

VERSATILLE

EDIÇÃO DE ANIVERSÁRIO

VERSATILLE.COM

VERSATILLE

ANO 22 - Nº 128 - OUTUBRO/NOVEMBRO 2022

128

2022 - Nº 128 - R\$ 37,90

020986 008974 6



THIAGO NEVS

RIMOWA

BORN IN GERMANY.
ENGINEERED FOR THE WORLD.



INGENIEURSKUNST
SEIT 1898





ACESSE O QR CODE
E PEÇA O SEU CARTÃO
EM [AMEX.COM.BR](https://www.amex.com.br)

ACEITA ATÉ 50% OFF EM RESTAURANTES SELECIONADOS?

DO ALMOÇO DE NEGÓCIOS AO JANTAR A DOIS.
AMEX É MAIS ACEITO E TEM MAIS BENEFÍCIOS DO QUE VOCÊ IMAGINA.

- Vallet cortesia • Até 50% de desconto em restaurantes
- Entrada ou sobremesa cortesia • Isenção de rolha e serviço de vinho

Ana Paula Padrão
Associada Amex desde 1996

Aplicam-se T&C. Verifique os benefícios elegíveis ao seu cartão. Mais informações: [acesse.amex.com.br](https://www.amex.com.br)



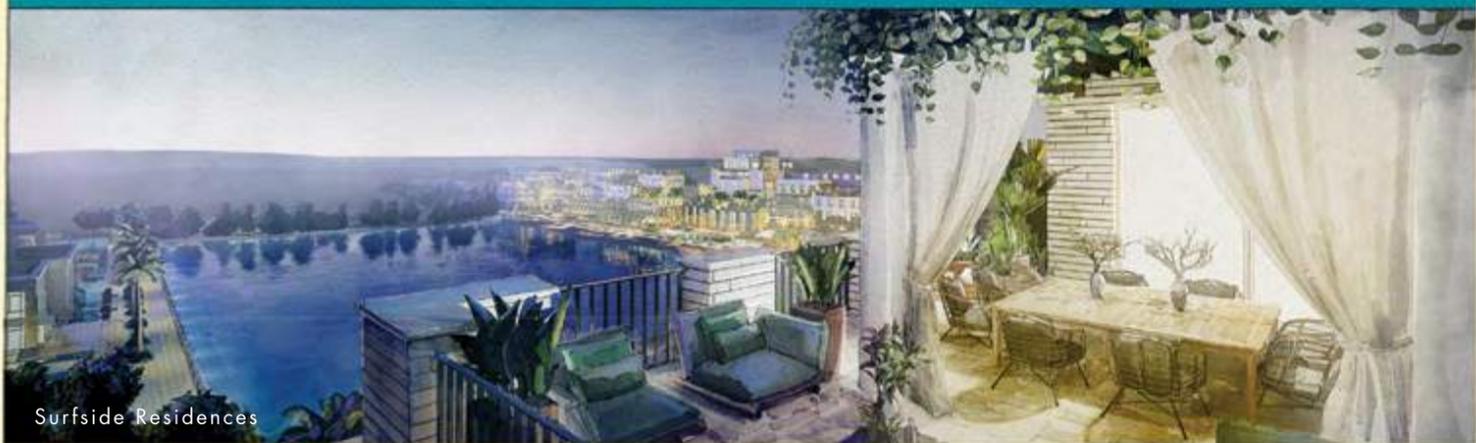
SIGA @amexbr

NÃO
viva a vida
SEM O SEU





Piscina para prática de surf American Wave Machines



Surfside Residences

JHSF

apresenta



VILLAGE

GOLF · SURF · TÊNIS · EQUESTRE · TOWN CENTER

Surfside Residences com Malibu, Laguna e Pebble Residences. As melhores ondas quebrando em frente à sua janela.

RESIDENCES de 139 a 627 m²

com VISTA para a PISCINA AMERICAN WAVE MACHINES.

Além de uma completa estrutura de serviços e amenities inéditas.

- Campo de golfe de 18 buracos assinado por Rees Jones
- Club de Surf de uso reservado apenas para membros
- Centro de Tênis, com 15 quadras e arena para torneios internacionais
- Centro equestre e Fazendinha
- Town Center com lojas e restaurantes
- Kids Center
- Spa internacional
- Academia
- Clube esportivo
- Centro Orgânico

COM A QUALIDADE E A EXCELÊNCIA JHSF.
É BOA VISTA, É IGUAL E É DIFERENTE.

AGENDE SUA VISITA

Vendas: 11 3702.2121 • 11 97202.3702
atendimento@centraldevendasfbv.com.br



Aviso Legal: O presente se refere às incorporações do Boa Vista Surf Lodge e Boa Vista Golf Residences registradas no RGI de Porto Feliz/SP e a futuros lançamentos da JHSF. Os projetos e memoriais de incorporação ou de loteamento dos futuros empreendimentos estão sujeitos à respectiva aprovação pela Prefeitura de Porto Feliz/SP e demais órgãos competentes e ao registro nas matrículas dos imóveis. As Amenities referentes à piscina de Surf, ao Spa, ao Equestre e aos Clubes de Tênis, Esportivo e de Golfe não integrarão os futuros lançamentos e/ou as incorporações já registradas. O uso de tais Amenities será feito de acordo com as regras previstas na Convenção de Condomínio de cada incorporação imobiliária e no Estatuto Social da Associação Boa Vista Village (em constituição). A JHSF poderá desistir do lançamento dos futuros empreendimentos. As ilustrações, fotografias, perspectivas e plantas deste material são meramente ilustrativas e poderão sofrer modificações a critério da JHSF e/ou por exigência do Poder Público. O memorial de incorporação ou do loteamento e o instrumento de compra e venda prevalecerão sobre quaisquer informações e dados constantes deste material. Intermediação comercial pela Conceito Gestão e Comercialização Imobiliária Ltda. CRECI 029841. Telefones (11) 3702-2121 e (11) 97202-3702.

CONHEÇA OS DETALHES DO BOA VISTA VILLAGE E TODAS AS OPÇÕES DE PLANTAS, BAIXE O APP: JHSF REAL ESTATE.



Eu sou o
CENSO
2022
Eu sou o
BRASIL

Apertou o interfone, tocou a campainha, bateu palmas, quem é?

É o recenseador do IBGE.



Escaneie o QR Code e
saiba tudo em
censo2022.ibge.gov.br



A Coleta do Censo 2022 continua!

Então, fique ligado que logo o recenseador vai passar na sua casa.

É fácil identificá-lo. Ele usa colete, crachá e boné. E você pode confirmar a identificação ligando para 0800 721 8181 ou pelo site do IBGE.

Receba bem o recenseador e responda ao questionário do Censo 2022 durante a sua visita ou, se preferir, pelo telefone ou internet.

Sua resposta importa!



MINISTÉRIO DA
ECONOMIA



LET'S CELEBRATE: VERSATILLE'S 22ND ANNIVERSARY



© MARCIO SCAVONE

@rogeriosfoggia

No universo *Versatille*, só temos motivos para comemorar, uma vez que 2022 vem sendo um ano fantástico para nós. Primeiro, porque definitivamente acertamos a mão em relação à linha editorial, e segundo, porque somos unanimidade entre os críticos quando se trata de excelência de conteúdo. Tudo se deve à combinação de talentos do nosso time editorial, liderado por mim e pela nossa editora-chefe, Giulianna Iodice. Estendo meu reconhecimento à equipe.

Outro enorme diferencial de nosso conteúdo está ligado ao nosso time de colunistas, amigos e profissionais expoentes nas suas áreas, todos brilhantes. Murillo de Aragão (renomado cientista político), Pedro Albuquerque (trader profissional, CEO do TC e visionário), Wanderley Nunes (mago das tesouras e multifacetado, crítico gastronômico, chef, artista, fotógrafo), Cris Coelho (médica, a nutróloga das estrelas), Bianca Boeckel (galerista), Sig Bergamin (arquiteto e designer de interiores) e Nelson Spritzer (médico e a maior autoridade em PNL do Brasil).

No dia 20 de outubro, celebraremos nosso aniversário de 22 anos, com a festa 1. Untitled, na Usina Luis Maluf. Seguimos com as capas artísticas e, desta vez, trazemos Thiago Nevs, que tem sua pesquisa centralizada no Bra-

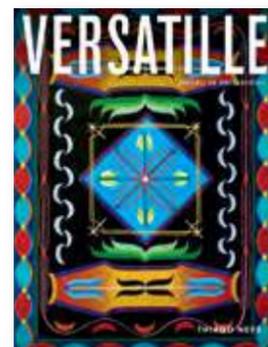
sil, nos caminhoneiros e nos símbolos vistos nos caminhões, que ele reinterpreta em suas obras, como uma preservação de uma cultura brasileira "prestes a morrer".

Em relação ao editorial, destaco algumas matérias. A primeira é a do Porsche 911 GT3 RS, o supressumo do fabricante, que é o veículo mais próximo de um carro de corrida que pode ser usado nas estradas e ruas sem infringir as leis de trânsito. Na sequência, o editorial de mulheres, para o qual fotografamos Daniela Ota (diretora-geral da Christian Dior no Brasil), Sauanne Bispo (especialista em África e executiva do Google), Bia Figueiredo (piloto de automobilismo) e Camila Achutti (CEO da Escola Mastertech). Destaco também a matéria de vinhos de Marina Giuberti, a primeira mestre cavista estrangeira da França, que viajou para Montalcino e discorre sobre os Brunello. Seguimos viajando: fomos até Nova York, para a experiência da Krug, na qual três rótulos vintage de 2008 foram harmonizados com uma sinfonia de Sakamoto; e também para Marrakesh, para conhecer o hotel da família real marroquina, o Royal Mansour. Nós nos preparamos para a Copa, com um guia completo de viagem para o Catar, com explicação de costumes, recomendações turísticas, hotelaria e gastronomia. Quero deixar registrado meu agradecimento a Raquel Sfoggia, que está à frente da área de relacionamento com os clientes e eventos e vem fazendo um brilhante trabalho. Em novembro, acontecerá o Podere, em Brasília, voltado para as mulheres empreendedoras.

Por fim, quero deixar registrado meu agradecimento a todos os nossos superparceiros comerciais, que estiveram ao nosso lado durante o ano todo e foram decisivos para a viabilização de nossos projetos. Muitas surpresas estão por vir, e já vou dar um spoiler... 2023 trará nosso primeiro anuário e premiação, para reconhecer os melhores do universo do lifestyle.

Parabéns a todos os que fazem parte deste projeto!
It's time to celebrate! 🎉

Rogério G. Sfoggia
Publisher



ARTISTA:
THIAGO NEVS



Veja o que é possível com o novo Gulfstream G400™. Redefina o sucesso nos negócios no século XXI com uma inovadora combinação de desempenho, eficiência ambiental e a maior cabine da categoria.



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

Giulianna Iodice | Editora-Chefe

giulianna@versatille.com

Marcella Fonseca | Diretora de Arte

marcella@versatille.com

Raquel Radiske | Projetos e Inovações

raquel@versatille.com

Laís Campos | Jornalista

lais@versatille.com

Beatriz Calais | Jornalista

beatriz@versatille.com

Jack Lima | Filmmaker

jack@versatille.com

Everaldo Guimarães | Tratamento de Imagem

Fabiana Pino | Revisora

COLABORARAM NESTA EDIÇÃO

Ana Luiza Cardoso, Fernanda Meneguetti,
Kaique Marques, Marina Giuberti, Miriam Spritzer,
Pablo Felix, Rodolfo Custorio e Sergio Quintanilha

COLUNISTAS

Bianca Boeckel, Carol Célico,
Cristiane Coelho, Murillo de Aragão,
Nelson Spritzer, Pedro Albuquerque
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

RANGE ROVER



Acesse nosso site:
versatille.com



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



Siga-nos no Instagram:
instagram.com/versatille

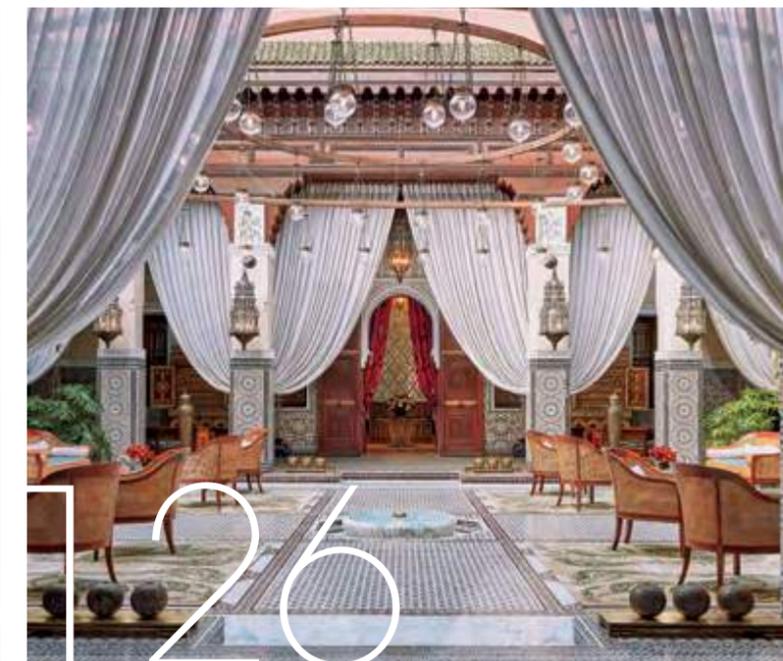
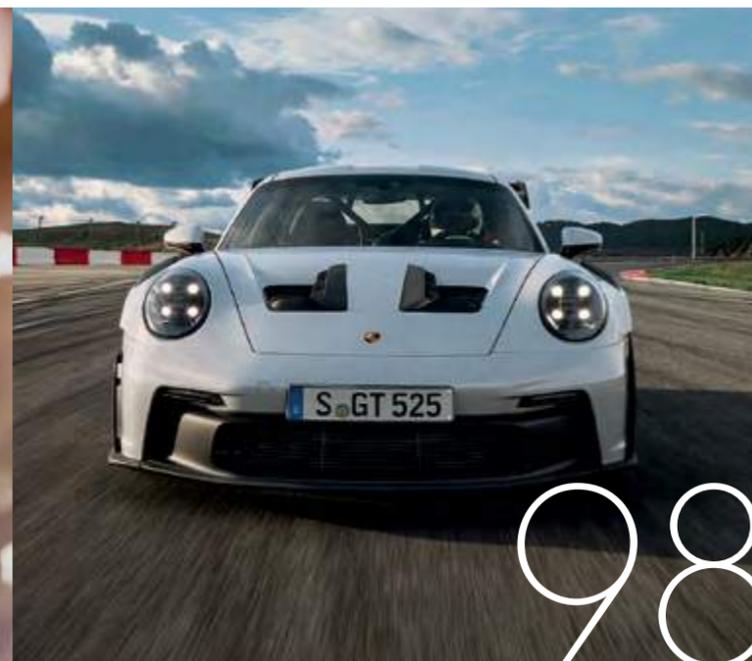


A revista VERSATILLE pertence à Versatille Editora e Revistas Ltda. Apenas as pessoas que constam no expediente têm autorização para representar a revista dentro de suas respectivas áreas. Os conceitos emitidos em artigos assinados são de responsabilidade de seus autores.

Land Rio
Av. das Américas, 10000 - Barra da Tijuca, Rio de Janeiro - RJ, 22793-082



Juntos salvamos vidas.



- 42 drops
Seleção de produtos de luxo para querer agora
- 44 carta da editora
O retorno aos dias agitados
- 46 artista da capa
O Brasil de Thiago Nevs
- 50 cinema
O filme autobiográfico de Spielberg
- 54 tendência
Brazilian aesthetic
- 60 editorial
Quatro mulheres de sucesso
- 78 cobertura
A convite da Krug, uma noite especial

- 86 panorama
O efervescente mercado brasileiro de azeites
- 94 cultura
Entrevista com Luis Maluf
- 98 motor
O potente Porsche 911 GT3 RS
- 110 guia
Especial Catar
- 118 brasil
Uma imersão no cerrado
- 126 viagem
A surpreendente Marrakesh
- 132 gastronomia
Restaurantes únicos, experiências singulares

- 138 entrevista
O italiano Dario Cecchini
- 142 enologia
O universo dos Brunello
- 148 nostalgia
Os segredos do Teatro Municipal
- 152 literatura
A editora de luxo Assouline
- 156 evento
Terceira edição do Copa no Copa

colunas

- 28 carpe diem
Nelson Spritzer
- 30 gastronomia
Wanderley Nunes
- 32 arte
Bianca Boeckel
- 34 filantropia
Carol Célico
- 36 finanças
Pedro Albuquerque
- 38 ponto de vista
Murillo de Aragão
- 40 saúde & bem-estar
Cristiane Coelho

FOTOS: RODOLFO CUSTODIO, DIVULGAÇÃO

EVERY
LUXURY
INCLUDED




Regent
SEVEN SEAS CRUISES™

UMA EXPERIÊNCIA INCOMPARÁVEL™

ESPAÇO INCOMPARÁVEL NO MAR™

O luxo de ter espaço individual é fundamental para a promessa de *Uma Experiência Incomparável™* com A *Regent Seven Seas Cruises™*, possibilitando que os hóspedes tenham a liberdade necessária para explorar e relaxar ao máximo. Como a principal linha de cruzeiros marítimos de luxo, temos orgulho de oferecer algumas das maiores varandas e mais espaçosas suítes dos mares. Nossa variedade de restaurantes de especialidades, opções de refeições al-fresco e na suíte, lounges sofisticados, bares e espaços elegantes são perfeitos para descansar e celebrar, sabendo que nunca haverá uma fila ou aglomeração e que cuidaremos de cada detalhe com todas as amenidades inclusas.

Junte-se a nós e descubra como nosso Espaço Incomparável no Mar excederá suas expectativas de conforto e serviço personalizado para uma experiência realmente inesquecível a bordo *da Frota Mais Luxuosa do Mundo™*.

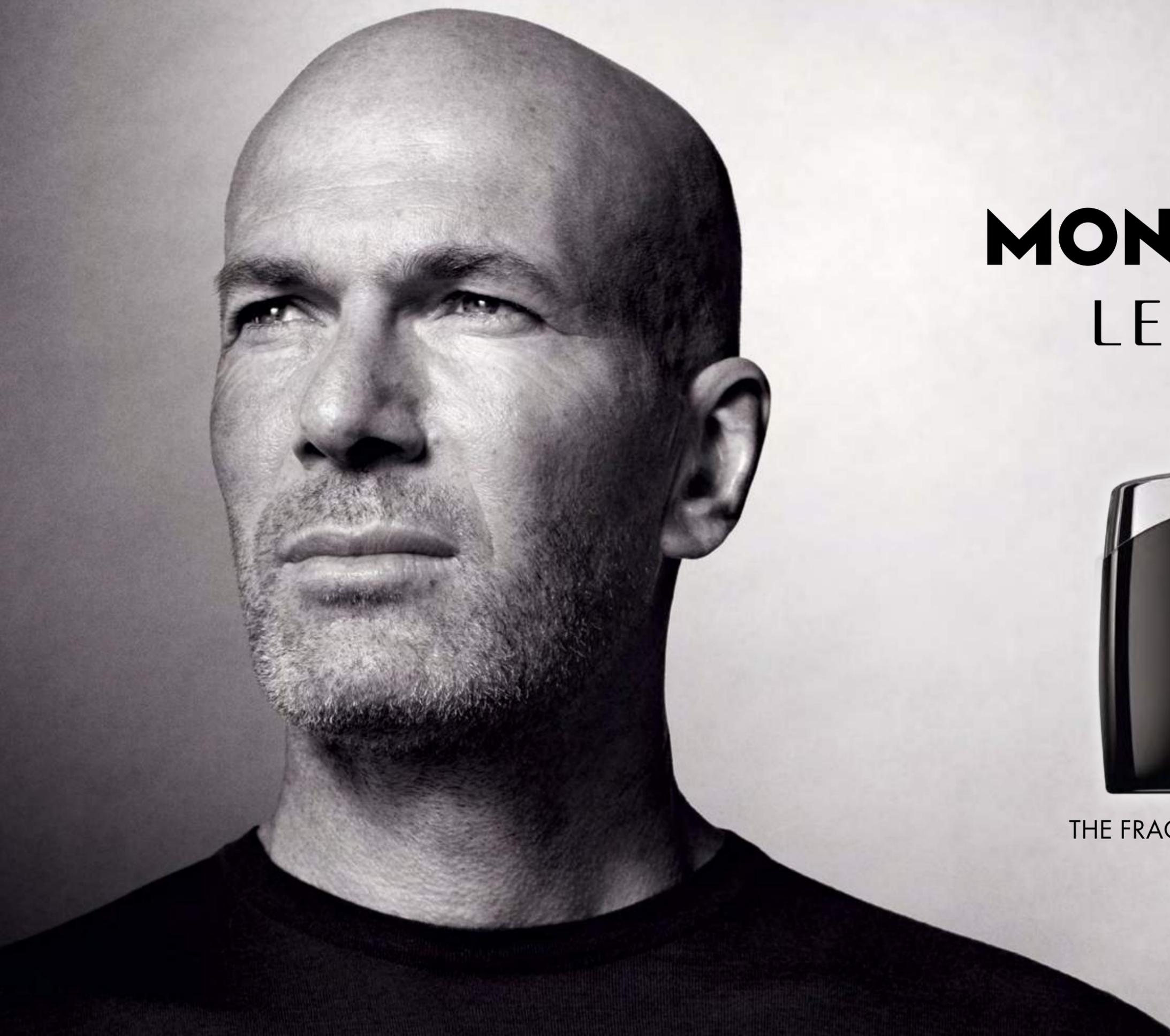
SAIBA MAIS SOBRE NOSSO
ESPAÇO INCOMPARÁVEL
NO MAR ACESSANDO:



PARA SOLICITAR SUA
BROCHURA ACESSE:



OU CONTATE SEU AGENTE DE VIAGEM



MONTBLANC

LEGEND



THE FRAGRANCE FOR MEN

QUEM PRECISA
DE UM BANCO
ÁGIL, MODERNO
E INOVADOR

TEM BRB



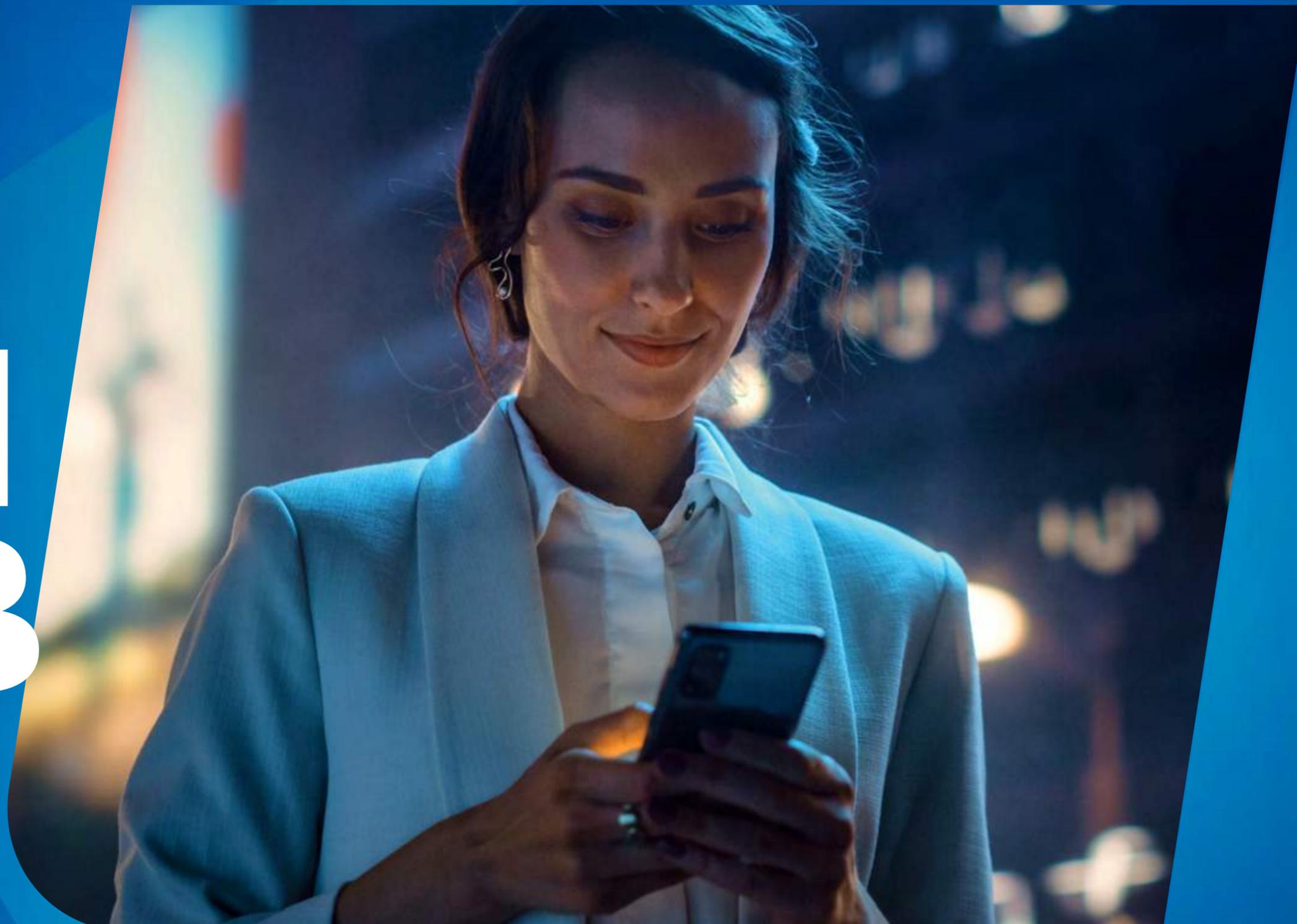
BAIXE O APP
E ABRA
A SUA CONTA

O BRB está sempre se reinventando para oferecer o melhor aos seus clientes. Tudo o que você precisa com modernidade, agilidade e segurança você tem com o BRB.

- CRÉDITO IMOBILIÁRIO ÁGIL E COM AS MELHORES TAXAS DO MERCADO.
- PLATAFORMA COMPLETA DE INVESTIMENTOS.
- CARTÃO DE CRÉDITO ELEITO O MELHOR DO BRASIL POR 2 ANOS CONSECUTIVOS.
- SOLUÇÕES PERSONALIZADAS PARA SUA VIDA.

banco

VIVA ESSA EXPERIÊNCIA



GIULIANNA IODICE

Editora-chefe

Atenção e cuidado definem o trabalho de Giuliana. 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.



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 SFOGGIA

Projetos e inovações

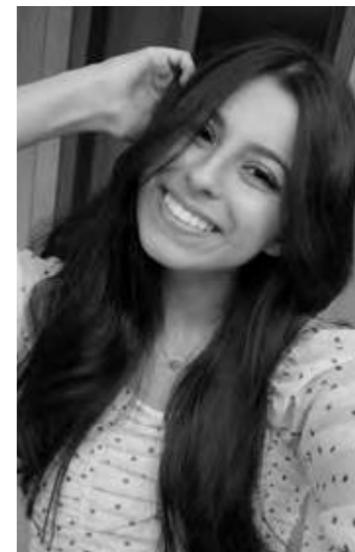
Raquel é uma correria só, sempre empenhada em muitos projetos simultâneos. Amante da inovação, gosta de buscar novas formas e formatos para atender e surpreender aqueles que acompanham a *Versatille*. É fascinada pelos avanços da tecnologia. Como uma boa pisciana, é bastante sonhadora e busca um mundo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



BEATRIZ CALAIS

Repórter

A descoberta de que ouvir e contar boas histórias poderia ser uma profissão foi um marco para a vida de Beatriz. O jornalismo propiciou a paixão de conhecer o mundo por meio das próprias vivências e das experiências daqueles que entrevista. Apaixonada por cultura, gastronomia e natureza, seu sonho é conhecer o máximo possível do que a vida pode oferecer.



LAÍS CAMPOS

Repórter

Ser atendida 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.



JACK LIMA

Filmmaker

Seu hobby por registrar momentos virou sua carreira. Formado em arte digital, edição de vídeos e efeitos visuais desde os 15 anos pela SAGA, constantemente vem criando maneiras de contar novas histórias em vídeo. Sua curiosidade estimula sua criatividade e para ele tudo pode se tornar um filme.



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 mundo.

IMAGENS: ARQUIVO PESSOAL

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.



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.



IMAGENS: ARQUIVO PESSOAL

WWW.VICTORHUGO.COM.BR • 0800 026 9999



VICTOR HUGO

EVERALDO GUIMARÃES

Everaldo Guimarães é ágil e versátil, e empresta seu talento para muitas edições da *Versatille*. No passado, o photodesigner colaborou por mais de uma década com a agência JTA Conceitos, e em seguida migrou para as revistas *Wish Report* e *Wish Casa*, onde “permaneceu” por mais dez anos. Atualmente, trabalha para diversos locais, em formato home office.



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.

ANA LUIZA CARDOSO

Colaboradora estreada, a jornalista carioca Ana Luiza Cardoso assina nesta edição duas reportagens sobre artes visuais e design icônico brasileiro, temas que fazem parte de um leque de interesses nutridos em sua passagem por veículos como *Época*, *Veja São Paulo* e *Casa Vogue*.



FABIANA PINO

É revisora desde o ensino médio e fez faculdade de Letras na USP. Já corrigiu textos de professores seus na inauguração do Museu da Língua Portuguesa (mudanças recebidas com o carinho de quem sabe que o revisor é aquele que fica no gol para salvar o time) e integrou a equipe das revistas *Veja*, *Época*, *Marie Claire*... e é nossa guru da gramática.

FRANCE  1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE





RAIO-X

Quando estudante de medicina, nos anos 1970, eu ficava fascinado com a capacidade que alguns professores tinham em desvendar mistérios através do exame de radiografias. Recentemente faleceu um estimado professor, Darcy Ilha, um dos grandes radiologistas que o estado do Rio Grande do Sul produziu. Conheci muitos outros luminares de igual talento.

Naquele tempo, diagnósticos por imagem eram praticamente só por radiografias (não havia ressonância magnética, PET Scan, tomografias, ecografias). Pois estes célebres professores olhavam para uma radiografia e viam ali coisas que só eles conseguiam ver. Me encantava notar que outros médicos haviam passado os olhos pela mesma radiografia e não viram o que estes senhores conseguiam ver. Como faziam isso? Como conseguiam ver sutilezas (que depois se confirmavam por coleta de material, biópsia ou cirurgia corretiva)?

O mais engraçado é que, depois que eles viam, aí outros médicos começavam a ver também. Por último, alguns de nós, pobres estudantes, também conseguíamos ver alguma coisa. Nunca ouvi, de nenhum colega estudante ou médico, a simples pergunta: "Professor, como é que o senhor vê tanta coisa e nós não?". Acho que é porquê ninguém queria passar vergonha. Mas a pergunta segue válida. A resposta não é acúmulo de conhecimento. Havia outros médicos tão experientes (tempo de serviço) e/ou

eruditos (conhecimento teórico) que estes, só que não conseguiam os mesmos resultados na experiência prática direta.

Depois de muitos anos praticando a Programação Neurolinguística (PNL), um dia um aluno meu tomou coragem e me perguntou: "Dr. Nelson, como é que o senhor consegue perceber tanta informação sutil quando conversa com um cliente de mudanças, através dos olhos, gestos, posturas, forma da linguagem e respiração? Como o senhor consegue, e nós temos tanta dificuldade?"

De fato, ali lembrei dos meus velhos professores de radiologia. Como é que eu fazia? Para mim parecia tão simples, era natural, sem esforço. Era como se eu estivesse estabelecendo um diálogo direto com o inconsciente do cliente. Logo me surgiu a resposta que me pareceu a mais apropriada.

Primeiro, disse ao aluno que sem dúvida é o tempo de experiência prática. Nada pode substituir a experiência. A prática leva à naturalidade em várias atividades, e tanto a radiologia como a PNL – por serem fundamentadas em observação de sinais sutis – requerem. Além disso, e tão importante quanto, é o tipo de atenção que os mestres faziam e fazem quando observam algo, em PNL chamamos este estado de atenção de "Up Time". É estar totalmente voltado para fora, para o observado. É cessar qualquer distração, é estar concentrado totalmente no seu foco. Afinal, agora eu sei: era isso que os meus mestres de radiologia faziam quando olhavam radiografias! ☺

WHAT MOVES YOU,
*makes you**



Cillian Murphy com a sua Mochila Extreme 3.0.

*O que nos move, define-nos.



CHARME PURO

O Gioia, no bairro dos Jardins, em São Paulo, não tem nem um ano e já é sucesso entre o público que busca boa comida, ótima música e ambiente intimista. O piano-bar e restaurante, que tem inspiração no Carbone, de Nova York, é uma empreitada de Gabriel Diniz Abrão, que possui, dentro de seu grupo Attivo, os restaurantes Kitchin, Su, Aima e La Serena.

A inspiração para o décor idealizado por Adriano Mariutti foi de um clube privado, que esconde, por trás das cortinas, uma atmosfera eclética e vibrante, com mistura de texturas, estampas e luz baixa. Em todos os jantares, o público pode esperar por atrações musicais de extrema qualidade e variada, sem custo do couvert artístico. Ou seja, no Gioia, a proposta

é exatamente aproveitar a noite, de preferência com amigos – as mesas arredondadas são superconvidativas –, enquanto prova a carta de drinques autoral e os pratos, perfeitos para serem partilhados no centro da mesa.

O chef Denis Orsin, no comando da cozinha, focou pratos da culinária internacional e atemporais, como o Mac&Cheese al Tartufo (que chega à mesa gratinado e com trufas da estação), a Tagliata (rib eye de 45 dias de maturação) e o Crudo di Tonno (atum e berinjela defumada). Ao fim da refeição, a Lemon Tart é inesquecível, assim como os profiteroles, recheados com mascarpone e com calda de chocolate por cima.

Definitivamente, um lugar para ir e repetir muitas vezes em São Paulo. ♡



FOTO: DIVULGAÇÃO

CINESTILL 800T

DIREÇÃO **FRED LUZ** PRODUÇÃO EXECUTIVA **FERNANDO MEIRELLES** ESTRELANDO **ALEXANDRE RODRIGUES**

vivo 5G* + Motorola edge 30
APRESENTAM

「BUSCAPÊ」

ELE VOLTOU À CIDADE DE DEUS

Depois de 20 anos do lançamento do premiado "Cidade de Deus", Vivo e Motorola apresentam o spin-off desse que é um dos mais famosos filmes brasileiros. Você vai ver que a paixão de Buscapê pela fotografia nunca morreu. E seu talento ganha mais força com o 5G da Vivo e o novo Motorola edge 30 ultra numa Cidade de Deus dos dias atuais: maior, mais diversa e conectada.

Escaneie e assista



CONHEÇA A HISTÓRIA COMPLETA EM VIVO.COM.BR/BUSCAPE

Para mais informações, condições, disponibilidade de cobertura e aparelhos compatíveis, consulte em vivo.com.br/5g.



NO MERCADO DE ARTE, O AGITO DO VERÃO EUROPEU SEGUE

A Europa viu seu primeiro verão pós-pandemia ferver – e não foram apenas as temperaturas que atingiram níveis recorde. A *Bienal de Veneza* e inúmeras mostras de arte que aconteceram em paralelo foram responsáveis pela movimentação nos últimos meses. O segundo semestre segue agitado e conta com um circuito intenso das famosas feiras de arte, das mais tradicionais às mais alternativas e independentes. A gigante Frieze se divide em Frieze London e Frieze Masters e acontece em outubro, no Regent Park, em Londres, atraindo um número enorme de colecionadores e galerias internacionais. Também na capital do Reino Unido, e na mesma época, a feira 1-54 Contemporary African Art Fair exibe apenas arte diaspórica e tem em sua lista de expositores as brasileiras Portas Vilaseca e HOA. Outras feiras menores também participam da cena londrina, como Start, PAD e The Other Art Fair.

Mas a grande expectativa atual é em torno da primeira edição da conceituada Basel, em Paris, nomeada Paris+ par Basel (Paris+ by Basel). No fim de 2020, a Art Basel manifestou interesse em aproveitar as datas de outubro da Fiac (Foire Internationale d'Art Contemporain) para lançar a própria feira. O resultado foi uma oferta pública acalorada para as feiras, com a Art Basel ganhando e assumindo o investimento de 10,6 milhões de euros (12 milhões de dólares) nos próximos sete anos. A organização prometeu que o evento incluiria não apenas

arte, mas também moda, música, cinema e design. A Asia Now, Paris Internationale, Bienvenue Art, Moderne Art Fair e Akaa (Also Know as Africa) completam o circuito da Paris+ Art Week. A Bienvenue Art realiza sua quinta edição no coração de Saint-Germain-des-Prés, no Hotel La Louisiane, que serviu como um refúgio íntimo e boêmio por quase 80 anos, onde escritores, poetas, músicos, cineastas e artistas escolheram passar um momento, uma noite ou uma vida inteira. Essa edição conta com 22 expositores que ocuparão os quartos do hotel com seus projetos idealizados especialmente para o local, que por si só já vale a visita. Entre as galerias, em sua maioria europeias e duas vindas de NY, a Bianca Boeckel Galeria é a única a representar o Brasil.

A retomada do mercado de arte na Europa é um sinal positivo – considerando que em todo o mundo a pandemia expôs fraquezas nos sistemas políticos e culturais, que já estavam desgastados em muitos lugares. Para o curador da feira, o italiano Domenico de Chirico, “metaforicamente, este é um pop quiz que exige, num futuro breve e não apenas hoje, esforços consideráveis e vários meses, ou talvez anos, de trabalho”. Possivelmente veremos nos próximos anos um aumento ainda maior no número de feiras de arte, exposições e mostras alternativas. Afinal, a arte sempre estará presente, em todo o seu poder irrestrito e inovador. ☺

COPACABANA PALACE

A BELMOND HOTEL
RIO DE JANEIRO



Ristorante Hotel Cipriani

Alta gastronomia italiana

Autênticos produtos da Itália, apresentados à mesa de forma inovadora e autoral pelas mãos do Chef Nello Cassese. O premiado restaurante, com uma estrela Michelin desde 2019, oferece menu degustação baseado nos clássicos do chef e novas criações.

Pérgula

Culinária mediterrânea

Um dos restaurantes mais vibrantes da cidade com o descontraído estilo de vida carioca. Seu ambiente tropical e menu assinado pelo Chef João Melo é parada obrigatória para almoços ou jantares informais. Tudo isso com vista para a piscina ou para a Praia de Copacabana.



Mee

Gastronomia pan-asiática

Renda-se aos exóticos sabores da culinária pan-asiática no intimista Mee, premiado com uma estrela Michelin.

Sob o comando do Chef Cássio Hara, a sua viagem gastronômica passará por países como Tailândia, Japão, Vietnã, Camboja, Coreia, além dos imperdíveis pratos do sushi bar.



COPACABANA PALACE
AV. ATLÂNTICA 1702, COPACABANA, RIO DE JANEIRO, BRASIL
T: +51 (21) 2548 7070
E: RESTAURANTES.COP@BELMOND.COM



A IMPORTÂNCIA DA CONSTÂNCIA

Quando eu era pequena, pensava muito em como ajudar o outro. Como fazer a diferença na vida das pessoas que não tinham acesso a bens básicos e tão necessários?

A vontade de partilhar deveria ser natural e intrínseca ao ser humano e nunca deixar de nos acompanhar. Ter essa consciência e manter essa essência durante nossa evolução pessoal, apesar dos traumas e do ambiente em que vivemos, é um dos grandes desafios a serem alcançados.

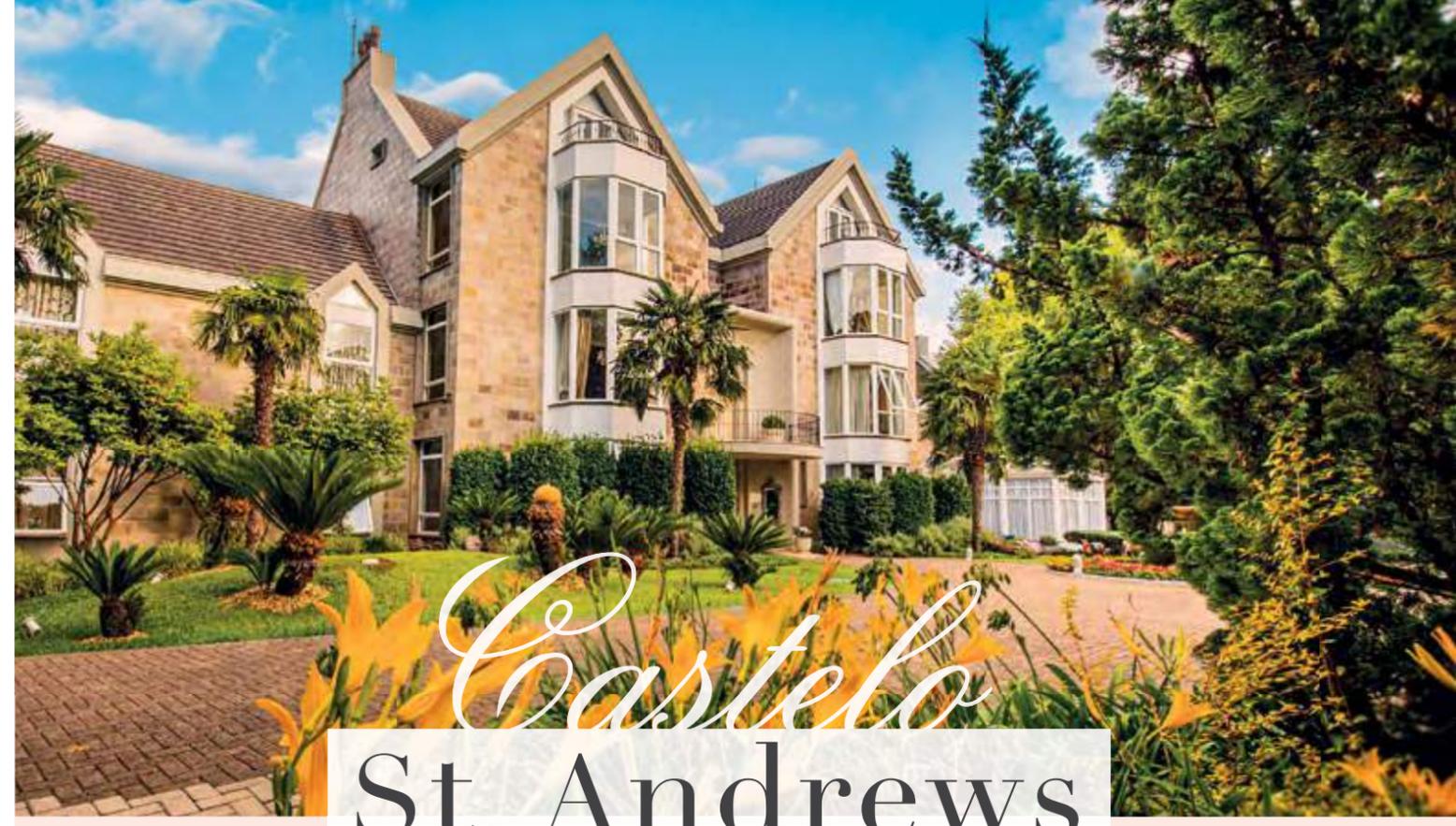
Tomar conhecimento de que parte da minha mesada poderia ser revertida em alimentos e produtos que melhorariam a vida de muitos foi um divisor de águas em minha vida, ainda na infância. E a consciência de que poderia fazer mais ao engajar outras pessoas foi a mola propulsora para entrar de cabeça no terceiro setor e criar a primeira plataforma on-line de doação, que interliga três frentes: o **doador**, que tem a segurança de que sua doação será válida, destinada e entregue ao local certo; o **produto**, que pode ser alimentos, material escolar, artigos de higiene pessoal etc., que pode ser negociado com descontos significativos, propiciando, com o mesmo recurso, um volume maior de compras; e as **instituições**, as ONGs, que tanto precisam de ajuda, conseguem visibilidade e não vão fechar suas portas. Essa é a Fundação Amor Horizontal, voltada para o oferecimento de qualidade de vida a crianças e jovens menos favorecidos do Brasil.

O propósito de manter essas portas abertas gera impactos humanitários e também socioeconômicos, uma vez que crianças abrigadas e com assistência se tornam menos vulneráveis à criminalidade, à prostituição e às drogas.

Depois de ver a felicidade de uma criança, oferecer ajuda deixa de ser algo pontual. Era necessário, para mim, manter doações constantes, pois somente com a regularidade colhemos os frutos de um mundo melhor. Nesses oito anos com a fundação, já arrecadamos mais de 8 milhões de reais, transformados em produtos que ajudaram cerca de 60 milhões de crianças.

Um dos nossos grandes desafios durante essa trajetória foi estimular a prática recorrente da doação. Como sermos agentes de mudança da cultura de doação brasileira? Com o trabalho na FAH, queremos mostrar que doar traz um retorno grandioso, de amor e gratidão, capaz de reverberar e se multiplicar em luz, energia e força para nós e todos pelos quais temos um carinho especial.

Eu acredito, sim, com toda a intensidade do meu coração, na possibilidade de conversão genuína da cultura de doação. Mais do que solidariedade, que ela se torne um hábito na vida de cada um, ainda mais dentro de um país tão grande e tão cheio de riquezas naturais quanto o Brasil. Todos podemos, se amarmos de forma horizontal! ☺



Castelo St. Andrews

REFERÊNCIA NA HOTELARIA DE ALTO PADRÃO NA AMÉRICA LATINA

A PRIMAVERA CHEGOU!



Imagine um lugar perfeito, onde design, bem-estar e gastronomia se harmonizam de maneira integrada. Assim é o Castelo Saint Andrews, um Relais & Châteaux na encantadora Gramado.

Envolto pelo clima intimista da Serra Gaúcha e o esplendor do Vale do Quilombo, jardins encantadores, restaurante Primrose com menus personalizados e premiada carta de vinhos, adega gourmet, boulangerie, cigar lounge, espaço fitness, piscina coberta e aquecida, sauna e spa.



Espaço Madreperola/Restaurante Primrose

Experiências gastronômicas harmonizadas com os melhores vinhos do mundo!

Veja em nosso site a programação completa de Outubro/22 a Março/23, incluindo Natal e Réveillon com maravilhoso Show Som & Luzes. Férias de Verão 2023 - Janeiro - Mês das Hortênsias nos jardins do Castelo. Fevereiro - Vindima Experience e Carnaval Veneziano. Faça sua reserva!

Hospedagens: de 2 a 7 noites incluímos transfer privativo, welcome drink na chegada, massagem escalda pés, serviços de concierge e mordomo, amenities Bvlgari, café da manhã menu degustação com horário livre, chá da tarde tradicional inglês*, jantar menu surprise do chef e jantar temático harmonizado, noite de pizzas gourmet*, terapia relaxante**. Visitas: Vinícola Jolimont com degustação**, Cristais de Gramado, Geo - Museu de Pedras Preciosas. Programações opcionais: Ingressos para o espetáculo Natal Luz de Gramado, passeios pelo Vale dos Vinhedos e Vinícola Seganfredo.

(* somente hospedagens de 4 e 7 noites / ** somente hospedagem com 7 noites)



Mountain House

Mountain House - Casa exclusiva com 500m² Dentro do complexo do Castelo Saint Andrews!

Com garagem privativa, hall, salas de jantar e estar, cozinha completa, suíte master com vista maravilhosa para o Vale do Quilombo e 2 suítes loft. Você conta com serviços exclusivos do hotel: Mordomos, Camareiras, Concierges e Exclusivo Chef que irá preparar refeições a seu gosto.



Reservas: (54) 3295-7700 / 99957-4220 (ou seu agente de viagens)

castelosaintandrews

saintandrews.com.br





COMO AS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS IMPACTAM O MERCADO DE AÇÕES?

Estamos em ano de eleições, momento que oferece muitas incertezas para os investidores. Neste período, tudo o que é falado ou promovido pelos candidatos e pelos políticos eleitos pode afetar a confiança no mercado e trazer mudanças bruscas nas cotações. De fato, os investidores devem ficar atentos ao seu patrimônio para evitar perdas, mas também para não deixar de lado boas oportunidades. Um bom exemplo é que a bolsa brasileira segue com menor volatilidade do que a bolsa americana, um sinal de que o mercado não está com medo.

Embora as análises políticas pouco devam influenciar teses robustas de investimento, algumas empresas podem sair fortalecidas ou enfraquecidas deste pleito eleitoral, e já é possível compreender como o mercado acionário poderá caminhar no caso da vitória de cada um dos candidatos que estão no segundo turno: Jair Messias Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva.

De acordo com um relatório elaborado por analistas do TC, em caso de vitória do atual presidente, é importante ficar de olho em empresas de economia mista, como Banco do Brasil e Petrobras, já que esse tipo de companhia pode focar uma alocação de capital que atende aos interesses dos seus acionistas privados.

O atual governo aprovou reformas importantes para o desenvolvimento da economia, e o agronegócio é um dos principais pilares. É inegável que o segmento continuará sendo um dos mais importantes motores de crescimento do país, já que apresentou forte desempenho nos últimos anos devido às safras recordes e ao nível atual de preços das commodities agrícolas, o que possibilita maior capitalização aos produtores e, consequentemente, maior investimento em suas operações.

Outro importante pilar do atual governo foi a infraestrutura. Com o investimento privado se

tornando cada vez mais uma mola propulsora do capital aplicado no setor de infraestrutura e construção civil, a manutenção das políticas públicas de incentivo a esses setores contribui para o aumento da demanda dos serviços.

Agora, em caso de vitória de Lula, os papéis de estatais devem sofrer, pois, seguindo o histórico de mandatos prévios, as nomeações tendem a ser políticas, não atendendo a critérios técnicos. Em contrapartida, poderá haver uma alta na bolsa se o candidato repetir a fórmula de sua primeira gestão, e blindar, assim, a economia. Um exemplo é que o investimento no mercado de incorporadoras com foco em baixa renda pode se tornar uma boa estratégia, pois, historicamente, governos de esquerda tendem a apresentar maiores gastos com programas sociais.

Companhias do segmento de proteína animal e papel e celulose, por exemplo, que apresentam maior exposição no exterior, funcionariam como uma proteção para a carteira de investimentos, já que, caso Lula vença, há elevadas chances de aumento de gastos públicos e maior participação estatal na economia, o que se reflete no câmbio e, consequentemente, na alta do dólar, beneficiando as empresas exportadoras. Com a elevação do câmbio, o spread entre receita e custos de algumas empresas seria elevado, o que aumentaria sua rentabilidade e geração de caixa.

O investidor pode ficar mais tranquilo, pois o mercado interno deve performar bem, independentemente de quem for o presidente eleito. Mas, para seguir ainda mais seguro com seus investimentos, procure informações em comunidades que promovem debates sobre investimentos. E, para tomar decisões com menores chances de erro, é importante estar atualizado, mas sempre focando seu perfil de investidor.

Até mais! 🍷



Experimente a mais
GRANDIOSA das
CELEBRAÇÕES

Vivencie o maior réveillon do mundo com momentos memoráveis em frente à praia de Copacabana.

-  fairmontrio.com
-  copacabana.reservations@fairmont.com
-  +55 21 2525.1232
-  @fairmontrio

Fairmont
RIO DE JANEIRO COPACABANA



EMPATIA QUE NOS FALTA

Anos atrás escrevi para o Blog do Noblat um texto sobre a empatia. O gancho era o fato de a Dinamarca estar introduzindo, em 2016, a matéria "Empatia" na grade escolar. E eu acreditava tratar-se de uma iniciativa que deveria ser adotada nos currículos nacionais. Obviamente, porém, a sugestão não mereceu nenhuma atenção.

Em um país que mal educa os seus e que mantém uma das maiores desigualdades do planeta, ensinar empatia está longe de ser prioridade. Fato é que o mundo, de 2016 para cá, ficou ainda mais intolerante e menos empático.

No Brasil, as campanhas eleitorais ficaram mais agressivas, e o debate político ainda mais rasteiro do que o habitual. Tudo amplificado pelas narrativas das redes sociais. São tempos de intolerância.

O combate à intolerância envolve empatia. Não apenas aquela vinda de uma natural expressão do ser humano, mas também a ensinada como disciplina, reproduzida como comportamento essencial. Em especial, na política, que termina por balizar o comportamento da sociedade.

Ter empatia na política é reconhecer os outros. Vale lembrar a frase com que Scott Fitzgerald abre o romance *The Great Gatsby*: "Sempre que tiver vontade de criticar alguém, lembre-se de que nem todo mundo teve as oportunidades que você teve."

No entanto, em um mundo cada vez mais orientado por interesses e não por princípios, não é fácil se colocar no lugar do outro e imaginar o que ele sofre ou vive. Pois está em curso uma disputa entre princípios e interesses.

A questão é paradoxal, já que todos podem saber de tudo ao mesmo tempo. Sa-

bemos mais sobre tudo do que as gerações anteriores. As redes sociais ampliaram a difusão da informação. E, também, os meios de exercer a empatia, por meio de ações de solidariedade a causas e pessoas.

Por outro lado, a empatia se perde quando discutimos políticas públicas que beneficiam poucos e prejudicam, pela falta de efetividade, a maioria. O exercício da democracia fraqueja ao não concretizar uma eficiência que seja empática, no sentido de atender à necessidade do próximo e promover a redução da desigualdade.

Tampouco devemos imaginar que o exercício da empatia tenha que se desdobrar em assistencialismo e/ou paternalismo. O passo essencial é exercitá-la a partir dos princípios básicos do humanitarismo, os quais visam à melhoria da condição humana.

No Brasil, ter empatia para tratar de questões como a desigualdade não é só uma questão de dignidade, como também de inclusão econômica e geração de prosperidade. Afinal, pensar nos outros não é bom apenas para a humanidade. É bom também para a economia. Temos um contingente expressivo de brasileiros que pode consumir mais e melhor.

Aos poucos, e cada vez mais, o mundo dos investimentos poderá considerar a empatia no julgamento de suas escolhas. Não é um movimento simples nem rápido. Tampouco inexorável. Dependerá de um entendimento mais sofisticado da sociedade e da economia. Afinal, a prosperidade econômica e a justiça social dependem da liberdade, da democracia e da empatia. ♾



A conhecida água mineral gaseificada Perrier de origem francesa é parte do portfólio de marcas icônicas da Minalba Brasil. Conheça mais em www.minalbabrasil.com.br ou www.perrier.com.





BOA FORMA NA ATUALIDADE

Muitas pessoas estão em busca de saúde e bem-estar do corpo e da mente, almejando viver bem e ter uma vida longa. Interessante notar que, nos tempos atuais, há um aumento de opções que viabilizam esse caminho, mas, por outro lado, podem dificultar pela agitação do dia a dia e uma rotina densa de compromissos com a casa, a família e o trabalho.

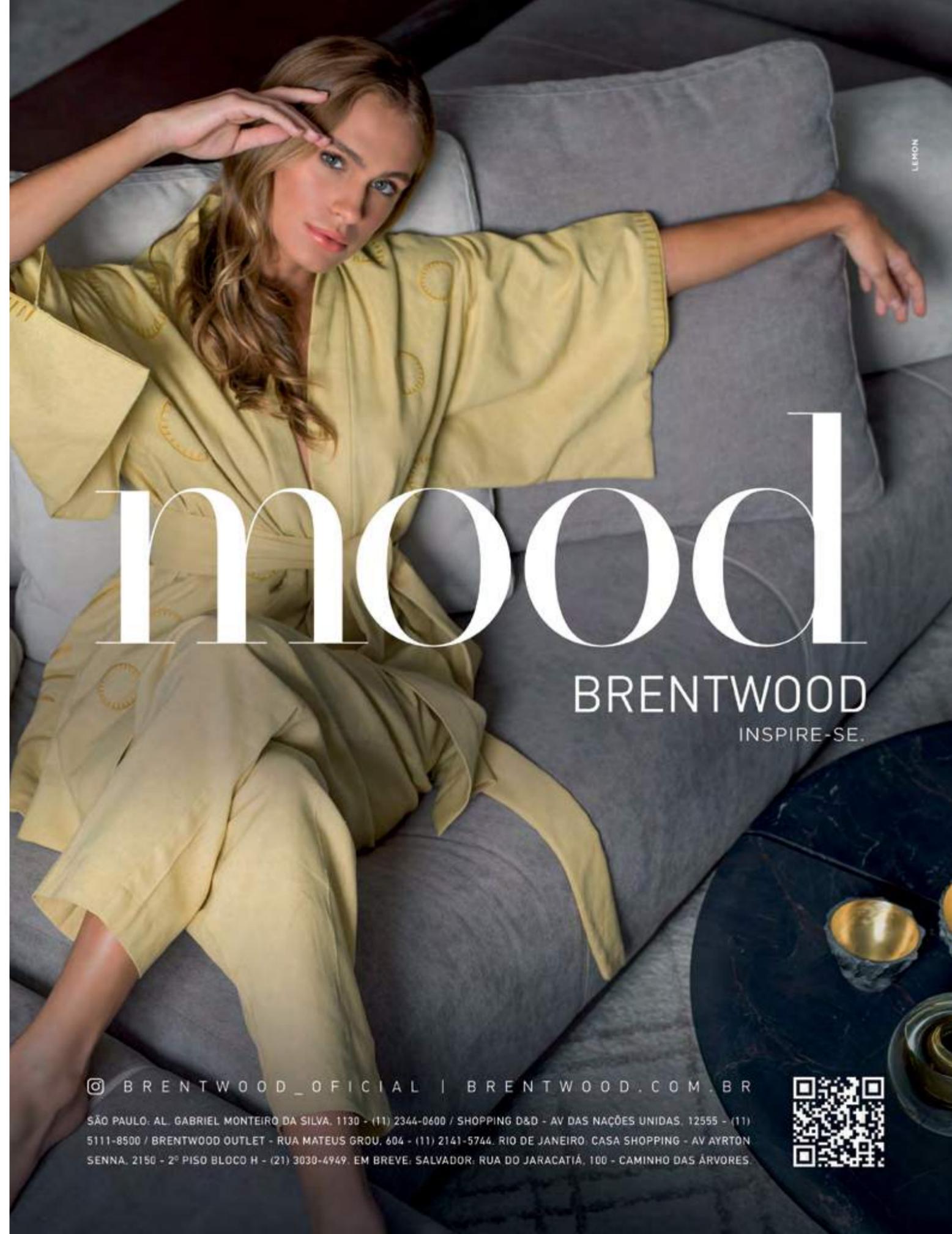
O nosso corpo responde ao que a mente sinaliza de comando, e por isso nunca se falou tanto de saúde mental, ou seja, estar bem com nossos pensamentos e o estilo de vida que escolhemos seguir e trilhar um caminho de equilíbrio dentro deste mundo turbinado de multitarefas.

Cuidar da mente engloba ter tempo de lazer e descanso e também estar integralmente em cada tarefa da nossa vida. A realização de atividades que cuidam do corpo é algo fundamental para aumentar o vigor dos músculos, da massa óssea e da pele, assim como sustentar a nossa rotina e, lógico, propiciar a sensação de bem-estar com esse resultado. Atualmente, as opções de exercícios, procedimentos, cremes e rotinas têm

ajudado tanto na qualidade de vida quanto no rejuvenescimento.

E, sem dúvida, a alimentação não pode estar em outro plano, pois é ela que ao mesmo tempo nos dá o privilégio do prazer pelo sabor dos alimentos e fornece os nutrientes, compostos bioativos e fitoquímicos de grande importância para nutrir corpo e alma. A receita da alimentação saudável é o equilíbrio entre as refeições ao longo do dia, a diversidade dos tipos de alimento e a parcimônia no tamanho das porções. Não se esqueça da mastigação lenta e de permanecer na mesa com calma para saborear e desfrutar cada refeição.

Percebemos que a receita da boa forma e longevidade na atualidade é diminuir o ritmo, para assim saber qual é a melhor escolha para nossas necessidades. Num mundo metaverso, onde podemos estar em vários lugares ao mesmo tempo, é importante aproveitar cada espaço, seja o virtual, seja o real, e também saber diferenciar cada um para ter uma saúde integrativa, facilitando o conhecimento do que realmente faz sentido dentro das nossas particularidades. 



mood

BRENTWOOD

INSPIRE-SE.

 BRENTWOOD_OFICIAL | BRENTWOOD.COM.BR

SÃO PAULO: AL. GABRIEL MONTEIRO DA SILVA, 1130 - (11) 2344-0600 / SHOPPING D&D - AV. DAS NAÇÕES UNIDAS, 12555 - (11) 5111-8500 / BRENTWOOD OUTLET - RUA MATEUS GROSS, 604 - (11) 2141-5744. RIO DE JANEIRO: CASA SHOPPING - AV. AYRTON SENNA, 2150 - 2º PISO BLOCO H - (21) 3030-4949. EM BREVE: SALVADOR: RUA DO JARACATIÁ, 100 - CAMINHO DAS ÁRVORES.





COLEÇÃO PORTOFINO, DA PANERAI

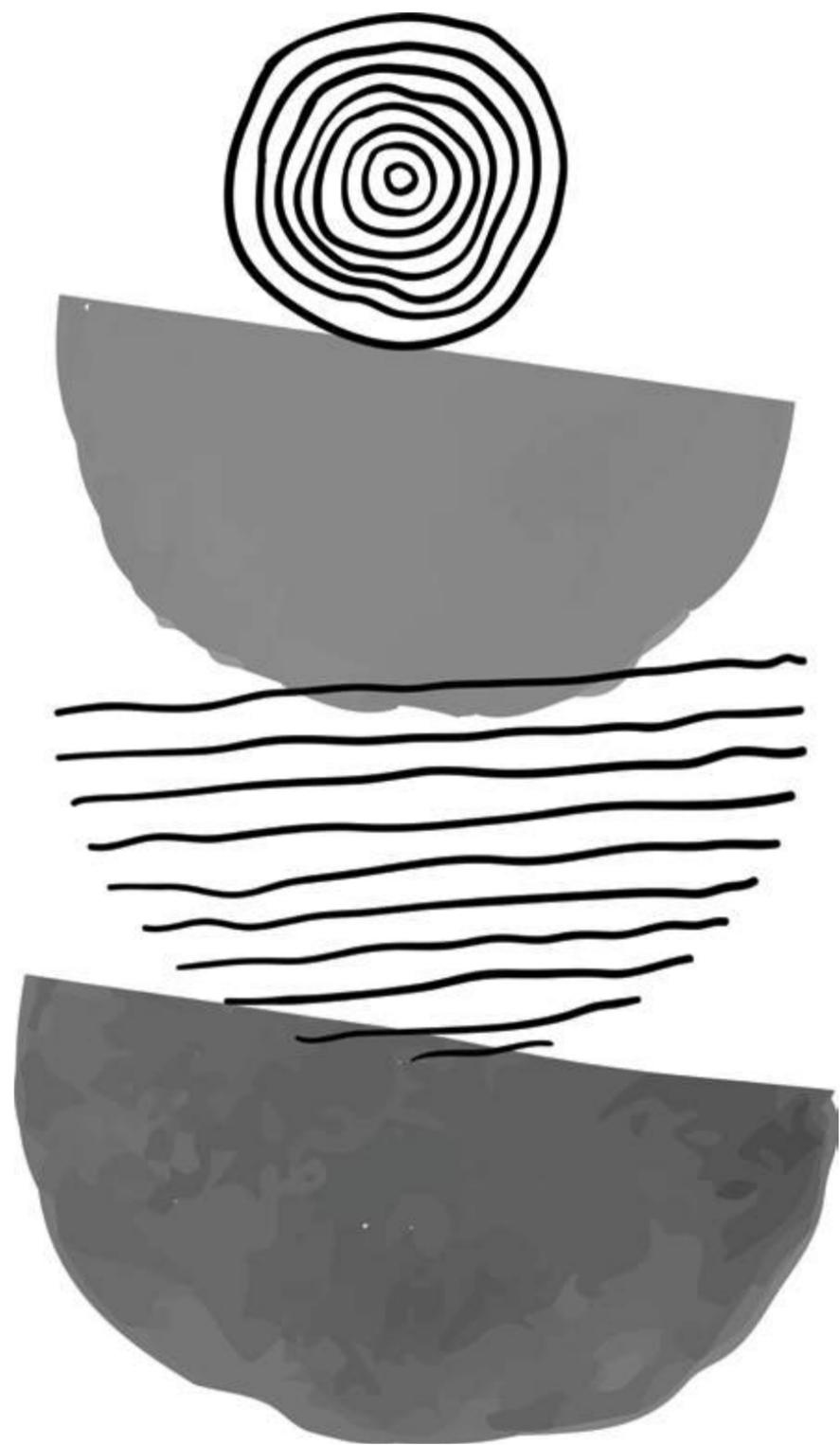
No fim de julho, a IWC Schaffhausen anunciou a brasileira Gisele Bündchen como a primeira conselheira de projetos ambientais e comunitários da marca. Agora, a maison suíça de alta relojoaria segue mais um passo importante da parceria com a modelo ao apresentar a nova coleção de relógios Portofino. A novidade combina elegância atemporal com um toque de glamour e conta com três opções de diâmetro: 34, 37 e 39 milímetros. A ampla gama proporciona ergonomia perfeita em pulsos mais finos e delicados. ④



MEISTERSTÜCK SELECTION SOFT, DA MONTBLANC

A nova coleção da Montblanc by Marco Tomasetta faz parte da evolução da marca na criação de um catálogo maior e funcional de artigos de couro. As peças são trabalhadas a partir de um novo material mais macio com formas e funções que espelham os estilos de vida de uma nova geração que busca conveniência e versatilidade. Os compartimentos das bolsas, por exemplo, deixam de ficar escondidos no interior e são movidos para fora, com o objetivo de alcançar mais funcionalidade. A peça-chave da coleção é a bolsa 24/7, acompanhada por mais cinco peças, tais quais a bolsa sling, a carteira e o porta-chaves. ④

FOTOS: DIVULGAÇÃO



ENFIM, DE VOLTA AO AGITO

A sensação é coletiva, e o calendário confirma que o último trimestre de 2022 chegou, e, com ele, a correria típica do período. Confesso que em alguns momentos dos últimos dois anos duvidei que a vida social agitada voltaria a fazer parte de nossa rotina, mas isso aconteceu. E, falando do universo *Versatile*, acredito que nunca tivemos tantos meios de difundir nossa marca e curadoria única ao público.

No último fim de semana de agosto, realizamos o Copa no Copa, evento que já está na terceira edição, e tem a próxima prevista para março de 2023. O lançamento deste número da revista comemora os 22 anos do título, que serão devidamente celebrados com o evento autoral *Untitled*, uma experiência única que nos conecta a um de nossos principais pilares, que é a arte. Nesta primeira edição, a celebração acontecerá na Usina Luis Maluf (que, a meu ver, é o espaço cultural mais interessante da cidade na atualidade), em conjunto com a abertura da exposição do artista Thiago Nevs, o autor da obra de arte da capa. É interessante ver sua pesquisa em torno de elementos da cultura popular brasileira, materializados com cores cuidado-

samente selecionadas [confira a entrevista com Nevs na página 48]. Já na primeira quinzena de novembro, será a vez de desembarcar em Brasília, para o evento Podere, que promoverá uma talk entre mulheres “poderosas”.

Na edição atual, trouxemos muito do Brasil, como na matéria de tendência *Brazilian Aesthetic*, e também no relato da visita à Pousada Trijunção, localizada no marco dos estados da Bahia, de Minas Gerais e de Goiás, que faz um trabalho lindo de imersão dos hóspedes no cerrado. Seguimos também viajando além-mar – no caso para Nova York e Marrakesh. Sem nem mesmo sair de São Paulo, também elaboramos um guia do Catar, país que recebe a Copa do Mundo num futuro bem próximo, com auxílio de conhecedores do destino. Além dessas, o folhear das páginas também levará você, leitor, a nossas editorias clássicas de motor, cultura, moda e gastronomia. Aproveito também para convidá-lo a nos seguir no TikTok, no user *Versatile*.

Boa leitura e até dezembro! 🍷

Giulianna Iodice

*“É necessário
que o artista
questione o
mundo em
que vivemos”*

por giuliana iodice

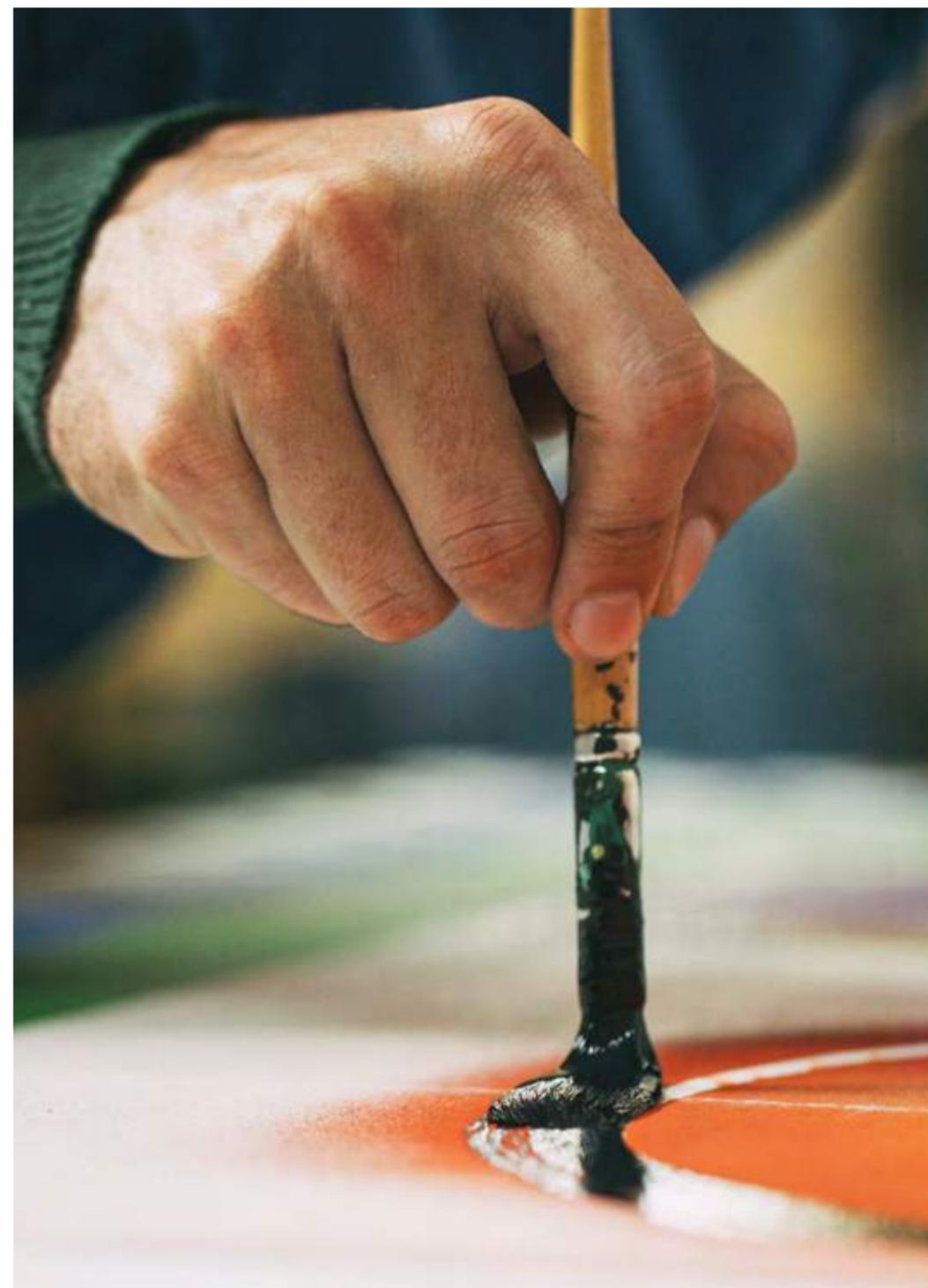




FOTO: DIVULGAÇÃO

Thiago Nevs nasceu na periferia de São Paulo e foi criado no interior do estado. Hoje, vive na capital, e é de seu ateliê, no bairro do Limão, na Zona Norte, que telas e obras escultóricas ganham vida. “O processo de pintura tem suas etapas, desde a marcação, que passa por uma longa relação de organização, até a pintura, que costumo chamar de caos meditativo. Para que tudo isso aconteça, existe a concepção da obra de arte, esse sim já um processo mais orgânico, no qual me coloco como espectador, respeitando o seu tempo, e muitas vezes certos trabalhos demoram anos para se preparar para o mundo”, comenta Nevs sobre seu processo criativo.

Sua nova exposição individual, *Sobre-Carga*, na Usina Luis Maluf, da qual a obra da capa desta edição faz parte, “é uma reverência à cultura do caminhoneiro brasileiro, que, ao longo de anos, desenvolveu sua iconografia característica, uma espécie de manifesto estético-existencial”, conforme explica a curadora Cammilla Ferreira.

A arte passou a fazer parte da vida de Nevs em 1998, nas ruas, e foi através da pichação e do grafite que ele, autodidata, começou a se aprimorar e adentrar novos meios, até chegar a seu repertório atual. “Com uma prática virtuosa de técnicas de pintura e ampla pesquisa iconográfica, Thiago Nevs reinventa os elementos da pintura clássica de carroceria, como a reorganização de filetes, vinhetas e caligrafia, e vai além, criando obras escultóricas com buzinas, lanternas e apetrechos característicos”, diz Cammilla.

Confira a entrevista de Thiago Nevs na íntegra.

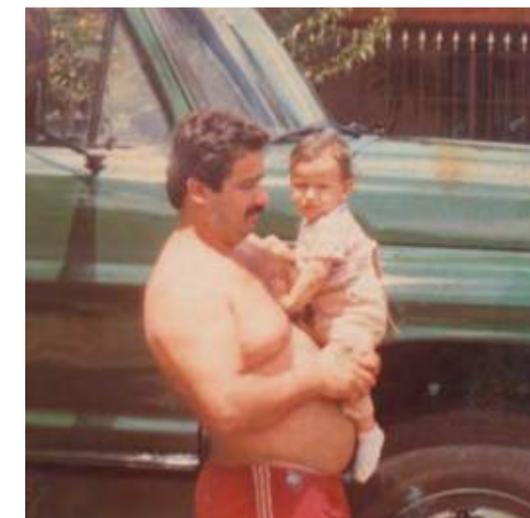
Versatile: Como se descobriu artista?

Thiago Nevs: O mais curioso disso é que me notei em uma redescoberta, que me conectou com algo muito puro e inocente, propriamente com meu ser criança. Eu tive o privilégio de ser criado no interior de São Paulo, onde existia uma enorme conexão com a natureza, e basicamente fazia tudo o que uma criança fazia: brincava, cantava, dançava, desenhava, criava meus mundos lúdicos e vivia experiências únicas provocadas por essa expansão, mas tudo isso, ao longo de certos tempos, foi se escoando e se misturando com outras necessidades da vida prática moderna.

Foi em 1998 que consegui acessar esse lado até então adormecido, e através da arte urbana foi possível notar em mim um ser curioso, o que permitiu investigar e experimentar novas linguagens e novas formas de me comunicar com o mundo.

V: Como é seu processo criativo? Qual é o ponto inicial de suas obras de arte?

TV: Particularmente, meu processo se desdobra em muitas formas, e cada obra se comunica em seu fazer de maneira bem individual. O processo de pintura tem suas etapas, desde a marcação, que passa por uma longa relação de organização, até a pintura, que costumo chamar de caos meditativo. Para que tudo isso aconteça, existe a concepção



NA PÁGINA AO LADO, THIAGO NEVS. ACIMA, O ARTISTA E SEU PAI, QUE ERA CAMINHONEIRO

da obra de arte, esse sim já um processo mais orgânico, do qual me coloco como espectador, respeitando o seu tempo, e muitas vezes certos trabalhos demoram anos para se preparar para o mundo.

V: Quais são seus focos atuais?

TV: Hoje meu foco está diretamente ligado ao fazer artístico. Cada trabalho realizado é um ciclo que se fecha, abrindo possibilidade para novas relações. Ter uma via para canalizar minha compulsão me faz mais leve para enfrentar os problemas do mundo prático, e esse ritual me coloca cada vez mais em conexão com minha própria verdade.

V: Quais são os papéis da arte e do artista?

TV: Acho que, acima de tudo, o artista tem um grande papel “intelectual” na sociedade, sobretudo político. É necessário que o artista questione o mundo em que vivemos e, a partir disso, aconteçam desdobramentos sociais que possibilitem às pessoas abrirem novas percepções sobre a vida.

V: Qual é o fio condutor de sua nova exposição?

TV: Nessa mostra, intitulada *Sobre-Carga*, trato de todo um conjunto estético que nos remete às nossas origens, à também relação humana e como ela se molda de tempos em tempos, e com isso me permito usar um pouco mais da atmosfera da minha pesquisa e criar relações a partir de novos materiais.

V: A arte para você é...?

TV: Para mim, a arte é uma possibilidade de resistência. ♾

SPIELBERG DENTRO DAS TELAS

O DIRETOR MÍTICO LANÇA O LONGA *THE FABELMANS*, INSPIRADO NA PRÓPRIA HISTÓRIA DE VIDA

por miriam spritzer

Entender como se formam os gênios é algo que sempre fascinou o ser humano. É natural tentar compreender o funcionamento da cabeça dessas pessoas, quais são as experiências que as tornaram assim, ou se é algo de nascença. No entanto, é praticamente impossível apontar o que torna alguém um ponto fora da curva. Por mais que se estude e pesquise, o único resultado que temos é uma história extraordinária que vale a pena ser contada. E esse é o caso de *The Fabelmans* (Os Fabelmans, em tradução livre).

O filme, que se passa nos anos 1960, é aparentemente sobre a vida de Sammy, um jovem que aos poucos vai descobrindo no cinema uma forma de lidar com seus problemas da ado-



FOTO: DIVULGAÇÃO

CENAS DO
THE FABELMANS

lescência, bem como as complicações do relacionamento com sua família e colegas de escola. Até passaria batido, se não fosse pelo fato de o garoto ser Steven Spielberg, apenas com outro nome para disfarçar que o projeto é uma “semibiografia” – termo usado pelo próprio diretor para descrever o filme durante sua participação no Toronto International Film Festival.

Spielberg é incontestavelmente um dos maiores diretores de cinema da história, além de ser uma das figuras mais queridas da indústria, e um projeto autobiográfico sempre foi de interesse do



ACIMA, PAUL DANO, STEVEN SPIELBERG E MICHELLE WILLIAMS. NA PÁGINA AO LADO, CENA DO FILME

público. Afinal, como resistir à curiosidade de saber o que se passa dentro da cabeça de alguém que trouxe à telona os clássicos *E.T. – O Extraterrestre* e *Jurassic Park*? No entanto, a ideia de expor sua vida pessoal nunca o tinha atraído o suficiente. Havia outros projetos que lhe pareciam mais interessantes e que talvez tomassem menos tempo. Até que, durante a pandemia, Spielberg se viu trancado em casa, como conta em coletiva de imprensa, e pensou: “O meu trabalho é estar com pessoas e interagir com elas e, do nada, eu... graças a Deus muitos dos filhos voltaram para casa e nós vivemos juntos, embaixo do mesmo teto, por um tempo. Mas a outra coisa que eu fazia não existia mais”, e complementa: Fiquei pensando: o que será que isso tudo vai significar para a humanidade? Se eu for contar uma história que sempre quis contar, sobre crescer em uma família peculiar, com um pai e uma mãe sem iguais, este seja talvez o melhor momento. E agora tenho o tempo para isso”.

O diretor juntou forças com o dramaturgo Tony Kushner, seu parceiro também nos longas *Munich* e *Lincoln* e na recente produção de *Amor Sublime Amor*. Os dois escreveram

o roteiro juntos através de videoconferência, durante o lockdown. “Eu decidi que precisava fazer isso, e Tony foi certamente o meu terapeuta-conselheiro para tirar essas histórias de mim”, lembra o diretor. “Eu achei que seria muito mais fácil do que foi. Conheço esse material e os personagens durante minha vida toda. E, no entanto, para mim foi uma experiência muito assustadora, porque eu estava tentando, de forma semiautobiográfica, recriar grandes lembranças, não apenas em minha vida, mas na vida de minhas três irmãs e da minha mãe e do meu pai, que não estão mais conosco. A responsabilidade disso começou a pesar”.

Como bom cineasta, para desenvolver todos os personagens da trama, ele precisou também compreender o ponto de vista dos outros membros da família

sobre a convivência com ele. “Eu queria que a história refletisse a minha experiência de crescer com minhas irmãs, quem eram elas e como foi a vida delas crescendo comigo”, conta Spielberg. A busca por retratar suas memórias da forma mais honesta possível acabou facilitando uma reaproximação de Spielberg com as irmãs, e hoje ele conclui: “Não estou dizendo que todas as minhas memórias são 100% corretas, mas é o melhor que eu consigo lembrar”.

Um dos pontos centrais da narrativa foi o processo de divórcio de seus pais e as consequências disso na vida da família e na de Sammy/Steve, um dos momentos mais dolorosos para o diretor. “O divórcio é algo que traumatiza você. E eu tentei contar a história da separação dos meus pais quando fiz *E.T.* Havia escrito algumas páginas sobre o divórcio, mas acabei me empolgando, porque coloquei algo entre mim e a realidade. Coloquei um estranho entre mim e a realidade do divórcio e pontuei isso.” E, como em uma autobiografia, similaridades não são apenas meras coincidências. Sammy também recorre a uma câmera de vídeo para lidar com seus medos e frustrações. Ao capturar a imagem, ele consegue ter o controle da situação que o machuca e assusta.

Ironicamente, para Spielberg, esse foi um dos pontos mais desafiadores nas gravações do filme. Ao contar a própria história, não havia separação estética entre ele como diretor e a experiência vivida em cena. “Eu não ia poder colocar uma câmera, do jeito que Sammy faz, entre ele e as coisas horrivelmente realísticas que estão acontecendo com ele. E eu sempre consegui colocar uma câmera entre mim e a realidade, só para me proteger. Mas não consegui enquanto contava essa história. Como o elenco sabe, essa foi uma experiência emocionalmente muito difícil. Não toda, mas parte dela foi muito, muito difícil de passar.”

Por outro lado, retratar sua adolescência também permitiu que o diretor revisitasse algumas de muitas memórias que modelaram sua vida profissional, como a primeira vez que foi levado ao cinema, as primeiras câmeras e muitas de suas lendárias produções amadoras, como *Escape to Nowhere*, um filme de guerra de 40 minutos que Spielberg mostrou ao elenco no set de *O Resgate do Soldado Ryan*.

“Foi uma alegria poder recriar esses filmes. Fiz muitos filmes quando era criança, em 8 milímetros, o que era raro naquela época. Poucos sabiam filmar em superoito. Era físico, era uma arte manual. Não tinha esses editores digitais. Você precisava sentar lá com um *splicer* (ferramenta manual de edição de filme), aí tinha que raspar a emulsão do filme para obter a vedação. Quando você punha o filme, você literalmente colocava cola no filme. Sinto falta disso. Eu fui a última pessoa a cortar em película em Hollywood. A última pessoa a realmente usar a química nos carretéis de filme. Sinto falta da evolução. Claro que a era digital é boa. Todos trabalhamos e nos beneficiamos, mas sinto falta do cheiro do celuloide e de cortar o filme com as minhas mãos”, explica.

E, por falar em edição, na última hora antes de levar o filme para o público, Spielberg decidiu deixar uma cena de fora. Para finalizar a história e mostrar que Sammy é de fato Steve, o próprio diretor apareceria dos bastidores dando a ordem “corta”, mas ele explica: “Eu absolutamente não estava pronto para quebrar aquela parede. Não queria quebrar a quarta parede. Então me cortei do filme. Foi uma escolha boa, foi a escolha certa”. Ao acabar sua biografia cinematográfica, Spielberg conta como foi, em tom descontraído: “Respirei fundo, com uma sensação de alívio. Então disse para mim mesmo: ótimo, agora não vou precisar mais escrever aquele livro”. ☺



FOTOS: DIVULGAÇÃO

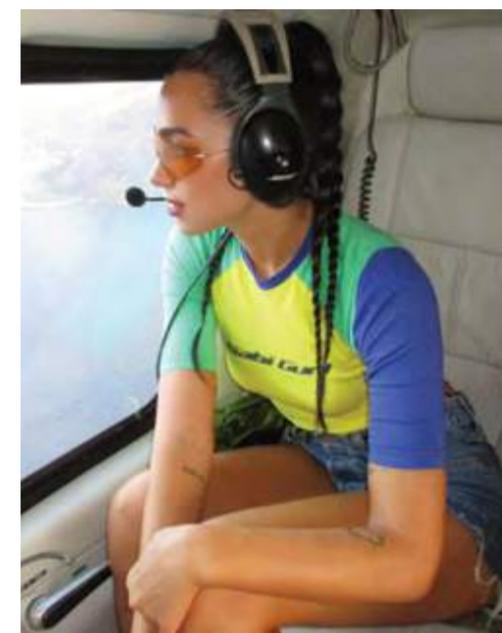
DA BANDEIRA PARA AS ROUPAS

A ASCENSÃO DO BRAZILIAN AESTHETIC DESTACA O PAÍS NO CIRCUITO DA MODA E TRAZ DE VOLTA O SENTIMENTO PATRIOTA COLETIVO

por **laís campos**

Brasil, meu Brasil brasileiro. Brasil do futebol, da natureza, do samba, da alegria, do verde e amarelo. Em 2022, chega a vez do Brasil da moda. Camisetas da seleção vintage, bonés, Havaianas, biquínis, regatas e bermudas são alguns dos elementos visuais que têm dominado as redes nos últimos meses, trazidos à tona pela ascensão do braziliancore, também conhecido como brazilian aesthetic. Embora denote a simples representação da essência brasileira por meio das cores da bandeira, a construção desta nova tendência simboliza um momento de transformação social. A trend ainda é predominante no Brasil, mas o TikTok, responsável por viralizar estéticas nos tempos atuais, indica sua crescente popularidade uma vez que a hashtag "brazilcore" já acumula mais de 20 milhões de visualizações.

Antes de tornar-se a febre do momento no Brasil, o estilo já era adotado nas periferias, espaço onde surgem de fato diversas tendências, muitas vezes desvalorizadas pelas classes sociais mais altas da sociedade. O ano de 2022, sem dúvidas, marca a história do país com eventos essenciais para disseminar a estética que, apesar de sua controvérsia, não deixa de unir a população brasileira. Além da Copa do Mundo de futebol, é claro, comemora-se o bicentenário da Independência do Brasil, bem como as eleições mais acirradas desde a redemocratização da república.



FOTOS: REPRODUÇÃO

A MODELO HAILEY BIBER, A CANTORA DUA LIPA, E A INFLUENCIADORA BRASILEIRA, MALU BORGES, SÃO ALGUMAS DAS PERSONALIDADES QUE ENALTECERAM O BRAZILIAN AESTHETIC



AO LADO, ANITTA NO FESTIVAL DE MÚSICA COACHELLA, EM 2022. NA OUTRA PÁGINA, A INFLUENCIADORA LELE BURNIER E A MODELO JULIANA NALÚ COM LOOKS FASHIONISTAS NA ESTÉTICA BRASILEIRA

“Eu vejo que existe uma ideia de fazer as cores do Brasil serem legais novamente”, diz Renata Brosina, jornalista de moda e fundadora da *Portrait Fashion Magazine*. Não é segredo que esses símbolos foram adotados de forma política e, por conta da polarização nos últimos anos, tornaram-se elementos mais sensíveis a serem adotados, principalmente fora do contexto esportivo. Ao ocupar essa esfera da moda, com uma abordagem estética mais elaborada do que apenas a de torcedor, o estilo traduz uma tentativa de ressignificar símbolos brasileiros para resgatar o sentimento patriótico sem que ele carregue algum tipo de peso.

No Brasil, modelos e influenciadoras digitais têm se destacado justamente por essas criações fashionistas virais. Malu Borges, por exemplo, que soma mais de 3 milhões de seguidores em seu TikTok e 487 mil no Instagram, fez postagens vestindo a jaqueta do Bra-

sil com calça cargo, wide legs e até scarpin. Lele Burnier, por sua vez, que acumula mais de 2,5 milhões de seguidores no TikTok e 692 mil no Instagram, já apareceu em posts com combinações de peças de alfaiataria, tricô, vestido curto, clutches e camisas de seda, todas mesclando as cores nacionais. Até mesmo a modelo Juliana Nalu, nova namorada de Kanye West, publicou fotos em seu Instagram vestindo uma jaqueta puffer com a estampa da bandeira do Brasil – que conta inclusive com a expressão “Ordem e Progresso” – confeccionada à mão pelo designer capixaba Shalon Txai, usada por ela para a última temporada da New York Fashion Week.

Embora tais nomes tenham papel importante no impulsionamento da estética nas redes atualmente, é inegável a importância da Anitta nessa difusão, que tem enaltecido, nacional e internacionalmente, o braziliancore antes mesmo de ele viralizar. “Ela é o maior nome da cena pop que o Brasil já teve e que alcançou algo inédito. Anitta usa as cores do país e lembra muito das suas origens do Rio também na

forma como se veste”, diz Renata. Em sua primeira participação performática este ano no Coachella, festival de música que acontece no Coachella Valley, na Califórnia – mais um marco para sua carreira – ela vestiu um figurino nas cores da bandeira e fez uma abertura inteira enaltecendo o funk, em meio às favelas como cenário.

As marcas brasileiras e de fora também contribuem, claro, para o fortalecimento da tendência. Em agosto deste ano, a Nike e a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) lançaram a coleção de camisas da seleção inspiradas na onça pintada com a campanha intitulada de “Veste a Garra”, que contou com esportistas renomados, ídolos da cultura pop nacional e atletas da nova geração. A Misci, por sua vez, tem se destacado por trazer um Brasil bem literal nas coleções, com cores em tons terrosos e coloridos, palha nos calçados e outros elementos inspirados no território nacional. A PIÑA, do estilista carioca Abacaxi, também utiliza cores e símbolos brasileiros em suas criações. Um exemplo é a coleção apresentada em março deste ano na Câmara Municipal do Rio de Janeiro com peças que incluíam recortes cut-out, amarrações, transparência e combinações das cores verde, azul, amarelo e branco com a bandeira do Brasil.

No cenário internacional, indícios da tendência foram explorados pela Balenciaga em 2020, que lançou uma coleção inspirada no futebol e trouxe de volta as camisas de time para o street style. Nos looks atuais, é possível identificar também a influência da estética dos anos 70 e 2000 que trazem as famosas cinturas baixas e cores vibrantes, entre elas, o verde e o amarelo. Na Semana de Moda de Copenhague, que ocorreu em agosto, o brazilian aesthetic também ficou em evidência: durante o evento, vários convidados e visitantes foram vistos com os chinelos Havaianas, popularizados na região recentemente por posts da influenciadora escandinava Matilda Djerf.

Um ponto a ser observado, todavia, é que as aparições virais do braziliancore muitas vezes se limitam à coloração ou até a um toque glamourizado em looks complementados por elementos de luxo, como joias e bolsas de grife. “Não vejo elementos que saiam muito desse das cores da bandeira. Obviamente, o Brasil tem uma série de outros elementos nacionais que poderiam simbolizar esta trend, mas não tenho percebido isso acontecendo. Por exemplo, não vejo palmeiras nas estampas ou referências mais ilustrativas do que pode caracterizar o país”, diz Renata.

Algumas personalidades gringas, no entanto, chamaram a atenção por exaltar o Brasil não só pela vestimenta, mas também pela arte e pelos famosos símbolos gastronômicos, que carregam tanto afeto coletivo. A cantora Dua Lipa, ao chegar no Brasil para se apresentar em shows individuais e no Rock in Rio, publicou, no Instagram, imagens no Instituto Bardi | Casa de Vidro, em São Paulo, e segurando uma sacola de pão de queijo e um brigadeiro. Já a modelo Hailey Bieber, que veio ao país para acompanhar o cantor Justin Bieber, seu marido, que também se apresentou no festival,

postou fotos vestindo a camisa da seleção com uma latinha de Guaraná em mãos, além de takes de feijoada e, de novo, de brigadeiro.

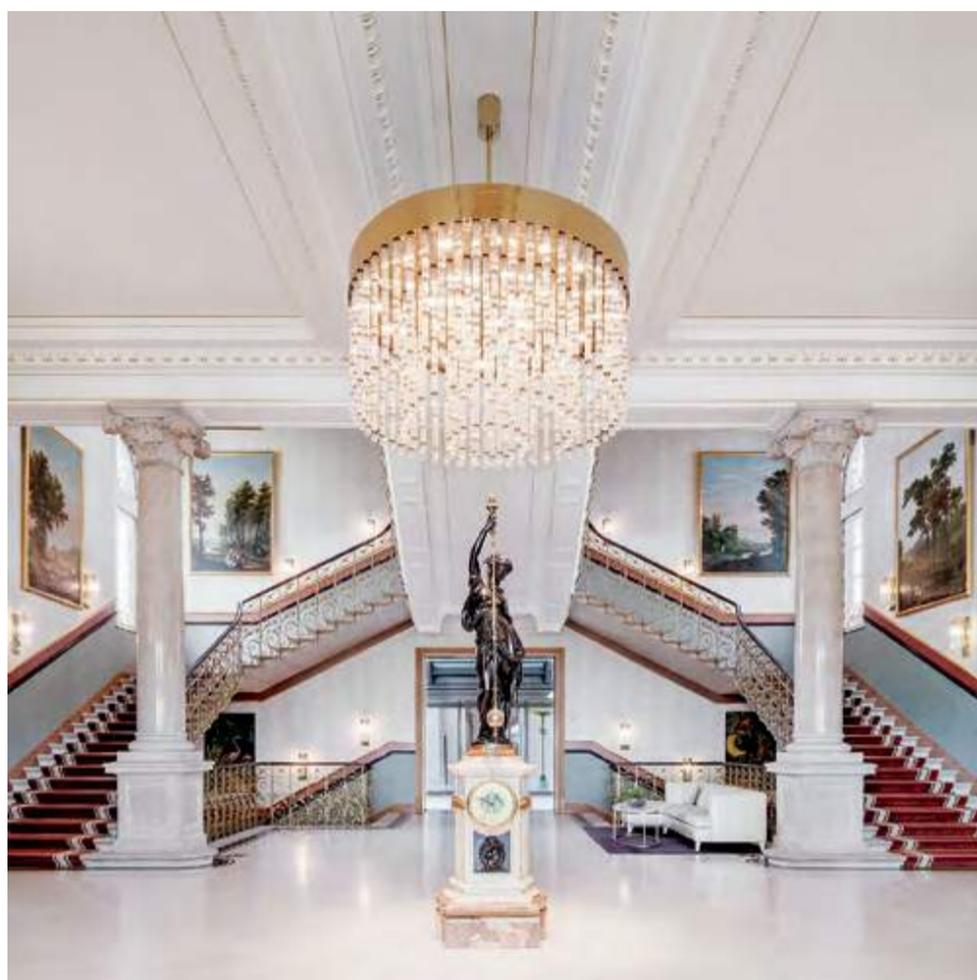
“Dentro do cenário que eu conheço, a imagem e a estética do Brasil são vistas com um olhar atraente. Talvez seja esse seja um momento de colocar o país no circuito da moda como forma de disseminação das cores, por serem menos casuais (verde e amarelo juntos não são tão usuais no dia a dia). E essa ousadia, além de ter as cores da nossa bandeira, pode dar aquele toque de alegria presente na essência pela qual o Brasil é conhecido” conclui Renata. 🇧🇷



É um hotel, mas poderia ser uma galeria...

NO DOLDER GRAND, EM ZURIQUE,
A ARTE NÃO TEM LIMITES

por juliana a. saad



ACIMA, A ESCADARIA DO HOTEL. NA PÁGINA AO LADO, DE CIMA PARA BAIXO, *UNTITLED*, DE TAKASHI MURAKAMI E *UNTITLED*, DE ANISH KAPOOR



No alto de uma colina e com vistas de Zurique, paira uma obra-prima arquitetônica de Foster e Partners: o Dolder Grand, hotel que abriga mais de 100 masterpieces de grandes artistas, como Henry Moore, Joan Miró, Salvador Dali, Fernando Botero, Andy Warhol, Jean Dubuffet, Keith Haring, entre outros. As boas-vindas no lobby são expressas por uma escultura de bronze de Albert Ernest Carrier-Belleuse, realizada no século 19, enquanto o século 20 se manifesta na *Big Retrospective Painting* de Andy Warhol, que se eleva sobre a recepção. Então, veja *The Chapel of Remorse* de Jani Leinonen ou a realidade do exausto *Traveller* de Duane Hanson. E a experiência fica ainda melhor com iPad para explorar a coleção, que tem curadoria da Galeria Gmurzynska.

Deu pra sentir o gostinho artsy do Dolder? Tem muito mais! A escultura *Troll's Umbrella* de Takashi Murakami é uma das três

do artista japonês que diverte o olhar no hotel, juntamente com a figura florida *Autumn/Four Seasons* de Philip Haas, de 2011. Do lado de fora, há várias outras, como *Untitled Figure*, uma das duas obras de Keith Haring presentes no hotel; além de *Three-piece Reclining Figure* de Henry Moore; *Woman with Fruit* de Fernando Botero; *Grand personnage projet pour un monument* de Joan Miró e *Le Monde* de Niki de Saint Phalle e Jean Tinguely. No estacionamento, encontra-se o *Tour aux Figures, maître modèle* de Jean Dubuffet.

A arte ali realmente não tem limites, como se observa à saída do elevador de cada andar, mostrando obras como a *5 Kontinente*, escultura de madeira de Raffael Benazzi, e vistas para a natureza. As curvilíneas suítes contemporâneas têm janelas de vidro do chão ao teto, que borram os contornos exterior/interior e permitem vistas escancaradas do entorno.

Os restaurantes também estão recheados de arte nas paredes e à mesa, como o Fine Dining, exibindo a pintura *Femmes Métamorphosées, Les Sept Arts* de Salvador Dalí logo na entrada; dentro, obras de Julian Schnabel, Man Ray, Tamara de Lempicka e a belíssima *Les Quatre Saisons*, série completa de Camille Pissarro no Private Room do The Restaurant. E as criações do ultrapremiado Heiko Nieder, "Chef do Ano 2019" pelo Guia Gault & Millau e duplamente estrelado pelo Michelin, seguem a vibe artística e ganham a harmonia de taças preenchidas pelos mais de mil rótulos da estupenda adega. O Dolder sedia anualmente o badalado Epicure Gourmet Food Festival.

O casual restô Saltz é outra masterpiece em si, projetada pelo artista Rolf Sachs, remetendo à paisagem alpina, e tem a série de fotos *High Woods* de Charles March, que traz o verde para dentro do hall do anexo e brinca com as sombras projetadas da cortina metálica do corredor.

E eu nem falei de wellness no spa do Dolder, que é uma ode ao bem-estar com dois andares de salas de tratamento, piscina e instalações espetaculares, pontuados por obras idem, como a acrílica *Space as Object* de Anish Kapoor, na recepção, ou o guache *Horizontal Brushstrokes* de Sol LeWitt.

Tudo isso alojado em edifícios que se harmonizam pelos contrastes: um castelo do século 19 projetado por Jacques Gros e a obra ultracontemporânea do arquiteto Pritzker Prize Norman Foster, em meio a jardins e floresta com vistas deslumbrantes do Lago de Zurique e da cidade, que é um imã para quem curte design e arte com suas galerias e museus de alto calibre. Como a nova extensão do museu de arte moderna Kunsthau Zürich, projeto do inglês David Chipperfield, que fez dele o maior museu da categoria na Suíça. Se não quiser ir de carro até o Dolder, um funicular apelidado de Dolderbahn o conduz, com muito charme, montanha acima, para apreciar o bom gosto deste hotel único, membro do Swiss Deluxe Hotels e da Leading Hotels of the World. Puro luxo artsy. *Unglaublich!*

FOTOS: THE DOLDER GRAND

ABRINDO CAMINHOS

ATUANTES EM ÁREAS DE TRABALHO DISTINTAS, BIA FIGUEIREDO, SAUANNE BISPO, CAMILA ACHUTTI E DANIELA OTA POSSUEM UMA QUESTÃO EM COMUM: O SUCESSO PROFISSIONAL

por beatriz calais
fotos rodolfo custorio
make pablo felix
hair kaique marques
locação suíte
presidencial do tivoli
mofarrej são paulo
tratamento de imagem
everaldo guimaraes

Ana Beatriz Caselato Gomes de Figueiredo, mais conhecida como Bia Figueiredo, é piloto de automobilismo e se tornou a primeira mulher a vencer uma prova da categoria Indy Lights. Já Sauanne Bispo é especialista em África e executiva do Google. Imersa na tecnologia, Camila Achutti é CEO da escola Mastertech e criadora do projeto "mulheres na computação". Grande nome do universo corporativo, Daniela Ota é diretora-geral da Christian Dior no Brasil.

Essas mulheres possuem uma característica essencial que aproxima suas histórias: todas são referência de sucesso profissional. Além disso, elas fazem parte da comunidade Mulheres Inspiradoras, liderada pela empresária Geovana Quadros. Há sete anos no mercado, o grupo é considerado o primeiro movimento de união entre lideranças femininas de diversos segmentos, hoje com mais de 600 CEO's e empresárias participantes. Um dos objetivos do projeto é a geração de networking e a troca de experiências. De certa forma, suas trajetórias são ferramentas de inspiração.

"No grupo, temos mulheres em carreiras majoritariamente masculinas, então em alguns momentos elas são as únicas em uma sala de reunião. É uma liderança muito solitária. Unidas, elas conseguem compartilhar suas vulnerabilidades e inspirar umas às outras", explica Geovana sobre a importância da comunidade. Mais do que um impacto interno, no entanto, o objetivo é ter voz diante a sociedade. "Ter representatividade em cargos de liderança de diferentes áreas é primordial para a igualdade de gênero. As mulheres inspiram mudanças reais e são capazes de grandes transformações sociais."

Em conversa com a *Versatille*, Bia Figueiredo, Sauanne Bispo, Camila Achutti e Daniela Ota compartilharam momentos importantes de suas carreiras. Confira a seguir:



CAMILA ACHUTTI

*CEO da escola Mastertech
e fundadora do projeto
"Mulheres na Computação"*





Versatille: Você sempre sonhou com a carreira que possui atualmente? Ou ela surgiu ao longo de sua trajetória?

Camila Achutti: Eu acho que dei sorte e comecei a construir meu caminho na tecnologia muito cedo, porque meu pai trabalhava com isso. Ainda no colegial eu sabia que trabalharia inventando e solucionando coisas, e a tecnologia pareceu a melhor aliada para esse meu objetivo. Eu não tinha nem ideia dos desafios que viriam a seguir, mas acho que sempre soube que iria trabalhar nessa área. Na infância, eu era doida para querer saber como tudo funcionava. Minha mãe conta que eu ganhei um jogo em uma festa junina – uma espécie de quebra-cabeça – e andava com ele para cima e para baixo, como se fosse parte de mim. Acho que sempre fui nerd (*risos*).

V: Qual foi o maior desafio que enfrentou até o momento em sua trajetória profissional?

CA: Tecnologia é uma área muito masculina. Em quase todos os momentos, desde a graduação, eu sempre fui a única menina. Às vezes isso é um fardo, mas, ao mesmo tempo, foi um processo muito importante para abrir espaço para outras mulheres. Quando eu olho para o passado, 12 anos atrás, percebo que mudei a história de muita gente com o meu trabalho. Ser a única mulher foi o maior desafio e, ao mesmo tempo, o maior presente da minha vida. Foi o que me propiciou acompanhar o crescimento de tanta gente com quem me identifico. Pessoas com os mesmos dilemas e os mesmos medos.

V: E a sua maior conquista profissional?

CA: Parece meio clichê, mas cada e-mail que recebo contando a história de uma vida que foi impactada pelos meus projetos me dá forças. Já recebi e-mails de mães falando sobre suas filhas, que nunca tinham se imaginado trabalhando com tecnologia, e hoje estão se reconhecendo como cidadãs ativas. Isso é muito doido. Hoje, independente se você vai trabalhar ou não com tecnologia, saber sobre o assunto te abre portas. Alça voos muito maiores, então eu fico feliz ao assistir o crescimento de tantas pessoas que se viam sem oportunidades. Essa é a minha maior conquista.

V: Em quem se inspira?

CA: O início da tecnologia teve muita diversidade por ter acontecido em um período entre guerras, então são muitas mulheres legais na história – e eu sempre me apoiei nelas para me fortalecer dos tombos cotidianos. A Ada Lovelace, por exemplo, foi o primeiro ser humano a programar um computador. Já a Grace Hopper foi a primeira funcionária pública de tecnologia. Elas me deram força para que eu formasse a minha própria musculatura. Hoje eu consigo falar por mim, mas antes parecia que eu falava por elas.

V: O que ambiciona realizar nos próximos cinco a dez anos?

CA: Espero que a Mastertech continue em movimento de crescimento. Estamos trabalhando muito para isso, porque hoje somos uma escola muito incrível, mas atendemos uma quantidade limitada de pessoas devido à situação do nosso país. Então acho que o grande desafio é conseguir escalar mantendo a qualidade. A cada ano, queremos aumentar o nosso impacto.

V: O que te dá mais prazer no seu trabalho?

CA: As pessoas. Apesar de amar trabalhar com máquinas, porque as vezes elas são mais tranquilas do que as pessoas, poder ver o impacto dessa construção cotidiana na vida das pessoas para mim é muito lindo.

V: Qual conselho daria para mulheres que almejam sucesso profissional?

CA: Abraça a sua diversidade. Na minha cabeça, isso faz muito sentido, embora seja difícil, principalmente no início da vida profissional. A gente se questiona e desejamos ser iguais a todo mundo, mas acho que, o quanto antes abraçarmos essa diversidade, mais rápido vamos conseguir construir o nosso espaço. Temos competências do arquétipo feminino sendo muito requeridas no mercado de trabalho, então vamos fazer as pazes com nossa personalidade.

DANIELA OTA

*Diretora-geral da
Christian Dior no Brasil*





Versatille: Você sempre sonhou com a carreira que possui atualmente? Ou ela surgiu ao longo de sua trajetória?

Daniela Ota: Eu sempre quis ser administradora de empresas e trabalhar no mundo corporativo. Me inspirei muito no meu tio e na minha prima, que eram desse universo. Ao mesmo tempo, gostava muito de marketing, então comecei a minha carreira nessa área e depois acabei unindo as duas paixões. Por coincidência do destino ou não, também sempre trabalhei com mulheres, fosse no mercado de beleza ou editorial.

V: Qual foi o maior desafio que enfrentou até o momento em sua trajetória profissional?

DO: Conciliar vida pessoal e profissional. Eu sou mãe, tenho duas filhas, também sou casada, e essa arte de equilibrar o tempo é um desafio constante. Depois da maternidade, tudo é ainda mais desafiador. Precisamos priorizar o que é mais importante no momento.

V: E a sua maior conquista profissional?

DO: Acho que a conquista é celebrada diariamente. Eu sou muito feliz com a minha carreira porque acordo todo dia motivada e agradecida pela minha trajetória. Não gosto de nomear apenas uma conquista, embora seja especial estar há 15 anos crescendo e fortalecendo a força de trabalho da mesma empresa.

V: Em quem se inspira?

DO: A primeira resposta que aparece na minha cabeça são os meus pais, mas também tem a Chieko Aoki, porque ela é uma mulher oriental de muito destaque no universo corporati-

vo. Uma grande referência para mim. Eu ouvia muito suas palestras. Mas, no geral, acho que eu também me inspiro muito nas pessoas com quem convivo. Cada um que eu encontro no meio do caminho me transmite algo.

V: O que ambiciona realizar nos próximos cinco a dez anos?

DO: Para os próximos anos, quero solucionar aquele meu maior desafio, que é conseguir equilibrar vida pessoal e profissional. Além disso, gosto de aprender e me desafiar o tempo todo. Quero novos projetos e áreas para explorar.

V: O que te dá mais prazer no seu trabalho?

DO: Trabalhar com pessoas apaixonadas e saber que, como uma profissional do mercado de beleza, estou ajudando mulheres e homens a elevarem sua autoestima. Isso é muito gratificante.

V: Qual conselho daria para mulheres que almejam sucesso profissional?

DO: Esteja muito aberta para novos desafios e aprendizados, trabalhe bastante e agradeça todo dia pelo que está fazendo. Trabalhar com paixão muda tudo. Aproveite para aprender e ensinar as pessoas à sua volta. Essa troca é superimportante em qualquer carreira.

BIA FIGUEIREDO

Piloto de automobilismo





Versatille: Você sempre sonhou com a carreira que possui atualmente? Ou ela surgiu ao longo de sua trajetória?

Bia Figueiredo: Meu pai é psiquiatra e minha mãe dentista, então fui eu que nasci com essa genética maluca de automobilismo (*risos*). Sou privilegiada porque desde pequena entendi que minha paixão era pilotar carros de corrida. Também tive sorte da minha família me apoiar, claro, porque é um esporte muito caro. Comecei no kart e foi algo natural. Fui crescendo no automobilismo. Foi algo meu, por gostar de velocidade e carros.

V: Qual foi o maior desafio que enfrentou até o momento em sua trajetória profissional?

BF: Já são quase 30 anos de automobilismo. É um esporte difícil, principalmente na questão financeira, porque é muito caro. É algo fora do comum, então o desafio foi dar o meu melhor para crescer no esporte sendo uma mulher, o que não é algo comum. Eu precisava ganhar o respeito dos meus oponentes, porque ninguém queria perder para mim. Era ridículo perder para uma menina. Conquistei o respeito à força, batendo roda com roda e fazendo melhor que eles para alcançar um nível internacional. Da minha geração, de cerca de 300 pilotos, só três chegaram no nível que eu cheguei. É algo difícil, então tenho muito orgulho de ter sido a primeira mulher brasileira a chegar na Fórmula Indy. Foi uma jornada longa.

V: E a sua maior conquista profissional?

BF: Ter chegado a um nível desses foi realmente muito importante para mim. Primeira mulher a vencer em todas as categorias do kart e chegar na Fórmula Indy. O meu objetivo foi alcançado, com uma grande coleção de prêmios ao longo da trajetória.

V: Em quem se inspira?

BF: Nesse caminho do automobilismo, temos poucas referências femininas, mas tem alguns atletas que me inspiram muito, como o Ayrton Senna e o André Ribeiro. Esse último como uma

referência de inteligência dentro e fora das pistas, como gerenciador de carreiras. Sem ele eu não teria chegado onde cheguei. Já entre as mulheres, também admiro muito a Katherine Legge, uma inglesa que muitos não conhecem aqui no Brasil, mas que é uma grande batalhadora. Temos uma carreira bem parecida.

V: O que ambiciona realizar nos próximos cinco a dez anos?

BF: Hoje estou com 37 anos e pretendo correr por mais algum tempo. No entanto, agora já sinto que estou no momento de preparar a próxima geração de meninas no automobilismo. Faço parte da comissão de mulheres da FIA (Federação Internacional de Automobilismo), o FIA Woman, que tem o objetivo de incentivar outras meninas no automobilismo. Temos reuniões mensais sobre como incentivar o ingresso das mulheres no esporte – não apenas como pilotos, mas também como engenheiras, assessoras e agentes. São dezenas de cargos que as mulheres podem começar a tomar no automobilismo. Quero deixar um legado para as próximas gerações.

V: O que te dá mais prazer no seu trabalho?

BF: Quando estou na pista. Só eu e meu carro buscando os nossos limites. Isso é sensacional. Mas confesso que também gosto muito do trabalho fora da pista, de saber como gerenciar uma carreira e participar de ações. Preparar essa geração também é algo que me dá muito prazer.

V: Qual conselho daria para mulheres que almejam sucesso profissional?

BF: Muita determinação, disciplina e busca pelo aperfeiçoamento, tanto na área técnica quanto na vida pessoal. Hoje temos um modelo diferente de trabalho, que valoriza mais a essência de cada funcionário, então estar bem na vida pessoal impacta no profissional. Também seja muito confiante sobre si mesmo, porque o céu é o limite.

SAUANNE BISPO

*Especialista em África
e executiva do Google*





Versatile: Você sempre sonhou com a carreira que possui atualmente? Ou ela surgiu ao longo de sua trajetória?

Sauanne Bispo: Definitivamente surgiu ao longo da minha trajetória. Quando comecei a trabalhar com educação internacional, meu foco era uma agência de intercâmbio tradicional. Eu não pensava em focar na África. Foi por meio da minha formação acadêmica em estatística, fazendo pesquisas e analisando, que eu entendi uma fragilidade no mercado brasileiro e resolvi apostar. No decorrer da minha vida como empreendedora, também comecei a ter acesso a outras oportunidades. Passei a falar muito sobre inclusão racial nos espaços e assim surgiu a minha conexão com as corporações. Estar atuando hoje em uma multinacional de tecnologia não era algo que passava pela minha cabeça, mas é algo que me possibilita explorar minha expertise de trabalhadora. Hoje, Sauanne, apesar de atuar em duas instituições distintas, é a mesma pessoa porque explora a mesma visão e os mesmos propósitos.

V: Qual foi o maior desafio que enfrentou até o momento em sua trajetória profissional?

SB: Como empreendedora, ter visão de negócio e me posicionar em relação ao que aquela empresa significa. Defender isso e valorizar a raiz e a origem de um negócio não é uma coisa muito fácil. As pivotações são muito comuns, mas a África é o meu foco e precisa continuar sendo. Além disso, meu outro desafio foi voltar ao mundo corporativo após quase 10 anos empreendendo.

V: E a sua maior conquista profissional?

SB: O que eu mais tenho orgulho é poder exercer a minha competência e ter a recompensa na mesma proporção. É poder olhar para a minha trajetória e ver que a Sauanne quatro anos atrás estava em Salvador sem imaginar que a sua empresa estaria com a exposição e visibilidade que tem hoje. Eu me orgulho muito disso. Acabo sendo referência e inspiração para outras pessoas, principalmente mulheres negras, que muitas vezes não conseguem enxergar quais são os espaços que elas podem ocupar além daqueles que a sociedade disponibiliza. É uma terceira função. Sauanne empreendedora, executiva e referência para a geração do futuro.

V: Em quem se inspira?

SB: A pessoa que mais me inspira nesse mundo é a minha mãe. Eu poderia me embasar em grandes referências midiáticas, mas fui criada

por uma investigadora da Polícia Civil alocada na Delegacia da Mulher. Uma mãe solo que à noite dava aula de português para o supletivo em uma escola tradicional, que foi onde eu pude estudar como bolsista. E nos finais de semana, ela ainda fazia grupos com esses alunos do supletivo para trabalhar a autoestima deles e agregar outros conhecimentos além do português. Como não vou considerar essa mulher uma inspiração? Eu costumo falar para ela: eu me tornei a mulher que a senhora me criou para que eu fosse.

V: O que ambiciona realizar nos próximos cinco a dez anos?

SB: Em cinco anos, como uma pessoa capricorniana que sou, imagino crescimento financeiro (*risos*). Mas, pessoalmente, me vejo em uma posição que inspire mais pessoas. Apesar de obviamente sonhar com o crescimento da minha empresa, quero maturar um programa de mentoreamento de jovens negros para o mercado corporativo. Meu objetivo é me multiplicar até deixar de ser exceção e virar regra. Esse é o propósito.

V: O que te dá mais prazer no seu trabalho?

SB: Poder vir com a minha essência, identidade e bagagem e poder agregar. Às vezes, bate a insegurança, uma síndrome de impostora, mas ela não pode durar muito tempo para quem reconhece a sua potência. Não abrir mão da minha identidade é o que eu mais gosto no trabalho.

V: Qual conselho daria para mulheres que almejam sucesso profissional?

SB: Como mulher, temos uma jornada muito pesada e carregamos bagagens que são duras. Eu só estou na minha posição hoje porque precisei dar uma pausa e contar com ajuda e acompanhamento terapêutico para entender quem sou, o que quero e o que mereço. Muitas vezes, seguimos no automático e não paramos para nos ouvir. Se eu não me respeitasse, qualquer coisa agora seria muito bem-vinda, mas eu me conheço o bastante para saber o que mereço. Não aceito qualquer coisa porque sei o meu valor. Isso não é fácil, é um processo, e por isso eu digo que rede de apoio é tão importante. Essa Sauanne comunicativa nem sempre foi assim. A calculadora já foi a minha melhor amiga, mas eu fui aceitando ajuda e me relacionando com novas pessoas. Aprendi a vender a minha potência, porque se você não contar a sua história em primeira pessoa, alguém vai falar por você. ☺

Perlage musical

KRUG PROMOVE PARCERIA COM RYUICHI SAKAMOTO, CELEBRADO COMPOSITOR E ARTISTA, QUE LANÇA UMA SINFONIA INSPIRADA POR TRÊS CHAMPAGNES DE 2008

por raquel sfoggia

Nem o Brooklyn Museum, em Nova York, tinha sediado até então tamanha obra-prima. Em uma noite inédita, no fim de setembro, a Maison Krug revelou o resultado de uma jornada musical iniciada em 2019, por meio da parceria com o músico e artista Ryuichi Sakamoto, que tem, entre seus feitos, a autoria da trilha de O Último Imperador, premiada duplamente com o Oscar de Melhor Trilha Sonora Original (1988) e o Grammy Award: Melhor Trilha Sonora Original (1989). Infelizmente, Sakamoto não estava presente no evento, pois recupera-se de um câncer. A Versatille, in loco, pôde apreciar um evento surpreendente, que narraremos nas próximas páginas.



FOTO: DIVULGAÇÃO



ACIMA, RYUICHI SAKAMOTO COMPOUNDO E ENSAIANDO A MEMORÁVEL SINFONIA. NA PÁGINA AO LADO, OS TRÊS RÓTULOS QUE INSPIRARAM O ARTISTA

Antes mesmo da performance começar, Oliver Krug, o diretor da maison que traz seu sobrenome, disse aos seus convidados: “A música é uma forma excepcional de explicar o nosso trabalho”, e seguiu discorrendo sobre a ligação entre Julie Cavil, a chefe de cave, que frequentemente compara o seu trabalho ao de um maestro. Foram mais de 18 meses de trabalho conjunto entre Sakamoto e Krug para então chegar à sinfonia perfeita, que materializa os três rótulos Krug Clos du Mesnil 2008, Krug 2008 e Krug Grande Cuvée 164ème Édition.

O ano de 2008 foi único e especial para a colheita da região de Champagne, muito pelo clima, que foi mais gelado do que os últimos 14 anos anteriores e também com menos sol. Outros fatores que influenciaram foi o equilíbrio: ótimos níveis de chuva, verão seco e temperaturas praticamente constantes durante a temporada de crescimento, o que propiciou crescimento lento e estável de maturação das uvas. O resultado foram frutas intensas, elegantes e de estrutura, com espectro de sabores e aromas completo.

Como é de se imaginar, a sinfonia foi composta em três tempos, para parear com os três vintages. O primeiro rótulo apreciado foi o Clos du Mesnil, pareado com um solo, que combina com a sua pureza e precisão. O segundo, foi o Krug 2008, que trouxe um pequeno arranjo. Para finalizar, a orquestra comple-

“

A MÚSICA É UMA FORMA EXCEPCIONAL DE EXPLICAR O NOSSO TRABALHO.

Oliver Krug, o diretor da maison Krug

ta, com o superespecial Krug Grande Cuvée 164ème Édition, composto por um blend único de 127 vinhos, sendo o mais velho de 1990 e o mais novo de 2008.

Em uma noite memorável, a experiência multisensorial Seeing Sound, Hearing Krug também trouxe show de luzes e tecnologia 3D de música, que contribuíram para a imersão completa dos convidados no universo Krug. Após o début, apresentações em Londres e Tóquio também acontecerão. Para quem está curioso, é possível ter uma pequena amostra no site da Krug (<https://www.krug.com/krug-x-ryuichi-sakamoto>), onde a sinfonia está disponível. Outra forma é apreciar os rótulos, que não vêm com a música, mas são uma festa para as papilas gustativas. ♡



Masculino desconstruído

O CONSULTOR DE IMAGEM E APRESENTADOR ARLINDO GRUND COMENTA TENDÊNCIAS MARCADAS POR UMA CONSTANTE EVOLUÇÃO DE ESTILO E QUEBRA DE PARADIGMAS

por Laís campos



ACIMA, SUPREME E A INFLUÊNCIA DO STREETWEAR. NA PÁGINA AO LADO, A COLEÇÃO PRIMAVERA/VERÃO 2023 DO ESTILISTA THOM BROWNE

Para alguém fora do mundo da moda, é difícil se desprender de convenções ao refletir sobre roupas masculinas, principalmente quando se trata de pensar além da formalidade. Segundo Arlindo Grund, foi culturalmente disseminado que na moda para o homem há regras, discricção e tradição. Não à toa, o estilo clássico composto de terno e gravata é de pronto imaginado quando a vestimenta masculina entra em discussão. Felizmente, os tempos mudaram, e o especialista aponta uma evolução no que diz respeito ao amadurecimento do olhar dos consumidores.

“Para falar de roupas, é necessário entender o comportamento do consumidor, seus desejos e suas necessidades”, diz. Assim como no universo feminino, o período de isolamento redefiniu a relação dos homens com a moda, uma vez que a volta do momento de escolher a roupa – aguardado por uns, inevitável para outros – impulsionou a reflexão sobre a imagem comunicada por meio da vestimenta. “É assim que começa um pensamento evolutivo”, afirma Grund.

É clichê, mas é da dificuldade que nascem aspectos positivos, e a moda hoje representa isso: “Um respiro para tempos difíceis e, ao mesmo tempo, uma porta de saída para o convencional, o repetitivo e o careta. Como instrumento democratizador, ela percebe em seus consumidores diferentes necessidades. É a moda sendo plural, representativa, inclusiva e diversa”, conclui.

Confira, a seguir, cinco tendências observadas por Grund presentes na moda masculina atual.

Influência do streetwear

“A moda de rua vem se apropriando de espaços que nunca foram explorados. Se o homem demorou para aceitar e usar uma calça curta, por exemplo, quanto tempo ele levará para absorver o que está acontecendo de novo? Se é para falar de calças, o fato é que o olhar volta para os anos 1970, 1990 e 2000. Modelagens espaçosas vão cada vez mais ganhando espaço no guarda-roupa masculino, e isso ocorre por conta da influência dos esportes que prezam o conforto.”



Ousada nas passarelas

“Um momento inusitado e apoteótico entre as apresentações de moda masculina da temporada de primavera/verão 2023 foi a coleção do estilista Thom Browne. Sua inspiração foi o universo western, com uma forte influência dos caubóis americanos. Mas se você pensa que já se esgotaram as possibilidades acerca desse tema é porque não viu a proposta ousada, texturizada e sensual do estilista, que provocou os olhares dos espectadores.”

Desconstrução da imagem masculina

“Basta olhar as ruas para entender que a maioria dos homens está se despreendendo do conceito frágil da masculinidade em relação ao que vestir. Misturas, modelagens, influências de quem admiramos – tudo isso ajuda a melhorar o entendimento. Assim acontece a desconstrução de uma imagem. Pessoas se desprendem dos preconceitos, se libertam de amarras e experimentam o novo. Sair da zona de conforto quando falamos de moda ainda é um passo largo para muitos homens, mas observar que os mais jovens estão se despreendendo desse ‘pudor’ é muito interessante e, ao mesmo tempo, vibrante.”



Consciência de estilo

“Depois de tanto tempo em casa, afastados do convívio social por conta da pandemia, os homens também querem buscar opções e maneiras de se comunicar através de suas roupas, com sua imagem. Se antes uma peça de roupa determinava o gênero da pessoa, hoje, em pleno 2022, esses questionamentos estão sendo feitos pelas novas gerações, que buscam expressar seus sentimentos, opiniões, questionamentos e até a posição política por meio do que usam.”

A vez dos básicos e dos acessórios

“Outros destaques foram os acessórios mais diferenciados com recortes, bolsas que extrapolam as fronteiras de gênero e ganham mais estilo, sem falar de sua funcionalidade. Muitas marcas também estão aprimorando seu olhar em relação à moda de rua, e assim falando mais ainda com novos públicos. Um desses itens foi a regata branca que, ame ou não, voltou em looks casuais misturada ao jeans e à alfaiataria.”

FOTOS: REPRODUÇÃO

JUNTOS, CONSEGUIREMOS MAIS



ILUSTRAÇÃO: GETTY IMAGES

O CENSO DEMOGRÁFICO DO IBGE É DE EXTREMA IMPORTÂNCIA PARA UM RETRATO FIDEDIGNO DA POPULAÇÃO BRASILEIRA

De década em década, o IBGE realiza o Censo Demográfico. A pesquisa traça as características socioeconômicas da população brasileira, gerando informações essenciais para o planejamento público e privado dos próximos 10 anos. Para um retrato fiel e preciso, é necessário que a população se una por um objetivo em comum e contribua com a iniciativa, que é extremamente segura: todas as respostas são confidenciais e protegidas por sigilo, de acordo com a lei nº 5.534, de 14 de novembro de 1968. Outro ponto fundamental a ser ressaltado, é que o IBGE só divulga informações para fins estatísticos, sem a identificação do informante.

Desde agosto de 2022, os recenseadores estão em campo, visitando domicílios de todo o Brasil, para responder perguntas básicas: Quem somos? Onde estamos? Como vivemos? Além da iniciativa presencial, é possível responder on-line e por telefone, ou seja, é simples participar.

Motivos para responder ao Censo 2022:

- Com ele, conseguimos saber as tendências de nascimentos e mortes para elaboração de estimativas populacionais;
- Conhecer a população residente, embasando a formulação de políticas públicas;
- Subsidiar a distribuição da verba federal de acordo com a população de cada cidade;
- Balizar pesquisas acadêmicas, levantamentos jornalísticos e estratégias da iniciativa privada.

Podem ser aplicados dois tipos de questionários: o básico (26 perguntas), aplicado em todos os domicílios do país; e amostra (perguntas do básico e mais 51, sobre outros temas) que só será respondido por 11% dos entrevistados. São verificadas características sobre os moradores e seus domicílios, além dos temas: trabalho, rendimento, nupcialidade, religião, pessoas com deficiência, migração e autismo, presentes na amostra.

A coleta foi prorrogada e tem previsão de término para início de dezembro deste ano. Por você e toda a população, colabore com o Censo 2022. [Saiba tudo em: censo2022.ibge.gov.br](https://censo2022.ibge.gov.br)

OURO LÍQUIDO E BRASILEIRO

APESAR DE UMA PRODUÇÃO INFERIOR A
OUTROS PAÍSES, O AZEITE NACIONAL TEM SE
DESTACADO EM PREMIAÇÕES INTERNACIONAIS
PELO SEU SENSORIAL SURPREENDENTE

por beatriz calais

FOTO: CARLOS FERRARI



AO LADO, OS PRODUTOS DA LAGAR H. NA OUTRA PÁGINA, O MOMENTO DE COLHEITA DA MARCA

Mas qual seria a sua reação ao saber que um país do outro lado do oceano, em outro continente, começa a despontar e mostrar a cara nos concursos internacionais de azeite? Sem uma grande relação histórica e com um consumo per capita de apenas 0,5 litro por ano, o Brasil possui uma produção bem inferior a outros territórios, mas tem surpreendido o mercado pela sua qualidade.

Um dos blends da marca Sabiá, produzido na Serra da Mantiqueira, na região Sudeste, ficou entre os dez melhores azeites do mundo na edição de 2022 do Evooleum Awards. Já o Azeite Batalha Intenso, do Rio Grande do Sul, conquistou a medalha de bronze no London International Olive Oil Competition 2019, acumulando mais de 20 premiações internacionais desde o início de sua produção, em 2013. Para a Lagar H, também gaúcha de nascença, já são mais de 40 prêmios, incluindo a medalha de ouro no EVOO IOOC (International Olive Oil Content) e no NYIOOC World Olive Oil Competition, com o blend da safra 2022.

Esses são apenas alguns destaques do recente relacionamento do Brasil com a olivicultura – e não há exagero quanto ao uso da palavra “recente”. A primeira extração de um azeite extravirgem 100% brasileiro ocorreu só em 2008, no município de Maria da Fé, em Minas Gerais. A responsável pela extração foi a Epamig (Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais), que estuda o plantio de oliveiras desde 1970, com mudas que chegaram à cidade em 1930 junto a uma família de portugueses.

“Foram feitos muitos estudos de viabilidade e melhoramento genético para que as oliveiras se desenvolvessem aqui no Brasil”, explica a azeitóloga Ana Beloto, autora do livro e do projeto “Azeite-se”, que busca incentivar o consumo do azeite nacional. “As oliveiras precisam de temperaturas marcadas, e o nosso país, por ser tropical, acabava não sendo compatível. Foi só a partir da modificação genética que as produções começaram a vingar.”

Hoje, grande parte dos produtores nacionais utilizam as mudas da Epamig ou da Embrapa, mas ainda assim, embora adaptadas ao clima brasileiro,

não é em todo solo que a oliveira pode ser cultivada. Sua estrutura pede por terrenos inclinados e pedregosos, além de períodos de sol e temperatura baixa. A árvore demora pelo menos três anos para dar frutos e pede paciência. Não é fácil trabalhar com a olivicultura, mas é exatamente nessa dedicação que está o segredo para o destaque dos brasileiros em tão pouco tempo.

“Nossos produtores estão empenhados em fazer o melhor azeite possível. São pessoas focadas em qualidade, usando os melhores maquinários e estrutura de campo”, destaca Ana. O empresário Luiz Eduardo Batalha, de 75 anos, representa bem esse empenho. Imerso no agronegócio há 50 anos, ele já trabalhou com café, cana-de-açúcar, gado e até com a gestão do Burger King ao impulsionar a chegada da rede de fast food ao país. Sua visão para os negócios é ampla, mas foi apenas em 2010 que as oliveiras o fizeram se apaixonar por uma nova produção.

“Vi uma plantação na Vinícola Miolo, em Bento Gonçalves, e fiquei impressionado, porque nunca tinha pensado na possibilidade de cultivar essa planta. Voltei para a minha fazenda e já comecei o processo”, recorda Batalha. “Depois, fiz uma viagem pelos países do Paralelo 31 – uma linha no plano equatorial que envolve territórios como África do

“
FORAM FEITOS MUITOS ESTUDOS DE VIABILIDADE E MELHORAMENTO GENÉTICO PARA QUE AS OLIVEIRAS SE DESENVOLVESSEM AQUI NO BRASIL.

Ana Beloto, azeitóloga

Sul, Austrália, Chile e Uruguai. Todos eles com solos propícios para plantio de parreiras e oliveiras. Fiquei ainda mais apaixonado e voltei convencido de que o azeite era um mercado muito promissor.”

Empolgado desde o início, o empresário investiu em 500 hectares de oliveiras, contratou técnicos do exterior e comprou o melhor maquinário. Em 2014,



FOTOS: BREJO; CARLOS FERRARI

Versatilidade Ancestral

Percebe-se que o azeite é extremamente versátil. Na gastronomia, ele é saudável e pode ser consumido até com sobremesas. Mas o superalimento também tem uma segunda função: os gregos estavam certos. Ele é excelente para a proteção da pele. Foi pensando nisso que o Azeite Batalha, em parceria com a dermatologista Luciane Scattone, criou a Terroir Beauty – marca recém-lançada de cuidados faciais, capilares e corporais. “O azeite era chamado de ouro líquido pelos gregos, tamanho poder que tinha para a saúde e para a beleza. Estudar sobre isso é sensacional. Até a Cleópatra tomava banho de óleo de oliva. É algo ancestral que demoramos muito tempo para valorizar”, destaca a profissional.

No momento, oferta três linhas faciais – preventiva, masculina e para peles maduras –, e o objetivo da marca, que começou a ser desenvolvida em 2019, é explorar os polifenóis do azeite e as vitaminas A, D e E. “Esses ativos funcionam para a proteção da pele contra o sol e contra microrganismos. Também é antioxidante e anti-inflamatório. Estamos usando o óleo puro, e não a essência do azeite, e por isso nosso produto tem tanto potencial”, explica. Tendência no exterior há algum tempo, esse é mais um esforço para inserir o Brasil no mercado mundial de olivicultura.



“
POR MUITO TEMPO,
ACHAMOS QUE O PRODUTO
INTERNACIONAL ERA SUPERIOR,
MAS TEMOS UMA QUALIDADE
INDESCRITÍVEL NO BRASIL.

Glenda Haas, diretora
da Lagar H

os primeiros frutos surgiram, e o Azeite Batalha começou a ser comercializado. “É um setor que precisa de grande investimento e cuidado. O azeite perfeito está dentro da fruta no pomar, por isso precisamos tomar tanto cuidado no processo de envase”, ressalta.

Glenda Haas, diretora da Lagar H, concorda com a sensibilidade do trabalho. “Nossa primeira safra foi em 2019, mas lançamos nosso azeite somente em 2021, quando tínhamos certeza de que estávamos com um produto de alta qualidade”, completa. “O mercado está sendo reconhecido, mas ainda não somos capazes de suprir nem 1% da demanda brasileira por azeites. Precisamos de incentivos fiscais para que nosso produto se torne um pouco mais competitivo, afinal, estamos lutando contra um mercado tradicional.”

De acordo com o International Olive Council (IOC), o Brasil é o segundo maior importador de azeite de oliva do mundo. Em 2021, o país importou mais de 100 milhões de litros, o que representa quase 100% do consumo nacional. “O consumidor brasileiro precisa entender que o azeite extraído aqui é melhor do que qualquer outro, pois é mais fresco. Ele não sofre com transporte por longas distâncias”, destaca Glenda.

Para Ana Beloto, é no conhecimento que está a chave para o aumento do consumo da iguaria. “Por muito tempo, achamos que o produto internacional era superior, mas temos uma qualidade indescritível no Brasil. O azeite, em sua essência, significa, em hebraico, suco de azeitona. Precisamos ter isso em mente: é um suco de uma fruta, e o frescor é importante. A produção nacional chega rápido e fácil na casa do consumidor, então não tem nada melhor do que isso.”



ACIMA, OS PRODUTOS DA MARCA RIO DE CONTAS

Sobre o sabor, a azeitóloga também explica que o produto brasileiro tem um diferencial. “Nos concursos internacionais, temos percebido que o nosso azeite tem notas de frutos tropicais, provavelmente por conta do terroir. Algumas universidades estão fazendo estudos sobre esse sensorial, mas já podemos notar essa personalidade”.

EM SOLO BAIANO

Uma das grandes provas de que há tesouros escondidos no terroir brasileiro está na notícia de que o primeiro azeite de oliva produzido na Bahia – mais especificamente em Rio de Contas, cidade da Chapada Diamantina – conquistou um prêmio internacional em 2021. O produto ganhou medalha de ouro no concurso francês Olio Nuovo - Bests of the Southern Hemisphere, realizado em Paris.

Christophe Chinchilla, à frente do Azeite Rio de Contas, conta que a ideia de produzir na região foi de seu pai, nascido e criado no sul da França. “Na Chapada Diamantina, ele encontrou um clima que lembrava sua infância. É quente durante o dia e frio de noite. Uma amplitude térmica gigantesca de até 20 graus, o que propicia o plantio de diversos insumos. Ele comprou uma fazenda experimental, plantou as mudas e esperou o processo da natureza. Em 2018, tivemos a primeira safra.”

Sem o maquinário necessário para fazer o azeite, Chinchilla enviou a primeira colheita para a sede da Epamig, no sul de Minas, e recebeu um incentivo imediato dos sommeliers do local para que enviasse o produto para algum concurso internacional. “Ele tinha notas de banana e cacau. O terroir baiano é único”, ressalta o empresário. Após a premiação, a região ganhou muita atenção da mídia, esgotando rápido a pequena produção que a fazenda havia feito. Hoje, Chinchilla explica que seu foco está na comercialização de azeitonas – visto que o azeite precisa de um maquinário mais caro para ser produzido.

Em parceria com estabelecimentos paulistas de renome, como Casa Santa Luzia e Rosewood Hotel, a azeitona Rio de Contas é o carro-chefe para que a pequena fazenda insira o terroir da Chapada Diamantina no circuito da alta gastronomia. “Nossa região também produz cafés e vinhos excelentes, além de mangas, morangos e maçãs. É uma biodiversidade gigante que precisa ser valorizada”, conclui. ☺

FOTOS: DIVULGAÇÃO; CASA GUASTI

ROBERTO CAMPOS NETO

Presidente do Banco Central do Brasil

O economista Roberto Campos Neto, neto de Roberto Campos (um dos criadores do BNDES), assumiu o Banco Central do Brasil em 2019, após trajetória extensa no mercado financeiro – só no Banco Santander, foram 18 anos. Confira, na sequência, cinco fatos sobre Campos Neto:

1. antes de assumir a presidência do Banco Central, defendeu a autonomia da autarquia federal e também a modernização do mercado bancário;
2. foi ele quem institucionalizou o Pix no Brasil (um projeto que já existia antes de sua gestão);
3. é ávido praticante de esporte. Treinou jiu-jítsu por muito tempo, mas atualmente é mais dedicado ao tênis e à corrida;
4. em setembro deste ano, foi eleito Presidente do Ano, entre os bancos centrais da América Latina, no ranking Latin Finance Banks of the Year Awards;
5. já declarou que não aceitará a renovação do mandato, que termina em 2024. ☹

NA PÁGINA AO LADO, O ECONOMISTA
ROBERTO CAMPOS NETO

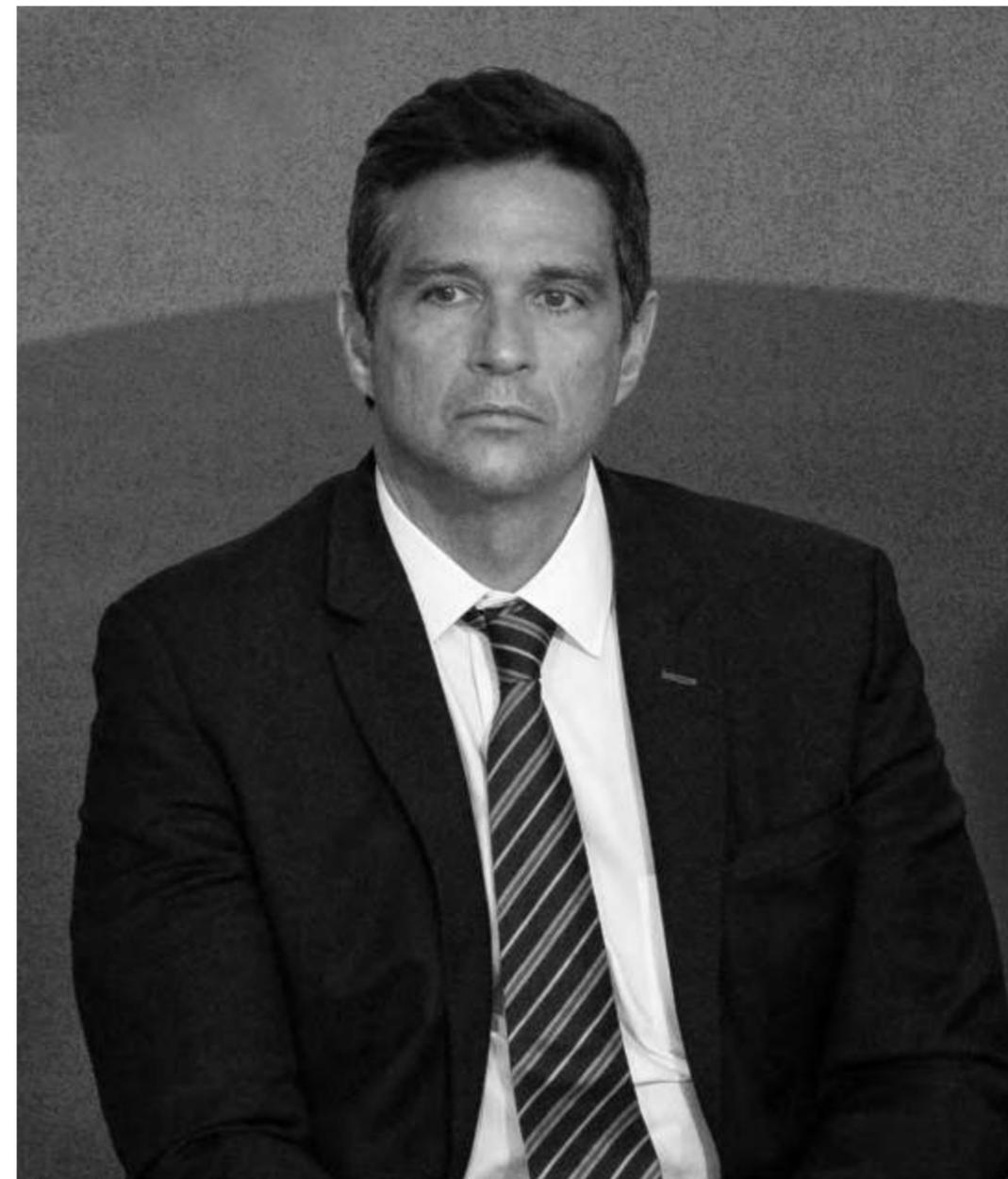


FOTO: GETTY IMAGES

UMA NOVA ERA PARA A ARTE

O GALERISTA LUIS MALUF DISCORRE SOBRE OS CAMINHOS DO MERCADO E A VALORIZAÇÃO DOS ARTISTAS NACIONAIS

por ana luiza cardoso

Enquanto os espaços culturais se mantiveram fechados devido à pandemia, uma exposição em São Paulo foi aberta em um galpão de 8 mil metros quadrados, no bairro Vila Leopoldina, em 2020. Lá, o público podia circular dentro de carros e olhar obras de 10 metros de altura enfileiradas no ar. Quem idealizou essa iniciativa foi o galerista Luis Maluf. Um dos objetivos, na ocasião, era firmar a importância do encontro e contato direto com a arte. Passados dois anos, esse anseio permanece nos planos do paulistano de 33 anos. Dono da galeria que leva seu nome, situada nos Jardins, Maluf representa artistas como Cranio, Aline Bispo e Apolo Torres. Hoje, comanda também a Usina, um espaço cultural na Barra Funda onde realiza exposições e promove residências artísticas. Em entrevista, Maluf reflete sobre o que mudou no setor nos últimos anos e os meios digitais das artes e conta sobre a reestruturação de sua galeria, que se posiciona como ponto de encontro da arte contemporânea.

Versatille: O que mudou no mercado de artes com a pandemia?

Luis Maluf: Eu sinto que os colecionadores e as pessoas que buscam investir em arte se voltaram muito para os artistas locais, os brasileiros, mais do que para os internacionais. A procura ficou muito maior. O tempo que as pessoas tiveram durante a pandemia, pelo fato de passarem mais horas dentro de casa, pesquisarem, entenderem melhor os artistas que aqui vivem, abriu uma janela enorme para novos olhares. Eu senti que o mercado de artistas locais se valorizou muito por não conseguir viajar e comprar, ou trazer artistas de fora, fazer essa internacionalização.

FOTO: CAMILA RIVERETO





ACIMA, USINA LUIS MALUF, ESPAÇO DE ARTES ABERTO NO ANO PASSADO NA BARRA FUNDA, E, AO LADO, OBRAS DA EXPOSIÇÃO O JARDIM, DE SHIZUE SAKAMOTO. NA PÁGINA SEGUINTE, DETALHES DA LM DOS JARDINS

V: No primeiro ano de pandemia, você montou o projeto DriveThru.Art, em que o público acompanhava uma mostra dentro do carro. Qual é sua reflexão sobre essa ação? Acredita que existam ainda novas formas de apresentar uma exposição?

LM: Eu acho que foi importante porque foi no começo da pandemia, e eu consegui trazer artistas e apresentar trabalhos em que a discussão é importante para os dias de hoje e daquela época. Naquele momento, funcionou porque estava tudo fechado, porque as pessoas não podiam ter acesso, mas eu ainda acho que é essencial a visita a espaços de arte, sair um pouco do celular, ver o trabalho, sentir o cheiro da tinta. Ver com os próprios olhos a textura do trabalho do artista, pintura, escultura ou qualquer outro suporte. Se não tivesse essa possibilidade de entender a obra pessoalmente, falaria que é um modelo a seguir sem problema, mas, com essa chance, hoje, eu prefiro falar que ir a uma exposição e participar dela é bem diferente e especial.



V: Na pandemia, houve também uma corrida de galerias por viewing rooms. No fim das contas, isso se tornou um caminho para as vendas?

LM: Sim, o mundo está cada vez mais sem fronteiras. Quando eu falo de visita presencial, acho que é importante para o espectador, mas, no

mercado de vendas de obras, eu faço por PDF, viewing room, site, redes sociais. Eu não preciso visitar uma exposição em Nova York para comprar o trabalho de um artista. Eu estou on-line na inauguração dessa exposição enquanto ela está sendo aberta fisicamente. É uma das coisas que a gente faz na galeria. A respeito de vendas e comercialização, eu acho que só agrega. Não penso que seja um modelo que vai acabar, acho que todas essas outras vertentes, outras tecnologias que envolvem uma facilidade de quebra de fronteiras, são interessantes, mas não excluem a visita física.

V: Outra tendência do setor é o NFT (token não fungível). Você acha que deve perdurar?

LM: Alguns dos artistas que a galeria representa têm uma entrada forte no mercado do NFT e blockchain, mas estamos segurando. Não quisemos fazer nenhum projeto. Recebemos propostas diárias – acho que cinco por dia – de pessoas querendo fazer NFT, lançar isso e aquilo, mas eu ainda não me sinto seguro para começar esse movimento. O que estamos tentando fazer como galeria, e já iniciamos, foi um processo de digitalização, de catalogação dessas imagens via blockchain, como parte de registro.

V: Por que você decidiu abrir a Usina?

LM: É uma fábrica de arte, e eu sempre precisei de um espaço grande para fazer exposições, onde o espectador tenha uma relação com a obra não espremida, como na galeria dos Jardins, na qual hoje fazemos exposições com trabalhos de formatos menores. A ideia da Usina surgiu na pandemia. São vários projetos que ocorrem lá. Um dos que eu inaugurei foi a residência artística, que era coordenada por Carollina Lauriano. Oferecemos materiais, relação institucional, relação com o mercado, curadores e crí-



FOTOS: CAMILLA RIVERETO; ANA LU

ticos. Eu entreguei, dentro desse modelo de residência, todas as teias que um artista precisa ter para ser inserido no mercado. Parte desses artistas saiu da residência e veio para a galeria. Na próxima, a ideia é fazer por meio de um edital. É um processo pelo qual a galeria está passando, de transformação. Eu fiquei bolando a residência por mais de um ano, até conseguirmos fazer, trazer esses novos artistas, mostrar para o público outros tipos de trabalho. As pessoas pensavam que a galeria era de grafite. Não, é de arte contemporânea, e a residência veio para conseguirmos mostrar todo um processo de mudança e um projeto educacional.

V: E por que optou por abri-la na Barra Funda?

LM: É um bairro que tem uma efervescência cultural por todos os lados. Bares, restaurantes, as maiores galerias foram para lá. É um bairro plano, estratégico. Existem imóveis grandes, galpões grandes por valores mais fáceis de se conseguir acessar. Tem o Memorial da América Latina, outras casas institucionais, equipamentos culturais. Tem fácil acesso de transporte público. Eu acho que a Barra Funda tem tudo para ser um novo polo. Já é, já está se tornando.

V: Como é o trabalho de buscar novos artistas?

LM: Vem por todos os lados. Eu não uso rede social direito. Quando entro no Instagram é para ficar vendo artista. Eu faço uma busca diária muito grande. Temos uma gama enorme de portfólios que recebemos diariamente, de artistas buscando espaço. Eu tenho conversado com alguns curadores, tenho buscado uma linha curatorial fixa dentro da galeria para ajudar nesse processo de seleção, para que tudo tenha afinamento, uma relação. Eu realmente acho que é muito artista bom para pouca galeria.

V: Que conselho você daria para novos colecionadores, para a compra de artes?

LM: Para o colecionador, o jovem comprador, eu acho que ele precisa ter uma pesquisa dentro da coleção dele, de algo que os artistas se relacionem. Sempre ter uma linha. Entender por que ele gosta desse artista, por que gosta daquele, e tentar formar dentro desse campo de ideias o que se relaciona para ele buscar um próximo, um outro. Será que é só mercado? Será que existe um discurso que esses artistas têm em comum? Será que tem uma materialidade? É você tentar amarrar um conceito dessa coleção. ☺

911 GT3 RS, UM PORSCHE PARA CAMPEÕES

CONCEBIDO DE FORMA INTRANSIGENTE PARA DESEMPENHO, A SUPERMÁQUINA TRAZ O MELHOR DA PISTA PARA ESTRADAS E RUAS

por sergio quintanilha

Há Porsches de vários tipos. E há o 911, que é considerado o suprassumo pelo próprio fabricante. Dinamicamente, o Porsche 718 Cayman, que tem motor central, entre os eixos, é mais fácil de dirigir do que o Porsche 911, que tem o motor "pendurado" na traseira. Mas a marca alemã não deixa a peteca cair e dota o 911 do máximo em eletrônica para que ele siga insuperável. Dentro da linha 911, o máximo em desempenho está no GT3 RS.

O Porsche GT3 tem esse nome porque é homologado para os campeonatos da categoria GT3 (Grã-Turismo). O novo Porsche 911 GT3 é tão poderoso em desempenho que baixou em 17 segundos o tempo da volta de seu antecessor no circuito de Nurburgring, Alemanha. Mas a Porsche queria dar mais aos seus clientes. E no dia 17 de agosto de 2022, lançou globalmente o novo GT3 RS.





O visual do modelo de lançamento não deixa enganar: trata-se de um carro de corrida. Mesmo! Ou seja: o Porsche GT3 RS é o veículo mais próximo de um carro de corrida que pode ser usado nas estradas e ruas sem infringir as leis de trânsito. Não parece, mas o novo GT3 RS é homologado para rodar no trânsito. Por isso, neste aniversário de *Versatile*, escolhemos este carro para ser a cereja do bolo.

Visualmente, o que mais chama atenção no Porsche GT3 RS é o enorme aerofólio traseiro. Não se trata de um enfeite, e sim de um elemento fundamental para que o carro possa grudar no chão em curvas de alta velocidade sem perder a traseira. Claro, é preciso ser habilidoso para conduzir um 911 GT3 RS. Por isso dissemos que ele é um Porsche para campeões.

Quem tem um Porsche 911 GT3 RS é um campeão. Se não das pistas, pelo menos do bom gosto. Exclusivíssimo, o novo GT3 RS custa R\$ 1,769 milhão de reais. É o melhor que seu dinheiro pode comprar se o objetivo é ter o máximo desempenho. O motor tem 525 cv de potência. Turbo? Não. É um aspirado raiz, de alta rotação, com genes de corrida, leve e com relação direta com o modelo GT3 R, esse sim para corridas oficiais.

EXCLUSIVÍSSIMO, O NOVO GT3 RS É O MELHOR QUE SEU DINHEIRO PODE COMPRAR SE O OBJETIVO É TER O MÁXIMO DESEMPENHO.

O novo Porsche 911 GT3 RS tem um refrigerador central inspirado no carro que ganhou sua classe nas 24 Horas de Le Mans, o 911 RSR. Ao invés de três coolers, há um grande cooler central na parte frontal disposto em posição diagonal. Sim, é onde fica o pequeno porta-malas dos 911 "comuns". Assim, a Porsche ganhou espaço para integrar elementos aerodinâmicos ativos. Ou seja, o carro tem asas infinitamente ajustáveis na frente e na traseira, que atuam combinadas com outras soluções aerodinâmicas.



PELA PRIMEIRA VEZ, UM PORSCHE DE PRODUÇÃO VEM COM O SISTEMA DRS, QUE NOS CARROS DE FÓRMULA 1, É CHAMADO DE "ASA MÓVEL".

Para quem busca um carro de alta performance, um motor potente, pouco peso e ótima aerodinâmica são fundamentais. Para dar uma ideia, o novo 911 GT3 RS tem uma força descendente de 409 kg a 200 km/h. Em outras palavras: quando o carro está a 200 km/h, a força que o empurra para baixo é de 409 kg, por isso o veículo fica grudado no chão e faz curvas sem perder a estabilidade. Mas isso não é tudo. A 285 km/h, o downforce do GT3 RS é de incríveis 860 kg.

O excesso de arrasto, entretanto, pode segurar o carro nas retas. Por isso, pela primeira vez, um Porsche de produção vem com o sistema DRS, que nos carros de Fórmula 1, é chamado de "asa móvel". Nas frenagens de emergência, os freios aerodinâmicos são ativados, ajudando os freios das rodas. Não é muito diferente do que faz um avião quando pousa e abre vários elementos aerodinâmicos das asas durante a frenagem.

Falar sobre um Porsche 911 GT3 RS é falar basicamente do máximo em potência e aerodinâmica. O carro não foi feito para ser confortável. Para isso existem outros Porsche. O 911 GT3 RS é feito para brilhar nos "track days" e para deixar os outros carros em segundo plano. O capô dianteiro, por exemplo, tem grandes "narinas" para passar o ar do refrigerador central. As aletas no teto direcionam o ar para fora. Isso permite que o ar que alimenta o motor junto com o combustível, na traseira, seja mais frio.

EM AMBAS AS PÁGINAS, O IMPONENTE PORSCHE 911 GT3

FOTOS: DIVULGAÇÃO



NA PÁGINA ANTECEDENTE, O INTERIOR DA SUPERMÁQUINA, ABAIXO, O NOVO DISPLAY DIGITAL AJUSTÁVEL

O cliente não vê, mas essa troca de ar de diferentes temperaturas é uma das razões do desempenho do Porsche 911 GT3 RS. Até mesmo as caixas de rodas traseiras são equipadas com um entalhe e uma lâmina lateral para garantir um fluxo de ar otimizado. O ar que passa por baixo do carro também é importante, por isso a Porsche mexeu no difusor traseiro do 911 GT3 RS.

A Porsche também fez importantes modificações nas suspensões e nas barras aerodinâmicas. Alguns elementos são usados apenas no automobilismo de alta classe, mas estão no GT3 RS. O cupê de duas portas oferece três modos de condução: Normal, Sport e Track. Neste último, que é o modo de pista, as configurações básicas podem ser ajus-

tadas individualmente por cada motorista. Há vários estágios, por exemplo, para o movimento dos amortecedores. Vários ajustes estão no próprio volante, bem à mão do motorista.

Claro que, como todo carro moderno, mesmo feito com o conceito de automobilismo, o novo Porsche 911 GT3 RS também oferece displays digitais e eles são configuráveis. Se o motorista quiser, pode deixar as telas somente com as informações essenciais do carro. Afinal, em altas velocidades, quanto menos desvios de atenção, melhor.

O motor do Porsche 911 GT3 RS é um 4.0 de seis cilindros boxer, ou seja, há três cilindros de cada lado e eles estão em posição horizontal (não em V ou em linha). O câmbio automático de 7 marchas

é considerado uma joia da engenharia automobilística. Ele é conhecido como PDK, pois esta é a sigla de Porsche Doppelkupplung (Acoplamento Duplo da Porsche ou dupla embreagem).

Assim como na parte aerodinâmica e nas suspensões, muitos itens do motor vêm do automobilismo. Com o uso de materiais leves de alta resistência, a Porsche conseguiu deixar o carro com apenas 1.450 kg. Sabe o que é isso? Sua relação peso/potência é de apenas 2,76 kg/cv. Fantástico. O torque é de 465 Nm. Por isso, o novo GT3 RS acelera de 0 a 100 km/h em apenas 3,2 segundos e atinge 296 km/h de velocidade máxima. Mas não pense que a potência e o torque vêm de graça: é preciso levar o motor a 8.500 rpm para extrair a cavalaria máxima e a 9.000 giros para dispor da força total. Isso significa sair dirigindo como um alucinado, por isso não são todos os clientes que conseguem tirar tudo de um 911 GT3 RS.

Os freios são de cerâmica, com discos enormes, maiores e mais espessos do que já eram, pois é preciso alta capacidade e resistência ao calor para segurar este foguete embalado. Os discos dianteiros foram aumentados para 410 mm, e os traseiros agora têm 390 mm. Nas rodas e pneus acontece o contrário – são maiores e mais largos atrás, pois com tanta potência, o carro tenderia a escapar de traseira. Os pneus dianteiros têm medida 275/35 em rodas de 20", e os traseiros são 335/30 em rodas de 21". Ou seja: a largura dos pneus traseiros é maior do que uma régua escolar (30 cm).

O interior do Porsche GT3 RS é clássico, em couro preto e carbono visível. O cinto do motorista é de seis pontos, pois faz parte do pacote Clubsport, que a Porsche incluiu sem custo adicional para os clientes do Brasil (há ainda barra estabilizadora de aço e extintor de incêndio de 2 kg). Acredite se quiser, é possível "apimentar" ainda mais o GT3 RS com o pacote Weissach, que tem custo extra, com mais carbono visível e algumas peças com materiais ultraleves e resistentes. Só este pacote Weissach custa R\$ 275.659 (o que elevaria o preço do carro a quase R\$ 2,045 milhões).

A FÁBRICA DE RELÓGIOS DA PORSCHE EM SOLOTHUM, NA SUÍÇA, DESENVOLVEU UM RELÓGIO MECÂNICO RESERVADO EXCLUSIVAMENTE AOS PROPRIETÁRIOS DO VEÍCULO.



Finalmente, como não poderia faltar num Porsche, a marcação do tempo é fundamental. Por isso, a fábrica de relógios da Porsche em Solothum, na Suíça, desenvolveu um relógio mecânico reservado exclusivamente aos proprietários do veículo. A base do cronógrafo 911 GT3 RS tem a caixa jateada com contas de vidro feita de titânio natural ou titânio preto com uma coroa aparafusada. É ou não é um Porsche para campeões? 🏆



FOTOS: DIVULGAÇÃO

O NOVO 911 GT3 FOI FEITO COM MATERIAIS LEVES DE ALTA RESISTÊNCIA



REFÚGIO GAÚCHO

O CASTELO SAINT ANDREWS MANTÉM ALTO NÍVEL HOTELEIRO E APOSTA NAS EXPERIÊNCIAS

O Castelo Saint Andrews, em Gramado, é o único Relais & Chateaux de montanha do Brasil e destino certo em uma visita à cidade gaúcha. Com vista estonteante para o Vale do Quilombo, a propriedade oferece muito além do serviço cuidadoso e acomodações confortáveis. Ao hospedar-se no hotel, é possível desfrutar de experiências para diferentes perfis de viajantes, mas destaque as enogastrômicas, como os festivais Veuve Clicquot, Moët & Chandon e também a batizada de “Barons Rotschild no Verão Romântico”, que acontece no próximo mês de janeiro.

A cozinha da propriedade está sob comando de Fernando Becker, que acaba de retornar de uma temporada de aperfeiçoamento na Suíça, e deve ser desfrutada em momentos distintos: seja no café da manhã, que pode ser apreciado ao ar livre, ou nas refeições principais, no Restaurante Primrose, que tem menu autoral e uma adega, onde também é possível ter um jantar especial entre amigos.

Os jardins, repletos de flores de jasmim – que garantem um aroma inebriante, possuem também gazebos espalhados, que garantem romantismo e privacidade. Um momento especial, o Piquenique Colonial também é servido em contato com a natureza. ☺

FOTO: DIVULGAÇÃO

INSIDER: PARIS

Edis Lima sempre teve grande apreço por cultura, arte e história. Quando viajou para a França pela primeira vez, sua paixão pelo patrimônio do país foi quase imediata, o que fez com que decidisse estudar intensivamente a história local. Após meses de pesquisa e um processo concorrido, foi selecionada para o curso de guia conferencista nacional na Universidade Paris-Est Marne-la-Vallée. Hoje, como guia cultural certificada, é referência no turismo cultural francês e comanda o Bem in Paris, uma empresa focada em visitas guiadas no país. Apaixonada pela cidade-luz, ela compartilhou algumas dicas que fogem do óbvio, todas localizadas no Palais Royal.

Geralmente, o turista passa despercebido por esse local, o que é uma grande pena, pois é um dos pontos mais interessantes de Paris. O Palais Royal tem origem no século 17, encomendado como Palácio Cardeal, pelo cardeal Richelieu, ministro de Luís XIII. Foi palco de manifestações que culminaram na Revolução Francesa e, mais tarde, tornou-se um centro cultural da vida parisiense e local, onde surgiram as primeiras boutiques de moda.

O QUE FAZER NO PALAIS ROYAL?



ADMIRAR AS COLUNAS DE BUREN

A grande atração do Palais Royal, sem sombra de dúvida, é a obra de arte do artista contemporâneo francês Daniel Buren. O conjunto de 260 colunas de mármore de Carrara e de mármore preto e branco dos Pirineus foi inaugurado em 1986. As colunas em preto e branco dão o tom ao pátio do Palais Royal, atraindo a atenção de adultos e crianças, que adoram brincar e correr entre elas.

FOTOS: REPRODUÇÃO

CAMINHAR SEM PRESSA

Sede atual do Conselho de Estado, do Conselho Constitucional e do Ministério da Cultura, o Palais Royal é um local de representação do poder institucional, mas também se tornou um centro de compras. Apenas passar um tempo andando no local pode resultar em grandes descobertas. Além disso, o jardim com alamedas é o local ideal para fazer uma pausa à sombra de uma árvore ou descansar um momento perto da fonte central, onde os parisienses adoram ficar para ler um livro ou até tirar um cochilo com o rosto virado para o sol.



VISITAR LOJAS IMPERDÍVEIS. AS INDICAÇÕES SÃO:

- A loja do designer de sapatos Manolo Blahnik, que fica no mesmo endereço da antiga sede do Café Corrazza, fundado em 1787 e frequentado por Josefina e Napoleão Bonaparte e outras figuras da elite do século 18 na França;
- Didier Ludot, um templo do vintage de luxo. A loja é referência em verdadeiras peças de coleções Dior, Chanel, YSL, entre outras. Tudo em perfeito estado;
- Serge Lutens é um dos mais talentosos e admirados perfumistas dos dias atuais na França e tem um endereço que é uma verdadeira joia na Galérie de Montpensier, do Palais Royal. ☺

MENUS DE CONFIANÇA

AO LONGO DE CINCO MESES, O JANEIRO HOTEL RECEBERÁ DIVERSOS CHEFS DA CULINÁRIA JAPONESA PARA EXPERIÊNCIAS GASTRONÔMICAS BASEADAS NO CONCEITO DE DEGUSTAÇÃO "OMAKASE"

Em tradução livre, "omakase" significa "eu confio em você". Para o universo gastronômico, o conceito é muito simples: o cliente confia no chef e deixa para ele a escolha dos melhores e mais frescos pratos para preencher o menu. Ao longo de cinco meses, o JANEIRO Hotel, no bairro do Leblon, disponibilizará o último andar de seu edifício – sob a vista deslumbrante da cidade –, para o projeto OMAKASE, que, por meio de um restaurante pop-up, busca valorizar a cultura japonesa com jantares especiais assinados por chefs renomados.

A iniciativa, que começou em setembro e segue até janeiro, foi idealizada por Oskar Metsavaht, dono do hotel, e conta com a curadoria de Telma Shiraishi, que comanda o restaurante Aizomê na capital paulista. Dessa forma, a cada mês, durante três noites, um restaurante e seu respectivo chef servirá um menu degustação "Omakase" para apenas oito pessoas por vez. A programação de jantares prevê Flavio Miyamura (Dasian), André Saburo (Quina do Futuro), Edson Yamashita (Ryo Gastronomia), Gérard Barberan (Kuro) e a dupla Kaori Muranaka (Quito Quito) e Fábio Moon. As reservas são realizadas antecipadamente através do site oficial. 



ESSÊNCIA COSMOPOLITA

CULTURA, LAZER E SOFISTICAÇÃO DEFINEM O NOVO HOTEL URBANO SOMMERRO, EM OSLO

No início de setembro, foi inaugurado o Sommerro, novo hotel de luxo do grupo Preferred Hotels & Resorts, localizado no centro de Frogner, no West End de Oslo, na Noruega. O edifício ocupa a antiga sede da Oslo Lysverker, uma empresa elétrica norueguesa, e reforça no bairro uma atmosfera criativa, típica do patrimônio cultural do país. Com estilo Art Déco, o hotel conta com 231 quartos, 56 residências da marca, sete restaurantes e bares, espaços para reuniões e eventos que acomodam até 150 pessoas, teatro de 100 lugares, espaço de bem-estar com uma academia totalmente equipada, bem como piscina, sauna e terraço na cobertura. A sustentabilidade e a cultura também são grandes destaques visto que, além de utilizar matérias-primas ecológicas para seus produtos e serviços, o Sommerro é operado 100% com energia renovável e realiza periodicamente diferentes atividades imersivas em seus espaços sociais, como performances de músicos icônicos e uma série de Brunch & Film Classics. 

FOTOS: RUBEN KATO; FRANCISCO NOGUEIRA

Simple e criativo

por Iaís campos

Jean-Philippe Blondet é chef executivo do três estrelas Michelin, Alain Ducasse at The Dorchester, em Londres, há 7 anos. Seu trabalho com Ducasse, no entanto, começou há mais de uma década, uma vez que atuaram juntos em outros estabelecimentos pelo mundo. Descontraído e criativo são bons adjetivos para definir Blondet, que com um sorriso no rosto e senso de humor, contou à *Versatille* um pouco sobre sua trajetória e criações no restaurante estrelado.

Versatille: O que te motivou a se tornar um chef?

Jean-Philippe Blondet: É difícil responder essa pergunta porque eu nunca pensei sobre o que eu queria fazer. Desde muito novo, me apaixonei pela comida, comecei a comer de tudo e costumava ir aos mercados e perguntar ao dono porque um alface era mais caro ou mais verde do que o outro...

V: Como você descreveria um prato digno de três estrelas Michelin?

JB: É necessário ter a melhor qualidade do produto da estação. Além disso, o sabor tem de ser bastante preciso e consistente em cada um dos pratos. Um pouco de técnica, claro, porque será apresentado, mas o mais importante é que os clientes sintam uma conexão emocional com o prato.

V: Qual foi a melhor lição que você aprendeu com Alain Ducasse?

JB: Eu aprendi muito sobre o ponto de vista humano, de não ter pressa e dar um passo de cada vez. Hoje em dia, muitos jovens chefs – até eu, 30 anos atrás – querem crescer rápido profissionalmente. Muitas vezes você acha que está pronto para o próximo passo, quando ainda não está. Alain me disse: "Jean Philippe, acalme-se um pouco, estabeleça suas raízes e, quando as tiver construído propriamente, vá em frente".

V: Que tipo de experiência você busca proporcionar aos clientes?

JB: Quando os clientes vêm aqui, suas expectativas estão altas, mas nós tentamos não pensar nelas, e sim ir além. Eles ficarão aqui por três horas, então precisamos criar memórias que permanecerão em suas mentes para sempre. Nós somos "criadores de memórias".



JEAN-PHILIPPE BLONDET, CHEF EXECUTIVO DO ALAIN DUCASSE AT THE DORCHESTER, EM LONDRES

V: Se puder citar algo que os clientes não encontrarão em qualquer outro restaurante, o que seria?

JB: Todos os meus pratos – risos. Eu mudo o menu a cada cinco ou seis semanas. A filosofia da minha cozinha é baseada em vegetais. Primeiro focamos no vegetal, depois o combinamos com alguma proteína. Quanto mais básico o alimento é, mais desafiador.

V: Como você vê o atual momento da alta gastronomia?

JB: A alta gastronomia não está desaparecendo, mas vamos ver cada vez menos restaurantes dessa categoria. Agora há mais restaurantes de entretenimento, onde as pessoas vão para comer, mas também festejar, beber e ouvir música. Os investidores estão buscando negócios que irão gerar receita mais facilmente, como esses estilos que mencionei. 

Próximo desembarque: **Catar**

SOB FORTE HOLOFOTE POR CONTA DA COPA DO MUNDO,
O PAÍS ÁRABE É CONHECIDO COMO A PÉROLA DO
ORIENTE MÉDIO POR SUA RIQUEZA CULTURAL

por **beatriz calais** e **marcella fonseca**

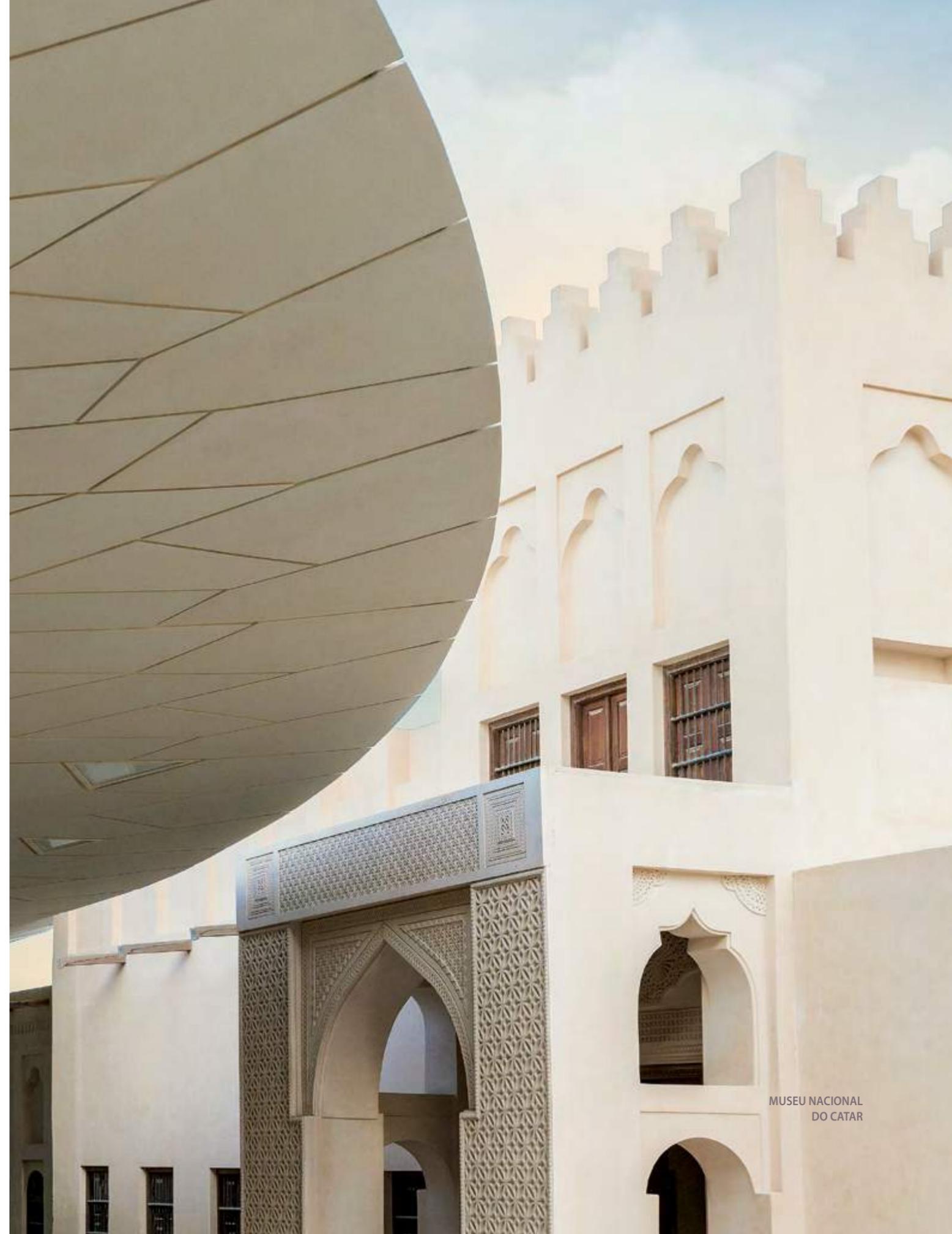
Que todo brasileiro ama torcer na Copa do Mundo não é novidade para ninguém. Mas que a disputa do tão sonhado hexa será em um país do Oriente Médio, isso, sim, foge do clichê. Desde que o Catar foi escolhido pela Fifa para sediar o evento, os olhos do mundo estão voltados para o país, pequeno em extensão territorial e grandioso em riquezas e cultura.

O Catar é considerado um dos países mais ricos do mundo graças à grande quantidade de petróleo e gás natural que existe em seu solo. A prosperidade do lugar atrai diversos estrangeiros que buscam uma vida melhor. Prova disso é que 75% da população não é nativa. Não é nada incomum ouvir diferentes línguas e sotaques – principalmente inglês – em terras catari, o que facilita muito a vida de quem decidiu acompanhar o campeonato de perto.

Da cidade mais tecnológica do mundo a uma incrível extensão de dunas que abrigam tradições milenares, os visitantes terão muito o que fazer além de vibrar com os jogos, que começam no dia 20 de novembro, com uma partida entre Catar e Equador, e são encerrados em 18 de dezembro. Museus, shoppings, mercados e até corridas de falcões fazem parte de um roteiro inesquecível pelo país de apenas 11 mil quilômetros quadrados.

A *Versatille* fez um guia para quem busca imergir na cultura catari e se preparar para aproveitar a Copa do Mundo da melhor forma possível. Confira, a seguir, dicas de passeios, restaurantes e hotéis, além de curiosidades sobre a cultura e as regras do país.

FOTO: IWAN BAAN



MUSEU NACIONAL
DO CATAR

AHLAN, CATAR

As-salaam 'alaykum ou, em tradução literal, “que a paz esteja com você” é o jeito mais formal de cumprimentar um árabe, mas, para algo mais rápido, um *ahlan* – que significa “olá” – também é bem recebido. Por mais que o inglês seja totalmente difundido no país e um simples “hello” seja compreendido por todos, saber algumas frases de apresentação na língua nativa mostra respeito.

Quando se trata de respeito, há algumas diferenças culturais a que os brasileiros precisam se atentar antes de visitar o país. Demonstrar afeto em público – independentemente do sexo –, consumir bebida alcoólica fora dos locais autorizados e fotografar os cidadãos sem pedir permissão são atitudes malvistas no país. “O estrangeiro não é obrigado a usar as vestimentas típicas, que são abaya (feminino) ou thobe (masculino), mas deve se vestir de forma discreta”, explica Bruna Bravard, guia brasileira que mora no Catar há sete anos e cuida da página Conexão Qatar (@conexaoqatar), no Instagram.

ABAIXO, O PÔR DO SOL VISTO DO DESERTO. NA PÁGINA AO LADO, NO TOPO, AL ZUBARAH. ABAIXO, A PRAIA KHOR AL ADAID

Para Bruna, uma dica valiosa é andar com um lenço na bolsa, já que, para entrar em mesquitas e em algumas atrações mais tradicionais, as mulheres devem cobrir o cabelo e os ombros e os homens não podem mostrar os joelhos. Regido pelo Islã, o Catar possui leis e costumes que diferem da cultura brasileira. Por mais que a religião esteja presente no Brasil – segundo o Censo de 2010, 0,02% da população é muçulmana –, ela ainda é pouco conhecida e, muitas vezes, mal interpretada.

“A Copa é uma oportunidade bem legal para desmistificar muitas coisas sobre a cultura islâmica”, diz Mariam Chami, influencer brasileira muçulmana que falou com a *Versatille* sobre sua recente viagem ao país. “Quando saímos do Brasil, queremos conhecer outra cultura, então realmente precisamos nos desprender das diferenças e respeitar os costumes de cada lugar. Essa é a beleza de viajar.”

Em sua visão, estar com a mente aberta para imergir no dia a dia do povo local é um dos pré-requisitos para a viagem ao Catar. “O hijab, por exemplo, é uma veste para nós, mulheres muçulmanas. Não é obrigatório para turistas, mas acho legal para quem quer sentir como é. Maria, mãe de Jesus, usava lenço, então usar o hijab não é uma apropriação cultural”, explica.

No entanto, estar disponível para novas experiências não é a única exigência para entrar no Catar, e Bruna listou alguns documentos necessários para ingressar no país (segundo última checagem, realizada em 13 de outubro de 2022).



DOCUMENTOS NECESSÁRIOS

- PCR feito 48h antes de chegar ao país ou 24h antes do embarque para Doha;
- Preencher o Etheraz com pelo menos três dias de antecedência com o certificado de vacinação em inglês (disponibilizado pelo Conect Sus);
- Ingresso para os jogos e o Hayya Card (Fan ID), caso o motivo da viagem seja a Copa do Mundo;
- Reserva do hotel;
- Cópia do passaporte;
- Não há necessidade de visto caso o período de permanência seja de até 30 dias.

O QUE FAZER NO CATAR

Visitar Al Zubarah

Em antigos mapas do mundo árabe de Ptolomeu, o nome “Qatara” era usado para designar a região que hoje é conhecida como Al Zubarah. Patrimônio Mundial declarado pela Unesco, as ruínas são um importante sítio arqueológico. Além do nome – que deriva dessa região –, o local foi de suma importância para a economia do país, que se baseava na pesca de pérolas antes da descoberta do gás e do petróleo. “Visitar Al Zubarah é conhecer um Catar que poucos conhecem”, afirma Bruna sobre o passeio.

Desvendar o deserto

Ainda no meio do deserto, assistir a uma corrida de falcões pode ser incrivelmente interessante. Tradição milenar árabe, a ave de rapina foi um animal essencial para a sobrevivência dos nômades do país, já que ajudava seus donos a caçarem pequenas presas em meio à areia. Hoje em dia, possuir um falcão é sinal de riqueza, e poder assistir à competição é um show à parte. O emir Tamim bin Hamad Al Thani, autoridade máxima do país, sempre participa da corrida com seus animais bem treinados.



Mas, se você procura momentos de paz, a praia Khor Al Adaid – bem no meio do deserto – é o escape perfeito para fugir do agito. Pela manhã, a água avança pela areia, transformando o espaço em um pequeno resort pessoal. Ali, é possível observar pássaros locais e animais que provavelmente você nunca verá nas Américas, como o órix. A “visita” desses anfitriões torna ainda mais memorável o pôr do Sol, que faz com que as dunas magicamente troquem de cor. Passeios de camelo e visitas aos povos nômades que ainda carregam as tradições do país também podem ser incluídos em seu roteiro.



FOTOS: GETTY IMAGES; DIVULGAÇÃO



Conhecer os museus e a Biblioteca Nacional

Longe do deserto, na moderna cidade de Doha, deixar de incluir um museu no roteiro é como ir a Paris e não ver a Torre Eiffel. O governo catari investe muito na cultura local, e isso se reflete nas grandes construções que preservam a história do país. O Museu de Arte Islâmica guarda a história de mais de 1.400 anos do Oriente Médio, e o conhecimento passado nos acervos ajuda a desmistificar os “preconceitos” que cercam a região. Criado pelo premiado Ieoh Ming Pei, o MIA se destaca por sua belíssima arquitetura, com o prédio de cinco andares seguindo a linha de tons creme da cidade e capturando a mudança das luzes durante o dia.

As paredes decoradas do Museu Nacional do Catar (National Museum of Qatar – NMoQ), projetadas pelo francês Jean Nouvel, também são de encher os olhos. Construído em volta do antigo palácio do sheik Abdullah bin Jassim Al Thani (antigo emir do país), o prédio foi cuidadosamente restaurado para que os visitantes pudessem percorrer suas dependências. O local é uma impressionante galeria, e também conta com auditório, dois restaurantes, um café e um laboratório de pesquisas para os entusiastas explorarem a biodiversidade local e seu papel fundamental na cultura do país.

Em Al Rayyan, um pouco mais afastado do centro, fica a Cidade da Educação de Doha, que abriga a Biblioteca Nacional do Qatar e os campi das mais importantes universidades de todo o mundo. Inaugura-



NO TOPO DA PÁGINA, O MUSEU DE ARTE ISLÂMICA. ACIMA, A GALERIES LAFAYETTE

da em 2018, a biblioteca surpreende pela arquitetura e pelo acervo que mantém: são 800 mil livros físicos e mais de meio milhão de livros digitais em uma área de 42 mil metros quadrados. É a mais importante coleção de textos e manuscritos da civilização árabe-islâmica do Oriente Médio. “Ela é muito linda e tecnológica. Uma visita imperdível”, indica Mariam.

Perder-se no luxo local

É claro que o Catar, como o quarto país mais rico do mundo, não decepcionaria na qualidade de seu mercado de luxo. Ao visitar o país, é possível acessar diversos espaços de compra, como a famosa Galeries Lafayette – com as maiores grifes do mundo – e os shoppings Villaggio Mall e Alhazm Mall. Para quem busca uma experiência ainda mais diferenciada, também há o Gold Souq, mercado de ouro local que é reconhecido por oferecer joias rigorosamente regulamentadas. Todo o ouro e as gemas vendidos no complexo são pesados na frente do comprador, sendo previamente testados e garantindo assim a pureza do metal.

GASTRONOMIA CATARI

A tradicionalidade do Souq Waqif

Em meio à modernidade da cidade, o Souq Waqif se destaca, com sua arquitetura árabe tradicional e seus corredores que parecem infinitos. O clássico mercado está repleto de hotéis, bancas de artesanato, uma seleção completa de itens de falcoaria e, é claro, restaurantes. “Acredito que, por meio da culinária, conhecemos mais a história e as memórias de um país”, afirma Bruna.

Ao visitar o local, é indispensável conhecer Shay Al-Shoomous, primeiro restaurante do país comandado por uma mulher catari. Shams AlQassabi, uma avó árabe tradicional, revolucionou o setor gastronômico do Catar e está à frente do restaurante que hoje conta com 248 lugares – e está sempre cheio. Mariam, que chegou a entrevistá-la para seu canal no Instagram, ressalta o cardápio recheado de comidas típicas e a personalidade empreendedora da chef. Ao lado do restaurante, ela também comanda uma loja de especiarias com os melhores temperos da região.

Sabores iranianos no Parisa

Para conhecer a cultura local por meio da culinária, o Parisa é a indicação certa tanto de Bruna quanto de Mariam. Entre tantas opções no menu, destacam-se o Kabab-e Shashlik, cordeiro marinado com cebolas caramelizadas e tomates grelhados, e o Akbar Jooje, prato signature da casa, que leva frango marinado com açafrão persa e molho de romã.

FOTOS: GETTY IMAGES; DIVULGAÇÃO



CURIOSIDADES LOCAIS

- Grande parte das construções e casas no Catar é bege, para não mostrar tanto a poeira, já que chove pouco;
- Para ajudar a combater o calor do país, há ar-condicionado em diversos ambientes abertos (nas calçadas e nos assentos dos estádios de futebol, por exemplo);
- A colheita de pérolas é uma das tradições mais antigas do Catar. Em um passeio de barco em Doha, é possível tentar a sorte e realizar a experiência;
- O transporte público funciona muito bem no Catar. No metrô, há vagões de primeira classe e espaços reservados para famílias e mulheres;
- Dá para saber se uma pessoa tem muito dinheiro ao observar a quantidade de números em sua placa do carro: quanto menos número, mais dinheiro. Eles pagam por esse diferencial;
- Não dê as costas nem mostre a sola do sapato para algum catari: isso é um gesto ofensivo;
- Sempre receba as coisas com a mão direita. A mão esquerda é usada para higiene pessoal;
- Por ser um país muçulmano, não há o costume de comer carne de porco por lá. Não espere encontrar um hambúrguer com bacon.



Alain Ducasse no Oriente Médio

Na parte moderna, entre um skyline e outro, o IDAM, primeiro restaurante de Alain Ducasse no Oriente Médio, chama a atenção por estar no topo do Museu de Arte Islâmica. Com um menu sofisticado, o restaurante se propõe a servir pratos contemporâneos mediterrâneos preparados com sabores árabes. Com cardápio sazonal e original, o prato assinatura do chef leva a macia carne de camelo, que demora seis dias para ficar pronta e que pode ser experimentada no quarto de seu hotel, já que o restaurante também tem delivery.



Um mix entre Espanha e Catar

O Bibo, do estrelado Dani Garcia, também é uma ótima pedida. Com pratos que mesclam receitas espanholas da Andaluzia com as vivências pessoais do chef três-estrelas *Michelin*, a combinação dos sabores tradicionais mediterrâneos com o toque catari é uma verdadeira viagem pelas paixões do cozinheiro. E, já que estamos falando dessa bela mistura, não deixe de experimentar o Loo-Manic, mocktail feito de chá loomi (limão seco), maracujá, laranja e refrigerante de gengibre. Mas, caso queira algo mais forte, a casa também serve drinques clássicos, que podem ser pedidos para acompanhar as deliciosas tapas.

ONDE FICAR

Para atender ao grande número de turistas por conta da Copa do Mundo, mais de 15 navios de cruzeiro também servirão como hotéis flutuantes, dando um impulso ao setor de hotelaria. Veja, na página ao lado, indicações de hotéis tradicionais de luxo. 📍

FOTOS: DIVULGAÇÃO



Souq Waqif Boutique Hotels by Tivoli



NO TOPO DA PÁGINA, SHAMA ALQASSABI. ACIMA, O RESTAURANTE PARISA. AO LADO, TAPAS DO BIBO, CASA DO CHEF ESTRELADO DANI GARCIA



Four Seasons Hotel Doha



The St. Regis Doha



Mandarin Oriental, Doha

O SERTÃO É DO TAMANHO DO MUNDO

NO MEIO DO CERRADO, A POUSADA TRIJUNÇÃO OFERECE UMA EXPERIÊNCIA IMERSIVA EM UM DOS BIOMAS MAIS RICOS DO PLANETA

por beatriz calais



NA PÁGINA AO LADO, BURITI, UM DOS MAIORES LOBOS-GUARÁS AVISTADOS NAS PROXIMIDADES. ACIMA, A POUSADA TRIJUNÇÃO

“Ouviu isso?”, perguntou Elisângela, a terapeuta, durante a massagem no spa da Pousada Trijunção. “Vamos sair para tentar ver?”, questionou ela novamente após o barulho ter se repetido. No meio do cerrado, é claro que esse é um convite irrecusável. Em poucos segundos, já estávamos na área externa do spa contando com a sorte de encontrar o lobo-guará que aulava fortemente nos entornos da pousada – o aulido é a vocalização da espécie, que, embora seja um canídeo, não uiva nem late. Ouvimos o barulho mais algumas vezes, mas nem a luz da lanterna do celular nos ajudou a enxergar o animal àquela hora da noite.

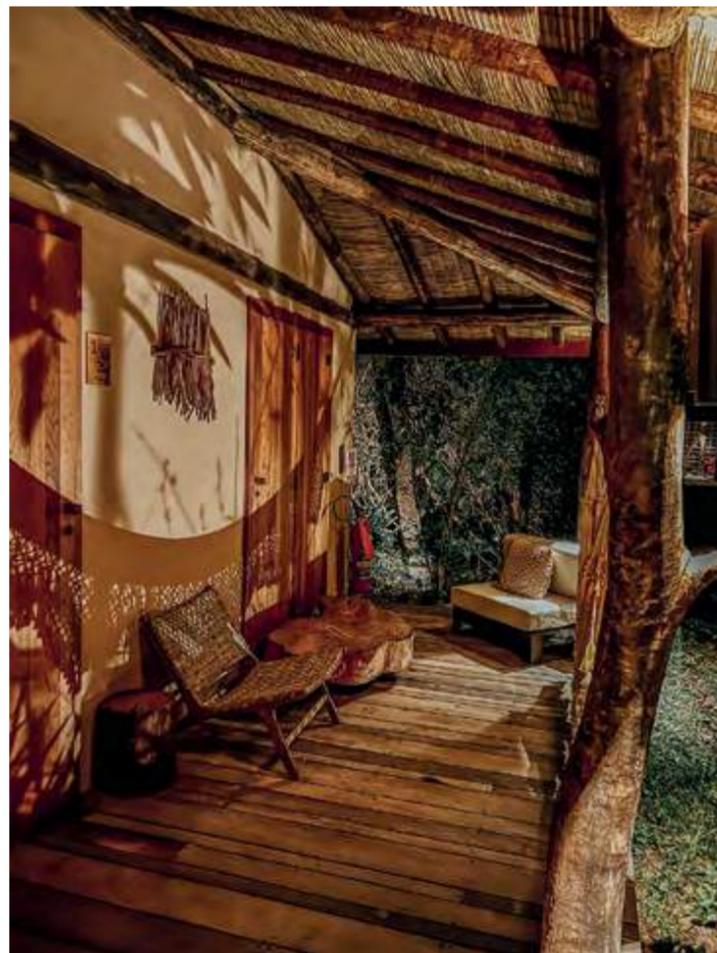
Provavelmente era Nhorinhá, a loba monitorada pela Pousada Trijunção em parceria com o projeto Onçafari. Habituada à presença dos humanos, sua toca fica perto da pousada e ela sempre aparece nos entornos para buscar água ou presas fáceis, como os preás, roedores que circulam em massa pela hospedagem. Não conseguimos vê-la naquele momento, mas só a proximidade do aulido já foi suficiente para tornar aquela terapia corporal a mais marcante da vida.

Para Elisângela, massagista de mão-cheia e curiosidade aguçada, essa oportunidade de realizar seu trabalho em meio a uma natureza tão rica é estimulante – e algumas vezes até um pouco assustadora. Na hora de voltar para a recepção da pousada, ela prefere ir sempre acompanhada e com a lanterna

acesa para não dar de cara com alguma cobra, aranha ou, quem sabe, até o próprio lobo-guará. Para quem está acostumado apenas com a selva de pedra, essa descrição realmente pode parecer assustadora, mas é exatamente nessa imersão no bioma local que a pousada guarda seus tesouros.

O encontro com animais selvagens é recorrente, mas tudo é feito com cuidado e respeito. Não há invasão ao habitat, e por isso as espécies não se sentem ameaçadas, tampouco precisam entrar em estado de alerta para se defender. Durante a visita pela Trijunção, você deixa de sentir frio na espinha pelo medo do desconhecido e começa a se arrepiar pelo privilégio de estar diante da savana mais rica em vida do planeta: o cerrado.

FOTOS: VINÍCIUS VIANNA; GABI TEMER



O SERTÃO ESTÁ EM TODA PARTE

João Guimarães Rosa revolucionou a literatura brasileira ao descrever o sertão de forma irretocável na obra *Grande Sertão: Veredas*, publicada em 1956. Após muitas andanças, o autor definiu a região da seguinte forma: “O sertão é do tamanho do mundo, o sertão está em toda parte, o sertão é dentro da gente”.

Durante a visita da *Versatille* à Pousada Trijunção, foi possível interpretar a citação sob um novo olhar. De forma poética, a hospedagem leva esse nome porque seu território fica entre três estados brasileiros: Bahia, Goiás e Minas Gerais. Essa coincidência geográfica gera a impressão de que o sertão realmente é do tamanho do mundo e está em toda parte. Muitas vezes, basta um passo para que se vivencie a experiência de estar em dois estados ao mesmo tempo.

Deixando o romantismo um pouco de lado – mas nem tanto –, também é possível interpretar

DA ESQUERDA PARA A DIREITA, A PISCINA DA POUSADA, A SALA, A VARANDA DA SUÍTE PREMIUM E A ÁREA EXTERNA PERTO DO RESTAURANTE

a citação de que “o sertão é do tamanho do mundo” a partir da riqueza de descobertas que um passeio pelo local propicia. No segundo dia, os visitantes já tinham perdido a noção de tempo e se questionavam se aquelas fotos no celular realmente eram do dia anterior. “Mas parece que já estamos aqui há tanto tempo!”, era a frase mais falada entre as atividades do dia.

Isso também acontecia pela mudança de rotina durante a viagem. Entregues à natureza, era preciso seguir o horário dos animais e das estrelas para realizar os passeios. Alguns começavam às 5h30, por conta do nascer do Sol, enquanto outros só podiam ser iniciados após ele se pôr, para seguir a rotina noturna dos animais silvestres. Durante a tarde, quando não se estava na estrada, sobrava tempo para aproveitar as comodidades da pousada.

Com apenas sete suítes, a ideia da hospedagem gerida por João Soares de Sampaio é oferecer um espaço intimista e de intenso contato com o meio ambiente. A piscina e o spa têm vista para a vegetação do cerrado, o que gera uma paz instantânea, junto ao canto dos passarinhos e à presença de saguis e lagartos da região.

Quando se trata de serotonina, o hormônio da felicidade, a gastronomia local também faz um belo trabalho. O serviço é all inclusive – com apenas bebidas alcoólicas à parte –, e o cardápio, criado pelo chef executivo Fabian Sasso, conta com pratos como picadinho do cerrado, nhoque de ricota com taioba, galinhada com pequi e barriga de porco marinada com caju e limão e servida com purê de banana-da-terra, farofa de cebola queimada e redução de açaí. Para quem busca fazer um “check list” e pedir todas as opções do menu, o difícil é resistir à tentação de repetir alguns pratos.

Com menção honrosa, destaque o delicioso arroz de carne-seca com abóbora assada, queijo coalho e couve frita; e a sobremesa, suflê de goiabada com requeijão. Para beber, vale experimentar o mojito de cajá e a caipirinha de cagaita

(fruto típico do cerrado), além dos tantos sucos naturais que refrescam o dia. Sobre o calor, ressalto que o bioma possui clima desértico, então não é possível se deixar enganar pelas altas temperaturas que chegam a 35° C durante o dia. No período da noite, ela chega a cair para 15° C.

São tantas particularidades que fica até difícil descrever a vivência no cerrado em apenas uma matéria – o que explica as mais de 600 páginas de *Grande Sertão: Veredas*. Com menos genialidade do que o autor, porém, é possível montar um guia de “volta ao mundo do cerrado” para quem busca visitar a Pousada Trijunção e passar alguns dias imerso na natureza.

UMA VOLTA PELO CERRADO Safaris de avistamento silvestre

Em alguns momentos, o aulido é a única proximidade do turista com o lobo-guará. Mas é muito difícil visitar a pousada e não ver nenhum lobo durante a estadia. Diferentemente da onça-parda (outra espécie local), os lobos-guarás estão habituados com o movimento da região por conta do projeto Onçafari, que monitora os animais com o objetivo de enten-

FOTOS: DIVULGAÇÃO



der seu comportamento e ajudar em sua preservação. Até o momento, já foram 13 espécimes identificados no território. Os mais avistados são Nhorinhá e Buriti, fêmea e macho que dominam o entorno da hospedagem.

Durante o passeio no carro do Onçafari, as biólogas do projeto buscam pelos animais por meio do GPS do colar de monitoramento. O cerrado, no entanto, é um ambiente de surpresas, então também é possível encontrar o mamífero durante outros passeios. Na visita da *Versatille*, foi durante a passarinhada com o biólogo Vinícius Vianna que Nhorinhá decidiu aparecer. O foco era conhecer algumas das 850 espécies de pássaros do cerrado, como joão-bobo, joão-de-pau e bacurau – o que fizemos –, mas assumo que a loba roubou um pouco a cena.

Durante as andanças pelas estradas, também é possível encontrar tatus, veados, cachorros-do-mato e cobras. Já no período da noite, com as lanternas em mãos, há o passeio de barco pela Lagoa das Araras, que tem como objetivo o avistamento do jacaré-anão, também conhecido como jacaré-paguá.

Trilha botânica

Embora o desmatamento já tenha impactado o bioma, o cerrado é a savana mais rica em vida do planeta, sendo reconhecido como a “caixa-d’água do Brasil”, pois nele nascem águas que abastecem grandes bacias hidrográficas do país. Além disso, são cerca de 12 mil espécies de plantas típicas da região. Na trilha botânica com o biólogo Pedro Igor Monteiro, é fácil se tornar expert no reconhecimento de algumas delas, como a caliandra, que se destaca na vegetação por seu vermelho vivo. Mais do que uma trilha, o passeio também tem um lado gastronômico, já que é possível experimentar diversas frutas regionais diretamente do pé. A lobeira, por exemplo, é a fruta favorita do lobo-guará, enquanto a cagaita tem um sabor parecido com a carambola e é ótima para fazer drinques.

Parque Nacional Grande Sertão Veredas

Para quem leu a obra de João Guimarães Rosa, o Parque Nacional Grande Sertão Veredas é um paraíso de referências. Administrado pelo Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio), o espaço preserva a vereda, um tipo de formação vegetacional do cerrado que se destaca por suas árvores mais altas. Durante a visita, o foco é conhecer novos cenários do bioma enquanto se aproveita um piquenique ao lado do Rio Itaguazinho, que é extremamente cristalino e refrescante.

DE CIMA PARA BAIXO, VEADO-CAMPEIRO, CACHORRO-DO-MATO, SAGUI-DE-TUFOS-PRETOS E JACARÉ-ANÃO. NA PÁGINA AO LADO, O NASCER DO SOL NA LAGOA DAS ARARAS

Fazenda Santa Luzia

A pousada visitada pela *Versatille* fica dentro da Fazenda Trijunção, que possui, ao todo, 33 mil hectares. Na fazenda, especificamente, há 3.333 hectares para produção aberta. Allan Figueiredo, gerente administrativo do local, brinca que a coincidência numérica não passa de um acaso do destino. Responsável por todos os índices produtivos da propriedade, o zootecnista gosta de falar sobre a ocorrência divertida para os visitantes – mas seu orgulho mesmo é ressaltar o selo de boas práticas agropecuárias concedido ao local pela Embrapa. Para ele, esse é um belo exemplo de como é possível crescer economicamente com responsabilidade ambiental. Além do manejo de bois para corte, a fazenda possui alguns espaços para testes e estudos do solo. As parreiras, por exemplo, são um esforço para o ingresso da região no universo da enologia. Com a futura produção de vinhos de inverno, o objetivo é diversificar ainda mais as opções de renda e turismo no local.

Criadouro conservacionista

O criadouro conservacionista surgiu em 2001, após a fazenda ter ingressado no Plano Nacional de Conservação dos Cervídeos, tendo como objetivo o auxílio na manutenção de animais silvestres em condições adequadas de cativeiro e o subsídio no desenvolvimento de estudos. Catetos, queixadas, antas, emas, veados-catingueiros e jabutis são os animais que fazem parte da iniciativa. Uma das parcerias do espaço é com o projeto Refauna, que busca reintroduzir as antas da fazenda na mata atlântica do Rio de Janeiro. Ao lado do espaço conservacionista, também há o criadouro comercial, onde animais como emas e jabutis são criados para o comércio, a fim de reduzir a retirada ilegal da natureza. O objetivo, nesse caso, é buscar equilíbrio ambiental e econômico. Já durante a visita aos dois criadouros, o foco é oferecer um passeio de educação ambiental, principalmente para as crianças.

Pôr do Sol no Mirante do Marco do IBGE

Por conta da altitude em que está, o Mirante do Marco do IBGE tem uma vista impactante para a vegetação do cerrado. No pôr do Sol, horário comumente agendado para o passeio, a vista nas alturas oferece um cenário diferente

do que os visitantes conhecem durante os passeios de carro pelos entornos da pousada. Além do show da natureza, o local marca o ponto de encontro entre Bahia, Goiás e Minas Gerais – basta esticar as pernas e os braços para estar nos três estados ao mesmo tempo. Perto do marco, também há uma capela com a imagem de São Francisco de Assis, padroeiro dos animais, ao lado de um lobo-guará (alguns pedidos de casamento já foram feitos por lá). No entanto, para quem visita o local sem intenções matrimoniais, a pousada oferece o serviço de café da tarde com vista para o pôr do Sol.

Lagoa das Araras

A Lagoa das Araras, que de noite é iluminada pelos olhos dos jacarés, é palco de muitos cenários de tirar o fôlego durante o dia. Às 5h30, no nascer do Sol, o deque toma formas paradisíacas, com o céu sendo refletido em um espelho-d’água natural. A névoa da manhã e o barulho das araras acordando e sobrevoando a lagoa ajudam a deixar tudo ainda mais fantástico. É nesse cenário que a pousada costuma montar uma mesa de café da manhã para os hóspedes. Já durante a tarde, para os mais atléticos, é possível fazer uma trilha de fat bike até o local. Chegando lá, há caiaques e toalhas disponíveis. ☺



FOTOS: RENATO PITOMBO; DIVULGAÇÃO; BEATRIZ CALAIS

Um refúgio ainda maior – e melhor – na Mantiqueira

SIX SENSES BOTANIQUE IRÁ DOBRAR DE TAMANHO



ACIMA, O SIX SENSES BOTANIQUE; NA PÁGINA AO LADO, ACIMA, O SPA, E, ABAIXO, UMA DAS VILLAS

O Six Senses Botanique, o primeiro hotel Six Senses das Américas, acaba de anunciar expansão, com obras previstas para o início de 2024. O investimento, estimado em 80 milhões de reais, chega juntamente com a entrada de novos sócios. O montante será destinado às áreas comuns, o que envolve a construção de uma nova piscina e um fitness center, assim como a expansão do spa e novas quadras de beach tennis. Quanto à gastronomia, a reforma do Mina e a inauguração de um restaurante estão previstas. O retrofit das atuais suítes e villas (onde a *Versatille* se hospedou recentemente) e a adição de 20 villas à propriedade são provavelmente a parte mais aguardada dos hóspedes que buscam um refúgio aliado à hospitalidade de alto padrão.



Outra grande novidade, que será implementada em um futuro mais distante, é a adição de 13 casas de 800 metros quadrados, que terão acesso aos serviços do hotel. Todas as movimentações que buscam expandir a propriedade tiveram origem no começo de 2021, momento no qual o então Botanique foi adquirido por um grupo de investidores brasileiros, o que também culminou no gerenciamento do Six Senses. O encontro entre o hotel e a marca pode ser considerado um “casamento perfeito” graças ao viés de sustentabilidade e à valorização dos aspectos regionais e culturais de cada destino, que são destacados no Six Senses, o que são características intrínsecas desde a construção do hotel.

Privacidade, conexão com a natureza e relaxamento são pilares da hospitalidade do Six Senses Botanique, e, graças a sua localização, em meio às montanhas da Serra da Mantiqueira, é um destino ideal para visitar durante o ano inteiro. No inverno, dias ensolarados e noites frias, com grande procura dos hóspedes; e, no outono, um espetáculo das folhas, que passam a ter cores alaranjadas, avermelhadas e amareladas. Sem a necessidade de sair do hotel para as refeições, o restaurante Mina foca a cadeia produtiva local e a cozinha farm to table, com releituras contemporâneas de pratos brasileiros, e também é possível transferir toda a experiência gastronômica para a própria villa.

A Botanique Villa é uma acomodação duplex, de 220 metros quadrados, com um jardim privado de 900 metros quadrados. O quarto está no piso superior, que tem lounge com lareira – perfeito para as temperaturas baixas da serra – e também



banheira. Já no térreo está um lounge com TV e área para refeições, além de, claro, uma área externa, com outra banheira e um segundo ambiente de convivência.

Já o spa, após ser assumido pelo Six Senses, passou a seguir a filosofia integrated wellness, o que garante experiências de bem-estar que se complementam. Uma das terapias propostas, batizada de Dreamcatcher Experience, dura duas horas e meia e começa com uma massagem relaxante, seguida de meditação com tigelas tibetanas e body balance (treino que mistura pilates, ioga e tai chi chuan). ☯

FOTOS: DIVULGAÇÃO

De Marrakesh, com amor

MENOS DE UMA SEMANA NO HOTEL ROYAL MANSOUR É O SUFICIENTE PARA APAIXONAR-SE PELO DESTINO

por giulianna iodice

Existem destinos que criam uma separação clara entre aqueles que visitamos antes e os que visitaremos depois, e Marrakesh, em minha visão e experiência, se enquadra justamente como um divisor de águas entre tantos outros destinos pelo mundo. A cidade mais turística do Marrocos é uma ótima porta de entrada para um país fascinante: há estrutura, há pontos turísticos, há gastronomia de qualidade e há, também, hotelaria de alto padrão, e quando falo nisso me refiro ao Royal Mansour, hotel construído pelo atual rei do Marrocos, Mohammed VI, e que foi a “casa” da *Versatille* por quatro noites.

É de fato uma experiência única chegar a uma propriedade que tem como missão preservar e mostrar ao mundo o melhor do trabalho manual de artesãos marroquinos, assim como a arquitetura local, que por si só renderia infinitas matérias. Peço licença poética para expor, nas páginas a seguir, um diário de viagem de uma jornalista que pisou no continente africano pela primeira vez e agora se pergunta: “Por que tanta demora para chegar aqui?”.

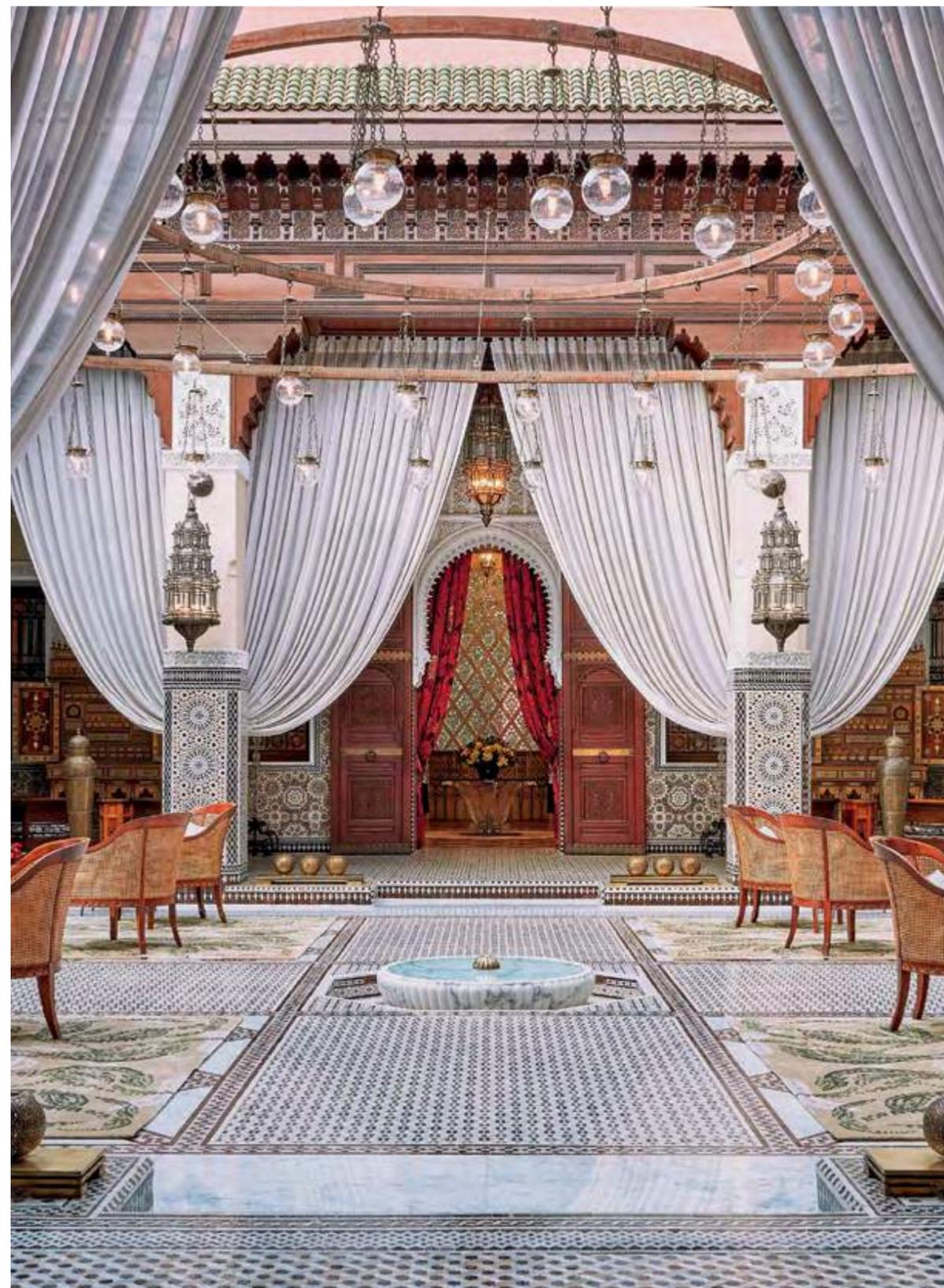


FOTO: DIVULGAÇÃO ROYAL MANSOUR



25 de setembro de 2022, dia 1

Desembarco no Aeroporto de Menara (RAK), vinda de um voo bem cedo, de Paris. As cidades, aliás, possuem diversos voos diários, e a duração da viagem entre elas é de apenas 3h15, o que pode ser considerado uma “escapada” fácil na próxima ida a França e também pode ser explicado pela extrema ligação entre as culturas francesa e marroquina, que discorrerei no decorrer do texto. Faço os trâmites de entrada no país com ajuda do serviço VIP de fast track, e chego ao lobby, onde um carro e um chofer do Royal Mansour me aguardam para o rápido trajeto (cerca de 15 minutos) até a propriedade. Para minha surpresa, chove na cidade, e, até arrisco dizer, o vento é bem gelado – o que é uma felicidade enorme para os locais. Logo no carro, aprendo pontos-chave da minha imersão que está prestes a começar: a importância da *Argania Spinosa*, que nada mais é do que a árvore espinhosa que dá origem ao óleo de argan, e as características especiais das oliveiras marroquinas. Entendo, também, a separação de Marrakesh entre a Medina, a cidade antiga e murada, fundada no século 11 pela Dinastia Násrida. O hotel está dentro dele, um trunfo enorme para explorar as atrações turísticas e também os souks, os mercados tradicionais marroquinos, com produtos locais que enchem os olhos, por sua exotividade, cores e beleza.

A primeira vista do hotel é impactante: fica nítido que quem vai ao Royal Mansour busca um refúgio com muita privacidade. As acomodações são 53 riads, todos únicos, com alguns pontos em comum entre eles, que são a fonte no pátio, os três andares e a piscina no rooftop. De resto, espere por detalhes mil, que enchem os olhos e são sempre uma descoberta durante a estadia. O primeiro dia começa com um almoço no La

Table, a brasserie francesa e contemporânea do hotel, que tem pratos leves, uma conjugação entre terra e mar, com uso de ingredientes locais. O chef Yannick Alléno, que está no comando executivo da gastronomia desde a fundação, reformulou recentemente o cardápio e o conceito do restaurante. É também lá que o café da manhã é servido, ou no conforto de seu riad. Aproveito o período da tarde para descansar, pois até então não sabia que teria um dos jantares mais memoráveis de minha vida, no La Grande Table Marocaine.

Compreender a cultura por meio da culinária

O jantar, no La Grande Table, começa pelo impactante pátio azul, no qual degustamos pela primeira vez o típico chá marroquino, que traz em sua receita tradicional chá-verde, folhas de hortelã, tabletes de açúcar e água, em uma cerimônia de muita destreza manual. O abre-alas é apenas uma pequena parte de uma refeição sem precedentes, na qual sabores inéditos se revelam em sequência de pratos compartilhados no centro da mesa. É inesquecível a pastilha de frutos do mar, que é uma torta típica marroquina (doce ou salgada), feita de camadas de massa filo, com preparo de muitas etapas. Os tagines, mais conhecidos dos brasileiros, também foram servidos. O jantar foi finalizado com sobremesas autorais, como a mousse de chocolate com óleo de argan (sim, o argan também tem sua versão comestível) e as pérolas de laranja, outra fruta imperdível de se provar no país.



26 de setembro de 2022, dia 2

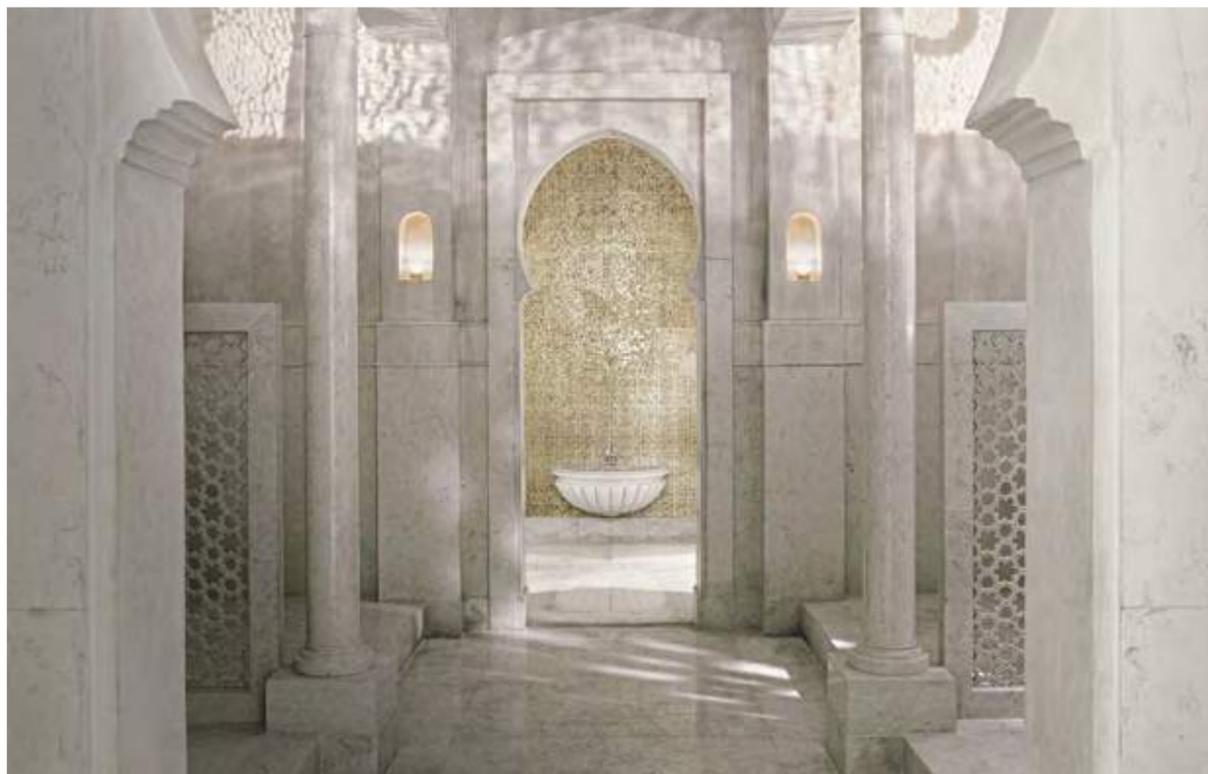
Logo cedo, é hora de conhecer – e, claro, comer – o café da manhã típico marroquino: os incríveis crepes de semolina e também os ovos shakshuka (que levam pimentão e molho de tomate). Sem muitas delongas, nós nos encaminhamos para fora do hotel com um guia, que nos leva à Mesquita Koutoubia, construída no século 12. Aqui, vale ressaltar que os visitantes podem apenas admirá-la do lado de fora, na praça dos arredores, pois a construção é apenas aberta aos muçulmanos (o que, particularmente, achei ótimo, um ato de respeito). Seguimos para a caminhada na Medina e suas ruas estreitas e vibrantes e que podem também parecer caóticas, especialmente para quem não está habituado. Chegamos então ao Palácio da Bahia, construído no fim do século 19, em estilo árabe-andaluz, um dos principais pontos turísticos de Marrakesh. Minha dica? Olhe muito para cima, para os tetos extremamente entalhados, com cores e padrões impressionantes. Ainda dentro da Medina, chegamos a um herborista de “confiança”, segundo o guia. A Herboristerie Bab Agnaou comercializa ervas e produtos naturais que valem a visita (nem que seja só pela curiosidade): remédios naturais para dores ou o mais desejado do momento, o óleo de figo da Índia, que promete botox natural, e os diferentes óleos de argan.

No jantar, chega o momento de descobrir o Sesamo, o restaurante mais recente do hotel. De culinária italiana, tem menu assinado pelo prestigiado chef Massimiliano Alajmo. O capuccino Majorelle, inspirado no Jardin Majorelle, é uma das entradas e traz, além de beleza, uma infusão interessante de tinta de lula e creme de batatas. Mais uma dica: termine o banquete italiano com o tiramisù.



NA PÁGINA AO LADO, O EXTERIOR DO HOTEL. NO TOPO, O SESAMO. AO LADO, O GRAND RIAD

FOTOS: DIVULGAÇÃO ROYAL MANSOUR



27 de setembro de 2022, dia 3

O café da manhã, servido no terceiro andar do riad, é agraciado pela infinidade de pássaros que se aproximam – muitos atraídos pelos pães e croissants dispostos na mesa, é claro – e um nascer do Sol lindo, que revela o céu azul de Marrakesh, que contrasta perfeitamente com o tom terracota característico das casas. Na sequência, ando pela propriedade, especificamente nos jardins (que foram anexados em 2016), em um caminho verde e agradável que me leva ao spa. Adentro um ambiente branco, um contraste com a maioria dos outros ambientes, que são mais escuros, e aguardo meus tratamentos: um típico hammam marroquino e, na sequência, massagem corporal relaxante.

O hammam sempre foi um tratamento curioso para mim. Comumente confundido com o banho turco, ou com a sauna, o tradicional hammam marroquino é um ritual de purificação, que consiste em uma esfoliação da pele, para a retirada dos tecidos mortos, e posterior hidratação. Na construção do Royal Mansour, o hotel inspirou-se nos hammams antigos, e, por isso, a experiência é genuína. Primeiro, deita-se em uma pedra de mármore quente, para abrir os poros. Depois, a terapeuta começa a jogar bacias de água sobre o corpo, e, com uma luva, esfolia vigorosamente a pele.



Após isso, mais um tempo de repouso, e mais “baciadas” para limpar. E, na sequência, um banho com óleos naturais, como o de argan. Depois, sou encaminhada para um chuveiro, para tirar qualquer resíduo extra, e, por fim, sou convidada a entrar em uma piscina gelada, para fechar os poros. O resultado é imediato: a pele fica completamente fina e hidratada.

No almoço, hora de conhecer o Le Jardin, com menu fusion asiático, com direito a dim sum (os raviólis chineses cozidos no vapor) e o melhor black cod (uma receita japonesa, com peixe-carvão-do-pacífico) que já experimentei. Chega a hora de conhecer duas atrações que são recorde de visitas: os vizinhos Museu Yves Saint Laurent e Jardin Majorelle, ambos lo-

calizados na Rue Yves Saint Laurent. O museu, inaugurado em 2017, traz uma pequena amostra do trabalho do estilista francês, que se apaixonou por Marrakesh nos anos 1980 e comprou a propriedade do Jardin Majorelle (que no passado pertenceu ao pintor Jacques Majorelle). Já o jardim é um deslumbramento para os olhos: a casa azul, os cactos gigantes e uma riqueza enorme de vegetação.

De volta ao Royal Mansour, a noite começa com degustação na cave de vinhos: é lá que está uma grande coleção de Château Cheval Blanc, além de uma variedade de 1.300 rótulos e mais de 25 mil garrafas. É também na cave subterrânea e refrigerada que degustamos vinhos marroquinos como o Blanc de Baccari, do Domaine de Baccari – vinícola localizada na pequena cidade de Ait Ouikhalfen. Aliás, descobrir uma indústria de vinhos local foi uma grata surpresa.

28 de setembro de 2022, dia 4

O último dia completo em Marrakesh começa com uma visita ao palácio Dar el Bacha, construído em 1910, que no passado pertenceu a uma das figuras políticas mais relevantes do país, Thami El Glaoui. Durante anos, ele viveu no local e recebeu convidados ilustres como Winston Churchill e Franklyn Roosevelt. Adentrar lugares onde muitas conversas importantes se desenrolaram e até mesmo grandes decisões foram tomadas é como receber um tíquete para uma viagem ao passado. O brunch/almoço é no Bacha Coffee, uma instituição do café, especializada em grãos 100% arábica provenientes do mundo inteiro. Extremamente pitoresco e convidativo, o lugar é concorrido e se tornou uma franquia global, com lojas em Singapura e Paris.

Entre os visitados na viagem, o souk da Rue Dar El Bacha é o mais interessante, pois percebe-se a fusão entre o moderno e o antigo, de maneira harmoniosa. Lojas de designers jovens, mas que ainda preservam as tradições, estão localizadas por lá, além de lojas bem típicas com tapeçarias, roupas, lamparinas, acessórios, itens de decoração e babouches.

No fim da tarde, uma visita à Fondation Serge Lutens – onde não é permitido fotos e vídeos –, um segredo muito bem guardado de Marrakesh. O perfumista e gênio francês começou a construir a propriedade em questão nos anos 1970, e tudo segue em constante mudança. Não há vocabulário para definir o que vi por lá: o máximo do trabalho manual, e também uma homenagem e preservação das técnicas ancestrais marroquinas, misturados a corredores perfeitamente simétricos e jardins com árvores centenárias. O tour não é aberto ao público: apenas o Royal Mansour consegue agendar a visita, caso haja disponibilidade. Para completar, a ida e a volta do passeio foi feita de moto vintage (pela primeira vez, em um sidecar), uma parceria com a Marrakech Insiders.

Para o último jantar, uma produção cinematográfica – o hotel está habituado ao nível máximo de personalização em eventos de pequeno e grande porte – dentro de um riad de três dormitórios, com amplo rooftop. Uma noite clara e estrelada é o cenário de um jantar com pratos de países árabes, como do Líbano. Após esse boa-noite, é hora de dormir e, na próxima manhã, deixar Marrakesh com uma única certeza: hei de voltar. 📍



NA PÁGINA AO LADO, NO TOPO, O SPA. ABAIXO, PRATO DO LE JARDIN. NESTA PÁGINA, NO TOPO, O BACHA COFFEE E, ACIMA, O JARDIN MAJORELLE

Comida, diversão e arte

NÃO BASTA COZINHA PREMIADA. GRANDES CHEFS APOSTAM NO LÚDICO PARA PROPORCIONAR MOMENTOS ÚNICOS

por fernanda meneguetti

Há 25 anos, os Titãs criaram um mantra: "A gente não quer só comida, a gente quer comida, diversão e arte". Fãs de rock nacional ou não acabam obrigados a admitir: bebida, balé e prazer para aliviar a dor exorbitam a felicidade das papilas, metamorfoseiam refeições em festins.

Uma prática com múltiplas melodias, hoje entoada pelos maiores nomes da gastronomia nacional. É Claude Troisgros que recita Gilberto Gil e serve mil-folhas com cupuaçu e folha de ouro. É Janaína Rueda que recorre à delicadeza de poemas de Cora Coralina ao mesmo tempo que entrega canivetezinhos para os comensais brincarem com os embutidos artesanais de Jefferson.

"ESSE PRATO NÃO TEM NOME", MAS TEM ABACATE, OSTRAS, SALICÓRNIA E OUTROS INGREDIENTES QUE AGRADAM A CLAUDE

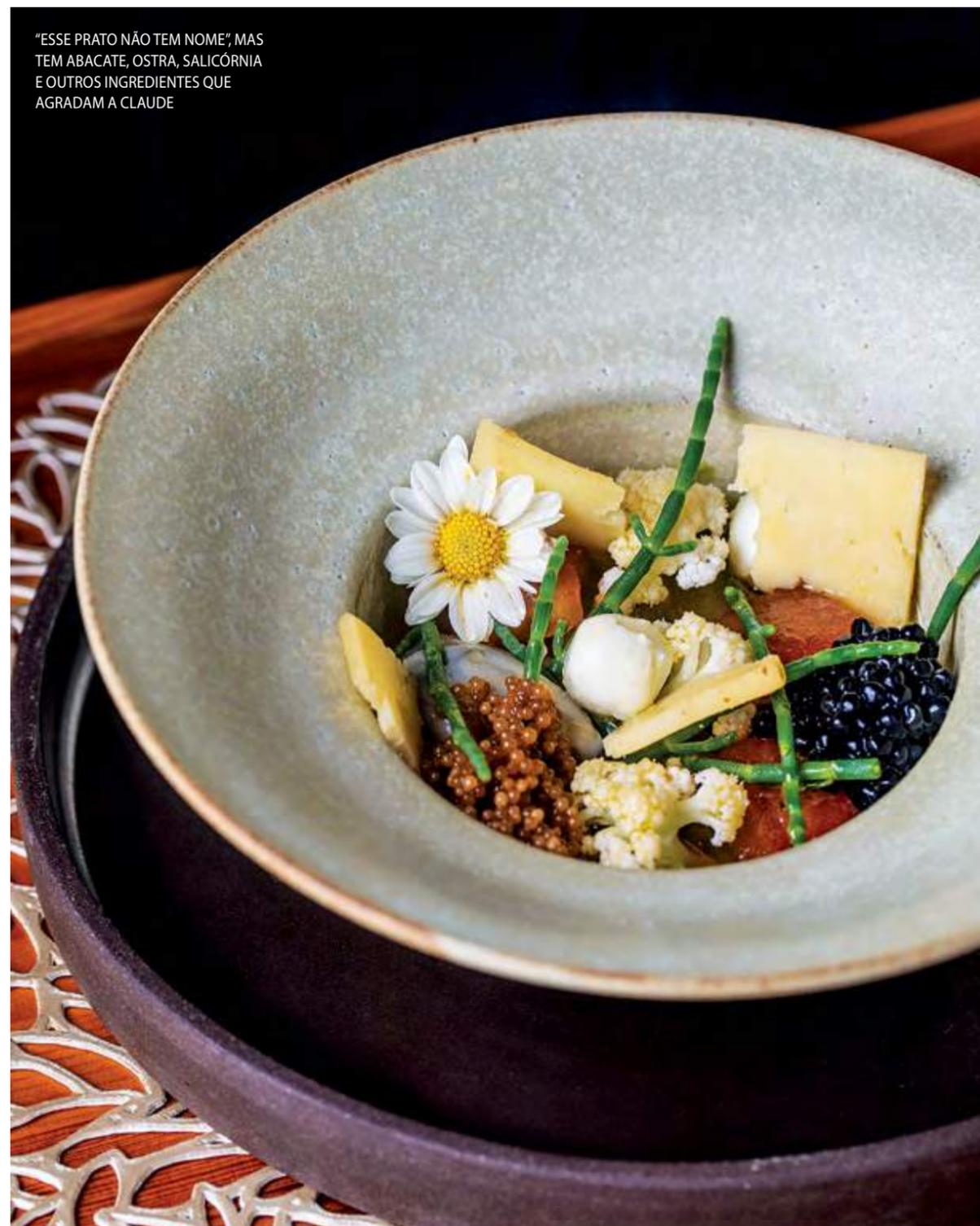


FOTO: TOMAS RANGEL



Já no show culinário de Rafa Costa e Silva, o convida interage com perguntas. Aproxima-se tanto dos preparos que chega a se sentir parte do menu. No centro de São Paulo, Onildo Rocha, por sua vez, não apenas viaja para desenvolver cardápios como também conduz o cliente num passeio musical.

Vivências únicas que demandam reservas com antecedência e controle da ansiedade até sua efetivação. Experiências que desvelamos só para dar um gostinho de regalia.

Luzes, câmera, degustação!

De AC/DC a Gilberto Gil, passando por Cesária Évora e Maria Bethânia. De biscoito de polvilho a macaron, passando por gnocchi, salmão e wagyu. Incrustado no Chez Claude, o Mesa do Lado é um delírio concretizado.

Com a ajuda do diretor artístico Batman Zavareze, Claude Troisgros serve uma degustação sensorial: tem foto, tem filme, tem música, tem poesia e tem até comida. Brincadeira! As receitas não são meras coadjuvantes no novo restaurante do chef. Antes, traduzem sua criatividade, seu histórico familiar, seu desejo permanente de proporcionar prazer.

Em três atos e duas horas e 20 minutos de duração, a ópera do Monsieur Marravilha inebria o comensal com



CLAUDE TROISGROS E BATMAN ZAVAREZE NA SALA SINESTÉSICA CRIADA POR ELLES

luzes e brasilidades de sotaque francês e emocionada com sua atuação. Para instagrammers vorazes, uma observação: o espetáculo é dificilmente retratável em fotos, mas merece videozinhos de recordação e atenção plena para a satisfação.

Mesa do Lado Rua Conde de Bernadote, 26, Leblon, tel. (21) 3579-1185

FOTOS: TOMAS RANGEL; DIVULGAÇÃO

ALÉM DE COMIDA, O NOTIÊ SERVE DIVERSÃO E ARTE POR MEIO DE PROJEÇÕES VISUAIS INDÍGENAS, PRATOS DE ESTÉTICA IMPACTANTE, TRILHA SONORA HARMONIOSA E, DE QUEBRA, UM DIÁLOGO PERTINENTE SOBRE O REPERTÓRIO PERFORMADO!

A SELVA GASTRONÔMICA DE ONILDO ROCHA NO CENTRO PAULISTANO

Você tem fome de quê?

“Existem coisas que o dinheiro não compra. Para todas as outras, existe Mastercard.” O slogan, criado em 1997 pela agência McCann-Erickson, foi subvertido pela própria bandeira de cartão de crédito. Hoje, para ter uma das vivências mais exclusivas da pauliceia, é preciso, sim, de Mastercard.

E, bem, um pouquinho de sorte ajuda, visto que apenas dez clientes black ou platinum conseguem reservar a Experiência Theatro Municipal Palco. Um tour músico-gastronômico que dos bastidores sobe ao palco, onde a miniplataea VIP saboreia uma ópera ou um concerto.

Dali, é escoltada ao vizinho Notiê, no topo do Shopping Light, para provar o menu Amazônia. Um grand finale, em cinco ou dez tempos, memorável não somente por traduzir a expedição do chef Onildo Rocha pela floresta, mas pelo fato de o cozinheiro e ex-violinista entoar, com afinco, o tal de mantra político-gastronômico do rock’n’roll brasileiro.

Além de comida, ele serve diversão e arte por meio de projeções visuais indígenas, pratos de estética impactante, trilha sonora harmoniosa e, de quebra, um diálogo pertinente sobre o repertório performado!

Notiê Rua Formosa, 157, centro histórico de São Paulo, tel. (11) 2853-0373



FOTO: DIEGO EMES



NO LASAI FICA A CERTEZA DE QUE ALTA TECNOLOGIA E RIGOR TÉCNICO SE TRANSMUTAM EM ARTE, EXTRAVASAM SENTIMENTO

Fila de espera

Há seis meses o chef Rafael Costa e Silva potencializou seu premiado Lasai. Talvez levem outros seis meses para a confirmação de um lugar entre os dez de seu balcão. Dito isso, se em geral a maturação das expectativas tende a prejudicar vivências, dificilmente isso acontecerá por lá.

Pretextos para entrar na fila de espera não faltam: um serviço impecável, pratos provocantes, uma atmosfera feliz, o mais legítimo luxo. Tudo isso porque, detrás da bancada, Rafa se sente confortável, recebe o conviva como se estivesse em casa.

Sua esposa e sócia, Malena Cardiel, abre a porta, a sommelière Maíra Freire quebra o gelo com uma tacinha, água ou drinque e, nessa naturalidade, se alguém se atrasar, ele vai reclamar sem a menor cerimônia. Senão, vai simplesmente puxar conversa (a não ser que o Flamengo tenha perdido!) e iniciar o balé de 14 passos.

Pode soar excessivo, mas não é. A sequência é tão leve quanto a vibe intimista do restaurante. É engenhosa também. O chef transforma uma salada em uma bocado inesquecível, usa códigos da confeitaria para criar delicados snacks, coloca o pão de queijo no lugar onde sempre deveria ter estado: no meio do menu (afinal, a nuvem preenchida com aligot é um acontecimento!).

Vegetais de sua horta, frutos do mar de pesca sustentável, ingredientes brasileiríssimos da estação (pode ser pinhão, jabuticaba ou pitanga) montados ao alcance dos dedos dos comensais se sucedem com tamanha fluidez que comprometem a noção de tempo – lá se vai comida cadenciada, poesia comestível, carinho com sabor. No Lasai fica a certeza de que alta tecnologia e rigor técnico se transmutam em arte, extravasam sentimento.

Lasai Largo dos Leões, 35, Humaitá, tel. (21) 3449-1854

A LINHA ARTÍSTICA DE MONTAGEM DE RAFA COSTA E SILVA E MALENA CARDIEL NO LASAI

FOTOS: DIVULGAÇÃO; EVANDRO MANCHINI

Ali no gargarejo

Para conseguir um lugar dentro da melhor cozinha do Brasil, é preciso paciência. Afinal, leva-se no mínimo quatro meses para conquistar a mesa número 10 d'A Casa do Porco. Ali, no camarote do 7º melhor restaurante do mundo (como afirma a lista The World's 50 Best Restaurants), o menu degustação é o mesmo do restante do salão; no entanto, o tête-à-tête com o San Zé, seu personagem principal, é único.

Dá aquela sensação de adentrar um reality show, de ver tão de perto, de ouvir tão claramente e de quase tocar os chefs Janaína e Jefferson Rueda. Por umas horinhas, é possível se sentir íntimo dos premiados cozinheiros – e, sejamos sinceros, quem não gosta de ter amigos celebridades, ainda mais quando eles são para lá de talentosos?

Assinado por Jana, o cardápio atual traz em cinco tempos cerca de 20 itens. Inicia-se com os embutidos e curados caseiros; acena com clássicos como a pancetta com goiabada picante; acarinha com mandioca do Sítio Rueda em diversas texturas; conforta com massa de porco com ricota, couve e purê de feijão; brinda com porco assado e adocica com menta e chocolate. Harmoniza cada momento com coquetéis à base de bebidas produzidas com ervas e frutos colhidos na roça pela própria "licoreira", AKA Dona Onça Rueda. ☑

A Casa do Porco Rua Araújo, 124, República, tel. (11) 3258-2578

POR UMAS HORINHAS, É POSSÍVEL NOS SENTIRMOS ÍNTIMOS DOS PREMIADOS COZINHEIROS – E, SEJAMOS SINCEROS, QUEM NÃO GOSTA DE TER AMIGOS CELEBRIDADES, AINDA MAIS QUANDO ELAS SÃO PARA LÁ DE TALENTOSOS?

SNACKS QUE ABREM O DESFILE DOS RUEDAS NA CASA DO PORCO



FOTO: MAURO HOLANDA

TO BEEF OR NOT TO BEEF? EIS A QUESTÃO

AÇOUGUEIRO MAIS FAMOSO DA TOSCANA,
DARIO CECCHINI FALA SOBRE SUA TRAJETÓRIA
DE RESPEITO PELOS ANIMAIS

por **beatriz calais**

A frase “ser ou não ser, eis a questão” faz parte da peça *A Tragédia de Hamlet, Príncipe da Dinamarca*, de William Shakespeare, publicada no fim do século 16. Corta para 2022, para a cidade de São Paulo, onde o açougueiro italiano Dario Cecchini concedeu entrevista à *Versatille*. Grande admirador da literatura e da poesia, ele conhece bem a obra-prima. Mas, para Cecchini, há uma adaptação capaz de deixar o *quote* ainda mais valioso e conectado com sua essência: “Too beef or not to beef?” – eis a verdadeira questão de sua vida.

E a resposta, como se pode imaginar de um açougueiro apaixonado por carnes, quase sempre é “to beef”. Há ressalvas, claro, e elas são explicadas por sua trajetória de respeito e carinho pelos animais. Proprietário do açougue Antica Macelleria Cecchini, na Toscana, ele representa a oitava geração de açougueiros de sua família. Nascido e criado em Panzano, cresceu aprendendo sobre o funcionamento de um comércio de carnes, mas sempre sonhou em estudar veterinária. Chegou a começar a graduação, mas precisou deixar os estudos para trás para cuidar do negócio familiar após o falecimento de seu pai.



FOTO: DIVULGAÇÃO



À frente do empreendimento, Cecchini aproveitou os aprendizados que acumulou durante a faculdade para garantir que os animais abatidos fossem tratados de forma respeitosa – com espaço livre e boa alimentação – durante sua vida. Também sempre defendeu o aproveitamento da carne sem desperdícios após o abate, do nariz ao rabo. Sua máxima é: se um animal é criado livremente e está saudável, tudo vai bem, não apenas o filé. É respeitoso e responsável não desperdiçar.

Há 40 anos, o italiano trabalha em parceria com duas fazendas de criação ao ar livre na Catalunha. Uma delas, no Parque Nacional dos Pireneus, a 1.800 metros de altitude, é considerada um paraíso terrestre para as vacas. De forma resumida, o açougueiro sempre acreditou que a qualidade de vida dos animais impactaria no sabor de suas carnes. Para ele, esse sempre foi um dos pilares de um bom açougueiro.

Não demorou muito para que os clientes comesçassem a concordar com essa visão. Seu trabalho artesanal fez com que a carne da Antica Macelleria Cecchini se diferenciasse no mercado e chamasse a atenção de turistas e até de artistas hollywoodianos, como Jack Nicholson e Bruce Springsteen. Mais do que isso, sua personalidade forte contribuiu para o sucesso. A citação “to beef or not to beef” não é a única referência literária que costuma recitar. Apaixonado pelas artes, Cecchini é uma enciclopédia de letras de ópera e versos de *A Divina Comédia*, de Dante Alighieri.

Em entrevista para a *Versatille*, ele responde a algumas perguntas sobre sua vida e seus princípios. Confira a seguir.

Versatille: Como foi sua infância?

Dario Cecchini: Minha infância foi linda. Minha irmã, Marina, e eu crescemos na casa em frente ao açougue onde meus pais trabalhavam, a cerca de 10 metros de distância. Tínhamos uma avó fantástica que cozinhava para nós tudo o que os clientes do açougue não queriam, então desde pequenos aprendemos a valorizar o alimento.

V: Você sempre gostou de animais e pensou em estudar veterinária?

DC: Desde pequeno, com uns 3 anos, eu acompanhava meu pai nas visitas às famílias de agricultores para comprar novilhos e porcos. Via os animais perfeitamente integrados à vida do campo, e por esse motivo escolhi ser veterinário. Queria me integrar a essa vida também. Foi um sonho romântico (*risos*).

V: Foi muito difícil deixar a graduação de veterinária para trás?

DC: Infelizmente, não foi difícil escolher entre o trabalho veterinário e o açougue familiar... foi doloroso. Eu não tinha escolha. Fui forçado pela morte precoce do meu pai. Era uma questão de sobrevivência.

V: E quais mudanças você buscou pôr em prática na Antica Macelleria Cecchini?

DC: Procurei trazer um trabalho nobre de transição entre o antigo e o contemporâneo. Sempre respeitando a tradição familiar, já que sou a oitava geração de açougueiros Cecchini, mas também pensando no mundo que viria.

DARIO CECCHINI EM FRENTE
AO ANTICA MACELLERIA CECCHINI

“

PROCUREI TRAZER UM TRABALHO NOBRE DE TRANSIÇÃO ENTRE O ANTIGO E O CONTEMPORÂNEO. SEMPRE RESPEITANDO A TRADIÇÃO FAMILIAR, JÁ QUE SOU A OITAVA GERAÇÃO DE AÇOUQUEIROS CECCHINI, MAS TAMBÉM PENSANDO NO MUNDO QUE VIRIA.

V: Acha que seu amor pelos animais o ajudou a conquistar o sucesso atual?

DC: Claro! Foi resultado de muito amor, respeito e responsabilidade. Os açougueiros são profissionais contratados pela comunidade para matar e alimentar. É a morte do animal que alimenta nossa vida. Devemos nossos agradecimentos e respeito a eles. Meu trabalho começa como açougueiro e termina quando coloco a carne no prato do meu anfitrião.

V: Qual é a melhor parte de seu trabalho?

DC: Fazer com que pessoas do mundo todo conhecessem essa pequena aldeia de Panzano-in-Chianti. Não somos nem mil habitantes, e isso dá vida à pequena comunidade e me enche de alegria.

V: Acredita que sua personalidade também é responsável por atrair clientes ao Antica Macelleria Cecchini? Qual é sua citação preferida de *A Divina Comédia*?

DC: É verdade que tenho paixão pela poesia e sobretudo pela nossa “bíblia” *A Divina Comédia*, mas é uma espécie de lenda popular essa história de que estou cantando e recitando o tempo todo (*risos*). Mesmo assim, a citação que eu mais amo da obra de Dante Alighieri é o último verso, “amor que move o Sol e outras estrelas”. Já a minha ópera favorita é *Tosca*, de Puccini. ☺

UMA ODE AOS BRUNELLO

EM VISITA À COMUNA DE MONTALCINO,
A SOMMELIÈRE E MESTRE CAVISTA MARINA
GIUBERTI NARRA SUA IMERSÃO NOS
ESPECIAIS – E AMADOS – VINHOS
BRUNELLO DI MONTALCINO

por marina giuberti

Uma das regiões mais charmosas da Itália, a Toscana também é reconhecida como uma das mais importantes na produção de vinhos do mundo. É na comuna de Montalcino, na província de Siena, que são plantadas as preciosas uvas sangiovese, chamadas localmente de "Brunello", que dão origem à denominação Brunello di Montalcino, que se tornou um ícone no mercado de vinhos tintos de prestígio. Só podem ser chamados de Brunello os vinhos feitos nessa região, que reúne 208 produtores, responsáveis por preparar 11,4 milhões de garrafas no ano passado, um recorde. Entre os dias 25 e 27 de setembro, eu fui convidada pelo Consórcio do Brunello di Montalcino para representar o Brasil e também a França, como presidente da Associação de Cavistas da Île-de-France, na prova anual das safras de Brunello 2017 e dos vinhos Rosso di Montalcino 2020, que chegam agora ao mercado. Também fizemos uma prévia de algumas safras de Brunello 2018, que serão vendidas no ano que vem.



MONTALCINO,
NA ITÁLIA

FOTO: GETTY IMAGES

Durante três dias de viagem, que reuniu dez “enotecários” de renome, como são chamados os cavistas na Itália, visitamos 14 vinícolas da região e experimentamos cerca de 200 referências de vinhos tintos. Tanto o Brunello quanto o Rosso di Montalcino são feitos de uvas sangiovese, sendo que o Brunello é 100% composto da uva sangiovese grosso de vinhas mais velhas, enquanto o Rosso é produzido pela mesma tipologia de uva, mas de vinhas mais novas. O Brunello precisa envelhecer por, no mínimo, dois anos em barricas de madeira, e pode ser comercializado no início do quinto ano depois da colheita. Para os que ganham a qualificação “Riserva”, esse período aumenta para seis anos. Aliás, aconselho muita atenção ao termo Riserva, que representa de fato um selo de qualidade, mas é usado em alguns países como mero golpe de marketing.

As regras são tão restritas que o vinho Brunello ainda será degustado pelo comitê da vinícola e, caso não atinja as características organolépticas desejadas, a própria vinícola pode optar por desclassificá-lo ou colocá-lo na categoria Rosso di Montalcino. Por isso, em todas as vinícolas que visitei, as barricas tinham o aviso “vinho apto a se tornar Brunello”. O Rosso é um vinho mais novo, que precisa envelhecer por dez meses, com autorização de venda um ano depois da colheita, mas entrega muita qualidade e tem excelente custo-benefício. Eu costumo dizer que mais vale um Rosso de um ótimo produtor do que um Brunello vinificado de forma medíocre.



AO LADO, MARINA DEGUSTA OS VINHOS DA VINÍCOLA COL D'ORCIA. NO TOPO, OS VINHEDOS DA PROPRIEDADE CASTIGLION DEL BOSCO. ACIMA, O BRUNELLO DI MONTALCINO DO PIOMBAIA. NA PÁGINA AO LADO, MARINA COM OUTRAS SOMMELIÈRES NA PROVA ANUAL DOS BRUNELLO

Há registros de técnicas vitivinícolas adotadas na Toscana desde o século 3 a.C., e ali sempre se produziu vinho apreciado pelo clero, por exemplo, mas o Brunello é uma invenção moderna. A mesma região, que curiosamente ficou famosa num primeiro momento por um vinho branco doce elaborado a partir da uva moscatel, tomou outro rumo na metade do século 19, quando um fazendeiro local, chamado Clemente Santi, começou a fazer experiências criando clones da uva sangiovese. O resultado foi justamente a variação sangiovese grosso, também chamada de Brunello (diminutivo de bruno, que significa “moreno” ou “marrom” em italiano), que ganhou o nome científico de BBS (Brunello Biondi Santi), uma homenagem a seu inventor.

O Brunello não só inaugurou a Denominação de Origem Controlada (DOC) na Itália, em 1966, como também foi o primeiro selo italiano a ser servido durante uma recepção entre chefes de estado nos cálices da rainha Elizabeth II e do então presidente italiano, Giuseppe Saragat. Quinze anos depois, subiu mais um degrau e foi coroado com o mais alto reconhecimento para vinhos selecionados do país: a Denominação de Origem Controlada e Garantida (DOCG). A partir daí, o vinho ganhou o mundo, passou a ocupar centenas de listas internacionais de melhores vinhos e atingiu o ápice em 1999, quando a renomada revista americana *Wine Spectator* listou o Brunello entre os 12 melhores vinhos do século 21. Por isso, hoje ele é apelidado de rei da Itália.

Maior produtora de vinho do mundo desde 2015, a Itália segue na liderança, em 2022, com cerca de 50 milhões de hectolitros de vinho produzidos por ano. Tudo indica que a França vai retomar o posto de segundo lugar, seguida pela Espanha, de acordo com as recentes estimativas do Comitê das Organizações Profissionais Agrícolas da UE (Copa). Os vinhos de Montalcino são responsáveis por mais de 21% dessa produção, sendo 70% deles destinados à exportação.

De todas as referências degustadas, os vinhos que eu mais apreciei foram os Brunello das vinícolas Castiglion del Bosco, Camigliano, Famiglia Maté, Salvione, Col d'Orcia, Sasso di Sole e Piombaia, que é uma vinícola natural. Entre os Rosso di Montalcino 2020, destaco os mesmos produtores, e fica aqui a regra geral: o bom produtor costuma ser singular na qualidade de seus vinhos.

Para finalizar, confesso que o que mais admirei em toda a experiência foi ver um aumento, ainda que muito pequeno, da participação de somme-

“ O BRUNELLO NÃO SÓ INAUGUROU A DENOMINAÇÃO DE ORIGEM CONTROLADA (DOC) NA ITÁLIA, EM 1966, COMO TAMBÉM FOI O PRIMEIRO SELO ITALIANO A SER SERVIDO DURANTE UMA RECEPÇÃO ENTRE CHEFES DE ESTADO NOS CÁLICES DA RAINHA ELIZABETH II E DO ENTÃO PRESIDENTE ITALIANO, GIUSEPPE SARAGAT.

lières e cavistas mulheres na degustação de vinhos de Montalcino: éramos 30% do grupo. Cheguei a uma degustação em que, no jantar, puseram mesas separadas para homens e mulheres, mas acabou sendo uma oportunidade de trocar ideias ou experiências com elas e saber o que cada uma tem feito para aumentar nossa representatividade e credibilidade num universo ainda tão masculino. Afinal, competência e profissionalismo não têm gênero. *Salute a tutti!* E viva o Brunello! ♡



FOTOS: ARQUIVO PESSOAL, REPRODUÇÃO

Rose Inc. chega ao Brasil

ROSIE HUNTINGTON-WHITELEY FALA SOBRE SUA MARCA, FUNDADA COM A AMYRIS, QUE PASSA A SER COMERCIALIZADA NA SEPHORA

por **giuliana iodice**



Ano após ano, o ato de se maquiar vem sendo repensado pelas gerações mais novas, que buscam uma beleza mais natural sustentável e que não apenas “esconda” suas imperfeições, mas que promova benefícios para a pele. É justamente seguindo a tendência que a supermodel Rosie Huntington-Whiteley, fanática pelo segmento – além de connoisseuse, foi despertada a desenvolver a própria marca, com a Amyris (que tem a Biossance em seu portfólio, entre outras). A linha, em expansão, conforme Rosie revela nesta entrevista exclusiva, conta com itens de maquiagem, como o blush, que pode ser usado nas bochechas e lábios, com textura leve e pastosa; e também cremes, como o voltado para os olhos, que promove iluminação. Desde o começo de outubro, a Rose Inc. passou a ser comercializada no Brasil, na Sephora.

Confira a conversa com Rosie Huntington-Whiteley.

Versatille: Qual foi a principal razão para criar a marca Rose Inc.?

Rosie Huntington-Whiteley: Durante os meus anos de modelo, eu passei muito tempo em centenas de cadeiras de maquiagem, com artistas talentosos. Com isso, aprendi muito sobre beleza e maquiagem. Em 2018, quando lancei o site de conteúdo editorial Rose Inc., o meu objetivo era criar uma comunidade sólida e um espaço para compartilhar conhecimentos que aprendi na minha carreira. Por meio dos leitores do Rose Inc., compreendi muito o que



estava em falta na indústria da beleza: algo “effortless” (sem esforço, em português livre), sustentável, e que passasse a sensação de algo luxuoso, mas, ao mesmo tempo, acessível. Isso me inspirou a pensar nas formas como eu poderia preencher essa lacuna, e também ajudar as pessoas a se sentirem e aparentarem as suas melhores versões. Eu comecei procurando por uma companhia que representasse algo, para construir uma marca junto. E, com a experiência da Amyris, pudemos priorizar ser conscientes sobre os produtos que criamos – sempre considerando performance e sustentabilidade nas nossas fórmulas, que são clinicamente comprovadas.

V: Como imagina o desenvolvimento da Rose Inc. nos próximos cinco anos?

RHW: Eu olho para a Rose Inc. como uma marca guiada por sua comunidade. Fico feliz por saber que nós temos um diálogo de duas vias com os nossos consumidores. Nos próximos cinco anos, eu espero que essa dinâmica

“

O MERCADO BRASILEIRO DE BELEZA É UM DOS MAIORES E MAIS IMPORTANTES DO MUNDO. ESSA EXPANSÃO DEMONSTRA QUE OS NEGÓCIOS ESTÃO NO CAMINHO CORRETO.

continue e que nós permaneçamos ampliando a percepção dos indivíduos sobre a maquiagem. Eu quero ajudar as pessoas a entenderem que isso pode ir pareado com os cuidados da pele; pode ser natural e também bom para a pele.

V: O que espera com a entrada no mercado brasileiro?

RHW: Eu estou muito animada em começar este novo capítulo de Rose Inc., pois o mercado brasileiro de beleza é um dos maiores e mais importantes do mundo. Essa expansão demonstra que estamos no caminho correto.

V: No futuro próximo, teremos produtos novos?

RHW: Você pode esperar mais produtos, e eu mal posso esperar para lançar no mundo. Aguarde por inovação e multifunção e muito orientados para resultados.

V: O que sabe sobre o Brasil?

RHW: Eu tive a oportunidade de ir ao país algumas vezes, a trabalho, e amo! Eu adoro que os brasileiros sejam sempre divertidos e leves. Conhecer uma nova cultura sempre ajuda a ampliar a minha perspectiva, e o Brasil me inspirou a ser mais positiva e alegre. Tem um lugar no meu coração, e espero voltar em breve! 🇧🇷

NA PÁGINA AO LADO, BATOM DA MARCA. NO TOPO, ROSIE HUNTINGTON-WHITELEY

Senhoras e senhores, eis a joia cultural paulistana



FOTO: STIG LAVOR

SE POR FORA O THEATRO MUNICIPAL DE SÃO PAULO JÁ IMPRESSIONA, A ORGANIZAÇÃO INTERNA PARA CONSERVÁ-LO, BEM COMO SUA RELEVÂNCIA HISTÓRICA PARA O BRASIL, É AINDA MAIS ADMIRÁVEL

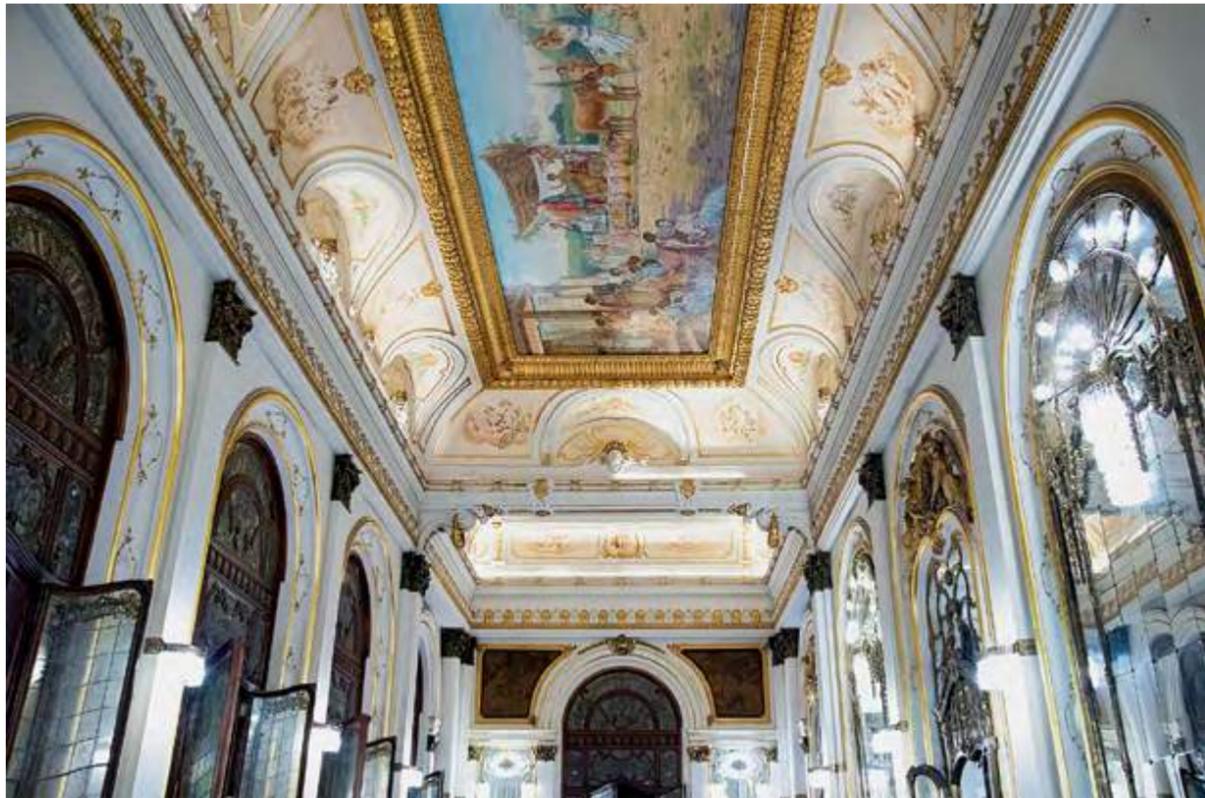
por **laís campos**

Há pouco mais de um século, especificamente em 12 de setembro de 1911, foi inaugurado, com a ópera *Hamlet*, de Ambrósio Thomas, o icônico Theatro Municipal de São Paulo. Emblemático não só por sua imponente arquitetura, o espaço cultural localizado na Praça Ramos de Azevedo foi sede das mais belas performances artísticas e acontecimentos políticos de extrema relevância para o Brasil. O tenor Enrico Caruso, os bailarinos Vaslav Nijinsky e Isadora Duncan, a soprano Maria Callas, a intérprete Bidu Sayão, o trompetista Miles Davis e os cantores Ella Fitzgerald, Lawrence Winters, Elza Soares, Milton Nascimento e até Emicida são apenas alguns dos nomes que já se apresentaram em emocionantes óperas, balés, concertos e peças ao longo dessas 11 décadas de existência do local.

Em meio ao desenvolvimento da indústria e do comércio cafeeiro, o Theatro refletia a atmosfera de crescimento da cidade, que se espelhava nos grandes centros culturais do mundo naquele início de século. Nesse contexto, o espaço exibiu impressões artísticas vindas da Europa, principalmente para a elite. Onze anos após sua fundação, abrigou um evento que transformou a realidade cultural brasileira: a Semana de Arte Moderna de 1922, que contou com a presença de Mário de Andrade, Oswald de Andrade, Anita Malfati e Villa-Lobos.

Tal marco deu sequência a uma série de atos que se sucederam no interior e nos arredores do Theatro, que compõe sua relevância indiscutível. Anita de Souza Lazarim, integrante do Núcleo de Acervo e Pesquisa, cita, entre os marcos, o Congresso Nacional dos Escritores, em janeiro de 1945, com grandes intelectuais contrários à falta de liberdade de expressão imposta pelo Estado Novo, no governo de Getúlio Vargas; e o nascimento do Movimento Negro Unificado (MNU), durante a ditadura militar, em 1978, que teve as escadarias como cenário.

Em 1981, na celebração dos 70 anos do Theatro Municipal, aconteceu, em nível estadual, o tombamento do edifício pelo Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico (Condephaat) – ato administrativo realizado pelo poder público com o objetivo de preservar, por meio de leis, bens de valor histórico, cultural, arquitetônico, ambiental e afetivo para a população. Em 1992, ele foi tombado pelo Conselho Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico, e, em 2014, na esfera federal, pelo Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan).



Conservação

A preservação de registros, documentos e até do ambiente físico é essencial para constatar fatos de uma trajetória cultural. No Theatro, há um processo cauteloso a fim de manter o espaço e sua história sempre vivos. A gestão dos acervos é realizada pela Gerência de Formação, Acervo e Memória, por meio do Núcleo de Acervo e Pesquisa, organizado em dois eixos de ação: tratamento documental e difusão. Segundo Anita, tais pilares se conectam em de quatro áreas prioritárias: arquivo, conservação, documentação e pesquisa. “A conservação implementa e executa as políticas de gestão dos acervos no que concerne aos métodos de conservação preventiva e restauração de diferentes suportes documentais, garantindo a salvaguarda física das peças”, diz.

A parte de documentação é feita pelo desenvolvimento de rotinas de gestão dos acervos, e a de arquivo, por sua vez, pela organização dos documentos históricos e institucionais, de modo a classificá-los e estabelecer sua destinação para possibilitar seu acesso. Já o setor de pesquisa, como explica a especialista, “aprofunda a compreensão do acervo, registrando de forma qualificada a sua história e memória, produzindo instrumentos de pesquisas e análises originais com o objetivo de atender a demandas não só da própria instituição, mas também de toda a sociedade, qualificando e ampliando diálogos com o público”.



NO TOPO, O INTERIOR DO TEATRO. ACIMA, FOTO HISTÓRICA DA REGIÃO. NA PÁGINA AO LADO, O SALÃO PRINCIPAL

Arquitetura

Segundo Anita, a estrutura do Theatro Municipal de São Paulo, projetada e construída pelo escritório Ramos de Azevedo, segue um padrão apresentado pelo arquiteto francês Charles Garnier, no livro *Le Théâtre*, publicado em 1871, em que estabelece uma série de princípios sobre a construção de teatros de ópera considerados cosmopolitas, como uma espécie de “manual de recomendações”.

“A divisão de compartimentos internos que são visíveis na volumetria da parte externa do prédio é um exemplo disso. Dessa forma, a ala nobre estaria representada na área da fachada frontal do teatro. A área central envolve a cúpula e a sala de espetáculos. E, por fim, a caixa cênica é representada externamente pelo telhado de duas águas que corresponde à área do palco e dos camarins”, descreve.



Apesar dessas semelhanças com a Ópera de Paris, Anita ressalta que o Municipal paulistano apresenta peculiaridades que o diferenciam de outros teatros do Brasil e do mundo. Ela cita a presença simultânea de mármore europeus e materiais com características regionais, por exemplo as pedrarias de Itaquera e Sorocaba, como um desses elementos diferenciadores. Outro destaque é o conjunto monumental de pinturas do salão nobre, assinado por Oscar Pereira da Silva.

Mudanças estruturais

A pesquisadora aponta três grandes reformas pelas quais passou o Theatro ao longo dessas 11 décadas. A primeira, conduzida pelo arquiteto Tito Pistorozzi, ocorreu no período entre 1952 e 1955, em meio aos prepara-

tivos para a comemoração do aniversário de 400 anos da cidade de São Paulo. A melhoria da acústica da sala de espetáculos e de seus pontos de baixa visão, o remanejamento das poltronas da plateia, a reorganização dos camarins, bem como a instalação de cinco elevadores, foram algumas alterações feitas nesse processo inicial.

A segunda renovação aconteceu de 1985 a 1991, na ocasião em que o Theatro completou 80 anos de existência. Entre as mudanças, foram restaurados diversos elementos decorativos internos e externos; apresentada uma nova estrutura metálica de sustentação do telhado do salão nobre; recuperado o lustre central da sala de espetáculos; atualizados os recursos cênicos do palco; cria-

das salas de ensaios em espaços subutilizados; reformulados os camarins; e houve ainda alteração cromática para o verde.

A terceira e última reforma geral foi realizada na celebração do 100º aniversário do espaço, em 2011. A fachada, o salão nobre, o palco, as salas de apoio e o Café do Theatro receberam restauração total nas pinturas, de modo a recuperar a vivacidade e características da época da inauguração, em 1911. Houve também a atualização tecnológica do palco, alteração cromática para o vermelho, disposição de assentos acessíveis para obesos e cadeirantes na sala de espetáculos e a inclusão de duas peças decorativas confeccionadas pelos Irmãos Campana. ☒

FOTOS: STIG LAVOR; GETTY IMAGES

"Do luxo, um era uma vez"

ALEX ASSOULINE EXPLICA COMO A PAIXÃO DE SEUS PAIS PELOS LIVROS RESULTOU EM UMA MARCA DE LIFESTYLE RESPONSÁVEL POR CRIAR O LUXO CULTURAL

por laís campos

Era uma vez uma história de amor, um destino, um artista ou até mesmo uma empresa. Esse é o ponto de partida da Assouline, uma marca de lifestyle de luxo que tem a cultura como essência e sua origem na paixão por livros compartilhada pelo casal francês Martine e Prosper, os fundadores. Embora fossem ávidos leitores, os dois se sentiam inquietos por não encontrarem exatamente o que buscavam em obras já existentes. Por isso, em 1994, lançaram seu primeiro livro, *La Colombe d'Or*, com textos de Martine e fotografias de Prosper, que conta a história do hotel homônimo como uma homenagem ao papel que ele teve no desenvolvimento cultural francês.

Dois anos depois, foi lançada a primeira série de livros chamada *Memoire*, que incluía livros focados em marcas e indivíduos, desde Chanel até o lendário Oscar Niemeyer. O sucesso foi tamanho que resultou em mais de 8 milhões de cópias vendidas. Em 1999, o casal abriu um escritório em Nova York e, nos anos seguintes, o reconhecimento da companhia cresceu ainda mais. Em janeiro de 2011, Prosper recebeu o prêmio Chevalier des Arts et des Lettres, do Ministério da Cultura francês, por seu trabalho editorial. Já em 2016, o French Institute Alliance Française concedeu a ambos o prêmio Art de Vivre, direcionado a líderes influentes de diversas indústrias. O propósito da Assouline era ambicioso: aprimorar o estilo e design editorial e ultrapassar os limites da interpretação bastante clássica da cultura na época em que foi fundada.



FOTO: STEFANO UKMAR



AO LADO, ALEX ASSOULINE, CHEFE DE OPERAÇÕES, MARCA E ESTRATÉGIA, BEM COMO FILHO DOS FUNDADORES DA MARCA, MARTINE E PROSPER. NA OUTRA PÁGINA, A MAISON LIPARI, EM QUÉBEC, MONTREAL

O aspecto luxuoso da Assouline está presente na excelência empregada no processo de manufatura dos produtos e na construção de um lifestyle em torno deles. Atualmente, além de ser uma editora, a label comercializa estantes de livros – desenhadas em sua maioria por Alex, que também é “library designer” – e itens de papelaria e faz colaborações com as maiores grifes e varejistas de moda. “Os novos temas que propusemos, além do fato de concebermos os livros como ‘objetos’, significaram uma profunda pesquisa e foco nos materiais, na escolha dos melhores papéis, na integração de tecidos inesperados, no jogo de cores, e, por vezes, na criação de tipografia”, conta.

Para criar de fato um “estilo de vida Assouline”, o encantamento que envolve um ambiente de livreria ou biblioteca foi essencial. Nas lojas onde os produtos estão expostos, especialmente na flagship, em Londres, há velas perfumadas, objetos raros, iluminação cuidadosamente definida e uma trilha sonora ideal para complementar essa atmosfera de leitura luxuosa. “Assim como luz, cor, fragrância e música se harmonizam em um esforço para montar a ambientação perfeita, nós nos esforçamos para fazer o mesmo ao criar nossos livros, com design, texto e imagens atraentes.” É justamente esse cuidado com todos os detalhes que marca a memória do leitor e faz as obras despertarem emoções quando são folheadas ou apenas contempladas novamente.

Em entrevista à *Versatille*, Alex Assouline compartilhou detalhes sobre a curadoria dos livros, o processo de manufatura e as colaborações já feitas pela grife.

Martine e Prosper não só atingiram essa meta – com mais de 1.700 títulos publicados pela Assouline até 2020 –, mas também foram responsáveis por consolidar a ideia de luxo na cultura. “No início dos anos 1990, as publicações impressas estavam vendendo muito bem globalmente em empresas como Virgin ou Borders – isso antes da invenção do iPhone e da tecnologia digital. O conceito de luxo não estava ligado ao mercado editorial, e os livros sobre moda eram raros e caros”, explica Alex Assouline, chefe de operações, marca e estratégia e filho do casal fundador. Segundo o executivo, nesse período, os assuntos abordados por livros ilustrados se limitavam muitas vezes a áreas como arte, decoração e turismo.

Versatille: A curadoria dos produtos da Assouline é um grande destaque. Quais são os critérios para um livro ser vendido na Assouline?

Alex Assouline: Seleccionamos cuidadosamente cada tópico com base no que conhecemos e amamos. Familiaridade com o assunto é sempre uma obrigação. Temos muito interesse nos assuntos sobre os quais escrevemos e nos conectamos profundamente com eles. Para aprimorar ainda mais nosso trabalho, priorizamos a seleção dos melhores e mais notáveis autores relacionados a qualquer temática a ser abordada. Precisamos ser inspirados por um tema para contar sua história com o ângulo certo, e, então, embarcamos em um projeto de um ano para a sua realização.



V: Quais colaborações a marca já fez?

AA: Uma das nossas collabs mais notáveis na moda foi com o verão Zara menswear – nove peças com estética inspirada na série de livros de viagem, lançadas em abril de 2021. Também colaboramos com outras marcas incríveis, incluindo a empresa de óculos Oliver Peoples, a de sapatos slippers Stubbs and Wootton e a confeitaria Ladurée, para citar algumas.

“
SOMOS UMA ‘LUXURY STORYTELLER’ QUE ESTÁ AQUI PARA INSPIRAR O PÚBLICO, APRIMORAR INTERIORES E LEVAR CULTURA E CONHECIMENTO ÀS PESSOAS.

V: A aparência dos livros revela sua essência luxuosa. Como é o processo de manufatura?

AA: Ele é cuidadosamente curado pela nossa maravilhosa equipe, localizada em Nova York, e o processo de impressão é feito em Milão, por um parceiro com quem trabalhamos nos últimos 30 anos. As imagens são coladas a mão, uma por uma, com papel de qualidade artística. Depois, o livro é encadernado também a mão e enviado em um lindo estojo artesanal.

V: Quando e por que a marca decidiu oferecer, além dos livros, móveis e artigos de papelaria?

AA: Isso faz parte da Assouline desde que abrimos nossa primeira loja, em Paris, em 2005, onde começamos a adicionar objetos decorativos e peças vintage para criar mais profundidade na oferta dos produtos e na experiência de compra com ambientação, cheiro e música específicos. O sucesso dessa estratégia nos levou a projetar nossas peças e nos fez levar mais tempo para criar uma marca de lifestyle de luxo, que é o que somos hoje. Nos próximos dois anos, apresentaremos novas categorias de produtos que marcarão isso.

V: Como você descreveria o momento atual da Assouline?

AA: A Assouline é uma marca contemporânea que está se tornando cada vez mais relevante. Somos uma “luxury storyteller” que está aqui para inspirar o público, aprimorar interiores e levar cultura e conhecimento às pessoas. ☺

Os melhores momentos da terceira edição do **COPA NO COPA**

O EVENTO DE TÊNIS, UMA PARCERIA ENTRE A *VERSATILLE* E O COPACABANA PALACE, A BELMOND HOTEL, CONTOU COM PROGRAMAÇÃO ESPECIAL

fotos wallace noqueira

No último fim de semana de agosto, o Copacabana Palace, A Belmond Hotel, foi palco da terceira edição do Copa no Copa, o torneio de tênis organizado pela plataforma de lifestyle *Versatille* em parceria com o hotel. A data foi memorável para os participantes – entre empresários, influenciadores e entusiastas da modalidade –, que desfrutaram uma programação exclusiva.

Um dia antes de o evento começar oficialmente, na tarde de quinta-feira (25), os alunos do Instituto Futuro Bom “inauguraram” a quadra de tênis do hotel mais charmoso do Brasil em uma aula especial com a tenista Leticia Sobral. Embora a atividade tenha propiciado um dia diferente para os jovens, a quadra do Copacabana Palace não é novidade para eles, que participam do projeto Tênis nos Hotéis – iniciativa que atende crianças a partir de 11 anos e oferece a prática do tênis em quadras de diversos hotéis cinco estrelas. O objetivo da oficina e do projeto é democratizar o esporte e inserir crianças e adolescentes das comunidades em outro círculo social e esportivo.

No dia seguinte, sexta-feira (26), os convidados chegaram ao hotel para o primeiro dia oficial do evento.

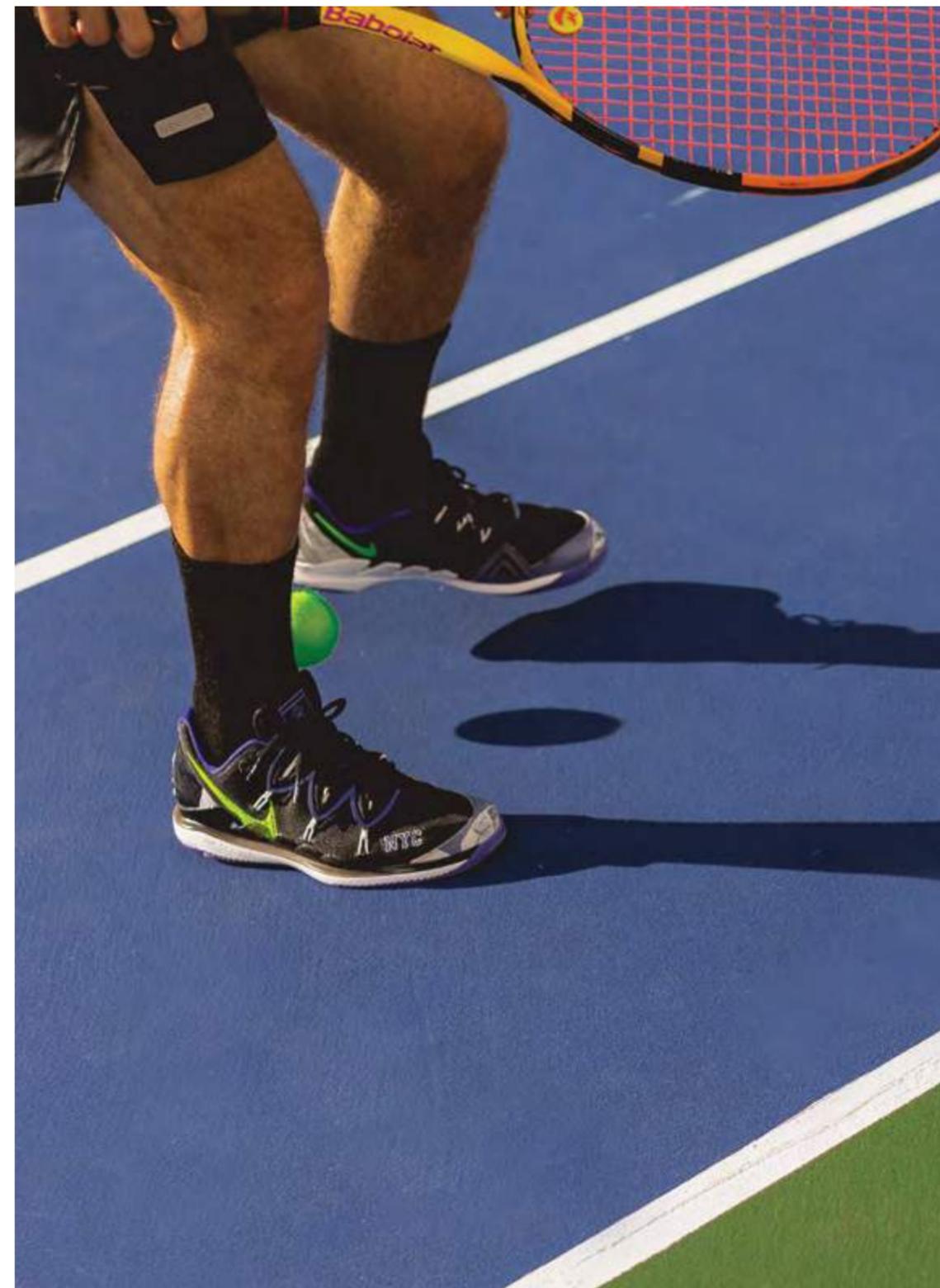
Durante a tarde, eles puderam aproveitar a experiência de skincare oferecida pela Dior e alguns momentos especiais para entrar no clima do evento, como a customização de raquete – uma atividade organizada pela Inni e pelo TC –, além da clínica de tênis e da preparação física. Mais tarde, no período da noite, aconteceu o coquetel da Moët & Chandon, em um lounge desenhado especialmente para a ocasião, com móveis Brentwood. O momento foi superanimado pela DJ Carol Emmerick e contou com a presença de convidados, além dos participantes do torneio.

No sábado (27), após o maravilhoso café da manhã servido no Pégula, os convidados tiveram mais uma clínica de tênis com Leticia Sobral. De certa forma, esse foi o dia para aproveitar as ativações do evento e se preparar para o grande torneio, no domingo. Para aqueles que não passaram pela experiência Dior no primeiro dia, foi possível agendar horários para a massagem facial. Durante a tarde, também houve uma oficina de hidratação capilar oferecida pela Laces e mais algumas sessões de preparo físico.

Já durante a noite, aconteceu o esperado casual dinner powered by Range Rover, com menu elaborado pelos chefs Nello Cassese, chef executivo do hotel e do estrelado Cipriani, e Luiz Filipe Souza, do paulistano Evvai. O jantar contou com a presença de alguns convidados especiais, como o casal de atores Camila Queiroz e Klebber Toledo e o empreendedor social Enzo Celulari.

Por fim, no domingo (28), chegou o momento do esperado torneio entre as equipes presentes. A competição foi realizada em três categorias, e os primeiros colocados não levaram para casa apenas medalhas do torneio, mas também presentes especiais dos apoiadores do evento. Moët & Chandon, Dior, Lacoste, TC, Laces e Copacabana Palace, por exemplo, separaram prêmios exclusivos para os ganhadores.

A terceira edição do Copa no Copa contou com patrocínio de Moët & Chandon, Xiaomi, Banco BRB, Bossa Nova Sotheby's, TC Private, Range Rover, Perrier, Brentwood e Lacoste. 🏆





RONALDO STUANI



PAULA VERGANI



CAROL EMMERICK



A MOËT & CHANDON IMPÉRIAL BRUT



O LOUNGE DO EVENTO



ROGERIO E RAQUEL SFOGGIA, GIULIANNA IODICE E ROBERTA ALMEIDA



NELLO CASSESE



EMILIANO BEGHINI



CUSTOMIZAÇÃO DE RAQUETE



LUIZ FILIPE SOUZA



PAULO BOGHOSIAN, RAFAEL KREBS, PATRÍCIA E MURILLO DE ARAGÃO



OS AÇAÍ DA OAKBERRY



CÁSSIO BRAGA E ROBERTA GEWEHR



LIVIA DE BUENO E ENZO CELULARI



MAXIME BALAY, VALESKA NAHAS,
LORENA RABELO E CATHERINE PETIT



MARIA ELEONORA CHAGAS E
JOÃO BERNARDO KAPPEN



ENZO CELULARI



KARINA CRUZ E PEDRO MARINS



KLEBBER TOLEDO, CAMILA QUEIROZ,
CLARISSA MÜLLER E BRUNO MONTALEONE



LENNY NIEMEYER



MÜLLER E MONALISA SANTOS



NARCISA TAMBORINDEGUY



TATIANA MOREIRA, PAULA VERGANI,
BIANCA MIRABILI E ROBERTA GEWEHR



CRISTIANE SHYTON E ROSA NEME



LORENA RABELO, LUCIANA BARONE, ROBERTA GEWEHR,
CAROL CÂMPOS, MILENA BRENTAN, BIANCA MIRABILI



ROGERIO SFOGGIA, PAULO BOGHOSIAN, CÁSSIO BRAGA, THIAGO
GIANTOMASSI, CARLOS PRADA E ULISSES MARREIROS

LUZ, CÂMERA, GODARD!

por beatriz calais



Jean-Luc Godard foi um dos líderes da *nouvelle vague* francesa, movimento que revolucionou a história do cinema. Embora tenha nascido em Paris, passou boa parte da infância e da juventude na Suíça, e voltou para sua terra natal apenas para estudar e começar a carreira. Após desafiar todos os padrões da época e se tornar um ícone do cinema, inspirando diretores renomados como Quentin Tarantino e Martin Scorsese, foi para a Suíça que Godard retornou para se despedir da vida. O diretor morreu no dia 13 de setembro, aos 91 anos, pelo processo de suicídio assistido, um recurso legal do país. Segundo a família, ele não estava doente, apenas esgotado.

Pelo caráter inovador de suas obras, Godard continua sendo referência para as novas gerações. Uma das principais características de seu estilo cinematográfico era retratar o amor livre e a vida cotidiana de personagens da conturbada sociedade francesa. Em seus filmes, também se destacam os cortes abruptos, os diálogos singulares, os movimentos de câmera e a quebra da quarta parede por meio de olhares ou mesmo de monólogos direcionados para a câmera. Alguns de seus filmes mais famosos são *Acosado*, de 1960, e *O Desprezo*, de 1963. Deixando para trás um legado imenso, seu recado para a posteridade é claro e não deve ser esquecido: "O cinema é a fraude mais bonita do mundo".

FOTO: GETTY IMAGES



XIAOMI 12 Lite

Estilo e liberdade

Levíssimo · Câmera tripla de 108MP
Carregamento turbo de 67W · Tela AMOLED de 120Hz

Saiba mais em mibrasil.com.br

Quem sabe ser eficiente
na vida financeira, não quer
um banco pela metade.

QUEM SABE, SAFRA.

Uma conta completa com
um mundo de serviços do Safra.
Cartão de crédito com experiências exclusivas,
empréstimos, assessoria pra investir
e acesso à Safra Corretora.



ABRA UMA
CONTA COMPLETA
PELO APP.

180
ANOS



Safra

