador da maioria de seus relógios, tornando-os facilmente identificáveis e de caráter único.

O modelo pioneiro Long Island Double Seconds Retrograde traz em seu nome uma referência a uma função complexa: a apresentação da marcação de segundos divididos em dois setores de 30 segundos em que os pon-

teiros realizam uma viagem retrógrada: ao chegar ao fim do curso da indicação de seu setor, retornam imediatamente ao início para começar uma nova contagem. Um sucesso desde sua criação, seguido de diversos lançamentos que vieram a marcar o universo relojoeiro para sempre.

Entre eles, Aeternitas Mega, um dos relógios mais complicados do mundo, dotado de 36 funções e elaborado por quase 1.500 componentes. Foram cinco anos de pesquisa e desenvolvimento para entregar, entre as funções, um calendário perpétuo que não precisaria de ajustes por mil anos.

Agora, prestes a completar seus 30 anos no mercado, a maison abre sua primeira boutique no Brasil. A loja, prevista para inaugurar ainda em 2021, está localizada no Shopping Cidade Jardim, um dos polos de alto luxo de São Paulo. Conheça, a seguir, alguns dos modelos mais simbólicos da maison que devem estar disponíveis no Brasil, em pronta entrega ou sob encomenda.



NA PÁGINA AO LADO, PARTE DO PROCESSO DE MANUFATURA DO FRANCK MULLER CINTRÉE CURVEX E, ACIMA, O AERTENITAS MEGA

FOTOS: DIVULGAÇÃO



## FRANCK MULLER VANGUARD CRAZY HOURS YACHTING

Os modelos Crazy Hours são um dos grandes símbolos da maison. O relógio é caracterizado por apresentar os números de indicação de horas totalmente fora de ordem: oito horas na posição de 12 horas, duas horas na posição das seis horas etc. A indicação das horas é realizada de maneira divertida e reforça ainda mais a expertise relojoeira da companhia: o ponteiro de horas não viaja de maneira contínua pelo mostrador, mas sim realiza saltos precisos em direção ao número referente à hora marcada.

## FRANCK MULLER CINTRÉE CURVEX

A companhia também oferece modelos femininos. Cintrée Curvex tem uma gama de opções. Na imagem, a versão cravejada de diamantes e movimento de quartzo realiza a indicação de horas e minutos.



## FRANCK MULLER GRAVITY SKELETON CARBON

O modelo traz um conceito totalmente esqueletizado, que permite uma visão ampla da complexidade do mecanismo, e apresenta seu turbilhão com uma estrutura elíptica, que entrega uma sensação visual tridimensional. Nesta versão, a caixa em formato Vanguard é elaborada em carbono, material que atribui leveza e alta resistência. Ⓞ



# O IPO DOS INVESTIDORES

EM MEIO AO AUMENTO PELA PROCURA POR EDUCAÇÃO FINANCEIRA, O TC TRADERS CLUB REALIZA OFERTA PÚBLICA INICIAL E LEVANTA 607 MILHÕES DE REAIS

por mattheus goto



FOTOS: CAUE DINIZ

O primeiro semestre de 2021 marcou um boom de novos investidores na bolsa de valores brasileira. Em comparação ao mesmo período do ano passado, houve um aumento de 43% na quantidade de CPFs cadastrados no sistema da B3. O número saltou de 3,2 milhões para 3,8 milhões de pessoas físicas inscritas. Esse aumento sinaliza um crescimento do interesse pelo mercado financeiro e por conteúdo voltado para negócios.

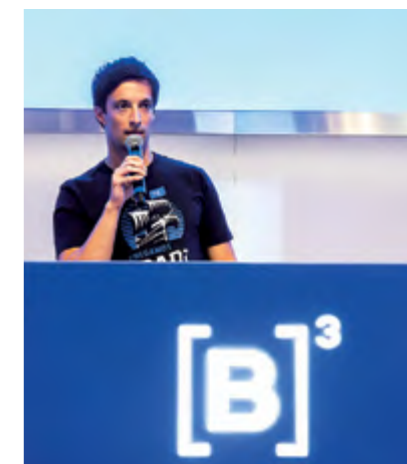
Acompanhando a tendência, o TC tem como objetivo a promoção de educação financeira, análise de dados e inteligência do mercado de capitais, conectando mais de 470 mil investidores no Brasil. Com o objetivo de dar suporte aos usuários, a plataforma oferece feed de notícias de mercado, estatísticas em tempo real, ferramentas analíticas, conteúdo educacional e espaço para fóruns de discussão e postagem de ideias de investimentos. Frente ao novo movimento do mercado, o TC também registrou alta, com um acréscimo de 516% no número de usuários pagantes entre o segundo trimestre de 2020 e 2021. No mesmo período, a receita bruta subiu em 213%, chegando a 26,4 milhões de reais.

Com todo o sucesso, a plataforma concluiu, no fim de julho, sua oferta pública inicial (IPO) na B3. Ela estreou com o ticker TRAD3 e levantou 607 milhões de reais, atingindo o valor de mercado de cerca de 2,7 bilhões de reais. A cerimônia de lançamento contou com a presença de Ana Buchaim, diretora-executiva de pessoas, marketing, comunicação e sustentabilidade da B3, e Pedro Albuquerque, sócio-fundador e CEO do TC, além dos demais executivos da empresa. Em seu discurso, prévio ao toque da campainha, o empresário investidor afirmou que a missão do TC é mudar a história do mercado financeiro

no país. “São centenas de milhares de investidores que usam o TC todos os dias para aplicar melhor, aprender e debater sobre mercados.”

A oferta, realizada no segmento do Novo Mercado, teve coordenação dos bancos BTG Pactual (coordenador líder) e Modal (coordenador da oferta). Os recursos captados pela oferta serão utilizados para a realização de aquisições para o aprimoramento do ecossistema da companhia, investimentos em desenvolvimento e marketing. Neste ano, o TC já realizou algumas movimentações estratégicas, como a reestruturação do marketing e a aquisição da plataforma de software contábil Sencon, a fim de aumentar a gama de serviços ofertados pela *infotech*, e o recebimento de um aporte de 72 milhões de reais de mais de 50 investidores. A plataforma ainda lançou o TC Premium, primeiro plano a contar com recomendações de carteiras feitas por especialistas certificados e credenciados. O intuito é elevar ainda mais a reputação da plataforma. [🔗](#)

NA PÁGINA AO LADO, MOMENTO EM QUE A CAMPAINHA FOI TOCADA NA B3, SINALIZANDO O IPO DO TC. ABAIXO, PEDRO ALBUQUERQUE, SÓCIO-FUNDADOR E CEO



# BOND, JAMES BOND

LAND ROVER  
LANÇA SÉRIE  
ESPECIAL DEFENDER  
007 PARA SEU SUV  
NAS CARROCERIAS  
90 E 100, COM  
MOTOR 5.0 DE  
525 CAVALOS

por **sergio quintanilha**

Desde que o agente secreto 007 ganhou fama no cinema com o nome Bond, James Bond, os fãs têm uma certeza: o ator principal será não apenas o galã conquistador, mas também contará com um carro especial para derrotar os maiores vilões do mundo. Por isso, há décadas, a indústria automobilística britânica disputa qual será o carro especial de James Bond. O filme deste ano, para combinar com um tempo em que as pessoas estão sempre com pressa, tem um nome perfeito: *007 – Sem Tempo para Morrer*. E o carro, claro, só poderia ser um SUV.

Graças à parceria com os produtores do filme, a Land Rover preparou uma série especial de seu novo SUV, o Defender V8 Bond Edition. Um carro bastante exclusivo, com apenas 300 unidades produzidas para clientes do mundo inteiro. O Defender V8 Bond Edition está disponível nas duas versões de carroceria: 90 e 110.

O carro tem a elegância do próprio James Bond. Ele conta com rodas pretas brilhantes de 22" com pinças de freios dianteiros na cor xenon blue. O SUV traz na traseira o exclusivo logotipo "Defender 007", para dar ao proprietário uma pequena sensação de ser o próprio James Bond – sonho de muitos homens. Quando as portas se abrem, o solo é iluminado com o emblema clássico do agente 007. A soleira também é iluminada.

A ideia da Land Rover é envolver o proprietário na atmosfera do mundo bondiano. Já ao ligar o carro, uma animação exclusiva aparece no display central, abrindo o sistema de infoentretenimento Pivi Pro. Cada Defender V8 Bond Edition traz o logotipo da Land Rover SV Bespoke (divisão de carros especiais da marca) e uma gravura exclusiva "One of 300" feita a laser.

Além dos detalhes exclusivos da série Bond Edition, o Land Rover Defender é um SUV primoroso. O carro voltou a ser produzido recentemente depois de ficar alguns anos fora de linha. Isso porque a Land Rover trouxe todo o DNA e as principais características de design dos clássicos Defender 90 e 100 para esta nova geração. Porém, com o conforto, a conectividade e a segurança que os antigos Defender 90 e 100 já não conseguiam oferecer.

O PAINEL INTERNO  
DO NOVO DEFENDER  
V8 BOND EDITION



FOTO: DIVULGAÇÃO



O Defender V8 Bond Edition é equipado com um motor 5.0 a gasolina de 525 cv de potência e 625 Nm de torque. O câmbio é automático, de oito marchas. Claro que ele não terá os apetrechos especiais que o serviço secreto britânico prepara exclusivamente para o agente secreto 007, mas o proprietário terá nas mãos o que há de melhor em capacidade off-road para um automóvel moderno. Se não bastasse, o SUV Bond Edition ainda é capaz de acelerar como um carro esportivo: vai de 0 a 100 km/h em apenas 5,2 segundos e atinge 240 km/h.

Para que o carro possa ser conduzido por pessoas reais, a Land Rover tratou de recalibrar a suspensão e a transmissão. Assim, os candidatos a James Bond podem ter um veículo mais ágil e envolvente nas mãos, porém fácil de dirigir. O carro tem muita eletrônica embarcada e controle de carroceria reforçado, dando mais estabilidade nas curvas, além de “uma trilha sonora característica do motor V8 supercharger”.

Além da Land Rover, outras marcas de carro já apareceram nos filmes de James Bond, como Aston Martin (também inglesa), Jaguar (do grupo JLR) e BMW (alemã que é dona da inglesa Mini). Agora é a vez da Land Rover, que é também o carro preferido da rainha Elizabeth II. O preço do veículo não foi divulgado, pois não há previsão de sua importação. ∅



SERÃO COMERCIALIZADAS APENAS 300 UNIDADES DO MODELO



FOTOS: DIVULGAÇÃO; REPRODUÇÃO



# Elétricos, urbanos e charmosos



DOIS CARROS EUROPEUS 100% ELÉTRICOS, MINI COOPER S E E FIAT 500E, COMBINAM TRADIÇÃO, PRAZER AO DIRIGIR E CONSCIÊNCIA ECOLÓGICA

por **sergio quintanilha**

Dois carros urbanos que fazem sucesso na Europa já podem ser adquiridos no Brasil em suas versões mais ecológicas. O Mini Cooper S E, britânico até na alma, e o Fiat 500e, italianíssimo, combinam tradição e charme com motor 100% elétricos e zero emissão de carbono. O planeta agradece. Por isso, a Mini e a Fiat oferecem esses carros para quem já tomou uma atitude no combate ao aquecimento global em sua mobilidade urbana.

Claro que os dois carros podem rodar na estrada em suas versões elétricas, mas eles têm alcance limitado, porque a proposta de ambos é circular na cidade, onde as emissões de CO2 são mais graves. O Mini tem autonomia de 234 quilômetros com uma carga de bateria por ser mais potente. O "Cinquecento" tem autonomia maior, de 320 quilômetros, porque sua potência é menor. Ambos atingem no máximo 150 km/h porque, a partir disso, o consumo de energia seria muito grande.

Os dois carros são encantadores e têm tudo para agradar ao consumidor das grandes cidades. Como são modelos de muita tradição, tanto a Mini quanto a Fiat optaram por manter o design dos carros o mais parecido possível com o dos modelos tradicionais. Mas não se engane: a tecnologia de ambos é bastante moderna. Visualmente, o Mini Cooper elétrico traz até a bandeirinha da Grã-Bretanha estilizada nas lanternas. Já o Fiat 500 elétrico revela, nos detalhes internos e externos, o primoroso design da Itália.

Os dois carros são bem divertidos de guiar porque o torque está disponível a partir do momento em que você pisa no acelerador. Num carro elétrico, tudo é medido em kW. O motor é o responsável pela agilidade do carro e a bateria responde pelo alcance, mas ambos têm relação no consumo de energia.

Por isso, com um motor de 135 kW (ou 184 cavalos), o Mini Cooper elétrico acelera de 0 a 100 km/h em 7,3 segundos. Devido à fama de esportividade da marca, a Mini optou por mais desempenho e menor alcance. A bateria do Mini tem 32,6 kWh e seu consumo é de 16,8 kWh a cada 100 quilômetros. Se você andar sempre muito rápido, esse valor pode baixar; se for mais comedido, ele pode aumentar (como num carro a gasolina).

Já o Fiat 500 elétrico não tem esse compromisso de ser rápido, por isso a opção foi por um motor de apenas 87 kW (ou 118 cavalos), que faz o carro acelerar de 0 a 100 km/h em nove segundos. A bateria do Fiat, entretanto, tem maior capacidade, 42 kWh, o que leva a um consumo menor, de apenas 14 kWh a cada 100 quilômetros. O Fiat 500e é um dos carros elétricos mais econômicos do mundo.

Os dois carros vêm com Wall Box para carregamento rápido, de forma que a bateria pode ser completada em cerca de duas horas e 30 minutos.. A Mini e a Fiat também têm acordos para carregamento rápido em estações espalhadas pelas principais cidades que estão apostando na eletrificação dos carros. O Mini Cooper S E é oferecido em três versões: Exclusive (239.990 reais), Top (264.990 reais) e Top Collection (269.990 reais). O Fiat 500e está disponível apenas na versão Icon (239.990 reais). ⚡



NA PÁGINA AO LADO, O MINI COOPER S E. ABAIXO, O FIAT 500E



FOTOS: DIVULGAÇÃO

# CONSUMIDOR NO CENTRO

ANA BRANDÃO, VICE-PRESIDENTE DA CALVIN KLEIN

ANA BRANDÃO, VICE-PRESIDENTE DA CALVIN KLEIN, RESPONDE A SETE PERGUNTAS E REVELA OS MOVIMENTOS DA MARCA NO BRASIL, CONSTANTEMENTE INVESTINDO EM INOVAÇÕES

por giulianna iodice

**Versatille: Quais são os focos atuais da Calvin Klein no Brasil?**

**Ana Brandão:** O foco é o consumidor. Precisamos estar onde ele está, ou seja, presente no off-line e on-line, e oferecer o produto que o consumidor busca no momento, que são mais casuais e confortáveis. Também disponibilizamos uma experiência cada vez mais positiva, não só no atendimento, mas também na disponibilidade de produtos e na eficiência.

**V: Como a CK atravessou a pandemia? Quais movimentos foram importantes para os resultados positivos?**

**AB:** Priorizamos a saúde e a segurança dos nossos colaboradores, clientes e fornecedores, implementando várias medidas de proteção nas lojas e no escritório. A PHV colaborou com uma doação de 500 mil reais para o Fundo Emergencial para a Saúde, que envolve instituições como Fiocruz, Santa Casa de São Paulo e Hospital das Clínicas. Mantivemos os pedidos de produção colocados nos fornecedores para deixar a cadeia produtiva ativa. Acompanhamos a aceleração digital, desenvolvendo diversas ferramentas para minimizar os impactos gerados pela diminuição do fluxo de clientes: criamos catálogos digitais com link de pagamentos que possibilita todo o atendimento via WhatsApp; alavancamos o CK@home (entrega de produtos na casa do cliente);

aderimos aos drive-thru dos shoppings e criamos um showroom digital (B2B) para atender multimas e franquias. Enfim, nos adaptamos ao novo cenário de forma bastante produtiva e conseguimos fechar o ano com resultados positivos.

**V: Como a pandemia alterou o formato que a Calvin Klein trabalha no país?**

**AB:** A Calvin Klein está investindo muito no crescimento do digital, lançando a marca em diversos marketplaces e trabalhando para integrar sistemas e canais de toda a rede. A ideia é oferecer para o cliente agilidade e melhor experiência de consumo, possibilitando que produtos comprados no site sejam entregues a partir de lojas mais próximas em poucas horas, ou que o cliente retire na loja que desejar.

**V: Quais são suas apostas para o comportamento dos consumidores no cenário pós-pandemia?**

**AB:** O novo momento da moda e comportamento aponta para várias tendências que estão se consolidando cada vez mais. No consumo, vemos como o e-commerce se tornou muito importante e será a base de vendas para gran-

de parte das lojas. Na moda, o conforto e a qualidade são, com certeza, a aposta para o consumidor. Na Calvin Klein, isso sempre foi uma premissa, e continuaremos incrementando isso em nossos lançamentos.

**V: Em sua opinião, quais rumos a moda está tomando?**

**AB:** A indústria da moda, mais do que nunca, percebeu a urgência por questões sociais e sustentabilidade. Conexões e experiências são essenciais. Os ideais da marca precisam transparecer em todas as vertentes através de projetos sustentáveis, transparência, comunicação e marketing.

**V: Quais são os principais lançamentos da Calvin Klein no país?**

**AB:** No Brasil, o foco da Calvin Klein são as linhas Calvin Klein Jeans, CK Underwear, Calvin Klein Jeans Kids, CK Sportswear e Performance. Estamos investindo em uma nova linha de tênis esportivos de alto padrão, que será lançada em 2022, e aumentando o número de produtos sustentáveis, utilizando, por exemplo, o algodão orgânico e processos de produção que agredem menos o ambiente.

**V: Qual é o “segredo” da CK para permanecer um clássico da moda, assim como transitar muito bem por gerações, década após década?**

**AB:** A Calvin Klein sempre fez questão de se manter atualizada e permanecer tão jovem quanto na época em que foi criada. Essa juventude, ousadia e singularidade da CK sem dúvida foram essenciais para que a marca mantivesse sua enorme relevância no decorrer das décadas. Procuramos acompanhar os millennials e a geração Z. É uma marca que sempre levantou a bandeira do moderno, da inclusão e diversidade e que inspira confiança no consumidor através de campanhas inteligentes e marcantes. ☺



FOTOS: DIVULGAÇÃO

# “Eu quero oferecer um momento gastronômico real”

AMAURY BOUHOURS, CHEF EXECUTIVO DO LE MEURICE, TEM COMO PREMISSE FOCAR NOS PRODUTORES FRANCESES

por giuliana iodice



O SALÃO CLÁSSICO DO LE MEURICE ALAIN DUCASSE E O CHEF AMAURY BOUHOURS



Muitas calçadas de Paris são simpáticas, mas a do hotel Le Meurice tem um charme a mais, graças a seus mosaicos. A propriedade de 1835, localizada na Rue de Rivoli, na altura do 1º arrondissement (leia-se o coração da capital francesa), aproveitou a pandemia para uma restauração completa, que segue em vigor. Mais do que hospedagem, o hotel também é conhecido como um destino para os amantes de gastronomia, que conta com restaurantes como o Le Meurice Alain Ducasse, Le Dalí e o Bar 228, atualmente sob o comando do chef executivo Amaury Bouhours. A *Versatille* conversou com Bouhours sobre suas inspirações culinárias. Confira.

**Versatille:** Como você definiria seu estilo de culinária?

**Amaury Bouhours:** Eu o descreveria como francês, moderno, sazonal e focado em produtos com fontes confiáveis. Eu gosto de cozinhar pratos simples, feitos para colocar na mesa e compartilhar com amigos e família, como um frango assado, um peixe inteiro ou um cordeiro.


**V:** Como funciona seu processo criativo, quando pensa em um novo menu ou prato?

**AB:** A minha inspiração vem dos produtos que estão disponíveis, assim como das estações do ano. Eu tento não me repetir e sempre me reinventar, de forma que ultrapasse os meus limites.

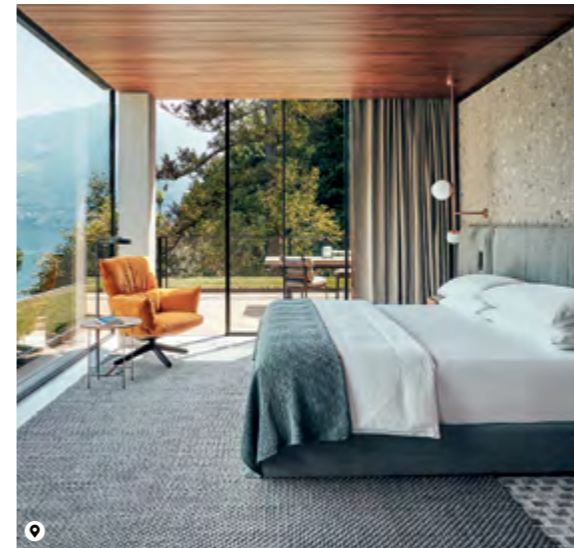
**V:** Quais foram as maiores mudanças que você implementou nos restaurantes do Le Meurice?

**AB:** Os fornecedores dos produtos foram a mudança mais significativa que fiz. Eu quero dar apoio aos produtores, criadores e pescadores franceses, usando produtos comprados diretamente, sem intermediários. Quero oferecer um momento gastronômico real.

**V:** Qual é o ingrediente sem o qual você não sobrevive?

**AB:** Azeite de oliva. É um ingrediente muito versátil, que pode ser usado para cozinhar, para trazer mais umidade ao prato ou para fazer a liga de um condimento, como sais. Os usos são intermináveis. Eu especialmente amo o do produtor Xavier Alazard. 

FOTOS: DIVULGAÇÃO




## HOTEL DE LUXO EM CASA

PENTHOUSE NO IL SERENO LAGO DI COMO TEM DECORAÇÃO À VENDA

O hotel Il Sereno Lago di Como, na comuna de Torno, Itália, vem se firmando como um dos hotéis mais luxuosos do mundo. Aberto em 2018 com projeto de Patricia Urquiola, ele tem o design como protagonista na experiência de hospedagem. E agora é possível ter um gostinho disso em casa, com uma nova expansão inteiramente “comprável”. Trata-se de uma penthouse, cujo catálogo de peças e móveis, assinados pela renomada arquiteta espanhola, está disponível para compra na Internet.

A acomodação de 150 metros quadrados conta com sala de estar, dois banheiros e uma varanda espaçosa, com itens de decoração, tapeçaria, estofados e móveis. A inspiração da profissional para a coleção foi o glamour italiano do pós-guerra e as referências regionais, a exemplo das famosas sedas, que são produzidas localmente. Os elementos da suíte dialogam com todo o projeto original do hotel, adotando os mesmos materiais, acabamentos e proporções.

Os hóspedes da penthouse e das demais novas suítes têm toda a estrutura do Il Sereno Lago di Como à disposição, como o restaurante Berton Al Lago, o spa, a piscina de borda infinita com vista para o Lago de Como, assim como os passeios a bordo de um dos três tradicionais barcos Cantiere Ernesto Riva. 

FOTOS: SARA MAGNI; DIVULGAÇÃO

## EXCLUSIVIDADE EM GENEBRA

O THE WOODWARD, NOVO HOTEL DA OETKER COLLECTION, SE ASSEMELHA A UMA RESIDÊNCIA PRIVATIVA, COM APENAS 26 ACOMODAÇÕES

A renomada Oetker Collection inaugurou o The Woodward, em Genebra, décimo hotel do portfólio da alemã. Com apenas 26 acomodações, a hospedagem está situada próximo ao Lago de Genebra, com vistas deslumbrantes para a água e o majestoso Mont Blanc. Datado de 1901, o edifício passou por reforma completa, comandada pelo arquiteto e designer de interiores Pierre-Yves Rochon, juntamente com a BEA S.A. Arquitetos. Os restaurantes L'Atelier Robuchon e Le Jardinier garantem as experiências gastronômicas, e para o relaxamento há o Club Woodward, que inclui um amplo Spa Guerlain. O The Woodward dá origem a uma nova classe de hotéis, que se assemelham mais a uma residência privativa ultrachique do que a uma hospedagem. As 26 suítes espaçosas do The Woodward foram projetadas com muito esmero e, embora cada uma seja diferente, todas compartilham uma paleta de cores neutras harmoniosa, contrastadas por tons de azul. Cada detalhe foi considerado para otimizar o espaço e facilitar o movimento em todas as suítes, que possuem características distintas e detalhes de design individuais, como elementos florais exclusivos, lareiras de mármore e estantes de livros. O The Woodward tem um toque de modernidade, que acentua a arquitetura belle époque do edifício datado do século 19. 





# DE MALAS PRONTAS

AS MELHORES NOVIDADES  
DE BARCELONA, MARRAKESH,  
PARIS E ZURIQUE

por giulianna iodice e juliana a. saad

Os amantes de viagem já podem começar a comemorar – e agendar as próximas férias –, pois, ao que tudo indica, a tendência é que as fronteiras sigam abrindo. Com o avanço da vacinação nacional e mundial, destinos queridos dos brasileiros podem ser visitados novamente, com algumas medidas obrigatórias que variam constantemente, mas consistem resumidamente em vacinação e testes para a covid-19 negativos ao entrar no país (caso o plano seja viajar, o conselho é se atentar às regras do momento e segui-las à risca, para evitar fadiga).

Na França, Paris borbulha com novidades após muito tempo fechada para os locais e visitantes; em Barcelona, um deleite de tapas e vermute os aguarda; e na cidade de Zurique, muita arte, chocolate e gastronomia. Fora da Europa, mas ainda próximo, Marrakesh é sempre uma boa pedida, pois é impossível não se contagiar com as cores e os sabores do destino. *Bon voyage, buen viaje, gute reise ou rihlat jayida.*



O CENTRO HISTÓRICO  
DE ZURIQUE

FOTO: GETTY IMAGES

**PARIS, SEMPRE BELA**

A cidade-luz respira beleza e um estilo de vida único, mais contemplativo e menos acelerado. Passear pelos bairros Le Marais e Saint Germain, sentar em um café, pegar um livro e admirar os passantes é sempre uma ótima pedida, mas a cidade, no último ano, ganhou novos hotspots, museus, hotéis... Afinal, nós sempre teremos Paris.



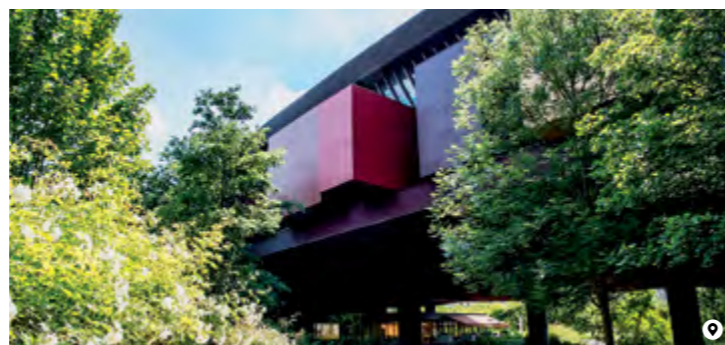
**Tratamento haute-couture**

O novíssimo hotel Cheval Blanc, da LVMH, abriga um estonteante spa da Dior, que ganhou destaque no Instagram após a última semana de moda. Os tratamentos são realizados em seis suítes diferentes, todas com decorações únicas inspiradas na grife. Antes de sair, não deixe de dar um mergulho na piscina.  
@chevalblancparis



**Mais dois museus para a lista**

Na capital francesa, vá aos museus clássicos: Louvre, Pompidou, D'Orsay, L'Orangerie, mas não se esqueça de acrescentar um novo destino para os amantes da arte: o Bourse de Commerce, inaugurado em junho deste ano. Ele abriga parte da coleção de arte contemporânea do bilionário François Pinault, fundador do grupo de luxo Kering. Outra novidade no circuito cultural é o Hôtel de la Marine, reaberto após quatro anos de restauração, que demandou o trabalho de 200 artesãos para voltar a seu esplendor original do século 18 – um “mini”Versailles em Paris!  
@boursedecommerce @hoteldelamarine



**União de forças**

Os chefs Alain Ducasse e Albert Adrià inauguram, em novembro, o restaurante ADMO, que funcionará inicialmente por 100 dias como um pop up, dentro do Museu do Quai Branly, às margens do Sena. O menu degustação, de cinco ou sete etapas, será servido no almoço e jantar. O estilo de cozinha proposto é baseado nas culinárias francesa e espanhola, com preparo moderno e uso de técnicas inovadoras. [g.i.]  
@alainducasse @albert.adria.acosta @quaibrantly

FOTOS: DIVULGAÇÃO



**BARCELONA, FESTA PERMANENTE**

Os prédios inusitados; a Babel de idiomas no vaivém contínuo de gente na Las Ramblas e avenidas; as delícias do mercado La Boqueria; a agitada vida noturna; os museus; a gastronomia surpreendente; as obras de Gaudí e muito mais fazem de Barcelona um lugar de atmosfera contagiante.



**Hospedagem artsy**

Com vistas 360 graus de Barcelona e pertinho do Passeig de Gràcia. Estilo, conforto e muita luz natural ilumina o hotel-butique, eleito o melhor da cidade, com obras de Miró, Tápias e outros, num edifício contemporâneo de arquitetura premiada. As suítes são aconchegantes e há, no último andar, uma cobertura panorâmica para almoços solares ou jantares animados, que atraem foodies locais e internacionais.  
@the\_one\_barcelona

FOTOS: STEFAN FADINGER; DIVULGAÇÃO; BARCELONA TURISME

**Joias na vitrine**

A imperdível mostra *Women Jewellers 1965-1990. Between Art and Design* apresenta ousadas criações vanguardistas que mudaram o mundo da joalheria e vale a visita, tanto quanto o museu que a abriga, o futurista Museu de Disseny (Museu do Design). Sua coleção permanente leva a um mergulho pelo design espanhol e catalão ao longo das décadas. A exposição *Women Jewellers* vai até 28 de novembro.  
@museudeldisseny



**Vermute!**

Instituição catalã, o vermute, ingrediente essencial de Negronis e Manhattans, alcançou status próprio. *Vermut negre* ou *vermut casero*, doce ou seco, com gelo e casquinha de laranja, acompanha bem tapas. Anote alguns dos bares mais bacanas: El Villa Vermuteria, moderno e cool, serve tapas de frutos do mar; Bar Mut, clássico com tapas de produtos orgânicos, favorito do Robert de Niro; Bodega 1900, do chef Albert Adrià, onde o vermute é o centro das atenções; Lo Pinyol, em uma bodega do século 19, amada pelos catalães. E, para fechar a “rota do vermute”, passe no Quimet & Quimet, que existe desde 1914, e peça um *vermut casero* acompanhado por tapas especiais. [j.s.]  
@elvillavermuteria @barmutbarcelona @bodega1900 @lopinyol @quimet.quimet

**Dica: Check Barcelona WebApp**

Um guia da cidade com informações em tempo real sobre a movimentação dos pontos turísticos e a disponibilidade de ingressos e reservas antecipadas (abra no browser, na web, no link: <https://checkbarcelona.com>).

### MARRAKESH, EXÓTICA E IMPERDÍVEL

A cidade vermelha encanta por sua aura mística, compras fabulosas, mercados inebriantes e o panorama de mil e uma noites, tudo aliado a uma excelente infraestrutura hoteleira. A medina de Marrakesh é classificada pela Unesco como Patrimônio da Humanidade, com belíssimos monumentos, como a Mesquita Koutoubia, o Palácio Bahia, a madraça Ben Youssef, os túmulos saadianos e a Praça Jemaa El Fna, um verdadeiro teatro ao ar livre com artistas de rua, encantadores de serpentes e muita comida típica.



#### Cores e visuais

É indispensável ir ao Jardin Majorelle e aos museus Pierre Bergé de artes berberes e Yves Saint Laurent, dedicado ao célebre estilista. Em 3 hectares no coração da cidade, impressiona também com as plantas exóticas, uma boutique com belas peças decorativas e roupas étnicas. Outro espaço importante na cidade é o Dar El Bacha-Musée des Confluences, que celebra a história da tolerância religiosa no Marrocos. A qualquer momento, pode haver uma exposição judaica, cristã ou muçulmana. Abriga também um pequeno café lindo. Quer looks marroquinos incríveis? Na Aya's, boutique de Nawal El Hariti. Tapetes? No Palais Saadien. E nos coloridos souks, os mercados tradicionais, há uma infinidade de itens, de babuches a temperos, passando por joias, antiguidades e maroquinerie.

@jardinmajorelle  
@palaissaadien @ayasmarrakesh  
@darelbachamuseedesconfluences



#### Comer e algo mais

No elegantíssimo hotel Royal Mansour, dois restaurantes se destacam, ambos sob a consultoria de chefs com três estrelas Michelin: La Grande Table Marocaine, com o francês Yannick Alléno, e Sesamo, com Massimiliano Alajmo, da alta cozinha italiana. Quer ir mais fundo na cultura marroquina? O famoso Café Clock, dentro da medina, permite isso. Com decoração aconchegante, música ao vivo, oficina de arte, aulas de cozinha e outras atividades, apresenta um cardápio típico bem-feito, com destaque para seus hambúrgueres de camelo. Também na medina, num beco estreito, fica o restô L'mida. Lá, siga para o rooftop e se delicie com o astral e a comida marroquina fusion de Omar e Simo.

@royalmansour @cafeclock @llimidamarrakech

#### Puro luxo

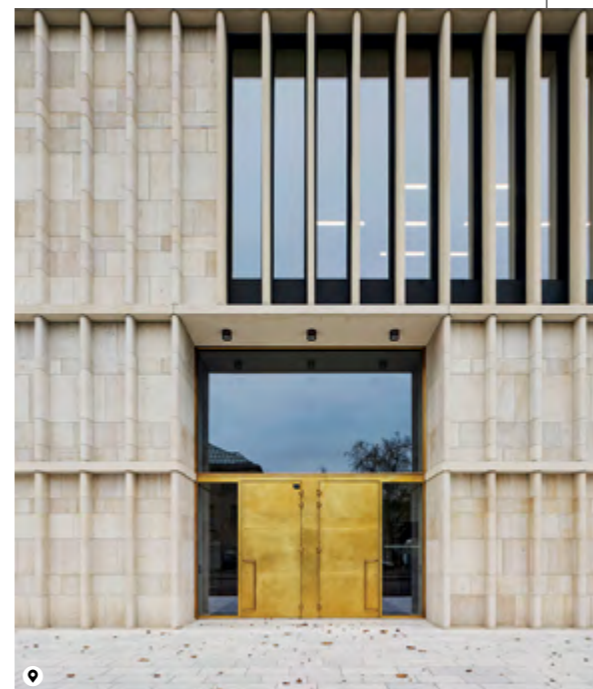
Vale muito a pena se hospedar fora da cidade, no Kasbah Tamadot, a uma hora de carro de Marrakesh, aos pés dos Montes Atlas. Pátios, piscinas, jacuzzis, pomares, hortas e jardins com vistas fora do usual estão lá. Além do alto conforto, seja em tendas luxuosas armadas no jardim, seja nos quartos da edificação. Se preferir ficar nos limites da cidade, o La Mamounia, dentro de um parque de 17 hectares, é a melhor fusão dos estilos art déco e árabe-andaluz. Para uma hospedagem de luxo e claramente inesquecível, em um cenário das mil e uma noites, com bares e restaurantes concorridos. Pura elegância e glamour. [i.s.]

@kasbah\_tamadot @lamamouniamarrakech



### ZURIQUE, CONFORTO E BELEZA

O país é definitivamente amado pelos brasileiros, e Zurique, cidade que mescla perfeitamente a tradição e inovação, é o destino certo para comer bem, fazer compras, visitar museus e se sentir muito seguro, sem falar da hospitalidade, referência mundial. Outro ponto incrível do destino é a possibilidade de viajar confortavelmente para outras cidades, graças ao transporte (destaque para os trens) impecável.



#### Mais arte, por favor

O museu Kunsthaus Zürich acaba de se tornar o maior da Suíça, após a inauguração da extensão, um novo prédio, no qual foram investidos 230 milhões de dólares. Anexado ao prédio original, que data de 1910, via passagem subterrânea, o novo espaço abrigará mostras de artes a partir dos anos 1960 e também a Bührle Collection, que compreende 200 trabalhos de artistas como Claude Monet, Paul Cézanne, Edgar Degas, Vincent Van Gogh – adição que representa a maior coleção de impressionismo francês e pós-impressionismo fora de Paris.

@kunsthauszuerich

#### Dica: Switzerland Tourism

O site (<https://www.myswitzerland.com/pt/>), todo em português, é uma ótima ferramenta para organizar a viagem pelo país.



#### Eu só quero chocolate

No fim de 2020 foi inaugurada a Lindt Home of Chocolate, um sonho real para os chocôlatras. Situado no Lago de Zurique, o local foi projetado pelos famosos arquitetos Christ & Gantenbein. A exposição é interativa, uma imersão digital em sete mundos diferentes do chocolate, além de uma degustação. Para quem achou pouco, também é possível ver a produção e criar o próprio chocolate. Antes de ir embora, aproveite o Lindt Café, com uma infinidade de guloseimas e, como já é esperado, uma fonte de chocolate.

@lindthomeofchocolate

#### Persiga as estrelas

A cidade de Zurique é o lar de 12 restaurantes com estrelas Michelin. Três deles possuem duas estrelas: o Pavillon, de cozinha clássica, dentro do hotel Baur Au Lac; Widder, que propõe menu contemporâneo; e o The Restaurant, há anos destaque na cidade por sua culinária complexa, moderna e cheia de cores e sabores, dentro do ícone hoteleiro Dolder Grand. [g.i.]

@bauraulac @widderrestaurantzurich  
@thedoldergrand





# UMA DÉCADA DE HOSPITALIDADE NO INTERIOR DE SÃO PAULO

FOTOS: DANIEL PINHEIRO

ACIMA, O HOTEL;  
AO LADO, A PISCINA  
DE BORDA INFINITA

O FASANO BOA VISTA MANTÉM-SE COMO UM REFÚGIO *CHIC & LOW* E INAUGURA SETE NOVAS SUÍTES

por **giulianna iodice**

“Tranquilo” é um bom adjetivo para introduzir o *mood* de uma estadia no Fasano Boa Vista, primeira propriedade de campo da marca, localizada no estado de São Paulo, a menos de 100 quilômetros da capital. O complexo do Fasano, dentro do empreendimento Fazenda Boa Vista, compreende um hotel, com 46 acomodações – sete novas, inauguradas neste ano – e casas, batizadas de Villas Fasano. O projeto arquitetônico é assinado pelo genial Isay Weinfeld, profissional que podemos chamar de “habitué” da marca, e também autor dos projetos dos hotéis de São Paulo e do Uruguai. É ele que garantiu a atmosfera chique e calma atribuída às áreas comuns e acomodações. As ripas de madeira, onipresentes, além de embelezar os ambientes internos e externos, colaboram para a integração da construção com a natureza – definitivamente um dos pontos altos de se hospedar por lá, o que também pode ser um dos motivos da taxa de ocupação alta em tempos pandêmicos.

A Fazenda Boa Vista tem paisagismo impecável, que traz variedade de folhagens e flores, como as moitas de *Bougainvillea* (mais conhecida como primavera) na cor rosa, que circundam o hotel e o lago. Da varanda de cada



um dos quartos avistam-se o lago, o céu (quando o tempo está aberto, bem azul) e a vegetação – ou seja, mesmo dentro dos quartos, a integração está presente. É possível optar entre três categorias de acomodações: apartamento deluxe (60 metros quadrados), suíte duplex (120 metros quadrados) e suíte de dois quartos (180 metros quadrados), ideal para as famílias. Aliás, o hotel agrada a todas as idades e estilos de viajantes: solo, casal e família, por sua ampla gama de atividades e experiências.

A gastronomia, como já é de se esperar da marca – afinal, são mais de 100 anos de tradição culinária –, é um dos pontos altos ao se hospedar. Todas as refeições principais acontecem no Restaurante Boa Vista, a começar pelo café da manhã, composto de amplo balcão self-service e opções à la carte, como ovos de diferentes estilos de preparo, como o Benedict, tapiocas e panquecas superfofinhas. É muito agradável, independente do momento do dia, sentar no deque, localizado no mesmo nível do lago. No almoço e jantar, o menu aposta nos clássicos italianos e alguns pratos brasileiros. A burrata, extremamente macia, é um bom começo, assim como os carpaccios (bem finos, como devem ser) de salmão

ACIMA, O APARTAMENTO DELUXE; ABAIXO, O LOBBY INTEGRADO AO TERRAÇO



O DEQUE EXTERNO DO RESTAURANTE E O TRATAMENTO COMEMORATIVO DOS DEZ ANOS DO FASANO BOA VISTA



ou carne. Entre os pratos, brilham as massas, como o spaghetti ai frutti di mari, e também os risotos, que podem acompanhar ou não alguma proteína animal. Não deixe de perguntar por sugestões do dia, pois, no meu caso, fui agraciada com um risoto de limão siciliano acompanhado por camarões à provençal. Para fechar as refeições, as sobremesas brilham, como o tiramisu – que tem receita diferente do famoso doce feito no restaurante paulistano, mas é igualmente leve e equilibrado. É também possível beliscar e beber na piscina, o ponto perfeito para contemplar o pôr do Sol, que possui um bar, da onde saem coquetéis, pratos leves e porções para compartilhar.

A palavra “experiência” se tornou um clichê do turismo e quase que uma obsessão dos hotéis, de forma que até parece forçada. No Fasano Boa Vista, elas são ofertadas sem muitas invenções: tratamentos de spa, piquenique com vista para o pôr do Sol e jantar servido no quarto são algumas delas. Vale ressaltar que a última opção não é um simples room service, pois aqui a mesa é posta na varanda, com direito a velas e flores, de forma ágil, transformando o quarto em um restaurante privado. Já o spa, localizado em um complexo próximo ao hotel que abran-

ge piscinas, saunas, academia e salas de tratamento, torna a estadia mais relaxante. Para comemorar a primeira década, foi lançado o Ritual Dez Anos, um combo de terapias que se inicia com escalda-pés, seguido por massagem (relaxante ou deep tissue) e ducha escocesa. Resumo: 1h30 para descansar e recarregar as energias.

Estão à disposição dos hóspedes dois campos de golfe com 18 buracos, projetados por Randall Thompson e Arnold Palmer, e quadras de tênis. O centro equestre, com 29 piquetes e 230 cocheiras, segue a linha arquitetônica do hotel e também foi projetado por Weinfeld. O triatlo, modalidade muito procurada atualmente, também tem sua pista, além do Parque dos Esportes, inaugurado em 2019. A passos de distância do hotel está o Boa Vista Market, que abriga curadoria de lojas, como a CJ Mares, Ara Vartanian, Alexandre Birman, Trousseau, entre outras. Literalmente, para não precisar sair de lá. ☺

FOTOS: DIVULGAÇÃO; DANIEL PINHEIRO

POR TRÁS DOS PRATOS:

# CIPRIANI

CHEF NELLO CASSESE

UM PASSEIO POR RECEITAS ITALIANAS, ELABORADAS COM MUITA TÉCNICA E ZELO PRESENTES EM TODAS AS ETAPAS DO PROCESSO, DESDE A CURADORIA DOS INGREDIENTES ATÉ O MOMENTO EM QUE OS PRATOS CHEGAM À MESA

por giuliana iodice

Não são todos que sabem, mas o Copacabana Palace, A Belmond Hotel, é também o endereço de dois restaurantes estrelados: o Cipriani e o Mee, com uma estrela cada. O feito, que dificilmente ocorre, representa também ¼ do total de estrelas dos restaurantes dentro de hotéis Belmond. Falaremos, então, do italiano Cipriani, pilotado pelo chef Nello Cassese (também chef executivo do hotel), nascido em Nápoles e desde 2016 no Rio de Janeiro. O restaurante conta com vista privilegiada para a piscina do Copa, tem decoração de estilo clássico, com lustres esplêndidos e objetos que fazem parte da história do hotel (que completará 100 anos em 2023), como uma antiga bandeja de prata que atualmente foi dividida em duas e funciona perfeitamente para auxiliar a recolher as migalhas que caem sobre a toalha, como contaram durante o menu degustação.

Nunca imaginei que uma ponte aérea me levaria tão longe, e antes mesmo de o jantar se iniciar, ao conversar com Cassese e entender o primor de sua cozinha, que se inicia pela busca de ingredientes de melhor qualidade – sendo 70% deles importados – e segue por uma pesquisa histórica e incansável, a cada novo menu degustação que será lançado, troca que ocorre entre três e quatro meses. “Eu me baseio nas receitas tradicionais que quero colocar, depois estudo a história, pois acredito que cada prato, independentemente da culinária, nasceu para um objetivo, tem sempre uma história por trás. Gosto muito de estudar. A pessoa que o inventou pensou em uma função, o que ele queria transmitir. Após ter entendido, recrio o prato tradicional: mudo a textura, acrescento alguma coisa minha, até chegar ao prato final.”



FOTO: DIVULGAÇÃO

BOTTONI, QUEIJO DE CABRA, PISTACHE E CENTOLLA, UM DOS PRATOS DO MENU TRADITION INNOVATION, INSPIRADO NA REGIÃO DA SICÍLIA



Quem vai ao Cipriani, aberto apenas à noite, pode optar por dois tipos de menu degustação: Signature Dishes ou Tradition Innovation. No jantar em questão, os pratos assinatura do chef foram um delícia às papilas gustativas, como o inesquecível ovo orgânico, parmigiano reggiano 36 meses e tartufo, bem melhor descrito nas palavras de Cassese: “É um coração de alcachofra e um ovo, ambos cozidos em baixa temperatura e finalizados com trufa. Em baixo, um velouté de parmigiano reggiano. Apesar de parecer uma preparação simples, é muito complicada. Nós deixamos o parmigiano decantar, junto à água, para separar a gordura. Depois, pegamos a parte da gordura e fazemos uma emulsão, até chegar à consistência certa. Aí, você tem uma explosão mesmo de parmigiano [testada e comprovada].”

A maestria da cozinha se estende ao salão, com serviço perfeito e atencioso. Para fechar a noite, três etapas de sobremesa. Primeiro, um tiramisu desconstruído, na sequência um sorvete feito in loco, que sempre chega em diferentes sabores, e o “sigaro”, que imita um charuto, feito de chocolate 70% e uísque defumado. Para completar, mais um momento de encantamento antes do *buona notte*: o carrinho de petit fours, com tortinhas esplêndidas, macarons e chocolates.

Confira, a seguir, a conversa com Nello Cassese.

O CHEF NELLO CASSESE

**Versatile: O que motivou você a se tornar um chef de cozinha?**

**Nello Cassese:** Foi uma paixão. Desde pequeno, aos 4 anos, eu assistia aos programas de culinária e depois tentava reproduzir em casa. O tempo passou e eu estudei hotelaria, foram cinco anos, na região de Nápoles, onde nasci. Depois, passei por diversas cozinhas, em outros países, como na Inglaterra, até chegar ao Copacabana Palace.

**V: Como foi chegar ao Rio de Janeiro? Você já conhecia o Brasil?**

**NC:** Vou contar para você exatamente o que aconteceu: a minha filha, Emily, nasceu em janeiro de 2016, e, para mim, a chegada dela foi como uma mensagem, e pedi demissão do meu antigo trabalho no dia 30 de janeiro, sem ter nenhum plano B. A minha esposa ficou preocupada, pois foi um movimento arriscado. Em fevereiro do mesmo ano, comecei a tentar me realocar, e rece-

*\* O Guia Michelin optou por não publicar a edição 2021 no Brasil. Enquanto não há previsão para o retorno da publicação, a seção Estrelados trará restaurantes brasileiros presentes na última atualização e também estabelecimentos internacionais.*

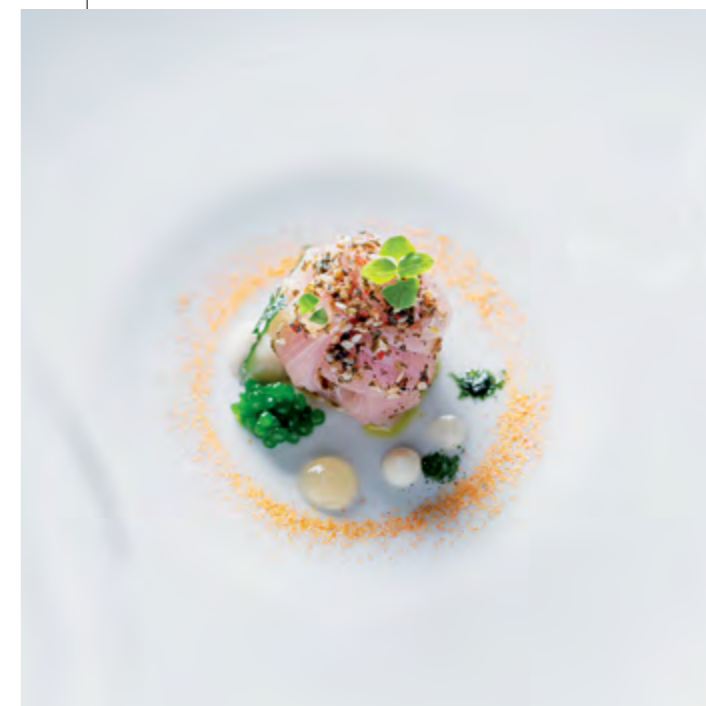
“

ACREDITO QUE CADA PRATO, INDEPENDENTEMENTE DA CULINÁRIA, NASCEU PARA UM OBJETIVO, TEM SEMPRE UMA HISTÓRIA POR TRÁS.

bi algumas propostas de trabalho, sendo uma delas no Copacabana Palace. O hotel entrou em contato comigo, e de forma bem rápida, já estava aqui. Na época, fui bem claro com a antiga gestão: se vocês desejam contratar um chef italiano, trazer da Itália, disse que, além de fazer uma culinária que refletisse a minha experiência, também gostaria que fosse autêntica, com um touch mais inovador. Não a culinária italiana que tem uma influência brasileira, e sim a verdadeira, que não é só massa, pizza, nada pesada. Eu sou do sul da Itália e temos muitos cítricos, frutos do mar e azeite. A do norte já é mais enorpada, com polenta e outros pratos, mas eu acredito no bom balanço entre as duas regiões.

**V: Como é o processo criativo dos menus?**

**NC:** Eu troco o menu a cada três, quatro meses. Depois da volta da operação, após a pandemia, nós chegamos a um ponto em que eu consegui colocar apenas degustação. Eu quis fazer isso pois, além de simplificar um pouco a operação da cozinha e do salão, sempre consigo entregar o melhor produto fresco. Hoje em dia trabalhamos com dois cardápios: um deles é o Signature Dishes, que são os pratos que eu faço desde que cheguei ao Brasil, até ganhar a estrela Michelin, em 2019; e o segundo é o Tradition Innovation, que são receitas que nascem da tradição culinária e passam por um “touch” inovador. Quando penso em um cardápio, antes me baseio nas receitas tradicionais que quero colocar; depois, estudo a história, pois acredito que cada prato, independentemente da culinária, nasceu para um objetivo, tem sempre uma história por trás. Gosto muito de estudar. A pessoa que o inventou pensou em uma função,



ACIMA, UMA REINTERPRETAÇÃO DA TRADICIONAL PIZZA NAPOLITANA. ABAIXO, OLHETE À PIZZAIOLLO

FOTOS: DIVULGAÇÃO



O CARRINHO DE PETIT FOUR,  
QUE CHEGA AO FIM DO JANTAR

entre os ingredientes muitas raízes, trufas, escargot, que é uma culinária piemontesa. Os nomes dos pratos são clássicos, mas a apresentação é completamente diferente. Já os Signature Dishes, além de muito a minha culinária, eu recomendo para aqueles que vêm pela primeira vez no restaurante. Seus pratos são testados, experimentados, o que todo mundo gosta.

**V: O que é fundamental dentro de uma cozinha profissional?**

**NC:** As três coisas que nunca podem faltar são: compromisso, respeito às regras e vontade. Quando entrevisto possíveis candidatos, reforço muito isso. A pessoa que não tem experiência, mas quer aprender, é bem-vinda. É necessário ter também um carinho sobre o que a pessoa faz. Não é simplesmente assar uma carne, cozinhar um peixe, é ter um cuidado com o produto, para não estragar a matéria-prima. Nós trabalhamos com proteínas com valores elevados, e, do outro lado, legumes que são bem baratos, mas, independentemente dos preços do produto, precisa ter o mesmo zelo.

**V: Qual é seu prato preferido?**

**NC:** O meu prato, no dia a dia, é a massa com o molho de tomate, que fala muito da minha região da Campanha, onde temos o tomate San Marzano e a massa grano duro.

**V: Como funciona a parte dos ingredientes que compõem o menu?**

**NC:** Foi um trabalho bem difícil quando eu cheguei. Quando falamos de importados, o que fiz foi ter os originais, então tudo o que colocamos com o nome verdadeiro é importado. Foram seis meses para trocar todos os fornecedores. Hoje posso falar que 70% dos produtos no Cipriani são importados.

**V: E a reformulação dos outros estabelecimentos do Copacabana Palace?**

o que ela queria transmitir. Após ter entendido, recrio o prato tradicional: mudo a textura, acrescento alguma coisa minha, até chegar ao prato final. Normalmente, para mudar os cardápios, são seis meses estudando, então quando apresento um novo menu já estou na concepção do próximo. A parte mais importante é entregar o trabalho para a equipe: eles têm de entender o que estão produzindo.

**V: Discorra sobre os dois menus.**

**NC:** O Tradition Innovation fala muito das regiões italianas. Iniciamos com a Campanha, que é a minha região, depois passamos para a Toscana, pois fiquei sete anos trabalhando lá, e agora [no momento da conversa, em setembro] estamos na Sicília. A partir de outubro, será no Piemonte. É uma região que traz um pouco da França; na verdade é a França que pega da Itália, por conta da Catarina de Médici, que saiu de Florença e levou com ela os cozinheiros italianos. É por isso que o famoso macaron, que a maioria das pessoas acha que é francês, o próprio nome é originário do *maccherone*. O menu tem

**NC:** Em 2019, nós reformulamos um pouco o conceito. A culinária brasileira é muito boa, mas, como temos muitos clientes estrangeiros, eles circulam entre os restaurantes. Hoje em dia nós demos um toque mais mediterrâneo ao Pérgula, repensei o café da manhã, pois antes tinha muita variedade mas faltava um pouco de qualidade. Agora sou muito feliz em falar que a maioria das nossas produções fermentadas usa o Levain. Colocando o fermento natural, você consegue ter uma qualidade muito diferente. Hoje estamos recebendo até pedidos de clientes para a nossa parte de panificação. Começamos a fazer também a parte vegana, sem glúten, e também a parte mais fit, já que as pessoas aqui no Rio cuidam muito da alimentação. Também estou olhando para isso no Cipriani. Nós temos um cardápio diferenciado, que está na mesma linha que os outros pratos. No Pérgula, teremos o grill, uma novidade, e ali vamos organizar uma nova experiência do típico churrasco brasileiro. Há também a pizza, que antigamente era feita no Cipriani, uma receita que peguei do meu irmão, que é pizzaiolo, mas depois tive de adaptar a uma realidade brasileira e mudar um pouco a hidratação da massa, pois aqui tem outra umidade, outra temperatura.

Apesar de usar as farinhas italianas, o transporte de três meses muda as características dela. Mas é uma verdadeira pizza napolitana.

**V: A gastronomia caminha para um cenário diferente?**

**NC:** Sim, mais saudável. Hoje em dia a tendência é saber o que irá comer, o que está na sua refeição, e pensar no equilíbrio. A tendência hoje em dia, especialmente para aqueles que treinam muito, é comer o mais saudável possível. Durante os dias, eu tento sempre seguir uma dieta, eu sou saudável. O chef em si, outros preferem cozinheiro, eu acho que sou um cozinheiro-chef, independentemente de você ter uma, duas ou três estrelas Michelin, a culinária muda sempre. A pessoa tem de continuar a estudar. A única coisa que continuo a fazer é comprar livros, é tudo muito dinâmico. ☺

O CHEF À FRENTE DA  
PISCINA MÍTICA DO COPA



FOTOS: DIVULGAÇÃO



# DOUTOR GOURMAND

MÉDICO DE MILTON NASCIMENTO, MAURICIO DE SOUSA E WALTER CASAGRANDE, CONHEÇA UM DOS MAIORES CARDIOLOGISTAS E AGITADORES GASTRONÔMICOS DO PAÍS

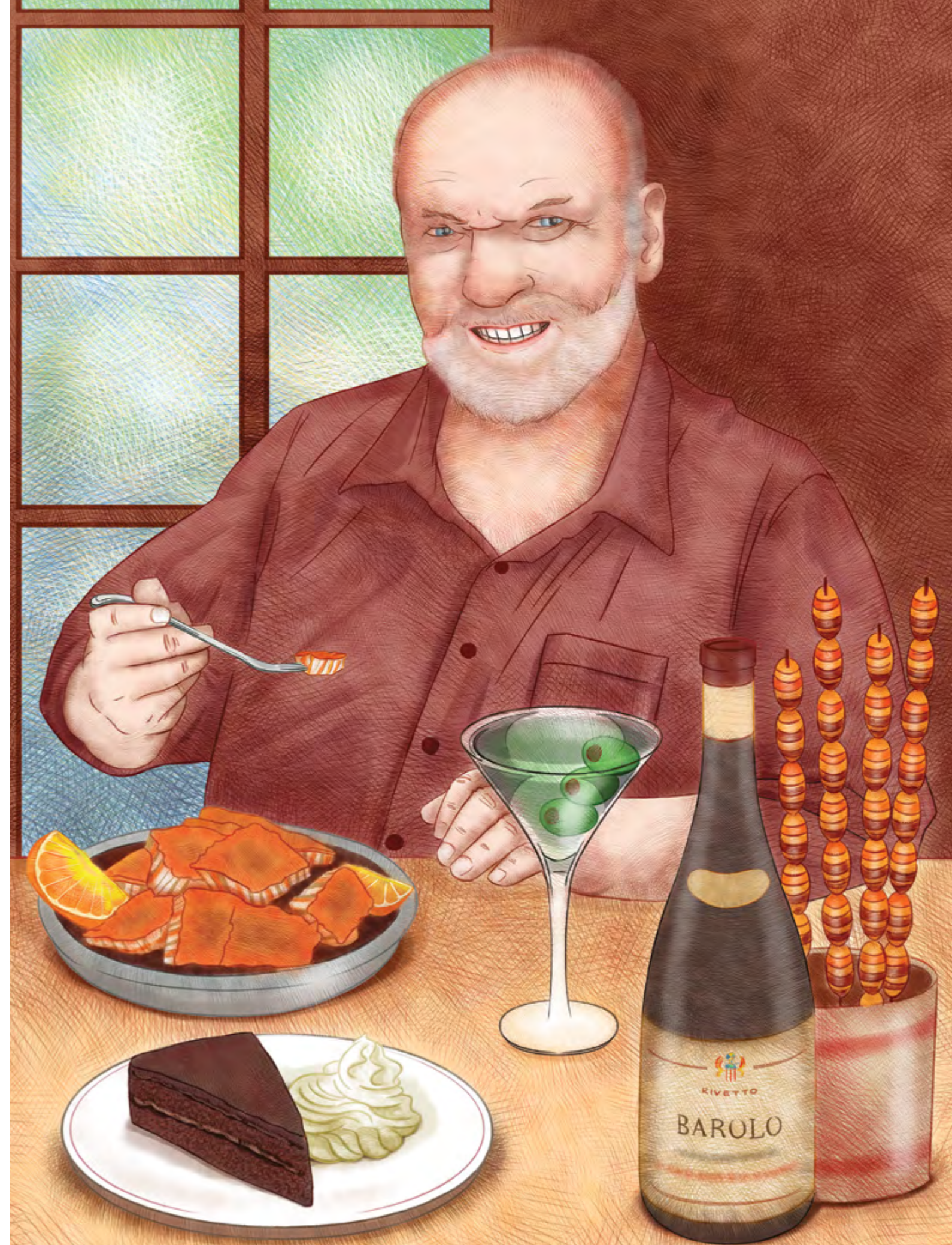
por fernanda meneguetti

ilustração rodrigo eli

Cachorro, cobra, camelo, barata. Sergio Timerman não coleciona apenas mais de uma centena de selos no passaporte e de 7 milhões de milhas aéreas, ele também acumula autênticos sabores das culinárias locais, sem discriminações – e, sim, isso passa por répteis, insetos e até mamíferos fofonildos.

Doutor em cardiologia, o atual diretor do Laboratório de Treinamento e Simulação em Emergências Cardiovasculares e coordenador do Time de Resposta Rápida do Instituto do Coração Professor Euryclides de Jesus Zerbini (Incor) é, além disso, autoridade em vivências gastronômicas.

Boa parte delas começa por um dry martini com três azeitonas verdes e prossegue com vinho. Os olhos doces e azulados de “Serjão” ficam estrategicamente posicionados no meio da mesa, fazendo as honras de anfitrião, onde quer que seja. Afinal, não se trata de ser o dono do recinto, mas de um indisfarçável espírito festejador.



“Muito cardiologista tem boa adega, gosta de arte. Não é uma questão socioeconômica, é que temos uma vida muito difícil e precisamos achar nossos escapes”, confessa ele, que achou entre as jornadas de mais de 12 horas, amiúde em UTIs, uma maneira de ritmar o próprio órgão cardíaco.

Seu escape envolve música clássica, teatro e gastronomia, não raro, juntos e infundados, celebrados sem contraindicações. Nele se encaixa ir a Viena provar a sachertorte original munido de fones de ouvidos para escutar Mozart ao mesmo tempo. “Esse bolo de chocolate com damasco e fondant foi criado no século 19 para o príncipe Wenzel von Metternich, não para Mozart, mas pareceu que, uma vez na cidade que ele tornou célebre, faria sentido comer a receita mais icônica ouvindo uma sonata”, justifica o médico.

Outro exemplo? Levar a soprano colombiana Catalina Cuervo diretamente do Teatro Municipal para jantar (e, de quebra, dar uma canja) no Kotori, de Thiago Bañares. Na contramão, levar o chef à Sala São Paulo pela primeira vez tam-

“

MUITO CARDIOLOGISTA TEM BOA ADEGA, GOSTA DE ARTE. NÃO É UMA QUESTÃO SOCIOECONÔMICA, É QUE TEMOS UMA VIDA MUITO DIFÍCIL E PRECISAMOS ACHAR NOSSOS ESCAPES.

**SERGIO TIMERMAN**

bém é uma experiência tipicamente “timermanzística”. Entre essas, figurinha repetida é Ney Matogrosso: “Sou médico e fã dele. Aliás, era fã antes de me tornar seu médico. Por sorte, ao longo dos anos, me tornei amigo também. Embora ele coma muito pouquinho, gosta de sair comigo”.

O primeiro restaurante escolhido pelo emergencista para as tais saídas foi o extinto Olympe, Rio de Janeiro. Na época, nenhum dos dois conhecia Claude Troisgros; contudo, converteram-se em admiradores. Desde então, Ney levou o médico a Los Angeles para uma cerimônia do Grammy e ele quis retribuir à altura: “Levei-o para conhecer o Joël Robuchon, que ainda estava vivo, mas o Ney não deu a menor bola para o cara!”.

NO HOTEL SACHER, EM VIENA, A ORIGINAL SACHERTORTE



COM TAÇAS EM RISTE, O DOUTOR SERGIO BRINDA COM JANAINA RUEDA, DA CASA DO PORCO, E COM BENNY NOVAK, DO ICI BISTRÔ. ABAIXO, PRATO DE FÍGADO DO ANTIGO CARDÁPIO DESSE ÚLTIMO RESTAURANTE

Se o purê de batata mais famoso do planeta não encantou o cantor, visitas à Casa do Porco, de Janaina e Jefferson Rueda, ao Nelita, de Tássia Magalhães, e ao Oteque, de Alberto Landgraf, integram algumas das várias refeições de redenção.

“Uma das melhores coisas da gastronomia é conhecer pessoas de outros mundos. Através do doutor Sergio, conheci muita gente. Ele nunca está de mal com a vida ou com alguém. Tenho orgulho de chamá-lo de amigo e a honra de fazer todos os meus check-ups com ele”, confessa Landgraf.

Agregador incorrigível, quando o intuito não é cativar amizades, Timerman usa a arte como gatilho para alçar gulosos voos-solo. Um deles significou deixar Seattle no intervalo de um congresso em busca da Double R, a torta de cereja servida no Mar-T Café e imortalizada pelo thriller *Twin Peaks*.

Em alguns casos, sua viagem pode deslanchar com um simples telefonema. Foi assim que, num domingo desses, ao assistir a *O Silêncio dos Inocentes*, sentiu o incontrolável desejo de comer fígado. Nem hesitou; ligou na hora para Benny Novak dizendo que precisava imitar o colega fictício, doutor Hannibal Lecter, e harmonizar o miúdo com uma garrafa de Chianti.

“Esse é o doutor Sergio! Durante a pandemia, dei uma limpa no cardápio e tirei o fígado, mas falei que faria”, conta Novak, do Ici Bistrô. Mais do que reconhecimento a um cliente assíduo desde a abertura da casa, em 2002, o chef fez por carinho: “Ele está sempre sorrindo, é gentil, gosta de falar, de apresentar produtor, de trazer gente. Até quando ele tira você da cozinha na hora do sufoco, com aquele sorriso, passa tranquilidade”.

Além de sorridente, Serjão não faz o chato para comer, não descreve notas e aromas dos pratos, tampouco se gaba das dezenas de lugares estrelados no *Guia Michelin* ou condecorados pelo 50 Best Restaurants que conhece mundo afora. Para ele, comida é conexão.

“Perdi meu pai muito cedo, aos 13, e muitos anos depois tive a chance de conhecer sua terra, a Moldávia. Lá comi pierogis, reconheci sabores de casa e descobri um dos melhores pinots noir da vida”, diz. A confiança fortalece sua teoria de que, por ser filho de imigrantes (e jamais ter descoberto o blend secreto de peixes para o gefilte fish materno!), abriu-se mais a heranças culturais, incluindo as culinárias.





NO ALTO, O SALÃO DO PAULISTANO KOTORI. ABAIXO, O PARISIENSE PLAZA ATHÉNÉE AINDA SOB A BATUTA DE ALAIN DUCASSE

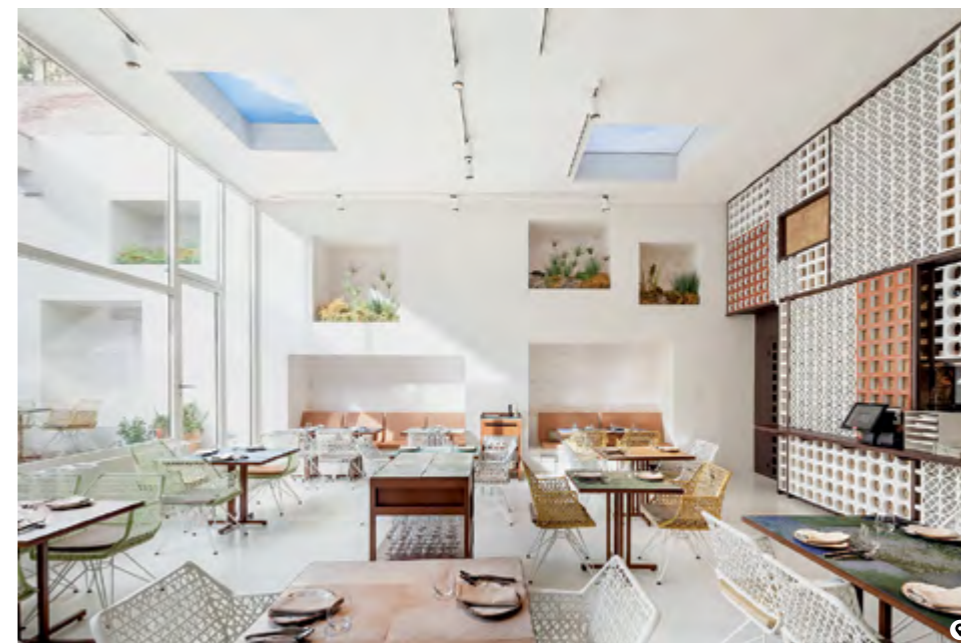
A hipótese é mesmo para lá de plausível; porém, se há algo transbordante em seu comportamento é o gostar de gente: “Sou médico 24 horas por dia. Durmo muito pouco e estou sempre disponível. Se estou em um espetáculo ou em um restaurante, não desligo o celular, mas, claro, não vou aparecer bebendo vinho, né?”

Cardiologista de coração gigante, Timerman acredita que os cozinheiros influenciam sua atuação profissional e emociona-se com seus gestos: “Dois dias depois que meu irmão faleceu, eu tinha uma reserva na Osteria Francescana. O próprio Massimo Bottura mandou mensagem para dizer que faria questão de me receber em outra data”.

Mais do que isso, o chef de um dos três-estrelas Michelin mais famosos do mundo convidou-o para o soft opening da Casa Maria Luigia, sua exclusiva pousada. Ele não se fez de rogado. Quando pôde, visitou a sofisticada casa de campo de Bottura, jantou em seu concorrido restaurante e, coisa rara, deixou escapar que a comida não fora extraordinária.

Pelo menos não tanto quanto no dinamarquês Noma, no parisiense Alain Ducasse au Plaza Athénée, no nova-

FOTOS: TATI FRISSON; DIVULGAÇÃO; REPRODUÇÃO



AO LADO, O QUINTO MELHOR RESTAURANTE DO MUNDO, O ESPANHOL DISFRUTAR; ABAIXO, O NÚMERO 1, O DINAMARQUÊS NOMA, DOIS DOS LUGARES MAIS APRECIADOS PELO CARDIOLOGISTA

-iorquino Chef’s Table at Brooklin Fare ou no barcelonês Disfrutar. Da Europa, seus elogios e amores glutões cruzam o Atlântico com fluidez.

Em São Paulo, tem o Ici Bistrô como extensão de casa e o Carlota como vizinho querido. Não cansa de comer no Chef Vivi, no Mocotó, nem no Tanit. Muito menos exaltar a generosidade dos Ruedas: “Como toda a população, os hospitais também estavam despreparados para a pandemia. Muitas vezes não tinha gente para fazer a comida das equipes de saúde. A Jana e o Jeffim não cansaram de mandar marmitas para ajudar. Isso é exemplo de vida”.

Reza a lenda que médico que só sabe de medicina nem de medicina sabe. Sergio Timerman não corre esse risco – ele também sabe temperar encontros, compartilhar garfadas e mergulhar em bons goles. 🍷





# LA VIE EST DOUCE

A MADemoiselle COLETTE, NA CALIFÓRNIA, OFERECE EXPERIÊNCIA GASTRONÔMICA INSPIRADA NAS TRADICIONAIS PÂTISSERIES PARISIENSES

por giulianna iodice

Um dos aspectos mais fascinantes da gastronomia é a capacidade de nos teletransportar para destinos distantes. Por exemplo, a delicadeza das pâtisseries de Paris pode ser encontrada a mais de 8 mil quilômetros de distância da capital francesa, no estado da Califórnia, em uma das três pâtisseries da Mademoiselle Colette, localizadas nas cidades de Menlo Park, onde está a primeira unidade, inaugurada em 2015, Palo Alto e Redwood City.

NA PÁGINA AO LADO, UMA PRIMOROSA PÂTISSERIE; AO LADO, CROISSANTS; E ABAIXO, O PASTRY CHEF AMINE DILEM, DEBORA FERRAND E SIMON PACARY

A mente criativa por trás do business é a fundadora, Debora Ferrand, graduada na Le Cordon Bleu, com especialização em pâtisserie na École Ducasse: “Eu morei em Paris por 15 anos, trabalhando com moda. Sempre fui muito apaixonada por pâtisserie, por cozinha, e, dois anos antes de eu parar no segmento, comecei a fazer pequenos cursos, e decidi que era isso que iria fazer”, explica Debora.

Foram algumas mudanças de países até se estabelecer nos Estados Unidos, primeiro no Texas – onde pretendia abrir a “Colette” – e posteriormente na Califórnia, responsável por um dos trunfos do negócio: sua localização. Além das lojas para os consumidores, há também uma cozinha de produção de aproximadamente 600 metros quadrados, em Newark (CA), que abastece diariamente as três unidades.

As pâtisseries são assinadas pelo chef executivo Simon Pacary, francês reconhecido no ano de 2021 com o Trophée Passion Dessert, do *Guia Michelin*. “Os doces da Colette são muito especiais porque a gente faz tudo de maneira clássica. O nosso croissant demora três dias para ficar pronto. Tudo é feito com muito carinho e amor. Na boulangerie, a minha sobremesa preferida é o Chausson aux Pommes e, entre as pâtisseries, o Fraisier.”

Ir até uma das unidades é uma experiência única, graças aos ambientes aconchegantes e elegantes, combinados a uma culinária francesa criativa, feita com



“ OS DOCES DA COLETTE SÃO MUITO ESPECIAIS PORQUE A GENTE FAZ TUDO DE MANEIRA CLÁSSICA.



FOTOS: DIVULGAÇÃO

os melhores produtos orgânicos, abastecidos localmente conforme a sazonalidade. Perfeito para qualquer momento do dia, o menu traz opções diversas. Além de atendimento presencial, é possível fazer encomendas pelo site da Colette ([mademoisellecolette.com](http://mademoisellecolette.com)) e também via apps, como o Uber Eats.

“Antes da covid, eu pretendia abrir umas dez lojas, um plano de expansão de unidades. Depois, eu estou revisitando todo o meu *business plan*, e a minha ideia é fazer *catering*, *wholesale* focado em *high end*, como para o Whole Foods e pedidos on-line. Eu faço muitos eventos para empresas. Até hoje, todo o business, eu mesma investi, mas estou pensando em ter investidores para o próximo ano”, conclui. ☺

# TUDO É TECH, TECH É TUDO

A TECNOLOGIA SEGUE AVANÇANDO  
E MODIFICANDO A FORMA COMO  
VIVEMOS E INTERAGIMOS

autoria do especial: laís campos e matheus goto  
edição: giuliana iodice

A tecnologia está permeada em todas as áreas de nossa vida: desde o momento que acordamos, e já olhamos para o smartphone, até o que consumimos e no que nos apoiamos diariamente para realizar pequenas, médias e grandes tarefas. O conceito de tecnologia engloba um conjunto de instrumentos, métodos e técnicas, que visam a solucionar problemas; nos últimos anos, o ritmo da mudança é cada vez mais acelerado.


No especial que virá a seguir, discorreremos sobre diversos assuntos: tecidos tecnológicos, em uma matéria sobre a constante reinvenção do mercado da moda para manter-se conectado com as demandas do mundo e os consumidores atuais; os rumos do mercado de beleza, cada vez mais apoiados em ferramentas tecnológicas, como a da experimentação virtual; os diamantes de laboratório, uma solução sustentável para as joias; o turismo espacial, projeto que até parecia distante mas se tornou realidade; e, por fim, o gênero musical *hyperpop*. 



ILUSTRAÇÃO: GETTY IMAGES

# MAIS DO QUE TECIDOS

A TECNOLOGIA NO SETOR FASHION TEM SE ALIADO A PROCESSOS SUSTENTÁVEIS PARA CRIAR ROUPAS FUNCIONAIS

por **laís campos**

A preocupação com a origem e sustentabilidade de tecidos é o grande propulsor dos avanços tecnológicos aplicados na indústria da moda. Além de dispositivos vestíveis, como os famosos relógios inteligentes, e roupas de performance, a tecnologia no setor fashion se destaca por seu processo de fabricação, desenvolvido a partir de matérias-primas não poluentes.

“O impulso tecnológico no setor surgiu da procura de materiais antes de se fazer propriamente o artigo. O primeiro passo vem dessa

intenção de se trabalhar com tecidos que gerem menos impactos ambientais, os quais não são obrigatoriamente feitos de fios naturais”, diz Simone Jordão, consultora internacional de negócios de moda.

Em relação ao produto, a especialista explica que o papel da tecnologia é gerar praticidade. Independentemente do estilo de roupa, as peças tecnológicas são criadas para ser multifuncionais: “A grande vantagem é quanto elas facilitam sua vida”, afirma.

Em meio a esse cenário de produção sustentável e peças tecnológicas funcionais, marcas como a Insider Store e a LIVE! e a fabricante de tecidos Vicunha ganham evidência. Confira a seguir como cada uma desenvolve suas tecnologias e avança no setor.

## VICUNHA

O que define a multinacional brasileira Vicunha, uma das maiores produtoras mundiais de denim, é a inovação. “Nós temos um mindset aberto ao novo. Nossos profissionais têm muita abertura para testar tecnicamen-



NA PÁGINA AO LADO, SHOWROOM DA VICUNHA. AO LADO, MODELOS VESTEM PEÇAS DA COLEÇÃO POOL PREMIUM, CRIADA PELA VICUNHA EM PARCERIA COM A RIACHUELO. ACIMA, A COOL HUNTER DA EMPRESA, LORENA BOTTI

te. Desde o industrial até o marketing, é possível experimentar de uma maneira construtiva”, diz Lorena Botti, *cool hunter* (profissional que capta tendências) da Vicunha.

Entre suas seis macrolinhas com diferentes focos, como sustentabilidade, movimento e leveza, destaca-se a V.Tech, que inclui tecidos com maior tecnologia e funcionalidade. No ano passado, a companhia incluiu nesse segmento a coleção V.Ptprotective, que apresenta a tecnologia suíça HeiQ Viroblock, também antiviral.

A inovação tecnológica da Vicunha está presente em todo o processo produtivo e contribui para uma cadeia sustentável. Além de ser pioneira no uso de biomassa (matéria orgânica de

origem vegetal ou animal usada para produzir energia) ao invés de combustível fóssil, o que reduz a emissão de dióxido de carbono, a empresa recicla mais de 7 mil toneladas de algodão por ano internamente e reaproveita 30% da água em banheiros e resfriamento de maquinário.

Embora seja comum associar tecnologia na moda a produtos esportivos, Lorena explica que o jeans, por sua natureza, já impulsiona o desenvolvimento tecnológico. “O potencial do jeanswear é a sua tradição. Ele é o tecido mais desejado e permeia toda a sociedade. Isso já faz a gente ter todos os esforços, tanto para entender o consumidor quanto para trazer novas tecnologias”, conclui.

FOTOS: DIVULGAÇÃO



**LIVE!**

Consolidada no mercado brasileiro de vestuário esportivo desde 2002, com e-commerce e lojas físicas, a LIVE! oferece mais de dez tecnologias, como secagem rápida, proteção UV (contra raios ultravioleta), antiviral e o fio Emaná, que emite raios infravermelhos a fim de converter o calor do corpo humano em benefícios para a pele. O lançamento mais recente é uma parceria inédita com a multinacional americana DuPont, que resultou na fabricação conjunta de peças constituídas pelo fio Sorona, uma fibra vegetal de fonte renovável que confere aos produtos ótima durabilidade e compõe também o material das embalagens.

Todas as tecnologias da LIVE! são fruto de pesquisas norteadas principalmente pela sustentabilidade. “Há uma consultoria que traz muitos estudos sobre inovações tecnológicas de tecidos desfibrados [feitos a partir de matéria-prima residual], por exemplo, entre vários outros apontamentos que recebemos e são direcionados ao time de estilo. Temos o objetivo de fazer com que as coleções apresentem 15% ou 20% de produtos sustentáveis, menos poluentes ou que usem menos água”, diz Joice Sens, cofundadora e diretora criativa da marca.



AO LADO E ACIMA, PEÇAS DA LIVE! COM TECNOLOGIA SORONA. NA SEQUÊNCIA, A COFUNDADORA E DIRETORA CRIATIVA DA MARCA, JOICE SENS

Para a empresária, as roupas da LIVE! se diferem sobretudo pelo caimento no corpo e estilo. “Tecnologia é premissa no mercado esportivo. Muitas marcas apresentam produtos tecnológicos que às vezes não vestem bem ou não têm uma aparência legal. O diferencial está em conforto, vestibilidade e referências de moda”, afirma.

FOTOS: DIVULGAÇÃO



AO LADO, OS FUNDADORES DA INSIDER STORE, YURI GRICHENO (À ESQ.) E CAROLINA MATSUSE (À DIR.). ABAIXO, MODELO VESTE BLUSA HIGH NECK TANK, COM TECIDO SUSTENTÁVEL, TECNOLOGIA ANTIODOR E REGULAÇÃO TÉRMICA

**INSIDER STORE**

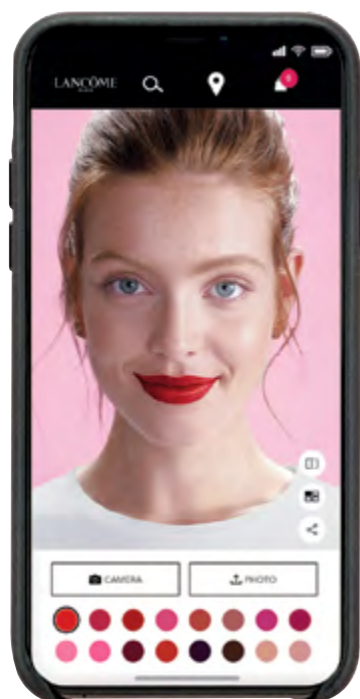
Criada em 2017, a fashion tech Insider Store, dos sócios Carolina Matsuse e Yuri Gricheno, já surgiu com o propósito de facilitar o dia a dia por meio de roupas tecnológicas e funcionais, produzidas de forma sustentável. O primeiro produto foi uma undershirt (camiseta interna) antissuor e odor, voltada ao público executivo que veste um estilo social com frequência. A partir de então, além do underwear, surgiram as linhas esportiva e casual, ambas masculina e feminina, também apoiadas no desenvolvimento tecnológico.

No ano de 2020, o desafio foi desenvolver um produto que combatesse os vírus, incluindo o Sars-Cov-2. Em um trabalho conjunto com seus fornecedores, a startup foi a primeira brasileira a lançar camisetas e máscaras com proteção antiviral por meio da aplicação de íons de prata no tecido.

Para Gricheno, sustentabilidade e tecnologia caminham paralelamente. Por isso, as matérias-primas e o processo produtivo da Insider estão atrelados a práticas ambientais responsáveis. “Somos uma das marcas pioneiras no Brasil a produzir 100% das peças sem utilizar algodão ou poliéster.” A fibra usada é a de modal, originada a partir de madeira de reflorestamento: “Ela é importada, tem todo tipo de cuidado, selos de sustentabilidade, reutilização de água e não gera qualquer tipo de impacto ao meio ambiente”, conclui. ♻️



# REFLEXO EM MEIO PIXELS



EM MEIO À CRESCENTE BUSCA PELA PERSONALIZAÇÃO E SEGURANÇA, A EXPERIMENTAÇÃO VIRTUAL DITA OS RUMOS DO MERCADO DE BELEZA

por **laís campos**

Foi-se o tempo em que, para testar um produto, era necessário tocá-lo. Hoje, a tecnologia permite que você saiba como ficaria com uma cor diferente de cabelo e certo tom de base ou até mesmo sinta a fragrância de um perfume, sem ao menos borrifá-lo. O nome desse facilitador é experimentação virtual, que nada mais é do que uma maneira de explorar a realidade aumentada. Esse recurso, já bastante utilizado, consiste na combinação de vídeos feitos pelos usuários em tempo real, com sobreposições digitais para criar experiências.

Embora a adoção dessa funcionalidade tenha sido frequente nos últimos meses, a invenção não é recente. A L'Oréal é pioneira: em 2015, a multinacional francesa já havia lançado o próprio aplicativo de realidade aumentada, o [MakeUp Genius](#). No ano seguinte, desenvolveu o app [Style My Hair](#), em parceria com a startup [ModiFace](#), a fim de ajudar o cliente a identificar quais os melhores corte e cor de cabelo. Em 2018, adquiriu a então parceira tecnológica e, no ano seguinte, integrou o recurso de teste digital a seu catálogo de produtos disponível na Amazon. Atualmente, é também possível provar os produtos em seu e-commerce próprio.

Entre as marcas brasileiras, as gigantes de beleza Natura e Boticário não ficam para trás no quesito inovação. Após terem lançado a funcionalidade em seus e-commerces e aplicativos, ambas a incluíram em suas lojas conceito, inauguradas no ano passado, em São Paulo. No caso da Natura, a disrupção foi ainda maior ao lançar um "cheiro digital", ou seja, o primeiro provador virtual de

AO LADO, EXPERIMENTAÇÃO VIRTUAL DE BATONS POR MEIO DA FERRAMENTA LANCÔME VIRTUAL MAKE-UP, DA L'ORÉAL

fragrâncias, criado em parceria com a startup Noar. O feito foi viabilizado pela solução MultiScent 20, que inclui um dispositivo – celular ou tablet – associado a um aplicativo e conectado a um disparador de fragrâncias, o qual permite o disparo de até 20 perfumes diferentes.

Segundo Amanda Caridad, analista sênior de beleza e cuidados pessoais na Mintel, agência de inteligência de mercado, a aceleração do uso da experimentação virtual na pandemia está atrelada diretamente ao cuidado com a higiene: "Os brasileiros continuam preocupados, e um pouco céticos em relação ao retorno da interação física". A funcionalidade gerou, de fato, um senso de proteção ao substituir o teste convencional e tornar opcional a ida às lojas físicas.

“

AS PESSOAS GOSTAM DE SENTIR O CHEIRO, A TEXTURA, INTERAGIR COM O PRODUTO ANTES DE EFETIVAMENTE COMPRÁ-LO. O TESTE VIRTUAL POSSIBILITA UMA EXPERIÊNCIA MAIS PRÓXIMA DA PRESENCIAL, ENTÃO ACABA ELIMINANDO UMA POSSÍVEL BARREIRA DE AQUISIÇÃO ON-LINE.

**Amanda Caridad**

Em meio ao cenário de precaução, Amanda afirma que os consumidores têm dado preferência ao e-commerce ou compras híbridas, em que adquirem determinados produtos em lojas físicas e outros pela Internet. "Quando pensamos em compras on-line no mercado de beleza, surge um desafio, pois essa categoria é puramente sensorial. As pessoas gostam de sentir o cheiro, a textura, interagir com o produto antes de efetivamente comprá-lo. O teste virtual possibilita uma experiência mais próxima da presencial, então acaba eliminando uma possível barreira de aquisição on-line."

A funcionalidade também pode atrair o consumidor por proporcionar exclusividade: "Ao oferecer um produto mais individualizado, o comprador se sente mais especial porque ele pensa: 'A marca realmente está criando um produto para mim, especificamente para o meu tipo de cabelo ou pele'".

diz Amanda. Em paralelo, a representatividade é facilitada pela experimentação virtual, pois a representação de tons de pele é mais diversa.

A facilidade de se observar com qualquer tipo de visual, sem torná-lo definitivo, impulsiona a coragem de sair da zona de conforto, porque a tecnologia ajuda o consumidor a aceitar produtos diferentes. Para a marca também é muito interessante, pois aumenta o alcance de seu catálogo.

Apesar de a praticidade da experimentação virtual parecer dispensar uma experiência física, Amanda afirma que a tendência é de um movimento híbrido e com interação. "É quase crucial para a sobrevivência das marcas que elas tenham uma estratégia omnichannel [*de conteúdo entre canais*], porque o consumidor está cada vez mais conectado e deseja a interação total, tanto no ambiente físico quanto no ambiente on-line, muitas vezes integrando os dois lados."

Por fim, a garantia de proteção se mantém como principal norteador no mercado da beleza. "A busca pela saúde da pele e do cabelo foi um comportamento acelerado pela pandemia, e a tecnologia vai ser uma ferramenta superimportante para que as marcas consigam ajudar o consumidor a atingir esse estado de saúde plena", conclui a especialista. ☺



ACIMA, O PROVADOR VIRTUAL DE FRAGRÂNCIAS DA NATURA

FOTOS: DIVULGAÇÃO

FOTO: SUGUIJO



# De elemento C à pedra preciosa

A ASCENSÃO DOS DIAMANTES FEITOS EM LABORATÓRIO REFLETE UMA MUDANÇA DO MINDSET DOS CONSUMIDORES E DAS JOALHERIAS

por Laís campos

Entre as pedras preciosas, o diamante se destaca, por seu brilho e beleza inconfundíveis. Estima-se que os primeiros se formaram há bilhões de anos no interior da Terra e chegaram à superfície por meio de erupções vulcânicas. Compostas exclusivamente de carbono, essas pedras ocupam o posto de mais resistentes do planeta, uma vez que suportam uma pressão de até 97 megapascals (cerca de 9 mil vezes a pressão atmosférica) antes de se romper e só podem ser riscadas por outro diamante. Não à toa, seu nome vem do grego *adamas*, cujo significado é "invencível".

Segundo o Museu do Diamante, localizado na Holanda, após serem encontradas pela primeira vez na Índia e negociadas, foi em 327 a.C., na Macedônia (Grécia antiga), que as pedras começaram a suscitar o desejo das elites pelo mundo. Antes de se tornar um objeto deslumbrante, o diamante passa por um processo extremamente trabalhoso e que gera diversos impactos ambientais e sociais. Sua jornada começa nas camadas mais profundas das rochas, de modo a ser expelido pela natureza ou escavado pelo homem. Depois, é submetido a inúmeros procedimentos meticulosos e mais suaves, como corte e polimento. Após todos os toques finais, a pedra, antes áspera e irregular, torna-se uma gema delicada raríssima.

Embora sua história seja marcada por esse árduo processo, a evolução tecnológica permitiu que o diamante pudesse ser adquirido sem qualquer tipo de impacto, ao ser formado em laboratórios. "Tudo no mundo tem carbono. A partir desse elemento, é possível reproduzir exatamente sua composição química natural por meio da ciência", diz Mylena Cooper, diretora da The Diamond, empresa que produz diamantes de laboratório em Curitiba.

Para Julia Blini, cofundadora da joalheria Gaem, a maior vantagem de produzir o diamante desse modo é seu processo completamente sustentável. "Não existem conflitos éticos nem humanitários e você sabe exatamente de onde vem a pedra. Do laboratório, é diretamente entregue para nós, e depois, prontamente ao cliente. Não há riscos de ter vindo de uma mina ilegal ou zona de conflito, onde o dinheiro é usado para financiar qualquer tipo de violência."

MODELO POSA USANDO  
AS JOIAS DA GAEM



FOTO: DIVULGAÇÃO

A preocupação com a sustentabilidade aumentou a busca por esse tipo de pedra, que tem ganho mais espaço no universo da joalheria. A Pandora, por exemplo, anunciou em maio deste ano que não usará mais diamantes naturais em suas coleções. Antes, segundo Mylena, poucas pessoas enxergavam a vantagem ambiental proporcionada pelos diamantes de laboratório, o que tem mudado drasticamente: "Quando trouxemos esse modelo em 2003, apenas 1% das pessoas adquiriam o produto por ele não prejudicar a natureza. Hoje em dia, mais de 60% dos clientes nos procuram porque já são consumidores de diamantes, mas buscam uma alternativa mais sustentável", afirma.

De fato, os *lab grown* diamonds chegaram para ficar, e o meio ambiente agradece. Veja, a seguir, duas empresas brasileiras referências no segmento de diamantes feitos em laboratório e como elas evidenciam que seu valor vai além do comercial.



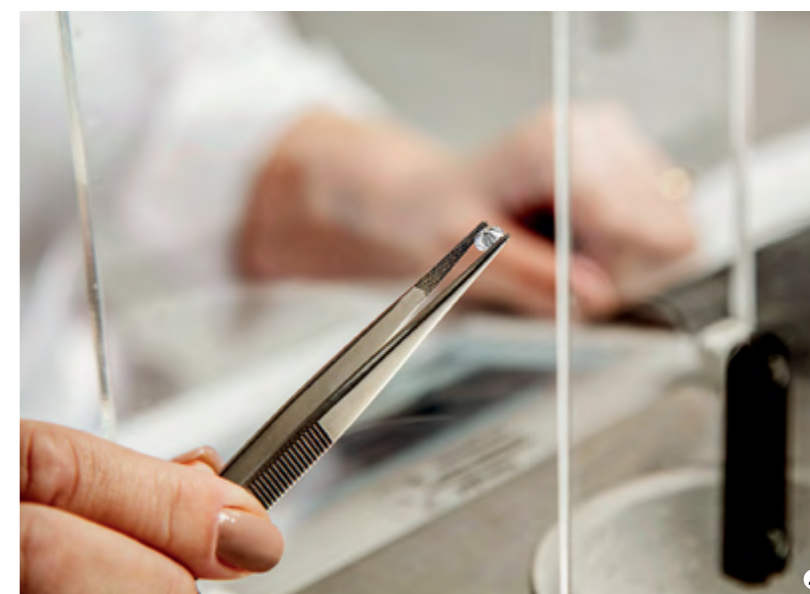
#### GAEM

Lançada em agosto deste ano pelas sócias Julia Blini e Luna Nigro, a Gaem é a primeira marca brasileira criada para oferecer joias feitas exclusivamente de diamantes de laboratório. O impulso para fundá-la surgiu da vontade das empresárias de atuar no universo da joalheria, mas com um modelo de negócio que se diferenciava por seu propósito. "Tem a ver com a maneira como vemos o mundo, nosso cuidado e com tudo o que está acontecendo na sociedade agora", diz Luna.

Naturalmente, os diamantes se formam a partir do carbono que fica embaixo da terra, combinado à pressão e ao calor. No laboratório internacional, do qual a marca importa as pedras na cor branca, o processo é reproduzido do mesmo modo. "É colocada uma sementinha de carbono no reator e a máquina produz o calor e a pressão. Depois, passa-se um período de seis a oito semanas para formar o diamante bruto", explica Luna. Segundo a empresária, um gemologista não consegue ver a diferença entre a pedra natural e aquela feita no laboratório. "Não há qualquer diferença química, física nem ótica. É idêntico", diz Júlia.

A sustentabilidade não se limita ao processo de formação dos diamantes. Na Gaem, as embalagens são feitas 100% de papel e algodão orgânicos e reciclados. "A gente prioriza o cuidado em todas as etapas", afirma Luna. Além disso, a cada 500 reais em vendas, a empresa se propõe a plantar uma árvore com a instituição One Tree Planted. Por serem feitos em laboratórios, os diamantes facilitam ainda a personalização, garantida pela opção de joias sob medida que a marca oferece.

AO LADO, ANEL E BRINCOS DE OURO CERTIFICADO 18K E DIAMANTES DE LABORATÓRIO. ABAIXO, AS FUNDADORAS DA GAEM, JULIA BLINI, À ESQUERDA, E LUNA NIGRO, À DIREITA



#### THE DIAMOND

O laboratório de diamantes da The Diamond se diferencia pela matéria-prima que dá origem às pedras preciosas. Fios de cabelos, cinzas e pelos de pets são as fontes de carbono utilizadas para criar um amuleto único. "A partir do momento que a pessoa começa a consumir esse tipo de diamante, ela já não vê mais significado nos outros", afirma Mylena Cooper, diretora da empresa.

AO LADO, MYLENA COOPER, DIRETORA DA THE DIAMOND. ACIMA, DIAMANTES SENDO ANALISADOS NO MAQUINÁRIO DO LABORATÓRIO DA EMPRESA



Os principais motivos para a procura dos clientes são homenagens e celebrações, a fim de eternizar momentos, pessoas e até companheiros de quatro patas. Noivados, aniversários, formaturas, primeiro corte de cabelo de um filho e o falecimento de entes queridos e animais de estimação são algumas das ocasiões que levam ao desejo de ter uma joia afetiva. "Esse diamante tem um valor inestimável para o cliente ou para a família. Apesar de não ser adquirido para a venda, ele não deixa de ter seu valor comercial, porque possui a propriedade da pedra natural, mas também tem um valor sentimental que é passado de geração a geração", constata Milena.

Com apenas 300 gramas de cinzas e uma quantidade de cabelo proporcional a uma colher de chá, já é possível produzir desde o diamante de 0.1 até o de 2 pontos (unidade de medida referente ao tamanho), que equivalem, respectivamente, a 0,001 e 0,02 quilate. Também é possível misturar os elementos para criar a pedra. Quanto mais tempo o material ficar na máquina sob alta pressão e temperatura, maior será o diamante. A The Diamond o produz nas cores amarela, incolor e azul, que é a mais cara. O prazo de produção é de apenas três meses, e a pedra é entregue junto a um certificado de autenticidade e especificação química. ④

FOTOS: DIVULGAÇÃO

# O CÉU NÃO É MAIS O LIMITE



OS AVANÇOS TECNOLÓGICOS IMPULSIONAM O TURISMO ESPACIAL, CADA VEZ MAIS PRÓXIMO DA NOSSA REALIDADE

por **mattheus goto**

A narração de abertura de *Star Trek* decretou a última fronteira da humanidade: o espaço. Embora a declaração seja fictícia, a verdade é que já começamos a cruzar coletivamente a divisa interplanetária. Desde o primeiro voo espacial, tripulado por Yuri Gagarin, em 12 de abril de 1961, passos consideráveis foram dados.

Em 2001, Dennis Tito pagou 20 milhões de dólares para ir ao espaço e tornou-se o primeiro turista espacial. Após anos de negociações com os russos, o empresário viajou à Estação Espacial Internacional. Na mesma época, surgiu o Prêmio X Ansari, que ofereceu 10 milhões

VISÃO DO PLANETA TERRA DO PRIMEIRO VOO SUBORBITAL COM TRIPULAÇÃO COMPLETA FEITO PELA VIRGIN GALACTIC, DE RICHARD BRANSON, EM JULHO DE 2021

de dólares à primeira organização não governamental a lançar uma nave reutilizável, tripulada por dois passageiros, duas vezes no período de duas semanas. A vencedora foi a Scaled Composites, de Burt Rutan, com sua SpaceShipOne. Essa tecnologia serviu como base para a fundação da Virgin Galactic, de Richard Branson, que iniciou o desenvolvimento da SpaceShipTwo. “Ninguém imaginou que fosse levar tanto tempo para que a SpaceShipTwo iniciasse seus voos com tripulação completa, o que só veio a acontecer em julho deste ano”, afirma Salvador Nogueira, jornalista especializado em ciência e sócio-fundador da Associação Aeroespacial Brasileira (AAB). O início dos anos 2000 foi marcado por um boom no setor, que também assistiu à fundação da Blue Origin, de Jeff Bezos, e da SpaceX, de Elon Musk.

A discussão sobre turismo espacial foi possível graças à capacidade de reutilização das espaçonaves, com o retorno ao solo. “Foguetes até então haviam sido desenvolvidos como veículos de um único voo. Não só porque recuperá-los era extremamente complexo, mas também porque seu uso militar previa apenas o transporte de ogivas”, conta o especialista. Segundo ele, outro avanço foi a rapidez entre voos, para agilizar idas e vindas. “Com o desenvolvimento de novos motores e materiais, a coisa começou a se tornar realidade. E, a essa altura, parece ser um caminho sem volta.”

As empresas assumiram como missão abrir o caminho da humanidade para o espaço e transformá-la numa civilização multiplanetária. O objetivo declarado da SpaceX, por exemplo, é colonizar Marte. Richard Branson afirma já ter vendido

600 passagens espaciais no valor de 250 mil dólares cada (mesmo sem a previsão de voos oficiais). Diferentemente de 1961, o preço da viagem espacial está caindo e democratizando a iniciativa, antes restrita a governos, mas ainda há muita pesquisa e desenvolvimento pela frente para que seja de fato acessível. “Não acho impossível que se torne relativamente comum, talvez um pouco mais cara do que a aviação comercial, em um horizonte de 20 a 30 anos.”

Ao que tudo indica, haverá diferentes tipos de turismo espacial, segundo o jornalista. Voos suborbitais, mais baratos e rápidos, proporcionarão alguns minutos de imponderabilidade (sensação de ausência de peso) e uma vista espetacular do planeta azul e do céu escuro do espaço. Já voos orbitais, como o que a SpaceX conduziu em setembro com a missão Inspiration4, oferecerão uma experiência mais completa. “Vários dias no espaço, em órbita, vendo o nascer e o pôr do Sol múltiplas vezes ao dar voltas ao redor da Terra, e lançamentos e pousos tão perigosos e energéticos quanto os experimentados pelos astronautas profissionais”, comenta.

Para que tudo isso seja realidade, Nogueira enumera dois últimos obstáculos a serem superados: regulação e custo. Os voos serão operados por diversas empresas em locais diferentes, com uma frequência muito maior, exigindo, portanto, uma regulamentação que comporte o tráfego espacial. Os indícios apontam ainda para uma queda gradual de custos e preços, favorecendo o setor.

A corrida pelo espaço tem sido tão acirrada que os próximos anos podem surpreender as previsões. “Não é inconcebível que, antes que a década termine, turistas estejam dando voltas ao redor da Lua e, quem sabe, até pousando nela. Uma vez que a tecnologia atinge um custo aceitável, comercialmente viável, o céu é literalmente o limite”, diz o jornalista. Para ele, é preciso ter, no entanto, consciência de que devemos proteger o único planeta de fato hospitaleiro a nós: a Terra. ☪

FOTO: DIVULGAÇÃO VIRGIN GALACTIC

FOTOS: GETTY IMAGES



JEFF BEZOS E TRIPULAÇÃO A CAMINHO DA NEW SHEPARD, NAVE DESENVOLVIDA PELA BLUE ORIGIN, TAMBÉM EM JULHO DESTE ANO, PARA O PRIMEIRO VOO CIVIL SEM PILOTO AO ESPAÇO. AO LADO, YURI GAGARIN RUMO AO CÉU, EM 1961

# HIPER- NOVA

A REVOLUÇÃO NA MÚSICA POP  
É GUIADA POR UMA PRODUÇÃO  
PESADA E PELO CONTEXTO  
DIGITAL, DE CIBERCULTURA

por mattheus goto

UM DOS PRINCIPAIS NOMBES DO HYPERPOP, CHARLI XCX UNE UMA ROUPAGEM POPULAR COM UMA SONORIDADE ESQUISITA. ACIMA, SUA APRESENTAÇÃO NO ANZ STADIUM, EM SYDNEY, AUSTRÁLIA

O computador de fato mudou o rumo da história da música pop. Em 2013, quando o produtor britânico A.G. Cook fundou o selo independente PC Music, um novo capítulo começou a ser escrito. A experimentação sonora atingiu um nível nunca antes visto, difícil de reduzir a uma única definição, mas idealizada como uma nova perspectiva, exagerada e maximalista, comparada ao pop dos anos 1990 e 2000, em grande parte marcada por um som artificial, com baixo estourado e distorcido, vocais extremamente agudos ou graves e uma produção pesada em cima de sintetizadores e percussões metálicas. Abriu-se um espaço

para experimentos no gênero popular – até então inacessível e restrito para novos artistas e produtores.

Se, por um lado, a sonoridade não tem fronteiras, por outro, os nomes responsáveis pelas criações se enquadram em um perfil específico: millennials interessados em criar um som diferente no contexto da Internet. As *personas* incorporadas pelos artistas têm como fonte de inspiração a cibercultura e suas muitas manifestações, como o surgimento de redes de computadores voltadas para entretenimento e recreação.

Foi se formando uma comunidade digital com interesses em comum nas mídias

sociais, e o que começou como uma simples experimentação musical se tornou uma revolução. O grupo, inicialmente tímido, atraiu mais e mais integrantes e ouvintes. Ao notar esse burburinho, a plataforma de streaming Spotify decidiu criar uma playlist com o nome “hyperpop” – evitando “PC Music” por direitos autorais –, termo pelo qual o gênero se tornou mais conhecido.

Entre os artistas que ganharam notoriedade no segmento estão as britânicas Charli XCX e Hannah Diamond, a escocesa Sophie [1986-2021] e os americanos 100 geecs, Dorian Electra e Slayyyter. Seus nomes podem não soar familiares, mas a cantora, produtora e compositora Sophie, por exemplo, já trabalhou com artistas como Madonna, Lady Gaga e Rihanna. Cada um tem sua abordagem particular perante o hyperpop. Enquanto Charli segue uma linha esquisita e estrondosa, com camadas sutis de *mainstream*, Hannah e Slayyyter tem uma sonoridade mais fofo e adolescente, típica dos anos 2000, com uma produção amplificada.

No Brasil, um dos poucos artistas a buscar validação no cenário é o Cyberkills, que lançou em agosto deste ano seu primeiro EP, *Travessia*. Desde o início, a ideia do paraibano Gabriel Diniz e do paulistano Rodrigo Oliveira é misturar a sonoridade da PC Music com ritmos genuinamente brasileiros. Além da dupla, alguns nomes flertam com o gênero “computadoresco” de forma discreta. “A maioria não rotula seu som como hyperpop. Temos Pablllo Vittar, Urias, Linn da Quebrada e Frimes, por exemplo”, afirma Diniz. Para o DJ, porém, um dos grandes gêneros brasileiros que poderiam ser encaixados no hyperpop é o rave funk, pelo exagero na produção e sua notoriedade no país. “É o que mais movimenta essa sonoridade no Brasil.”

Sua definição abre espaço para uma discussão ainda maior: afinal, o que é hyperpop? Hoje, com uma ampla variedade de sons, não há uma singularidade. O que supostamente une essa miscelânea de artistas é a produção musical que vai além do *mainstream*. Para o produtor paraibano, hyperpop é colocar a cara à tapa e apresentar um material diferente, que talvez não seja compreendido pela maior audiência. “Mais do que um gênero, o hyperpop é um movimento. Uma paródia do *mainstream*, uma sátira, um pop maiúsculo. Tudo fica mais abrasivo, muitas vezes criado com a intenção de incomodar.” Um exemplo disso

é a canção *Faceshopping*, de Sophie, que brinca com a obsessão pela beleza e pelo consumo entre vocais delicados e baixos corrosivos: “My face is the front of shop[...]/I’m real when I shop my face” (“Meu rosto é a vitrine da loja[...]/Eu sou verdadeira quando compro o meu rosto”, em tradução livre).

Com o movimento em expansão, o futuro é incerto. Enquanto Charli XCX decreta seu fim, dando início a uma era mais *mainstream* em sua carreira, Lady Gaga lança remixes de seu álbum *Chromatica*, convidando os principais nomes da “hipercena” para colaborar (incluindo a própria Charli) e trazendo o conceito ao centro dos holofotes. “O hyperpop está sempre em expansão”, comenta Diniz. “Não existe mais o som de 2013. Ele vem se transformando em outros aspectos. O brega funk, por exemplo, seria a versão hyper do funk. Essa seria uma forma de desvincular do guarda-chuva principal.” O pop foi apenas o começo; podemos estar diante de uma revolução generalizada na música. ∅

FOTOS: GETTY IMAGES; GUSTAVO DELGADO



RODRIGO OLIVEIRA (EM PÉ) E GABRIEL DINIZ (AGACHADO) CRIARAM O CYBERKILLS NO FIM DE 2018, COM O LANÇAMENTO DO REMIX DE UMA MÚSICA DA DRAG QUEEN PABLLLO VITTAR, QUE CHAMOU A ATENÇÃO DOS PRODUTORES DA CANTORA



# ASAS, PARA QUE TE QUERO

A PANDEMIA ACELEROU A DEMANDA POR JATOS PRIVADOS, TANTO OS NOVOS QUANTO OS USADOS. PENSANDO NO DESEJO DE VIAJAR COM MAIS CONFORTO E LIBERDADE, ELENCAMOS TRÊS MODELOS INCRÍVEIS DA BOMBARDIER, DASSAULT FALCON E GULFSTREAM

GULFSTREAM G800



DASSAULT FALCON,  
FALCON 10X



BOMBARDIER GLOBAL 800

# DE GERAÇÃO PARA GERAÇÃO

A MALHARIA ANSEMI FOCA NOS PRODUTOS  
ATEMPORAIS E DE QUALIDADE

por giulianna iodice



Há 40 anos, Maria de Lourdes Anselmi começava a “tecer” a história da Anselmi, malharia que hoje é referência em tricô no Brasil e na América Latina, com um parque fabril de 14 mil metros quadrados, localizado em Farroupilha (RS). O negócio familiar bem-sucedido, tocado pela matriarca e seus três filhos, Sandra, Patrícia e Eduardo, é fruto de muito empenho: “Nos últimos anos, entendemos que temos de ser autorais e trabalhar no que acreditamos. A gente gosta de ser uma família do Rio Grande do Sul e fazer o que acreditamos, que é um produto atemporal, de qualidade e longevidade. Temos o nosso DNA muito forte”, apresenta Sandra.

Todas as partes do processo são feitas na própria estrutura da Anselmi, desde o fio, o tingimento, até o processo de tecelagem. Durante a pandemia, na contramão do mercado da moda, a Anselmi acelerou: “Investimos muito na empresa e prevemos, em 2021, um crescimento de 70%”, diz Maria de

Lourdes. A abertura de lojas em São Paulo, no JK Iguatemi, em 2019 e, no Iguatemi, neste ano, também faz parte da estratégia de mostrar ao consumidor o que é a marca, a parte sensorial, que também é bem-sucedida no ambiente on-line.

“Nós vamos abrir uma plataforma para vender para o exterior, para o consumidor final. Nós registramos a marca fora, como na Europa, nos Estados Unidos...”, antecipa Maria de Lourdes sobre a ferramenta que deve entrar em vigor ainda em 2021. Com sucesso inegável e história de muita garra, Maria de Lourdes diz parte do segredo: “A gente percebe que a história, o que está por trás, tem um valor muito grande. Nós estamos preocupados com a qualidade do produto e também da vida dos funcionários. Para uma marca ter futuro, temos de perguntar para a sociedade, para os funcionários, para a cidade de Farroupilha se todos têm orgulho dela”, conclui. ♾

FOTO: DIVULGAÇÃO

#PERSONAVERSATILLE

## NATALIA MARTINS

A EMPRESÁRIA E EMPREENDEDORA, CEO DO NATALIA BEAUTY GROUP

por giulianna iodice

**Versatile: O que é empreender para você?**

**Natalia Martins:** Foi uma descoberta, de forma espontânea. Meu pai é português e tem restaurante, mas eu sou o avesso dele nesse quesito. A mentalidade de que não podia elogiar ninguém, de que colaborador não podia crescer junto, difere totalmente da filosofia do meu negócio. A garra e determinação, sim, eu puxei dele. É um aprendizado diário, é muito do que a gente vai construindo com os colaboradores, ideias, projetos. As coisas vão tomando outras proporções e as pessoas são muito importantes para crescer.



FOTO: DIVULGAÇÃO

**V: Qual é seu foco atual?**

**NM:** As franquias [duas inauguram em outubro, nos shoppings paulistanos Vila Olímpia e Anália Franco] e o Instituto, que irá sair de dentro do espaço físico da clínica. Nós conseguimos montar um local exclusivo para esse braço.

**V: Qual foi o aspecto fundamental para construir seu negócio e seguir reinventando-se?**

**NM:** Eu nunca caí na zona de conforto. Para mim, isso é um atalho. A gente vive a vida querendo isso, e, na verdade, não é isso. Quando percebo que estou ali, vejo que tem algo errado. Eu preciso me movimentar, pois é uma armadilha. O fato de eu não me acomodar em nenhuma zona de conforto, em qualquer área da minha vida, é o segredo para ter muita energia fluindo sempre.

**V: O que você ainda pretende realizar? Quais são seus sonhos?**

**NM:** Agora é o setor de produtos, distribuir para o mundo todo e virar uma marca global, toda regulamentada. Nós temos uma meta de ter 600 franquias no período de três anos, pois temos um grupo de investidores que possui cotas, ou seja, pode ter 20, 30 franquias cada um.

**V: Qual é seu lema de vida?**

**NM:** Fazer com que as pessoas se vejam belas como elas são. A cura de um é a cura de todos. ♾

NATALIA MARTINS,  
CEO DO NATALIA BEAUTY GROUP

# Os melhores momentos do Copa no Copa

FIM DE SEMANA ORGANIZADO PELA VERSATILLE NO COPACABANA PALACE CONTOU COM PROGRAMAÇÃO ESPECIAL

Caminhe por Copacabana e as curvas do calçadão levarão você até a fachada icônica de um dos hotéis mais luxuosos do Brasil: o Copacabana Palace, um patrimônio histórico do Rio de Janeiro. Hospedar-se no local é uma experiência incomparável, com requintes que vão da gastronomia premiada até a piscina mais famosa da cidade. Mas o que muitos não sabem é que o hotel tem uma quadra de tênis escondida – e o mistério foi revelado para um grupo de convidados especiais.

O Copa no Copa, organizado pela plataforma de lifestyle *Versatille*, foi o primeiro torneio de tênis sediado no hotel. O último fim de semana de agosto de 2021 foi memorável para 20 casais – entre empresários, influenciadores e entusiastas da modalidade –, que desfrutaram de uma programação exclusiva.

Os convidados foram recebidos na sexta-feira (27) em seus quartos com presentes das marcas Lacoste, Ley Swimwear, Lu Make Up, Montblanc, Balletto, Shiseido, Moët & Chandon, B'kind, Turismo da Suíça e TradersClub. Para dar início às atividades esportivas, elaboradas em parceria com LiaK Eventos Esportivos e a tenista Letícia Sobral, um bate-bola casual, para aquecer o corpo para as dinâmicas agitadas dos dois dias seguintes. À noite, os participantes puderam se conhecer melhor em um *get together* no pool bar do hotel, com um coquetel cheio de petiscos e bebidas da Moët & Chandon.

No sábado (28), a quadra de tênis do hotel mais charmoso do Brasil, por onde já passaram grandes nomes da modalidade, foi o cenário para uma clínica de tênis ministrada por Letícia Sobral, que trouxe ensinamentos valiosos. O dia encerrou-se com um coquetel, apresentado pelo publisher Rogério Sfoggia e pelos apoiadores TradersClub e Turismo da Suíça, seguido por um jantar exclusivo servido no Salão Azul do hotel, preparado pela equipe do chef executivo Nello Cassese, do restaurante Cipriani. O menu teve quatro etapas, da entrada à sobremesa, cuja inspiração veio do polo gastronômico dentro do próprio Copacabana Palace, com influência italiana, brasileira e asiática.

O evento chegou ao fim no domingo (29) com o tão esperado torneio entre as equipes presentes. Além de uma medalha de ouro, os primeiros colocados levaram para casa um prêmio especial dos apoiadores do evento. Foram sorteados entre os 14 vencedores: três malas da Rimowa, três fragrâncias Explorer Ultra Blue da Montblanc e uma mochila exclusiva da marca em parceria com Novak Djokovic, um fim de semana no Copacabana Palace, três viagens para a Suíça e duas garrafas da Moët & Chandon.

O fim de semana contou com os apoiadores Moët & Chandon; Jaguar Land Rover; Bossa Nova Sotheby's International Realty; TradersClub; Rimowa; Switzerland Tourism; Lacoste; Shiseido; Montblanc; e Xiaomi. O suporte foi de LiaK Eventos Esportivos, Copacabana Palace, A Belmond Hotel e Letícia Sobral. 📍



OS CONVIDADOS DA PRIMEIRA EDIÇÃO DO COPA NO COPA





AO LADO, OS MOMENTOS DO TORNEIO; NO MEIO, COQUETEL REGADO A MOËT & CHANDON, LOUNGE NA QUADRA E BANNER DO TURISMO DA SUÍÇA COM FEDERER. O CELULAR XIAOMI, RESPONSÁVEL POR PARTE DOS CLIQUES DO EVENTO; CARRO DA LAND ROVER À DISPOSIÇÃO DOS CONVIDADOS E CONFRATERNIZAÇÃO DOS PARTICIPANTES DURANTE O COQUETEL DE ABERTURA



NO TOPO, GET TOGETHER DOS CONVIDADOS NO JANTAR DE SÁBADO; MOMENTOS DO TORNEIO E PREMIAÇÃO DE DOMINGO

# ELISA BRACHER:



A ARTISTA  
ELISA BRACHER

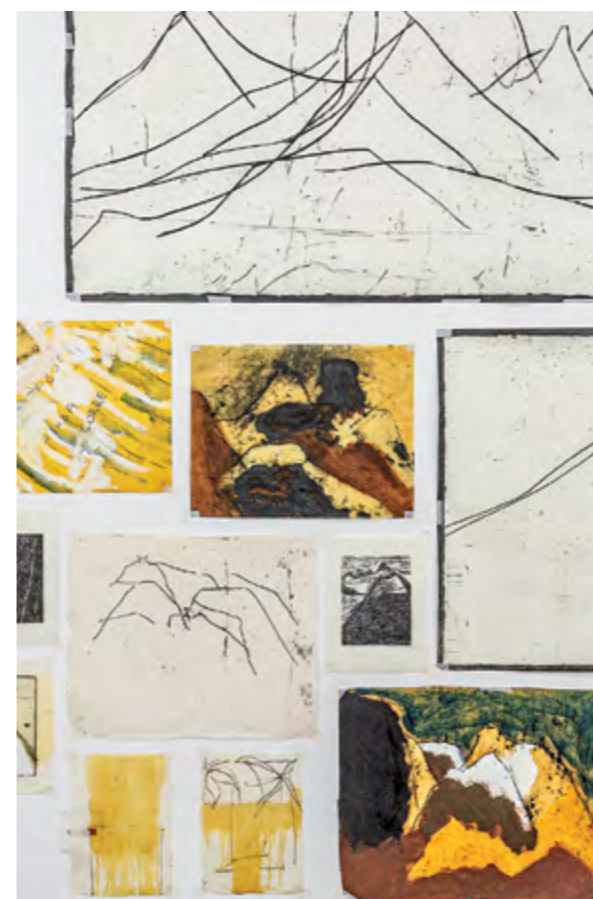
## MÚLTI E MÁXI

A ARTISTA E FUNDADORA DE DOIS INSTITUTOS DIZ QUE O PAPEL DA ARTE É PROPICIAR UM AMBIENTE ONDE AS PESSOAS POSSAM EXISTIR, APESAR DA LOUCURA DO MUNDO CONTEMPORÂNEO

por **giulianna iodice**

A artista Elisa Bracher é, definitivamente, plural: “Hoje em dia, trabalho com todas as mídias que você possa imaginar. Sempre com a dimensão, pois me incomoda muito a arte como bibelô, inserida em espaços de arte ultrassofisticados, e, portanto, elitistas. Então, passei a fazer esculturas grandes, no começo de cobre, depois

comecei a usar madeira. Uma coisa que percebi que foi a minha questão central era o equilíbrio”, conta a artista, diretamente da Galeria Estação, de sua amiga Vilma Eid, localizada em São Paulo, onde, no momento da conversa, expunha suas gigantescas esculturas e algumas gravuras, na exposição batizada de *Terra de Ninguém*.



AO LADO, GRAVURAS DA EXPOSIÇÃO,  
E ABAIXO, UMA DAS ESCULTURAS

e ele, as composições. Então viajamos, fomos para a Serra dos Órgãos, Peru, Bolívia, Serra da Mantiqueira... E eu comecei a fotografar e desenhar. E ele, sempre insistindo para eu fazer a escultura. Eu fiquei durante dez anos empilhando algumas madeiras e elementos, as coisas. O trabalho nasce muito de uma convivência que você tem com ele no dia a dia. Eu tentava expor isso em alguns lugares, mas a Vilma resolveu fazer a exposição aqui. E daí saíram as casinhas que estão nas esculturas, que é o máximo de algo que se aproxima da arte dita popular, a representação da morada, do equilíbrio. Eu comecei a cantarolar umas músicas, com letras, e ele, que é supermetódico, colocava na partitura. É um trabalho que continua, eu sigo encontrando ele semanalmente para fazer isso.

**V: Qual o é papel social da arte?**

**EB:** De uma maneira bem pouco objetiva, o papel social da arte é criar um ambiente onde as pessoas possam existir apesar da loucura do mundo contemporâneo – como na história da Pinacoteca. É arrancar você disso: de repente, ali, ela era só emoção. Você olha uma obra e não sabe por que ela emociona você. Mas o fato é: uma coisa é obra de qualidade, outra é a que pega você no nervo. A sociedade, sem isso, enlouquece. ☹

Falante, Elisa é também a fundadora de dois institutos: o Acaia, projeto iniciado em 1997, e o mais recente, batizado de Sari. Na conversa, relembra, fora do script, um caso que ocorreu com ela em São Paulo, quando posicionou uma escultura na frente da Pinacoteca do Estado: “Passou uma senhora, era fim de noite, e, de repente, ela olhou aquilo, era o caminho dela, e agora tinha uma escultura abstrata. Então, ela deu um berro e disse: ‘Eu sei de onde é isso aqui, é de fora do Brasil, lá do estrangeiro’. E aí, eu estava no portão e disse que era de Rondônia, da Amazônia, e ela então falou: ‘Eu sou de lá, eu sei’. E foi super-bonito, pois aquele lugar, São Paulo, Brasil, não tem nada a ver com a Amazônia, e para mim ficou tão marcante como uma obra pode atingir o outro, coisas completamente inesperadas da história de cada um. E aí eu saquei para que serve a arte”.

Confira, a seguir, trechos da conversa.

**Versatille: Como foi o processo de concepção das obras da mostra *Terra de Ninguém*?**

**Elisa Bracher:** Eu comecei a fazer isso com um amigo, o Rodrigo Felicissimo, que estuda Villa-Lobos, no caso ele tem um método próprio, que é a composição das montanhas. Ele me convidou para fazer um trabalho juntos, eu faria as imagens



FOTOS: DIVULGAÇÃO; LUCAS CRUZ

# TESOUROS DO OCEANO

AS RIQUEZAS MARÍTIMAS INSPIRAM JOIAS ENVOLVENTES, COM BRILHO E CORES MARCANTES

por giuliana iodice e laís campos



SAUER  
Pulseira Mustique



GABRIELA SUSANNA  
Colar Celebrate



SAUER  
Brincos Mustique



H.STERN  
Brincos da coleção Iris



SAUER  
Colar Santorini



JACK VARTANIAN  
Brincos Cometa



L/DANA  
Colar Austrália



SAUER  
Pulseira Fiji



L/DANA  
Anel Dark Ocean



SAUER  
Brincos Fiji



STUPID  
Brinco Single Topázio  
Sky Redondo G



SAUER  
Pulseira Baikal

# Luxo memorável

FRAGRÂNCIAS, ÓCULOS E BEBIDAS: SEJA O AROMA, FORMATO OU SABOR, O CARÁTER MARCANTE QUE ENVOLVE OS ARTIGOS EMBLEMÁTICOS É O QUE OS TORNA INESQUECÍVEIS

por Laís campos

## CAMPARI

Campari é uma bebida destilada alcoólica obtida a partir da infusão de ervas amargas, plantas aromáticas e frutas, em álcool e água. Foi criada em 1860, em Novara, na Itália, pelo fundador da empresa homônima Gaspere Campari, a partir de experimentos que resultaram em uma receita conhecida apenas pelos encarregados do processo de produção. Em 1904, foi aberta a primeira fábrica em Sesto San Giovanni, uma comuna italiana da região da Lombardia, província de Milão. Depois de 11 anos, o bar Camparino – que funciona até hoje – foi inaugurado no centro da cidade, ao lado do famoso Duomo, e rapidamente se tornou um símbolo comumente associado a Milão, junto à moda e ao design.

Em 1920, coquetéis clássicos se tornaram mais populares, e alguns de renome, como o Americano e o Negroni, foram inventados. Ambos estão listados na seleção de bebidas oficiais da Interna-

tional Bartenders Association (IBA), na categoria Inesquecível. Ao mesmo tempo, muitos grandes artistas da época começaram a trabalhar com a Campari, marcando o início da ligação da marca com o mundo da arte. Durante os anos 1980, um período de grande crescimento econômico e cultural, a Campari foi a estrela de ocasiões de consumo diferenciadas, como o momento “aperitivo italiano milanês”, que acontecia em um happy hour exclusivo, onde as pessoas se dirigiam para afirmar seu status social, ser notadas e fazer contatos. Na década seguinte, a Campari lançou a campanha publicitária “Red Passion”, com foco em um novo código de comunicação e posicionamento baseado nos quatro valores fundamentais da marca: paixão, abordagem cosmopolita, singularidade e prestígio.

Em 2010, a empresa completou seu 150º aniversário. Desde 1860, a bebida foi apreciada por muitas pessoas, de forma pura ou como o ingrediente de coquetéis. Hoje, permanece como um símbolo do estilo de vida italiano e remete aos prazeres da vida. Para celebrar a ocasião, o famoso coletivo de arte Assume Vivid Astro Focus (Avaf) e os artistas internacionais Vanessa Beecroft e Tobias Rehberger criaram três rótulos comemorativos “Campari Art” em edição limitada, que representava uma tradição da comunicação entre marca, produto e arte, que passou a ser replicada a partir de então.

No mesmo ano, foi inaugurada a Galleria Campari, um espaço especial que enfatiza a profunda ligação entre a empresa e o mundo artístico, com o objetivo de revisitar essa ligação histórica por meio da tecnologia moderna e contemporânea. Atualmente, a marca repleta de história é distribuída em mais de 190 países e continua a trabalhar em conjunto com famosos atores e fotógrafos em diversos projetos.

AO LADO, PÔSTERES DE CAMPANHAS DA CAMPARI QUE ILUSTRAM A CONEXÃO DA MARCA COM A ARTE

FOTOS: ARQUIVO HISTÓRICO





**RAY-BAN AVIATOR**

O Ray-Ban Aviator foi criado em 1937 com o propósito de proteger os pilotos de caça americanos – oficiais da Força Aérea – dos raios diretos do sol. Nesse ano, o general Douglas MacArthur, do Corpo Aéreo do Exército dos Estados Unidos, solicitou à Bausch & Lomb (empresa americana que comercializa produtos para a saúde ocular) um acessório que protegesse seus olhos em grandes altitudes e garantisse um campo de visão limpo.

ACIMA, TOM CRUISE UTILIZA O RAY-BAN AVIATOR INTERPRETANDO O PERSONAGEM PETE MAVERICK, NO FILME *TOP GUN*. AO LADO, O MODELO CLÁSSICO DOS ÓCULOS



A companhia aceitou o desafio e, após anos de pesquisa e desenvolvimento, criou lentes minerais verdes, conhecidas como G15. Elas filtravam tanto raios UV (ultravioleta) quanto a luz infravermelha em uma armação de metal em formato de gota. Uma vez que chamá-las de “lentes antirreflexo” seria muito genérico, a empresa as batizou de Ray-Ban (que significa “banir os raios”, em inglês) e fundou a marca icônica. Tal nome foi escolhido para enfatizar a capacidade dos óculos de bloquear reflexos e proteger os olhos dos usuários.

A partir de então, não só MacArthur passou a utilizá-los, de modo até mesmo a ser fotografado com eles nas Filipinas durante a Segunda Guerra Mundial, mas também vários outros militares. Embora tenha sido comercializado apenas como “óculos de sol Ray-Ban” até a década de 1940, o título “Ray-Ban Aviator” tornou-se conhecido, pois não houve alterações em seu formato. Em 1986, o icônico modelo ganhou fama surpreendente ao ser utilizado pelo piloto Maverick, protagonizado por Tom Cruise, no filme *Top Gun*.

O mais interessante sobre os clássicos óculos de aviação é que, em sua trajetória, sempre estiveram conectados com os pioneiros do passado e simultaneamente com as tendências atuais, unindo estilo e funcionalidade. Além disso, apesar de seu contexto de criação e da fama hollywoodiana terem sido essenciais para torná-lo um símbolo do sonho americano, o modelo tem constantemente moldado toda a cultura ocidental e se mantém relevante no universo da moda. Atualmente, o Ray-Ban Aviator apresenta oito estilos diferentes nas mais diversas cores e seus principais atributos são uma ponte dupla, armação metálica e fina e a silhueta atemporal e estilosa.

FOTOS: DIVULGAÇÃO

**PERFUME POLO RALPH LAUREN**

O icônico perfume Polo Ralph Lauren foi criado em 1978 pelo perfumista marroquino Carlos Benaim, em parceria com Pascal Gaurin. A fragrância foi a primeira da marca e representou a entrada no segmento da perfumaria. “Quando desenho, eu crio um mundo, imagino cada detalhe – o lugar, o homem, a mulher, o que estão vestindo, até a fragrância”, disse Ralph Lauren. A fonte de inspiração foi a força natural do jogador de polo – competição equestre em que equipes se enfrentam a fim de marcar gols ao golpear uma pequena bola de plástico ou madeira com um taco longo – e do homem que não abre mão do luxo e da qualidade em todos os detalhes.

Pinho, acorde de couro e absoluto de tabaco – obtido por meio da extração de diferentes variedades do produto agrícola com solventes voláteis – compõem a assinatura do perfume. Com notas verdes e refrescantes, traz no topo artemísia, manjerição, tomilho, cravo, cominho e coentro. O coração leva patchuli, vetiver e musgo de carvalho. O fundo é composto de âmbar, almíscar, tabaco, cedro e couro.



O sucesso do perfume Polo foi imediato e, após mais de 40 anos desde sua criação, continua a encantar o público masculino. O aroma atemporal, apreciado por homens de várias gerações, impulsionou o lançamento de outras versões, como o Polo Blue, o Polo Black, o Polo Red e até o Polo Cologne Intense, uma versão atualizada do clássico.

A inspiração desse perfume moderno é o homem da nova geração, cosmopolita, que ama descobrir novos lugares e conhecer pessoas. Em contraste com o Polo original, que contém 9% de concentração, o Cologne Intense apresenta uma porcentagem de 14% e um chipre cítrico, composto de *grapefruit* (toranja), sálvia e patchuli. ☞



FOTOS: DIVULGAÇÃO

AO LADO, ADULTO E CRIANÇA POSAM EM MEIO A UM JOGO DE POLO. ACIMA, O PERFUME POLO RALPH LAUREN CLÁSSICO E A VERSÃO MODERNA POLO COLOGNE INTENSE

# A ARTE SALVA

O INSTITUTO INHOTIM ABRIGA MAIS DE 500 PRODUÇÕES EXPOSTAS E JARDIM COM MAIS DE 4.300 ESPÉCIES

por mattheus goto

Às margens do Rio Paraopeba, a 60 quilômetros de Belo Horizonte, acontece o espetacular encontro entre a mata atlântica e o cerrado, dois dos biomas mais ricos e diversos do país e da América do Sul. Parece até que a natureza se dedicou propositalmente à criação de um oásis com paisagens exuberantes no número 20 da Rua B, em Brumadinho. É lá que 140 hectares de terra são palco de uma experiência única que mescla arte e meio ambiente: o Instituto Inhotim, nome que, segundo moradores da cidade, surgiu no século 19 como vocativo para denominar o antigo morador da fazenda, o minerador inglês Timothy. Na linguagem local, “senhor Tim” acabou virando “nhô Tim” ou “inhô Tim”.

Do solo ferroso das minas ergueu-se um dos maiores museus a céu aberto do mundo. A ideia pairou pela mente do mineiro Bernardo de Mello Paz na década de 1980, que viu em sua propriedade o potencial para hospedar uma experiência transformadora. À época, o empresário siderúrgico se interessava por arte moderna e já tinha a própria coleção. Com o tempo, a prioridade passou a ser os contemporâneos. Uma pessoa que desempenhou um papel fundamental para incentivar os projetos de Paz foi Allan Schwartzman, hoje diretor artístico do instituto. “O Allan indicou algumas das principais obras para compra e comissionamento. Os dois juntos chegaram ao formato do Inhotim”, afirma Douglas de Freitas, curador do museu.

Em 2002, Paz criou a Fundação do Instituto Cultural Inhotim, instituição sem fins lucrativos destinada à conservação, exposição e produção de trabalhos con-



VISTA AÉREA DO CENTRO DE EDUCAÇÃO E CULTURA BURLE MARX NO INSTITUTO INHOTIM, PROJETADO POR ALEXANDRE BRASIL E PAULA ZASNICOFF, QUE OFERECE PROGRAMAS DE EDUCAÇÃO E QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL PARA MORADORES DA REGIÃO. SEU NOME HOMENAGEIA ROBERTO BURLE MARX, QUE ASSINOU PARTE DO PAISAGISMO DA PROPRIEDADE

FOTO: BRENDON CAMPOS

temporâneos de arte, ações educativas e sociais. Três anos depois, o Inhotim abriu para visitas pré-agendadas de grupos específicos, com liberação para o grande público apenas em 2006. A cada ano, mais e mais galerias de arte foram inauguradas no imenso terreno, atualmente com 23. Para citar algumas, há pavilhões dedicados a Adriana Varejão, Claudia Andujar, Miguel Rio Branco, Tunga, Valeska Soares, Lygia Pape e Matthew Barney. São cerca de



COM PROJETO DE PAULO ORSINI, A GALERIA TRUE ROUGE, COM A OBRA HOMÔNIMA DE TUNGA, FOI A PRIMEIRA A SER INAUGURADA NO INHOTIM (2002) E A EXPOR O TRABALHO DE UM ÚNICO ARTISTA EM CARÁTER PERMANENTE

500 obras expostas de mais de 60 artistas, de quase 40 países, integrantes de um acervo de mais de mil peças com foco em instalações site specific (método artístico em que se concebe uma produção em seu local de exposição).

O projeto curatorial do Inhotim contribuiu para que sua coleção, que brotou com a semente plantada por Paz,

se tornasse uma das mais notórias do país. “Uma premissa é a aquisição de peças grandiosas e não convencionais. Hoje temos muitas obras em vídeo, que lá no começo [da trajetória do instituto] não eram tão compradas por outros museus”, explica Freitas. “Desde o início, o perfil da coleção não se enquadra na maioria das instituições artísticas.” Um exemplo dado pelo curador é *Expedição*, de Tunga, composta de mais de mil peças de vidro. A maior parte do acervo ainda pertence a Paz e permanece no museu em regime de comodato (empréstimo de bens), com exceção de algumas doações.

Das 500 produções expostas, Freitas cita três favoritas do público: *Forty Part Motet* (2001), de Janet Cardiff, na Galeria Praça; *True Rouge* (1997), de Tunga, no pavilhão homônimo; e *Invenção da Cor, Penetrável Magic Square #5, De Luxe* (1977), de Hélio Oiticica, ao ar livre. A Galeria Claudia Andujar também é uma

FOTOS: DIVULGAÇÃO; WILLIAM GOMES

queridinha, bem como a Galeria Psicoativa Tunga, que traz uma das melhores criações da arte brasileira, na opinião de Freitas. “São obras fundamentais para a história da nossa arte.”

Tudo isso em meio a um jardim botânico com mais de 4.300 espécies raras, originárias de todos os continentes. “O Inhotim é uma experiência. Percorrer os jardins para encontrar as instalações é um programa para pelo menos dois dias. É uma viagem, não é só um museu”, comenta Freitas. Não à toa, um dos planos do instituto é o estabelecimento de relações internacionais para firmar o parque como referência mundial por seus valores artísticos e ecológicos.

A relevância do Inhotim estende-se ainda ao eixo social. Em 2008, o instituto foi reconhecido como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip) pelo governo de Minas Gerais. Com o rompimento da barragem do Córrego do Feijão, em 2019, a união com a comunidade estreitou-se. “Tem sido importante, nos últimos anos, entender a relação com Brumadinho”, diz o curador. Contribuindo economicamente como polo turístico, mais de 70% do quadro de funcionários são moradores da cidade, a maioria deles jovens entre 18 e 25 anos, no primeiro emprego. No ano da tragédia, foram lançados os programas Nosso Inhotim, que oferece gratuidade na entrada de moradores no museu, e o Palco Brumadinho, que levou artistas da região aos palcos da propriedade.

E assim o Inhotim consegue impactar e conversar com um grande público pelo poder da arte e da natureza. “Se você fotografar uma pessoa na chegada e na saída, dá para ver em seu rosto que houve uma transformação, o que é incrível”, declara Antonio Grassi, diretor-presidente do instituto. “O Inhotim mostra na prática que a arte tem o poder de transformar.”

A GALERIA ADRIANA VAREJÃO FOI INAUGURADA EM 2008 E É UMA DAS FAVORITAS DO PÚBLICO

“  
CLASSIFICAR COMO MUSEU  
SERIA POUCO. É UM MUSEU,  
MAS É MUITO MAIS DO QUE ISSO.  
DEFINIR COMO JARDIM BOTÂNICO  
TAMBÉM SERIA POUCO. A MELHOR  
DESIGNAÇÃO PARA O INHOTIM  
É UM ESTADO DE ESPÍRITO.

ANTONIO GRASSI,  
DIRETOR-PRESIDENTE DO INSTITUTO

O ator, que já foi presidente da Funarte e secretário de Cultura do estado do Rio de Janeiro, fala que houve uma discussão interna sobre a melhor definição para o Inhotim: “Definir como museu seria pouco. É um museu, mas é muito mais do que isso. Classificar como jardim botânico também seria pouco. A melhor designação para o Inhotim é um estado de espírito”. Grassi conta que as pessoas ficaram carentes de Inhotim durante a pandemia, período em que o instituto teve de se reinventar sem visitas presenciais e convidou artistas para criar produções especialmente voltadas para o meio digital. “Brinco que o instituto reabra como uma vacina para a alma. Precisamos de vacina no braço e na cabeça, para a saúde mental.”

Com apenas 15 anos de história, o Inhotim já se tornou um patrimônio, apresentando uma seleção excepcional de obras de arte, dialogando com instituições centenárias e unindo-se à comunidade. Para o diretor-presidente, a própria história da instituição, construída a partir de uma área degradada de mineração, define seu legado: a prova de que a arte salva. ☺







## TEM MAIS ON-LINE

Um pouco do conteúdo que espera por você em VERSATILLE.COM e no IG @versatille

### EU COMO, SIM, EU BEBO, SIM

Em quadro no Instagram, a editora Julianna Iodice apresenta bares e restaurantes descolados de São Paulo e conversa com chefs e bartenders. No terceiro episódio, ela visitou o restaurante Cais e conversou com o chef Adriano de Laurentiis. Confira a entrevista e outros vídeos da série no perfil da @versatille.



### ESTRELAS A BORDO

A marca Rimowa lançou em setembro uma campanha apresentando o novo conceito de viagem e liberdade pós-pandemia. O projeto conta com a presença de Rihanna, LeBron James, Roger Federer e a artista Patti Smith. Ele é composto de quatro vídeos, nos quais cada ícone global compartilha suas perspectivas sobre o assunto. Veja mais detalhes da nova campanha em versatille.com.



### TENDÊNCIAS DA ARTE

Entre os dias 8 e 12 de setembro, a feira ArtRio 2021 realizou sua 11ª edição com modelo híbrido. Mais de 60 galerias e 16 instituições ligadas à arte marcaram presença na programação, recheada de palestras e visitas guiadas a coleções e ateliês. Conversamos com galeristas e curadores para captar as impressões da feira, nomes de destaque e a experiência de um evento artístico na pandemia. Leia em versatille.com.

### KEMPINSKI NO BRASIL

A rede de hotéis de luxo Kempinski anunciou no fim de agosto a aquisição de uma das hospedagens mais tradicionais da Serra Gaúcha, o Laje de Pedra, localizado na cidade de Canela, Rio Grande do Sul. O hotel está sendo reformado e tem reinauguração prevista para 2024. Essa novidade marca a chegada do mais antigo grupo de hotelaria de alto padrão da Europa à América do Sul. Leia mais no site da Versatille.



### REPRESENTATIVIDADE NO MET

A primeira parte da edição de 2021 do Met Gala, um dos eventos mais icônicos da moda sediado no Metropolitan Museum of Art, em Nova York, aconteceu em setembro com o tema "América: Um Léxico da Moda". Entre os convidados ilustres, o piloto de Fórmula 1 Lewis Hamilton escolheu destacar três estilistas negros emergentes para ocupar sua mesa junto a outras personalidades afrodescendentes. Conheça a trajetória e o trabalho dos americanos Edvin Thompson, Jason Rembert e Kenneth Nicholson em matéria no site da Versatille.

FOTOS: DIVULGAÇÃO; GETTY IMAGES

## Uma aventura.

Acompanhe a primeira expedição elétrica do Brasil, a bordo do Novo Taycan Cross Turismo.

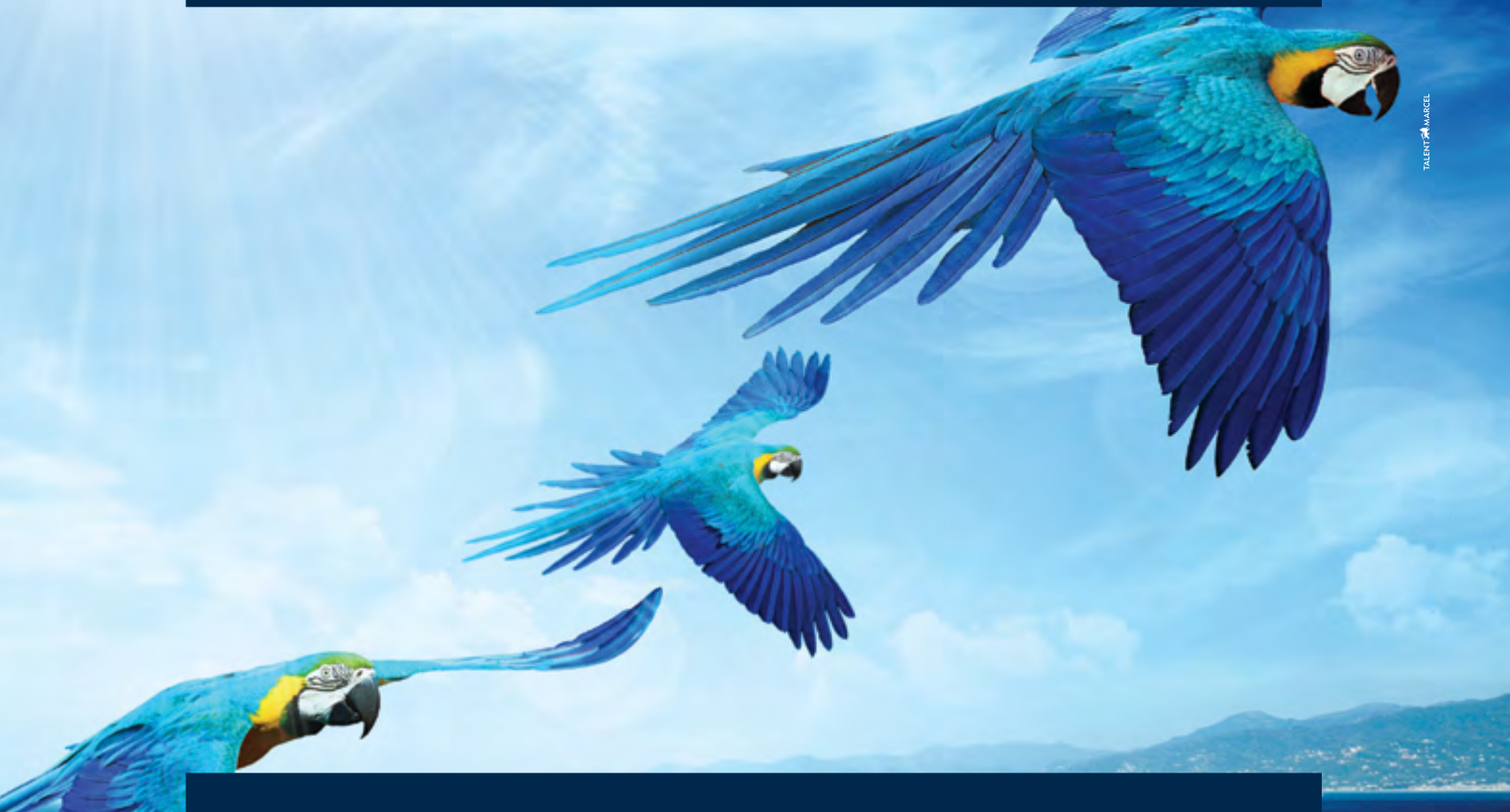
Acesse [www.expedicaobrasil-porsche.com.br](http://www.expedicaobrasil-porsche.com.br) ou pelo QR Code abaixo:



No trânsito, sua responsabilidade salva vidas.



PORSCHE



TALENT MARCEL

# Qual impacto seus investimentos causam no mundo?

Quem sabe, investe no futuro.  
Quem sabe, Safra.



Um segmento que valorizou mais de 700%\* nos últimos anos, com previsão de crescimento ainda maior.

Com o Safra Direct Carbono, você pode alocar seus recursos diretamente no mercado de futuros de crédito de carbono.

Assim, você investe tanto no seu patrimônio quanto num futuro mais limpo para todos.



## Safra

**ANBIMA**

Autorregulação

\*Análise realizada por Safra Asset Management Ltda. com base em dados disponíveis na plataforma Bloomberg referentes ao período compreendido entre 2/1/2015 e 30/6/2021. LEIA O FORMULÁRIO DE INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES, A LÂMINA DE INFORMAÇÕES ESSENCIAIS, SE HOUVER, E O REGULAMENTO ANTES DE INVESTIR. O INVESTIMENTO EM FUNDOS NÃO É GARANTIDO PELO ADMINISTRADOR, PELO GESTOR, POR QUALQUER MECANISMO DE SEGURO OU PELO FUNDO GARANTIDOR DE CRÉDITO - FGC. DESCRIÇÃO DO TIPO ANBIMA DISPONÍVEL NO FORMULÁRIO DE INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES. Material de divulgação do SAFRA DIRECT CARBONO USD FUNDO DE INVESTIMENTO MULTIMERCADO (CNPJ 37.379.364/0001-34) e do SAFRA DIRECT CARBONO REAIS FUNDO DE INVESTIMENTO MULTIMERCADO (CNPJ 35.712.313/0001-57). Administrador: Safra Serviços de Administração Fiduciária Ltda. - CNPJ 06.947.853/0001-11. Gestor: Safra Asset Management Ltda. - CNPJ 62.180.047/0001-31. Distribuidor de cotas: Banco Safra S.A. - CNPJ 58.160.789/0001-28. Supervisão e fiscalização: Comissão de Valores Mobiliários - CVM. Serviço de Atendimento ao Cidadão em [www.cvm.gov.br](http://www.cvm.gov.br). Para mais informações, procure um gerente Safra ou acesse <https://www.safra.com.br/investimentos/fundos-de-investimentos/safra-direct-carbono-reais-fi.htm> ou <https://www.safra.com.br/investimentos/fundos-de-investimentos/safra-direct-carbono-usd-fi-mul.htm>. Central de Atendimento Safra: 0300-105-1234 (de segunda a sexta-feira, das 9h às 19h, exceto feriados). Atendimento a pessoas com necessidades especiais auditivas e de fala/SAC - Serviço de Atendimento ao Consumidor/Proteção de Dados: 0800-772-5755 (atendimento 24 horas por dia, sete dias por semana). Ouvidoria - caso já tenha recorrido ao SAC e não esteja satisfeito(a): 0800-770-1236; atendimento a pessoas com necessidades especiais auditivas e de fala: 0800-727-7555 (de 2ª a 6ª feira, das 9h às 18h, exceto feriados); ou acesse [www.safra.com.br/atendimento/ouvidoria](http://www.safra.com.br/atendimento/ouvidoria). E-mail: [safra.asset@safra.com.br](mailto:safra.asset@safra.com.br)