

VERSATILLE

VERSATILLE.COM

VERSATILLE

ANO 22 - Nº 129 - DEZEMBRO 2022/JANEIRO 2023



GABRIEL WICKBOLD

Ágora Academy

Invista no ativo
mais rentável da
sua carteira: *Você*

Uma das maiores plataformas
de educação financeira do país
com mais de 50 cursos gratuitos,
além de cursos de especialização,
pós-graduação e MBA.



Cadastre-se



ÁGORA
INVESTIMENTOS

ACEITA UM MOMENTO PARA VOCÊ?

DA ACADEMIA AO SPA.
AMEX É MAIS ACEITO
E TEM MAIS BENEFÍCIOS
DO QUE VOCÊ IMAGINA.

- Descontos em marcas de cuidados pessoais
- Benefícios em spa e hotéis
- Regalias que combinam com seu lifestyle
- Pontos que nunca expiram



Ana Paula Padrão
Associada Amex desde 1996



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

NÃO
viva a vida
SEM O SEU



JHSF
apresenta

Golf Residences, de 270 a 500 m²
e 2 ou 3 suítes, com vista para o campo de golfe
de 18 buracos por Rees Jones.

BOA VISTA
VILLAGE

GOLF · SURF · TÊNIS · EQUESTRE · TOWN CENTER



Town Center com marcas nacionais e internacionais, restaurantes e atrações culturais	Campo de Golfe de 18 buracos por Rees Jones	Clube de Surf reservado para membros com piscina American Wave Machines com tecnologia PerfectSwell®	Centro de Tênis com Arena para torneios internacionais
Centro Equestre	Fazendinha	Kids Center	Spa Internacional
Academia	Clube Esportivo	Centro Orgânico	Piscina para prática de surf



VISITE O SHOWROOM

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

ASSISTA AO VÍDEO
E CONHEÇA MAIS.

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 029841J. Telefones (11) 3702-2121 e (11) 97202-3702.



ABRA SUA CONTA
E SOLICITE SEU
ACESSO AO MUNDO
ULTRAEXCLUSIVO.

EXCLUSIVOS ALGUNS
ATÉ PODEM SER,
MAS NO MUNDO
ULTRAEXCLUSIVO,
SÓ VIVE QUEM TEM UM

BRBDUX

AGÊNCIAUM

O BANCO BRB CRIOU UM MUNDO ULTRAEXCLUSIVO
E A CHAVE DE ACESSO PARA ELE É UMA SÓ:
O CARTÃO BRB DUX VISA. É SIMPLEMENTE TUDO
PARA RESOLVER E FACILITAR A SUA VIDA.

- Atendimento exclusivo no Visa Concierge;
- Acesso ilimitado a salas VIP em aeroportos;
- Aluguel de lanchas e iates;
- Compra de presentes e planejamento de ocasiões especiais;
- E muito mais.

banco
BRB





Humanos, seus melhores amigos também merecem Smart Living

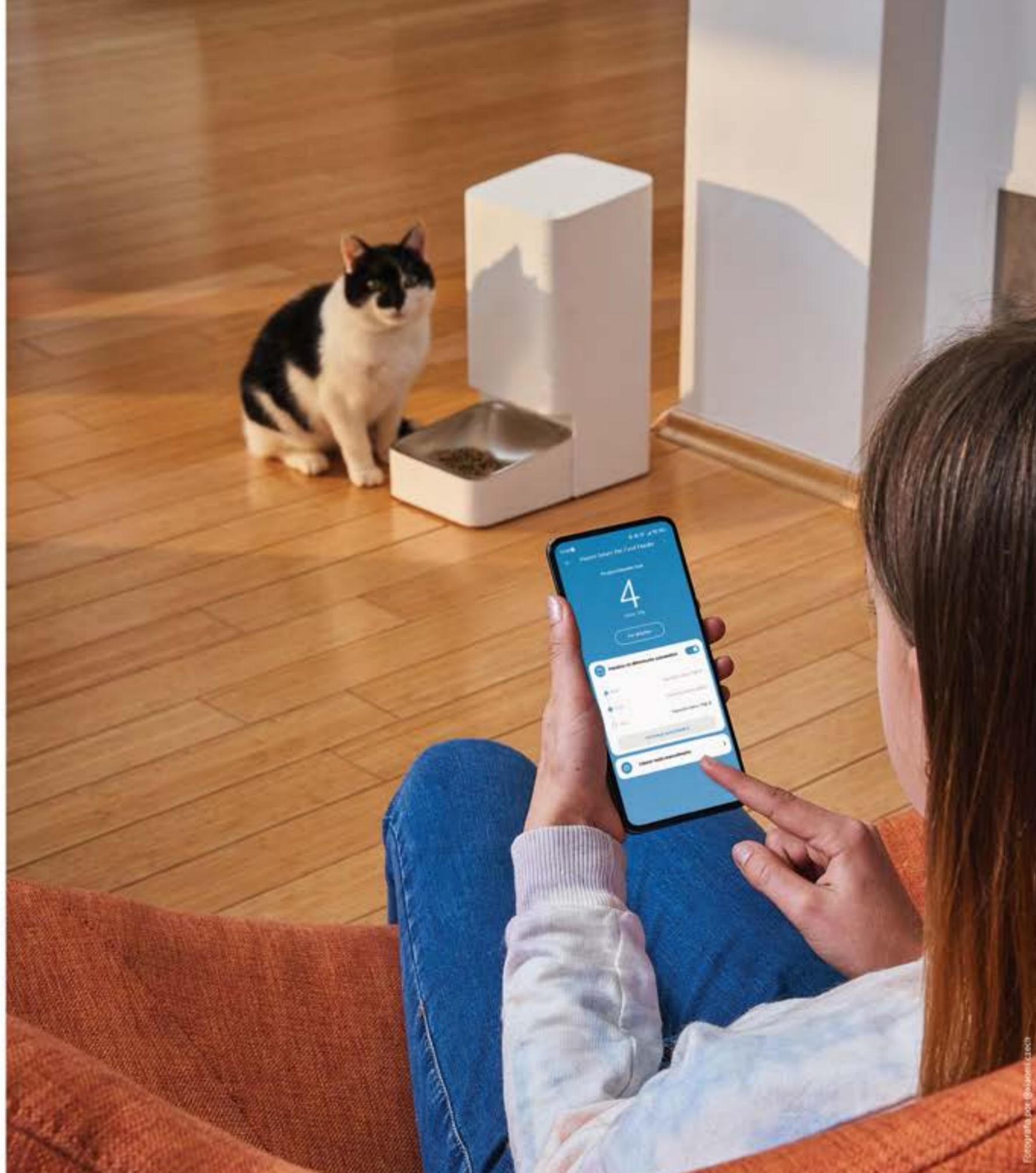
Alimente ou hidrate seu pet, mesmo a distância, a qualquer momento.



XIAOMI Smart
Pet Food Feeder

XIAOMI Smart Pet
Fountain

Saiba mais em mibrasil.com.br



A nossa força fez o Brasil melhor

Com a união de forças
entre o Governo
Federal e a população,
superamos os desafios,
construímos um legado
de liberdade e colocamos
o país no rumo certo.

Acesse
gov.br/nosso brasil

 PÁTRIA AMADA
BRASIL
GOVERNO FEDERAL



CHANDON

★
1959
UN MONDE
DE
POSSIBILITES

ESPUMANTES
EXCEPCIONAIS
PRECIOSAMENTE
ELABORADOS
NO BRASIL

CHANDON EXCELLENCE

A EXPRESSÃO MÁXIMA DA CHANDON

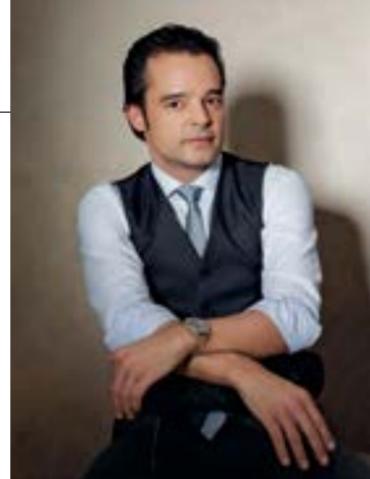
SAFRA VINTAGE
COM ATÉ 10 ANOS
DE MATURAÇÃO



FAÇA PARTE DA
COMUNIDADE CHANDON



COM AS TURBINAS LIGADAS, QUE VENHA 2023!



© MARCIO SCAVONE

@rogeriosfoggia

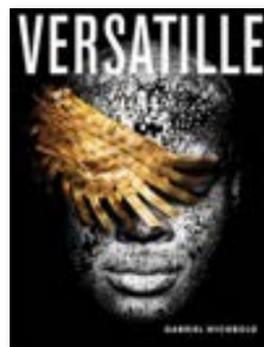
O fim do ano se aproxima, e, com ele, sempre é oportuno dedicarmos tempo de qualidade a reflexões, como um balanço do ano em curso, e para também traçar as nossas metas para o ano que se avizinha. Procuro manter sempre uma atitude mental positiva e sempre focando na solução e não nas adversidades. No meu caso, sigo com as “turbinas” em força máxima, pois divido minha agenda entre as atividades de publisher, advogado tributarista e trader. Pelo ano de 2022, apesar de todas as polêmicas, divergências e polarização, só tenho a agradecer, pois tudo correu da melhor maneira possível.

No caso da *Versatille*, seguimos obcecados para entregar a você, leitor, um conteúdo de lifestyle produzido com muito amor, curadoria e dedicação, resultado da união e da sinergia do nosso time editorial, liderado por Julianna Iodice. No braço de eventos, igualmente só temos motivos para celebrar, uma vez que todos aqueles realizados foram extremamente bem-sucedidos, especialmente pela dedicação e entrega de Raquel R. Sfoggia. Estamos fechando este ano com muita gratidão e realização, e vamos começar 2023 ainda mais motivados para seguir nos superando todos os dias em relação à produção de conteúdo e ampliando ainda mais nossa base de eventos.

No que diz respeito ao conteúdo específico da edição 129, ressalto o editorial, que traz arquitetos e designers da nova geração com mobiliários de grandes modernistas brasileiros. Na sequência, recomendo a leitura da seção Motor, com a BMW i4 M50. No caderno de viagens, ressalto o Casana, hotel em que estive recentemente na praia do Prêa, ao lado de Jericoacoara, um verdadeiro paraíso que ainda conta com um serviço muito exclusivo e impecável. Recomendo super a matéria sobre o TC que fez uma revolução tecnológica no mercado e hoje é meu sócio no braço fiscal na empresa TC Sfoggia Tax Tech. Por fim, mas não menos relevante, sugiro mergulhar na história das Galeries Lafayette. Aproveitem ao máximo o Natal em família e celebrem a virada somente com pensamentos positivos e desejos genuínos, pois atraímos fortemente o que pensamos.

Happy holidays! 🍷

Rogério G. Sfoggia
Publisher



ARTISTA:
GABRIEL WICKBOLD

Relógio 1858 Iced Sea
Inspirado nas geleiras do Mont Blanc.

MONTBLANC

São Paulo: Flagship Iguatemi São Paulo 11 3032 4230 | Cidade Jardim 11 3552 8000 | Higienópolis 11 3662 2525
JK Iguatemi 11 3152 6180 | Morumbi 11 5184 0775 | **Campinas:** Iguatemi 19 3295 7254
Rio de Janeiro: Rio Sul 21 2542 6541 | VillageMall 21 3252 2744 | **Belo Horizonte:** BHShopping 31 3505 5155
Cuiabá: Espaço La Provence 65 3025-8887 | **Curitiba:** Patio Batel 41 3088 1147
www.montblanc.com.br

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

Lais Campos | Jornalista
lais@versatille.com

Beatriz Calais | Jornalista
beatriz@versatille.com

Jack Lima | Filmmaker
jack@versatille.com

Vanessa Peres | Diretora comercial | Brasília
vanessa@versatille.com

Everaldo Guimarães | Tratamento de Imagem
Fabiana Pino | Revisora

COLABORARAM NESTA EDIÇÃO

Ana Luiza Cardoso, Fernanda Meneguetti,
Fernanda Fonseca, Gabriel Bertoncei, Juliana A. Saad,
Marco Freitas, Miriam Spritzer e Sergio Quintanilha

COLUNISTAS

André Soler, Bianca Boeckel,
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

Acesse nosso site:
versatille.com



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



Siga-nos no Instagram:
instagram.com/versatille



0800 026 9969



VICTORHUGO.COM.BR

VICTOR HUGO



- 36 carta da editora
Retrospectiva 2022
- 38 artista da capa
O multiartista
Gabriel Wickbold
- 42 cultura
A nova temporada
de *The Crown*
- 46 design
Quatro ceramistas
irreverentes
- 52 panorama
O sabor diferenciado
da baunilha brasileira
- 56 cinema
O clássico
Surf no Havai
- 60 editorial
Três arquitetos posam
com peças modernistas

- 74 negócio
A expansão
do TC
- 80 persona business
Entrevista com
Karl Kieliger
- 82 motor
O superelétrico
BMW i4
- 92 viagem
Casas-hotéis
de luxo
- 100 férias
Roteiros fora do óbvio
para crianças
- 106 brasil
Um refúgio
em Jericoacoara
- 112 pelo mundo
Destinos
de neve

- 116 enologia
Os vinhos
da Savoie
- 122 evento
Os 22 anos
da *Versatille*
- 128 versatille podere
Mulheres se reúnem
em Brasília
- 130 tendência
Clean girl
- 134 literatura
Entrevista com
Aline Bei
- 138 guia
Itens tailor made
- 142 nostalgia
A história das
Galerias Lafayette

colunas

- 22 carpe diem
Nelson Spritzer
- 24 gastronomia
Wanderley Nunes
- 26 arte
Bianca Boeckel
- 28 saúde & bem-estar
Cristiane Coelho
- 30 finanças
Pedro Albuquerque
- 32 ponto de vista
Murillo de Aragão
- 34 filantropia
André Soler

FOTOS: DIVULGAÇÃO, GABRIEL BERTONCEL



BALANÇO DE FIM DE ANO

Todo fim de ano é a mesma coisa. Trata-se de fazer um balanço e revisar o que faltou fazer e o que queremos para o novo ano. Pois então aqui vai o meu singelo e sincero balanço.

Neste ano que finda, aprendi mais do que ensinei, apreciei mais do que critiquei, li mais do que escrevi, ri mais do que chorei, me encantei mais do que me decepcionei, tive mais dúvidas novas do que velhas certezas, cultivei hábitos mais saudáveis, muito mais do que os que evitam doenças. Tomei menos remédios e comi melhores alimentos, me exaltei menos e cultivei mais a paz interior, criei mais soluções do que problemas, enfrentei mais situações reais (ou pareciam ser...) do que situações imaginárias, esqueci mais as coisas menos importantes e me lembrei mais do que realmente importa. Perdi um pouco, sim, mas ganhei muito mais...

Neste ano que finda, entendi muito, mas ignorei muito mais, encontrei muitos motivos para o lamento e muitos mais para o regozijo. Eu me tornei menos crítico e mais tolerante, menos cínico e mais congruente, contemplei menos e agi mais, disse menos "sim" falsos e mais "não" verdadeiros, encontrei menos satisfação com pessoas falsas e mais satisfação em estar comigo mesmo, perdi a paciência com adutores e aumentei minha paciência com os bichos.

Neste ano que finda, dei mais gargalhadas sinceras do que no ano passado, com certeza, ri dos meus erros com mais

facilidade, me encantei com a facilidade de lidar com eles e deles sempre tirar algo de proveito. Quebrei menos e consertei mais, ajudei muitos e precisei de pouca ajuda, servi sem precisar ser servido, fui útil mais do que um estorvo, me tiveram como modelo ou mentor muito mais do que como alguém a ser evitado. Fui importante na mudança de pelo menos um ser humano, pelo menos um...

Neste ano que finda, pude constatar melhor a quantidade de mentiras em que costumamos acreditar e que nos robotizam e pude testar e comprovar como podemos ser mais mestres e donos do nosso destino. Pude desafiar falsas verdades e aprender como as verdades são meras construções de nós mesmos com tempo de validade. A verdade de nossa infância pode não ser a mesma da juventude e da maturidade igualmente. A verdade de um é diferente da de outro, mesmo em circunstâncias semelhantes, até porque as ditas verdades são mais dependentes do nosso "mundo interior", muito mais do que o que acontece "lá fora".

Neste ano que finda, só posso agradecer mais do que me queixar, pelo privilégio de tê-lo vivido até aqui, com as diversas oportunidades de sentir, ver, ouvir, entender, admirar, encontrar, me despedir, compartilhar, receber, doar e trocar. Enfim, viver. Obrigado, 2022, você cumpriu sua missão comigo. Que venha 2023, pois estou cheio de expectativas para você! 🙏

Contrate Vivo Total e tenha **fibra + celular em um único plano**. É muito mais internet com atendimento exclusivo e personalizado para você aproveitar a estabilidade da fibra e a melhor rede móvel do Brasil.

***Total**



Para mais informações, consulte vivo.com.br ou SAC 103 15. Pessoas com necessidades especiais de fala/audição, acesso pelo 142.



Contrate com um consultor Prime pelo WhatsApp.

11 99915-9648



O TEMPERO PAULISTANO

Ousadia e tempero formam a essência do SAL Gastronomia, do chef Henrique Fogaça, empresário e parte do time de jurados do programa *MasterChef Brasil*, exibido pela Band desde 2014. O estabelecimento conta com duas unidades,

uma localizada no bairro de Higienópolis, inaugurada em 2005, e outra no Shopping Cidade Jardim, aberta em 2017, ambas em São Paulo.

O cardápio segue a linha brasileira contemporânea, com criações exclusivas marcadas pelo tempero acentuado, qualidade dos ingredientes e forte identidade – em linha com a personalidade do chef de não ter medo de errar e ousar em suas criações. Alguns destaques são os famosos steak tartare de mignon com ovo de codorna frito e batata chips e polenta cremosa com linguiça e requeijão ao molho de tomate, servidos como entrada. Mas imperdível mesmo é o cordeiro com aligot, um clássico do chef Fogaça.

No comando da cozinha da unidade de Higienópolis está o chef Douglas Chaves, que iniciou no restaurante como estagiário e logo se destacou. O ambiente do SAL é aconchegante, tem decoração industrial composta de materiais de cobre, madeira e couro, com destaque para um balcão feito de pedra ônix vinda especialmente do Paquistão. O diferencial é a cozinha aberta para o público, que deixa a experiência toda mais intrigante e, claro, com água na boca ao ver o chef em ação. ♡



NO TOPO, O CHEF HENRIQUE FOGAÇA. AO LADO, O LOMBO DE CORDEIRO COM PURÊ DE QUEIJO E MOLHO DE JABUTICABA

FOTOS: DIVULGAÇÃO



100

Em 2023, vamos celebrar os #100doCopa e inspirar os próximos anos de história deste ícone carioca

COPACABANA PALACE

A BELMOND HOTEL
RIO DE JANEIRO

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



O MERCADO DA ARTE EM 2022 E PREVISÕES PARA O PRÓXIMO ANO

O ano de 2022 foi marcado por grandes acontecimentos no mercado da arte, alguns deles destacados aqui nesta coluna. No Brasil, o centenário da semana de 1922 foi amplamente celebrado com exposições em diversos locais, desde a Pinacoteca e o Theatro Municipal até galerias e espaços alternativos de arte. A brasilidade esteve presente e valorizada através da arte indígena, negra e de todas as raízes que fundamentam a cultura brasileira. No setor das feiras de arte locais, a novidade ficou por conta das primeiras edições da ArtSampa e da ArPa (ambas em São Paulo, sob a direção de Brenda Valansi e Camilla Barella, respectivamente). As duas feiras já têm data definida para 2023.

As casas de leilões efetuaram vendas bilionárias em 2022, através de compradores dispostos a pagar preços estratosféricos. “Vimos performances extraordinárias no primeiro semestre”, ressalta Julien Pradels, diretor-geral da Christie’s na França. A companhia, controlada pelo empresário francês François Pinault, faturou 4,1 bilhões de dólares nos primeiros seis meses de 2022, o que representa um crescimento de 17% comparado com o mesmo período de 2021. A Christie’s também vendeu a obra mais cara leiloadada neste ano: um retrato de Marilyn Monroe pintado por Andy Warhol, adquirido por 195 milhões de dóla-

res. Sua concorrente Sotheby’s vendeu mais de 3 bilhões de dólares apenas no primeiro semestre, um aumento de 12% em relação a igual período de 2021. A *Bienal de Veneza* (Il latte dei Sogni) também foi um ponto alto do ano, levando milhares de visitantes a seus pavilhões. Sob a direção curatorial da italiana Cecilia Alemani, essa edição foi emblemática por apresentar uma esmagadora maioria feminina, com apenas 10% de artistas homens.

Para 2023, podemos prever a continuidade da valorização da arte brasileira, de forma local e internacionalmente. Já no comecinho do ano será inaugurada uma exposição de Tunga, na Luhring Augustine, no Tribeca (bairro de Nova York) – a sexta individual do artista promovida pela galeria. A mostra *Vê-nus* conta com a curadoria de Paulo Venâncio Filho e destaca os desenhos de Tunga, ainda pouco conhecidos pelo grande público. Antônio Mourão, filho do artista, enxerga essa exposição como mais uma oportunidade de difundir a obra de Tunga, logo após o recente sucesso das mostras no Itaú Cultural e Instituto Tomie Ohtake, em São Paulo. Podemos então aguardar nomes como o de Tunga em mais museus e instituições internacionais – o que ajuda a alavancar outros artistas brasileiros e colocar nosso país ainda mais em evidência. 📍



CASTELO SAINT ANDREWS

REFERÊNCIA NA HOTELARIA DE ALTO PADRÃO NA AMÉRICA LATINA

ÚNICO EXCLUSIVE HOUSE DO BRASIL

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



Experiências gastronômicas únicas, harmonizadas com os melhores vinhos do mundo!

No Premiado Restaurante Primrose.

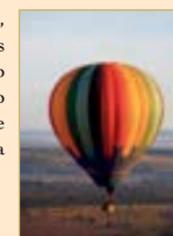
Mountain House - Casa exclusiva com 500m² Dentro do complexo Saint Andrews!

Com serviços exclusivos de hotelaria.

FÉRIAS EM GRAMADO

Aproveite incríveis aventuras como: rafting, passeio de balão, esqui e snowboard. Conheça as novíssimas atrações Vila da Mônica e Alice e o Chapeliro em Gramado. Passeio de dia todo no maravilhoso litoral Gaúcho, na famosa Praia de Xangri-lá ou visite o Vale dos Vinhedos para experiências inesquecíveis.

Janeiro: Mês das Hortênsias.
Fevereiro: Vindima Experience.



CARNAVAL VENEZIANO

Viva esta maravilhosa **Experiência Exclusiva!** Inspirado no Carnaval de Veneza, “o mais antigo do mundo”. Músicas nos jardins do Castelo, máscaras e fantasias, jantar menu Surprise do Chef, tradicional feijoada, Royal Afternoon Tea*, Terapia Relaxante* para o casal, noite de pizzas gourmet* e muito mais.

(exclusivo para 7 noites)*
8 dias / 7 noites (16 a 23/02 ou 19 a 26/02)
5 dias / 4 noites (17 a 21/02 ou 19 a 23/02)



Detalhes e reservas:

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

castelosaintandrews



saintandrews.com.br





RECOMEÇAR COM A MENTE RENOVADA

Mais um ano chegando ao fim, e novamente a lista de desejos sendo planejada para o ano que se aproxima. Mas, afinal, o que tem nos separado da chegada ao destino? Falta de planejamento ou falta de consistência em executar as tarefas, pois é necessário recalcular a rota quando for preciso e reconstruir seus significados.

Em geral, os itens mais apontados na lista de ano-novo são saúde e bem-estar, mas, para alcançá-los, precisamos ter permanência de hábitos saudáveis, como: manter uma alimentação balanceada, praticar exercícios físicos e ainda procedimentos com tecnologias inovadoras, que algumas pessoas optam por fazer, a fim de potencializar os resultados. Mas, lembre-se, cada meta deve ser realista e tangível e não impossível de ser alcançada. Não hesite em pedir ajuda quando necessário. Nem todos conseguem caminhar sozinhos. Profissionais fazem parte de uma grande rede de apoio.

É necessário introduzir, com alimentação e exercícios, atividades que despertem a criatividade e estimulem novos hábitos, como artes e dança, algo que seja prazeroso e que mude a rotina, assim como traga novas habilidades.

É importante conhecer comportamentos limitantes que sabotam a organização quanto às refeições, como chegar em casa cansado e não ter feito um bom planejamento ou ainda ter em casa excesso de alimentos ricos em carboidratos, como bolos e doces, que funcionam como gatilhos de prazer momentâneo, pois liberam dopamina e serotonina e criam ciclos repetitivos.

E por isso é fundamental aprender manejos de estresse diário, para melhorar a determinação e consistência das metas, e a meditação e técnicas de respiração ajudam no autocontrole. Outros aspectos, como a higiene do sono e a hidratação, também fazem parte das estratégias. O sono funciona como reparador de células cerebrais e do sistema imune, e por isso colabora tanto na execução das tarefas quanto na melhora da saúde, e a hidratação libera as toxinas do corpo, ajuda no transporte de nutrientes e aumenta a concentração. Também colabora na execução de todo e qualquer tipo de tarefa.

Para ter a mente renovada, precisamos manter bons hábitos e assim aprender a viver com um planejamento saudável. Afinal, uma etapa depende da outra. Desejo um ano-novo com a mente renovada e eficiente para todos nós! 🍀



BUENO BRANDÃO

257

500M²

5 SUÍTES

Visite nosso espaço conceito:
Rua Bueno Brandão, 257 | Vila Nova Conceição

INTERMEDIações:



SAIBA MAIS OU FALE
COM O NOSSO CONSULTOR
DE VENDAS

REALIZAÇÃO E CONSTRUÇÃO:



EMPREENDIMENTO BUENO BRANDÃO 257 - SÃO PAULO-SP. Incorporadora responsável TGSP-88 EMPREENDIMOTOS IMOBILIÁRIOS LTDA., pessoa jurídica de direito privado, com sede no Município de São Paulo, Estado de São Paulo, na Avenida das Nações Unidas, nº 14.261, Ala B, 14º andar, Condomínio W Torre Morumbi, Vila Gertrudes, CEP 04794-000, inscrita no CNPJ/MF sob nº 34.583.520/0001-96. Projeto arquitetônico: Königsberger Vannucchi Arquitetos Associados. Projeto paisagístico: Cardim Arquitetura Paisagística. Projeto paisagístico: EDSA - Criação Conceitual do Paisagismo. Projeto de arquitetura de interiores: Roberto Migotto Arquitetura de Interiores. Memorial de incorporação registrado sob o R. 06, da matrícula nº 201.003, em 20.10.2022, do 4º Oficial de Registro de Imóveis de São Paulo/SP e patrimônio de afetação averbado sob Av. 07 da referida matrícula. As informações constantes no memorial de incorporação e nos futuros instrumentos de compra e venda prevalecerão sobre as divulgadas neste material. As informações referentes às estimativas orçamentárias das despesas condominiais são meramente ilustrativas e poderão sofrer alterações após as realizações das assembleias de instalação dos condomínios. Todas as imagens e perspectivas aqui contidas são meramente ilustrativas. As tonalidades das cores, formas e texturas podem sofrer alterações. Os acabamentos, quantidade de móveis, equipamentos e utensílios serão entregues conforme o memorial descritivo do empreendimento e projeto de decoração. Os móveis e utensílios são sugestões de decoração com dimensões comerciais e não fazem parte do contrato de aquisição da unidade. As medidas dos apartamentos são internas e de face a face. A vegetação exposta é meramente ilustrativa, apresenta o porte adulto de referência e será entregue de acordo com o projeto paisagístico, podendo apresentar diferenças de tamanho e porte. As vistas do entorno apresentadas nas ilustrações artísticas são aproximadas e imprecisas, ou seja, meramente ilustrativas e podem não corresponder exatamente à realidade presente ou à realidade no momento da entrega. A incorporadora não se responsabiliza pelas construções vizinhas ao empreendimento. Itens como acréscimo nas edificações existentes no entorno, aberturas de janelas, alterações de afastamentos, entre outras condições dos imóveis de terceiros podem ser verificados no local, cabendo ao Poder Público fiscalizar a regularidade das construções vizinhas ao empreendimento. Demais informações estarão a disposição no plantão de vendas. Este material é preliminar e está sujeito a alteração sem aviso prévio. Intermediações: Tegra Vendas. Creci J-28.638. LPS São Paulo Consultoria. Creci 24.073-J.



SEM TEMPO PARA INVESTIR? APOSTE NOS FUNDOS DE INVESTIMENTO

2023 está aí, e um dos grandes objetivos de muitas pessoas no início do ano é começar a investir, para viabilizar metas do futuro, como a aquisição de um imóvel ou a realização de uma viagem. Entretanto, por falta de tempo ou conhecimento, muitos deixam esses sonhos de lado e não dão o primeiro passo em prol de uma vida com mais independência financeira.

Quando penso nessas pessoas que deixam passar essas oportunidades por falta de conhecimento financeiro, me vem à cabeça uma modalidade de investimento que pode ser uma boa opção: os fundos de investimento. Defino, pessoalmente, os fundos de investimento como um condomínio de investidores alinhados em uma mesma tese de investimento.

De acordo com a Anbima, em outubro de 2022, o número total de fundos de investimento chegou a mais de 28.500. Já segundo dados da plataforma TC Economatica, 555 fundos (de ações, multimercados, previdência, renda fixa e cambial) possuem um total de 7,03 trilhões de reais em ativos sob administração, sendo que as 24 principais gestoras concentram 75% do volume total de recursos investidos.

Tenho como base o crescimento e o aumento da curiosidade das pessoas em fundos de investimento, pois, há muito tempo, recebo pedidos para abrir o meu fundo, que é privado e continuará assim. Mas foi após o anúncio do acordo para a aquisição da gestora Pandhora pela minha companhia, em agosto deste ano, que surgiu a ideia de criar um novo fundo, o TC Cosmos, com a contribuição do meu racional.

Mas, afinal, como funciona essa opção de investimento? Nela, os participantes delegam a uma equipe qualificada a compra e venda de ativos, sem se preocupar com a volatilidade e os cenários imprevisos. É verdade que todo investidor quer pilotar a própria carteira, mas nem todos

têm o tempo disponível para fazer a boa gestão de seus ativos e ainda monitorar as oportunidades do mercado. No fundo de investimento, ninguém está sozinho. Ele está com um “piloto” profissional que passa a gerenciar os ativos.

Outro grande diferencial dos fundos é que os investidores podem diversificar seus produtos, e os ganhos são obtidos proporcionalmente ao valor investido em cada um. Isso significa que a equipe de gestão tomará as decisões de investimento, buscando as melhores oportunidades e permitindo ao investidor o acesso a uma carteira diversificada de ativos de uma só vez. Assim, será possível várias diversas classes de ativos – renda variável, renda fixa etc. – em um único aporte e aproveitar as possíveis altas nas diversas frentes.

Eu, por exemplo, tenho uma carteira balanceada com vários setores, como energia, varejo, financeiro, exportadores, papel e celulose, empresas de fora para me proteger contra a flutuação cambial e aumentar minhas possibilidades de ganhos. Gosto de ter, no máximo, dez empresas na minha carteira, e acompanho mais ou menos 20 empresas da bolsa em detalhes. Tenho minhas metas e objetivos, e sei que ter uma gestão especializada por trás me deixa muito mais tranquilo.

O TC Cosmos se distingue no mercado pela utilização de trades oportunos de curto prazo em conjunto com investimentos em empresas com fortes fundamentos, oferecendo exposição à renda variável com diversificação e menos volatilidade. Os investidores desse fundo poderão seguir os meus raciocínios de investimento à medida que desejarem e, dessa forma, evoluir seu conhecimento financeiro.

Que tal começar o ano investindo sem tantas preocupações? Se essa é sua meta, contar com um fundo de investimento pode ser uma boa ideia.

Até mais! 📞



Experimente a mais
GRANDIOSA *das*
CELEBRAÇÕES

Vivencie o maior réveillon do mundo com momentos memoráveis na melhor vista de Copacabana.



fairmontrio.com



copacabana.reservations@fairmont.com



+55 21 2525.1232



@fairmontrio

Fairmont
RIO DE JANEIRO COPACABANA



O SAL DA NOSSA TERRA

O Brasil, em suas expressões culturais, tem na África sua matriz referencial. Temos o samba como ritmo nacional, o Carnaval como referência internacional e a feijoada como prato típico. São manifestações com fortes – se não predominantes – características africanas.

Temos uma porção quase majoritária de pardos em nossa população, e mesmo os que são “brancos” podem, eventualmente, encontrar fragmentos de DNA africano em sua formação. Eu mesmo tenho, na minha composição genética, traços que me conectam a Moçambique, ainda que seja considerado “branco” para efeitos estatísticos.

Não há, salvo expressões pontuais, manifestações culturais brasileiras sem influências africanas. Tal evidência, porém, não é encarada como uma realidade em termos sociais. Somos uma sociedade racista, em que a desigualdade atinge mais os pardos e negros do que os brancos.

Como filho de paraibanos de classe média, também enfrentei certas dificuldades, pois existe preconceito contra nordestinos no país. Mas a minha branquitude facilitou um caminho de suor e luta. Caso fosse preto ou pardo, a trajetória teria sido muito mais dura, travada pelo preconceito, pelo abismo educacional e pela tendência à desigualdade que predomina em nosso país.

As pessoas só entendem de fato o que é racismo quando se tornam suas vítimas. No Brasil, nós, os “brancos”, praticamente não sabemos o que é se sentir discriminado. Até sermos preteridos ou discriminados no exterior por não sermos 100% Wasp (white, anglo-saxonic and protestant).

Lembro-me de um episódio da série *Além da Imaginação (Twilight Zone)* em que um personagem era preconceituoso com judeus, negros e asiáticos. Na fantasia da trama, o personagem vai se transformando, sucessivamente, em judeu, negro e asiático, até sofrer na pele o peso da discriminação.

Voltando ao Brasil, o sal da nossa terra é a cultura africana, violentamente transplantada para cá por conta da escravidão. Foi a vinda dos negros escravizados que inaugurou aqui a diversidade que até hoje não sabemos valorizar nem proteger como deveríamos.

Politicamente, os avanços são lentos. Na prática, a representação de pretos e pardos no Congresso Nacional é ínfima e não proporcional. O mesmo ocorre no Judiciário, com uma magistratura predominantemente branca. Índices de escolaridade, renda e ocupação também mostram o peso do preconceito que se esconde por trás de uma aparência cordial. Enfim, estamos longe de ser uma democracia racial. ☹





COMO OS NEGÓCIOS PODEM SER MAIS VALIOSOS PARA O FUTURO

Quando escolhi fazer cinema na Faap, queria protestar contra a realidade. Criar imagens em movimento que pudessem nos fazer imaginar o mundo de forma diferente. O que eu não imaginava é que o caminho para fazer isso seria como um empreendedor social, uma trajetória que iniciei em 2014, quando fundei a SP Invisível.

Toda ideia inovadora traz com ela uma solução inesperada. Mas como mudar o olhar da sociedade para as pessoas que são consideradas invisíveis? E como fazer as pessoas verem o que elas estão ignorando?

A SP Invisível é o lugar em que é possível acreditar que a população de rua tem um novo futuro. Enxergar oportunidades neste meio pode parecer loucura -, afinal, 3% das doações são para essa causa. Um número desproporcional se comparado ao crescimento de 31% da população de rua em São Paulo nos últimos dois anos.

Nestes oito anos de SP Invisível, percebi que a empresa é um negócio social com

grande poder de impacto e autossustentabilidade. Nossa arrecadação já ultrapassa 6,5 milhões de reais, e com isso atendemos mais de 34 mil pessoas.

Entre os nossos desafios para 2023 está o desenvolvimento de pessoas em situação de rua, para que elas tenham autonomia e possam se sustentar, a partir da reinserção no mercado de trabalho. Essa é uma iniciativa estratégica, que vem do nosso conselho, constituído de cinco diretores de organizações multinacionais. Para completar a missão audaciosa, há um planejamento, construído para não nos desviarmos de nossos objetivos de impacto.

A SP Invisível está sempre à frente do seu tempo, proporcionando experiências transformadoras que mudam olhares e formas de pensar. Nosso olhar é além das multidões: enxergamos indivíduos e cuidamos de cada detalhe. Para nós, a pessoa mais importante é aquela que está à sua frente. 

Seu leão pode colorir a vida de muitas crianças

ATÉ
29/12

Doe seu Imposto de Renda para o Hospital Pequeno Príncipe



No Brasil, apenas 3,15% do potencial de doação de IR da população foi destinado para instituições filantrópicas em 2020. Isso representa mais de R\$ 8 bilhões que poderiam impactar o cenário da saúde no país.

E você, ao destinar até 6% do seu Imposto de Renda para os projetos do maior hospital pediátrico do Brasil, pode contribuir para mudar essa realidade, de forma fácil e sem custos.

Ajude a transformar a vida de milhares de crianças e adolescentes. Acesse doepequenoprincipe.org.br, simule seu potencial de doação, preencha o formulário e solicite seu boleto.

Contamos com você!

(41) 2108-3886  (41) 99962-4461

doepequenoprincipe.org.br

Apoio:

VERSATILLE





EIS A MISCELÂNEA AMBULANTE

Já é Natal, já é Copa do Mundo, já é tempo de festas de fim de ano. E, com o período, chega o momento de rever nossas prioridades e nossos planos para 2023. É também tempo de lembrar 2022, e, por isso, falarei de um ano virtuoso para a *Versatille*. Começamos o tempo com a capa da artista He-loísa Hariadne, e, na sequência, mais cinco artistas, em ordem cronológica: Apolo Torres, AVAF, Camila Alvite, Thiago Nevs e Gabriel Wickbold (a edição atual). Além das páginas, a *Versatille* materializou sua expertise por meio de eventos: Copa no Copa (em março e agosto), Untitled (outubro) e Podere (novembro). Aumentamos a presença on-line com a criação da conta no TikTok (user: versatille) e passamos a produzir vídeos autorais, in-house – que você pode acompanhar também no Instagram (@versatille) e YouTube.

Na lista de planos para 2023, posso adiantar que teremos algumas mudanças bem significativas – não no que diz respeito a curadoria e conteúdo, mas sim, estética. Também, mantendo o mistério, começaremos o ano com um novo produto. Esperem por mais eventos, sejam os já existentes, sejam novos.

Volta para 2022 e para o que eu espero que seja sua leitura de férias, que está em suas mãos. Da edição 129, sugiro começar pela matéria de cultura, que aborda o seriado *The Crown* (no ano em que a mítica rainha Elizabeth faleceu); o editorial, que traz arquitetos posando em peças icônicas de modernistas brasileiros; um especial de vinhos da Savoie; e, para finalizar, a seção Nostalgia, que revela a história das parisienses Galeries Lafayette.

Nos vemos em 2023! 🍷

Giulianna Iodice

Transbordante

O MÚLTI GABRIEL WICKBOLD É ARTISTA NASCIDO E CRIADO E VIVE PLENAMENTE SUA ABUNDÂNCIA CRIATIVA

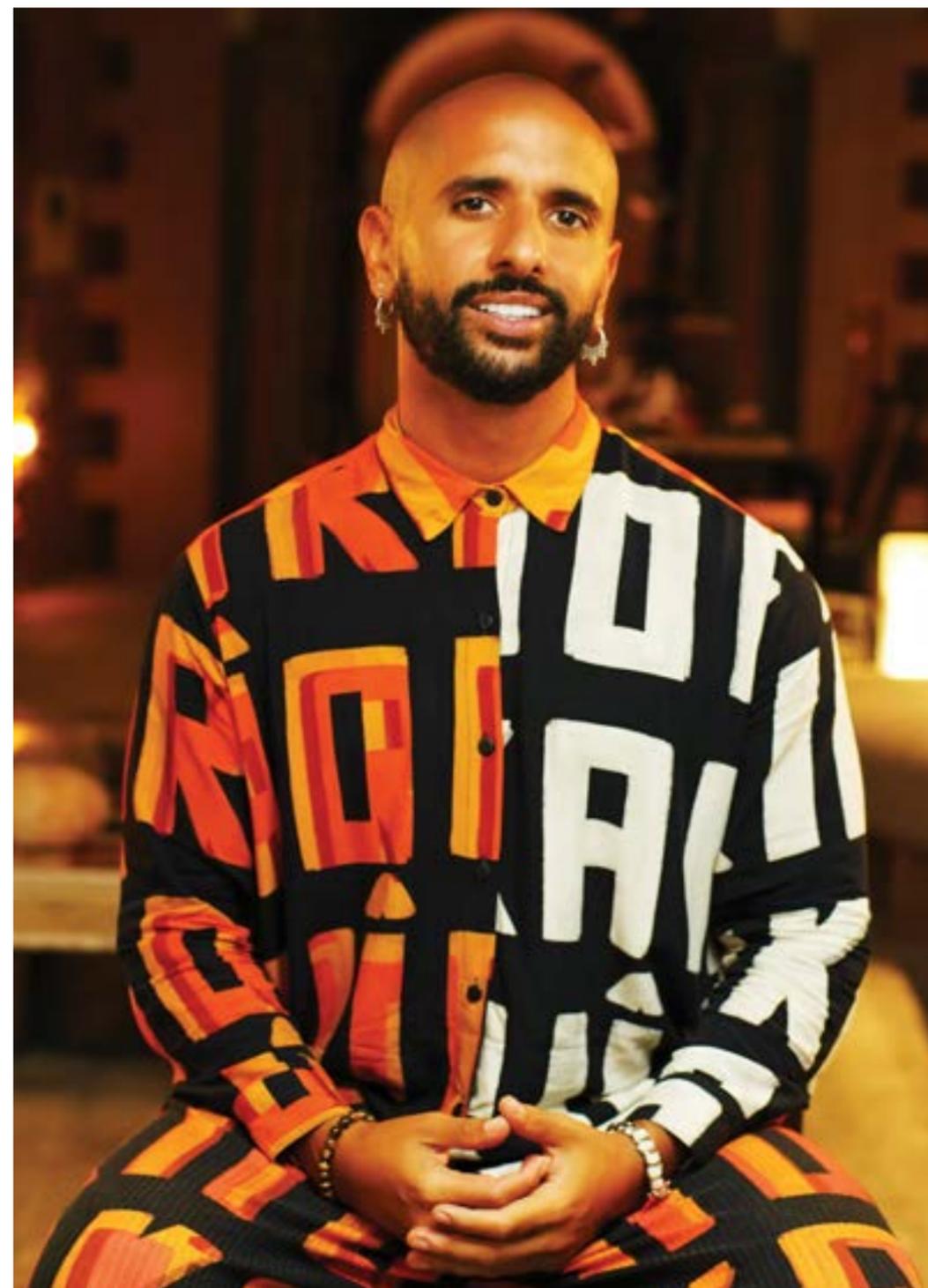
por giuliana iodice

Corpo, mente, arte. Gabriel Wickbold, artista e empresário, afirma constantemente durante a conversa com a *Versatille* a importância da evolução espiritual em sua trajetória profissional e pessoal: "A gente veio nesta encarnação e existência para evoluir o nosso espírito, se entender mais como ser humano, e meu trabalho busca isto, explicar essas dores e conflitos nossos, para que a gente consiga evoluir". De caráter singular, expressa toda a sua criatividade pulsante por meio de suas obras em diversos formatos, que incluem fotografias, poemas, músicas, esculturas, e também pela moda, área na qual vem se desenvolvendo atualmente, por meio de seu vestir e criar.

Com sua galeria em São Paulo, no bairro da Vila Nova Conceição, e o espaço imersivo What's Next, na Rua Oscar Freire (que abriu em 2022 e deve funcionar por um ano), além da galeria própria, em Londres, recém-inaugurada, Wickbold aposta em uma lógica diferente da maior parte do mercado de arte: ser independente. Em constante expansão, o artista da capa fala sobre suas inspirações e planos.

Versatille: Como se descobriu artista?

Gabriel Wickbold: É uma pergunta difícil... Eu acho que nunca fui outra coisa. Se você imaginar que, com 12 anos, eu lancei um livro... Outro dia mesmo revi essas fotos: eu sentado em uma mesa, dando autógrafos, com os meus amigos da escola ao redor. Era um livro de poesia. Eu nunca fui outra coisa. A poesia é uma coisa que me acompanha até hoje. Acredito que exista um approach poético muito forte na minha forma de contar histórias. Eu acho que tenho uma arte que conta histórias. Através do meu trabalho, tenho um discurso muito alinhado com o meu propósito, mas, acima de tudo, uma arte muito alinhada com o meu desenvolvimento e evolução espiritual. Eu acho que a gente não leva nada desta vida além de evolução espiritual. A gente veio nesta encarnação e existência para evoluir o nosso espírito, se entender mais como ser humano. O meu trabalho busca isto, explicar essas dores e conflitos nossos, para que a gente consiga evoluir.





ACIMA E NA PÁGINA AO LADO,
OBRAS DO ARTISTA

V: Qual é seu momento atual?

GW: Hoje, mais do que nunca, estou muito forte na moda, com a minha forma de me vestir e criar. Estou gostando muito de ser uma pessoa criativa neste lugar. Eu fiz algumas roupas com Alexandre Won, desenhei junto, é uma forma de expressão própria 360 graus. Eu tenho a música, também muito forte, que também me acompanha desde sempre. Eu sou esse lugar múlti. Não são facetas, são necessidades. Às vezes eu estou aqui em casa, e alguém fala que canta, mas não consegue, pois tem vergonha. E eu acho que o lugar do artista está acima disso; é uma necessidade mais forte do que ele de se expressar. A força está em um lugar maior, ela existe para explodir.

V: O que é arte para você?

GW: Para mim, arte é liberdade. É sobre se propor, arriscar e ser uma pessoa livre. É acreditar que você pode trafegar livremente, não se colocar em uma caixa, e ter um propósito maior por trás disso. A gente faz porque não cabe dentro da gente.

V: Onde você busca suas inspirações?

GW: Como disse, é nessa evolução espiritual, a busca por aprender, sentir as dores do coletivo, coisas que todo mundo está passando, sentindo, é realmente a minha missão. É fazer o dia a dia ser uma antena, um canal, para transformar em arte e isso nos “alimentar” de alguma forma.

V: Como materializa suas obras de arte?

GW: Cada série é um processo totalmente novo, pois nunca me coloquei em uma caixa para poder justamente me reinventar. Cada um dos processos dessas séries acontecem em média a cada dois anos, o tempo que levo para desenvolver, sentir e experienciar, e assim começar a produzir e tentar. É um tempo que me dou, sem a cobrança de que tem que sair agora. Todas têm uma técnica nova, afinal eu também estou aprendendo. Como as técnicas reagem, como a luz reage. Como eu apresento na tela, na escultura.

V: Quais foram seus feitos mais recentes?

GW: Este momento da minha carreira está muito legal. Eu estou com 24 obras em acervos permanentes de museus, e também estou realizando uma exposição em São Petersburgo, na Rússia. Eu acabei não indo nem divulgando por conta da guerra, é uma exposição que já estava fechada desde 2019. Fiz exposição no MAB, na Faap. Fiz exposições em

“

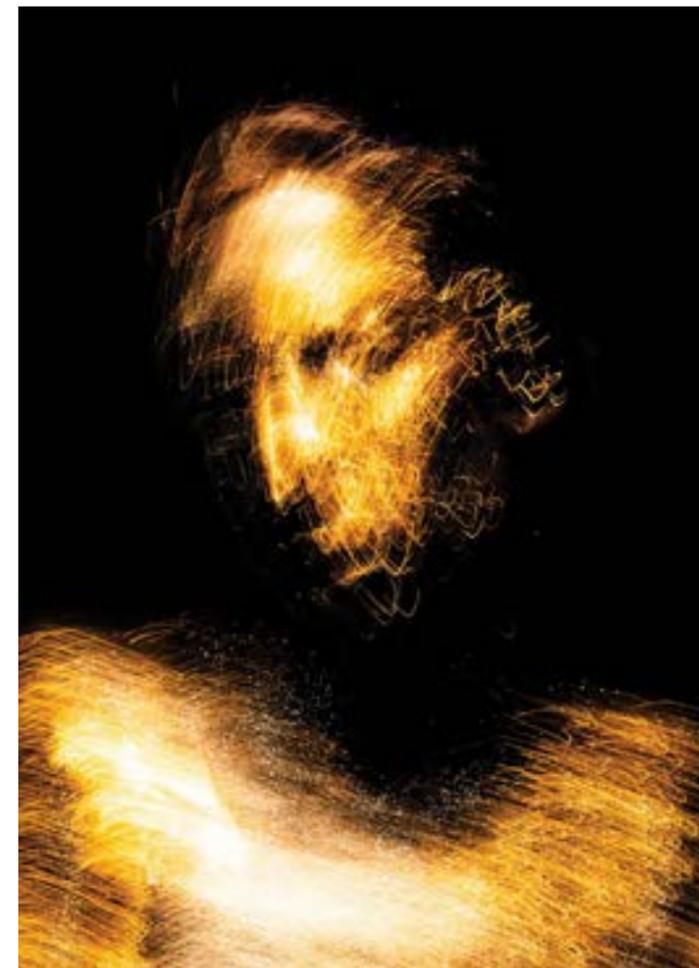
ARTE É LIBERDADE. É ACREDITAR QUE VOCÊ PODE TRAFEGAR LIVREMENTE, NÃO SE COLOCAR EM UMA CAIXA, E TER UM PROPÓSITO MAIOR POR TRÁS DISSO. A GENTE FAZ PORQUE NÃO CABE DENTRO DA GENTE.

Miami, em Fortaleza, e alguns projetos para Salvador, e também nos EUA. Desde junho estou operando uma galeria em Londres, no Soho, com meu nome – Gabriel Wickbold Gallery. São muitos projetos simultâneos. O espaço da Oscar Freire, batizado de What’s Next, era algo que já estava buscando havia um tempo, ter um local para contar a história das minhas séries, uma experiência imersiva, as obras acontecendo em diversos formatos. Um lugar para palestras, música, arte, encontros... Até setembro de 2023 acontecerão vários lançamentos. Estamos tendo, em média, 700 visitas por dia nos fins de semana. É um momento superespecial. Recentemente, estive em um jantar com Skepta – que ficou interessado em comprar algumas obras – e Naomi Campbell. Também tenho projetos muito especiais com a BMW; sou embaixador da marca.

V: E os planos para o próximo ano?

GW: Começo 2023 com uma exposição em Sharjah, nos Emirados Árabes. É o maior festival de fotografia do mundo árabe, chama *Exposure*. Na sequência, tem a SP-Arte, depois, Photo London, e continua no espaço da Oscar Freire, com vários lançamentos. Será lançada uma collab de roupas, um lançamento de mobiliários com a Mula Preta, está chegando a terceira edição do meu livro – o que é uma vitória, pois vender livro no país é complexo. Todo mundo vê de fora, mas não tem noção da máquina que é para pôr tudo isso de pé. A parte criativa é um grande motor de um ecossistema que funciona em torno do meu nome. ♻

FOTO: DIVULGAÇÃO



A RAINHA É COOL E TODOS CLAMAM "GOD SAVE THE QUEEN"

NO ANO EM QUE ELIZABETH II
FALECEU, A NETFLIX REVELA A NOVA
TEMPORADA DE *THE CROWN*

por miriam spritzer

Será que Charles tem o que precisa para se tornar um bom rei? O mundo está preparado para ver Camila como a rainha consorte? Chegaremos a ver William e George no trono? São muitos os questionamentos sobre o futuro da monarquia britânica desde que a rainha Elizabeth II faleceu, em setembro deste ano. Porém, num momento de tantas incertezas, uma coisa se tornou mais clara do que nunca: seu legado cultural no mundo é gigantesco. Charles pode até ascender ao trono e se tornar um grande rei, mas será impossível chegar aos pés do impacto de Elizabeth ao redor do mundo.

Seu rosto está estampado em peças de roupas, capas de cadernos e os mais diversos enfeites e cacarecos, tudo amplamente comercializado fora dos países da Commonwealth. São inúmeros os filmes, documentários, livros e séries sobre ela e seu reinado. Sem contar os incontáveis memes e stickers trocados nas mensagens de texto e posts em redes sociais (particularmente, esses são pelos que tenho mais apreço). Mais do que uma figura política, Elizabeth II é uma espécie de ícone pop, como os Beatles e as Spice Girls, mas muito, muito maior.

O sucesso da série *The Crown*, lançada em 2016 pela Netflix, é o exemplo perfeito. O objetivo da produção, desde o início, era dramatizar os eventos políticos e pessoais que moldaram o reinado de Elizabeth II de forma íntima e extremamente realista. Entre a recriação de aparições públicas icônicas e cenas imaginadas, baseadas em extensas pesquisas e entrevistas com familiares, amigos e funcionários, assistir à série é como observar a família real inglesa através de uma fechadura. E quem nunca teve curiosidade de saber o que se passa entre quatro paredes no Palácio de Buckingham?



FOTO: DIVULGAÇÃO



ACIMA, DA ESQ. PARA A DIR., ELIZABETH DEBICKI, WILL POWELL, SENAN WEST E DOMINIC WEST. NA PÁGINA AO LADO, IMELDA STAUNTON E JONATHAN PRYCE

The Crown cativa o público, pois, ao narrar histórias pessoais e privadas, de certa forma, humaniza os membros da família real. “Quando o público vê alguma aparição real, não há como saber como eles estão se sentindo naquele momento. Você tem que imaginar. E os nossos roteiros são excelentes ao criar esse microscópio para que a gente possa entender pelo que cada um desses personagens está passando e o que eles estão sentindo. A própria vida deles é o subtexto quando os vemos nesses eventos”, comenta Imelda Staunton, a nova protagonista de *The Crown*, durante a coletiva de imprensa em torno do recente lançamento da quinta e penúltima temporada.

Após Claire Foy e Olivia Colman, Staunton será a última atriz a interpretar Elizabeth II na megaprodução. A troca de elenco principal a cada duas temporadas foi criada para garantir que a idade dos atores fosse congruente com a fase de vida da rainha e daqueles a sua volta. Mas a “estratégia” acabou sendo uma grande sacada para atrair fãs para a série, uma vez que todo novo elenco gerava certa comoção e curiosidade, principalmente para descobrir quem interpretaria a monarca e quão parecidas de fato seriam.

A presente fase, no entanto, leva um pouco mais de peso do que as outras, pois é a única lançada após o falecimento da rainha Elizabeth e do príncipe Philip. Há rumores de que a audiência da série aumentou em 500% desde o enterro da monarca. “Eu acho que as pessoas têm um respeito imenso porque ela manteve a sua promessa”, reflete Imelda. “No seu funeral, fizeram filas e mais filas. Isso me impressionou muito. Falam de amor, mas eu acho que era uma grande admiração. Ela tinha a própria voz, levantava o seu rosto e fazia o seu trabalho. Nada fora da linha. Aqui estamos celebrando ela.”

É curioso que, das 12 famílias reais da Europa, a mais retratada na cultura popular seja a Windsor. O motivo é “porque é a melhor de todas”, brinca Jonathan Pryce, o novo príncipe Philip. Em sua extensa carreira de teatro e cinema britânico, o ator já teve a honra de estar na presença da rainha e de outros membros da família real algumas vezes. “O trabalho deles é ser a família real. Há um mistério sobre isso, e são esses costumes e essas tradições que os tornam tão interessantes”, explica. Para ele, a série pode trazer um pouco de conforto ao público por ver os personagens tão bem apresentados.

Claro que, para os leigos, como eu, a série ensina muito sobre os protocolos reais e o papel de cada um nesse sistema monárquico. Todos os atores passam por um extensivo treinamento com especialistas de fala, voz e movimento, para que os protocolos reais sejam seguidos à risca, e isso também mantém certa linha de atuação de cada personagem. “Philip pode ir até alguém apertar a mão, mas Charles não pode”, conta Dominic West sobre uma das maiores surpresas ao viver na pele do príncipe (ou melhor, rei) Charles. “Eles me falavam toda hora: ‘Você é o futuro rei, eles que devem vir até você.’” Já Elizabeth Debicki, a nova lady Di, ficou tão focada no trabalho de voz e sotaque que estava quase enlouquecendo a família antes das gravações. Ela conta que trabalhar com os especialistas foi uma experiência única, pois a ajudou a criar um mapa de gestões: “Você quer dar ao público aquela satisfação de reconhecimento, ou de algo que está guardado na nossa lembrança cultural. Como eles soam, seus olhares ou como eles ocupam os espaços”.

A veracidade da obra não se limita apenas aos detalhes de interpretação. Os cenários e os figurinos são tão realistas que até surpreendem os atores que se juntaram à obra após terem também sido parte da audiência. “Quando eu assistia à série, não entendia como que eles haviam conseguido fazer aquelas cenas em frente ao Palácio de Buckingham”, lembra

“
NO SEU FUNERAL, FIZERAM FILAS E MAIS FILAS. ISSO ME IMPRESSIONOU MUITO. FALAM DE AMOR, MAS EU ACHO QUE ERA UMA GRANDE ADMIRAÇÃO. ELA TINHA A PRÓPRIA VOZ, LEVANTAVA O SEU ROSTO E FAZIA O SEU TRABALHO.

Imelda Staunton



Jonathan Pryce, e diz que depois descobriu que o local era de fato um estacionamento. “Eu recentemente fui ao Castelo de Windsor real e fui dar uma volta por ele para ver. Acho que a nossa versão falsa é melhor”, comenta.

Imelda Staunton brinca que se preocupou quando começou a se sentir confortável no visual da rainha. “Eu me dei conta de que estava amando o figurino. E, é claro, ele é feito sob medida, o que é muito diferente de uma roupa comprada em loja.” Interpretar alguém tão visualmente reconhecível como Elizabeth II é uma responsabilidade imensa para a atriz, mas também a ajudou a entender a fascinação do público. “A rainha era igual o tempo todo. Acho que isso é parte do que as pessoas admiravam nela. Ela não tentava ser, não falava ‘talvez eu deva ser moderna agora. Tentar estar na moda’, ela dizia ‘esta é quem eu sou’. As pessoas querem reconhecer isso. As pessoas sentem que a conhecem. E tenho a sensação de que ela não se alterou por eles”, conclui.

As cinco temporadas de *The Crown* estão disponíveis na Netflix. A sexta e última temporada está prevista para 2023. ☑

FORMAS DE EXPRESSÃO

DESIGNERS BRASILEIROS ENCONTRARAM NA CERÂMICA UM CAMINHO PARA DESENVOLVER SEUS TRAÇOS E CRIAR PRODUTOS AUTÊNTICOS

por ana luiza cardoso

Utilitários cheios de personalidade ou obras de arte. Esses quatro designers, de diferentes estilos e técnicas, desenvolvem peças a partir de suas vivências, traçando um novo olhar acerca da milenar prática da cerâmica.

A paulista Maria Eugênia Antunes aplica paleta de cores divertida em diferentes objetos – um culto ao maximalismo e aos kitsch. Por outro lado, de pegada minimalista, o carioca Augusto Ribeiro, da Breve, molda acessórios de terracota, de casa e mesa, além de esculturas.

A gaúcha Claudia Issa, da Konsept, desenha vasos que escorrem sobre as superfícies, e a capixaba Heloisa Galvão reproduz, na porcelana líquida, pratos, tigelas e copos que, de tamanha leveza, parecem flutuar.

Confira mais detalhes sobre esses ceramistas.



FOTO: RODOLFO REGINI



Marô Antunes (@maroantunes)

Uma explosão de cores, animais, flores, bolinhas douradas e outros apetrechos se projeta para fora de vasos, canecas, tigelas e demais acessórios nas mãos da designer paulista Maria Eugênia Antunes.

Nome à frente da marca Marô Antunes, a jovem encontrou na cerâmica um meio de expressar seu apreço pelos animais e por uma estética psicodélica, kitsch, maximalista.

“Uma das linhas de que eu mais gosto e têm muito a ver comigo é a Pantanal. Sou muito ligada a animais, é uma das maiores paixões da vida”, disse.

Há ainda uma linha de potinhos envoltos em bolotas de diferentes tamanhos. Ela conta que se inspirou no Edifício Atomium, em Bruxelas.

A incursão de Marô pelo mundo da cerâmica começou em 2017, após ter feito aulas de pintura em porcelana em Araçatuba, sua cidade natal. “Eu me encontrei, fiquei apaixonada”, relembrou.

ABAIXO, MARIA EUGÊNIA ANTUNES SEGURA DUAS DE SUAS CRIAÇÕES. À ESQ., XÍCARAS COM DESENHOS DE FLORES, MARCA DO DESIGN MAXIMALISTA DE MARÔ ANTUNES

Depois, ela se mudou para Londres, onde buscou cursos especializados, e, de volta ao Brasil, em 2019, abriu seu ateliê no bairro do Brooklin, na cidade de São Paulo.

Hoje, acumula parcerias com as marcas de moda PatBo e Maria Filó, além da doceria Canelle&Co. Em breve, lançará uma coleção de luminárias com base de cerâmica.

“Quase todas as peças são feitas no torno, e o resto é manual”, contou. “Os bichinhos, fui eu que modelei, um a um. Sempre gostei de fazer meus moldes e esculturas.”



Breve Cerâmica (@breveceramica)

“Eu queria trazer esse material, a terracota, bem vermelha, mais rústica, para um tipo de produto sofisticado, com olhar contemporâneo”, disse o designer Augusto Ribeiro.

O jovem carioca é o nome por trás da marca Breve Cerâmica, aberta em 2019, que conta com um ateliê em Pinheiros, bairro na capital paulista. Ribeiro, que é formado em design industrial, começou a modelar a cerâmica em 2014, enquanto buscava um hobby e matéria-prima para um estilo autoral.

Atualmente, sua marca possui uma linha de utilitários como manteigueira, copos, moringa, xícaras e espremedor, além de esculturas.

O que as peças têm em comum, em sua maioria, é a cor pura da matéria, alaranjada – uma referência a terra batida, tijolo cru, artesanato popular, entre outros elementos que circulavam no imaginário de Ribeiro.

Muitas delas também têm um traço preciso e design minimalista, conquistados por meio da união da argila líquida com moldes impressos em 3D. “Eu peguei isso da indústria e pus no ambiente artesanal”, afirmou.

“Eu não consigo me prender a uma mesma técnica sempre, apesar de ter ficado conhecido por ela, e, até hoje, continuar produzindo e vendendo muito dessa coleção. Mas eu gosto de fazer esculturas manuais, explorar todas as técnicas possíveis. Gosto de variar.”



ACIMA, O CARIOCA AUGUSTO RIBEIRO E SUAS CRIAÇÕES PARA A MARCA PRÓPRIA, BREVE CERÂMICA, QUE CONTA COM UTENSÍLIOS E ESCULTURAS

FOTOS: RODOLFO REGINI; MARCELO FRANÇA; AUGUSTO RIBEIRO



Konsepta (@konsepta_design)

Com passagens pela SP-Arte e semanas de design em Milão e Veneza, a Konsepta foi fundada em 2016, a partir de um desejo da gaúcha Claudia Issa por peças diferentes para decorar sua casa, algo que ela não encontrava no mercado de decoração. “Fiquei com vontade de desenvolver objetos”, disse.

Formada em artes plásticas e com experiência em design gráfico, Claudia resolveu ingressar em um curso livre de cerâmica na Faap. “Mexer com argila foi muito bom. Rapidamente entendi a técnica e me conectei. Depois de uma semana, comprei forno, torno, tudo o que você pode imaginar”, contou. “Eu falei: Agora eu vou me sentar aqui, na minha casa, e imergir nesse universo, me desenvolver.”

Entre suas criações aparece a linha Disforma, na qual seus vasos, apesar de rígidos, parecem se espar-

COM ATELÊ EM SÃO PAULO, A DESIGNER CLAUDIA ISSA FAZ VASOS E ESCULTURAS PARA SUA MARCA, KONSEPTA. ENTRE ELES, OS DA SÉRIE DISFORMA, QUE PARECEM SE DESMANCHAR, COMO UM TECIDO

ramar em contato com a superfície. “Eu desenvolvi uma técnica no torno, misturando com a manual, de fazer aquela forma em que o vaso está caindo ou se desmanchando.”

Agora, ela planeja abrir um novo ateliê em Pinheiros, em São Paulo, que deve ser inaugurado no próximo ano, com espaço de exposição. “O que eu venho fazendo na Konsepta é a soma de tudo o que aprendi com moda, comunicação, como diretora de arte. Isso faz parte de mim. Não é uma coisa que você pensa, ela já está lá e sai naturalmente”, confessou.

FOTOS: GUSTAVO ZYLBERSZTAJN; CASSIANA DER HAROUTIOUNIAN

Heloisa Galvão (@estudioheloisagalvao)

O primeiro encontro da designer capixaba Heloisa Galvão com a cerâmica foi em 1999, enquanto ela estudava artes plásticas na Universidade Federal do Espírito Santo. Na época, ela buscava uma forma de levar a fotografia para fora do papel, para criar objetos fotográficos. “Comecei a trabalhar com papéis e tecidos, mas eu queria um corpo mais tridimensional”, lembrou.

Ela se apaixonou pelo trabalho manual e pela terra. Abriu seu ateliê na cidade de Vila Velha e, depois de sete anos, mudou-se para São Paulo. Enveredou pela porcelana, como parte de seu mestrado. “Em 2010, eu fui para Boston para estudar cerâmica em Harvard”, disse. “Quando voltei, decidi focar a porcelana no meu estúdio em São Paulo.”

É em seu ateliê em Pinheiros que é possível encontrar algumas peças, para pronta-entrega, separadas em diferentes séries. Em 2012, desenvolveu a série Líquida, toda de porcelana, com pratos, copos e vasos inspirados em fluidez e leveza. Depois, veio a série Sólidos, com peças que lembram pedras, mas de enorme delicadeza.

NA FOTO ABAIXO, A CAPIXABA HELOISA GALVÃO, RESPONSÁVEL PELO ESTÚDIO QUE LEVA SEU NOME, EM SÃO PAULO. À DIR., PEÇA DE SUA NOVA SÉRIE, CHAMADA TECTÔNICA E, ACIMA, VASOS DA LINHA MOLES



“É composta de vaso, objetos e bowl, e faz esse contraponto entre a leveza e o peso”, afirmou.

Em Lagos, Heloisa trabalha com assimetria, como o movimento da água, para desenvolver pratos, copos, jarros, tigelas, entre outros acessórios. Mais recentemente, durante o Design Weekend, em São Paulo, lançou a linha Tectônica, feita de terra preta.

“Eu acho que fala muito sobre forças”, refletiu. “As séries têm uma coisa do trabalho, é sempre um diálogo com a vida”, disse. ♡



Flor negra do Brasil

A BAUNILHA, UMA DAS ESPECIARIAS MAIS CARAS DO MUNDO, TAMBÉM FLORESCE EM SOLO NACIONAL, GERANDO IMPACTO POSITIVO PARA PEQUENOS PRODUTORES E PARA A ALTA GASTRONOMIA

por **beatriz calais**

Em referências literárias sobre os astecas, é possível encontrar menções ao “tlilxochitl”, que significa “flor negra”, uma iguaria aromática que realçava o sabor dos chocolates que eram oferecidos aos nobres e guerreiros da comunidade. A especiaria valiosa era produzida pelos totonacas, ocupantes das regiões costeiras do Golfo do México, que comercializavam o produto para os astecas por um alto valor. Hoje, sabe-se que a mitológica “flor negra” é um apelido carinhoso para a baunilha, numa alusão à cor do fruto depois de curado.

E, diferentemente do que acontecia na civilização asteca, ela teoricamente não é oferecida apenas aos nobres, pois está presente em grande parte dos doces de padarias, dos sorvetes de bairro e até de cosméticos, com seu aroma inconfundível. Porém, para a decepção de muitos, é necessá-

rio fazer um alerta chocante: essa iguaria popular não é a baunilha verdadeira. A essência mundialmente conhecida, em sua maioria, é fabricada com vanilina sintética, majoritariamente extraída de petroquímicos. Essa versão pode ser até 20 vezes mais barata do que a original.

A realidade, nua e crua, é que a baunilha verdadeira está entre as três especiarias mais caras do mundo – uma ironia da vida para nos aproximar dos astecas. Isso acontece porque sua produção não é nada simples. A especiaria é produto de uma flor, mais especificamente uma vagem da orquídea do gênero *Vanilla*, que precisa ser bem cuidada e polinizada para gerar frutos. No entanto, a orquídea floresce apenas um dia por ano, o que faz com que seja quase impossível depender somente das abelhas para o trabalho.

Foi apenas no século 19 que a polinização manual foi realizada pela primeira vez, o que tornou possível a venda de mudas e o cultivo da iguaria fora do México. Hoje, a ilha africana de Madagascar é a maior produtora mundial de baunilha. Mesmo assim, o trabalho é árduo e o valor reflete essa realidade. Além disso, a produção de Madagascar não dá conta da demanda mundial, o que prejudica a qualidade do produto e o cuidado com o meio ambiente. O que muitos esquecem, no entanto, é que existe baunilha em outros lugares do planeta. Em especial, no Brasil.

NA PÁGINA AO LADO,
A FAVA DA BAUNILHA



FOTO: DIVULGAÇÃO



AO LADO, A FAVA DA MARCA VANILLA BRASIL SENDO CORTADA

Dulçor nacional

“O Brasil é o país que mais tem diversidade de baunilha no mundo. Temos 35 espécies nativas – embora algumas sejam endêmicas e também ocorram em outros territórios. Dessas, pelo menos dez possuem potencial aromático, enquanto as outras são apenas ornamentais”, explica Luiz Camargo, fundador da Escola da Baunilha e consultor do Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA).

“As comunidades mais antigas, quilombolas ou ribeirinhas, não chegaram a ter uma tradição com o uso da baunilha. Elas sabiam da existência, mas como a planta, ao ser cortada, solta um leite que gera coceira em contato com a pele, havia o receio de manusear o produto”, completa o especialista. “Hoje, as comunidades já entenderam que essa é uma planta valorizada e a produção brasileira está em ampla expansão. Chegamos a mandar baunilha para fora porque não temos mercado interno para tanta colheita.” De certa forma, o desafio agora é fazer com que o brasileiro conheça o produto nativo do próprio país.

A baunilha mais conhecida do mundo – tirando a essência industrial – é a de Madagascar. Seu aroma já está nas cozinhas de restaurantes estrelados de diversos países. Mas, assim como um bom vinho,

cada especiaria tem um sabor único, de acordo com o terroir. No Brasil, as espécies mais famosas são a baunilha do cerrado e a cumaru, que é originada na Amazônia.

“Eu gosto de compará-las com a banana, porque tem muitas opções. O sabor da banana-da-terra é diferente do da banana-nanica, por exemplo”, ressalta Camargo. “Com a baunilha é a mesma coisa. Algumas têm notas amadeiradas, enquanto outras são mais suaves. Também há divergência no tamanho, já que nossa iguaria do cerrado é dez vezes maior do que a do México. Há realmente muita diversidade e não precisamos nos limitar a apenas uma espécie. Muitos chefs já perceberam isso.”

Um bom exemplo é Brenno Floriano, chef gelatiere da San Lorenzo Gelateria – que apareceu no ranking das 50 melhores sorveterias do mundo na edição de 2022 do Festival Mundial do Gelato. Em parceria com a Vanilla Brasil, do sul da Bahia, ele desenvolveu um simples sorvete de baunilha que acaba surpreendendo os clientes por não ter o sabor caramelizado comumente relacionado à especiaria. “Além de ser delicioso, estamos ajudando a fomentar e valorizar nossa produção nacional”, destaca.

Para Tarcísio Machado, presidente da Vanilla Brasil, esse reconhecimento é resultado de um longo trabalho de marketing e identidade visual para a inserção da marca no mercado da alta gastronomia. “Vendemos para vários restaurantes e também para redes como a Casa Santa Luzia e o Empório Santa Maria. Além da fava, fazemos a pasta da baunilha, que é muito procurada pelos chefs. É um produto criativo e que oferece credibilidade e qualidade”, conta. “Estamos nesse segmento há cerca de seis anos, mas sabemos que não é fácil. Os pequenos produtores têm muita dificuldade.”

Com trabalho assíduo na Escola da Baunilha, Camargo concorda com a afirmação de que esse é um mercado complicado – e é por isso que um dos objetivos de seu projeto é gerar capacitação e contatos para pequenos produtores. Atualmente, já são mais de 60 apoiados pela iniciativa. “Como um pequeno produtor do cerrado, sem investimento, vai chegar a um restaurante cinco estrelas em São Paulo?”, questiona. “Ele precisa de um caminho que gere retorno; afinal, o profissional rural é fundamental para que a cadeia aconteça. Baunilha é um produto de luxo, o que faz com que esse segmento seja muito complexo.”

Na visão do especialista, a popularização da baunilha nacional nos restaurantes e o crescente conhecimento do consumidor sobre a existência de uma iguaria tão rica são os principais segredos para a prosperidade do mercado. “A baunilha é versátil e pode ser explorada em receitas doces e salgadas. É um produto caro, mas que merece ser conhecido. A cada depoimento que damos, a mensagem é reverberada”, conclui. ☺

Nas boas mesas brasileiras, a baunilha brasileira

Para confirmar o que foi dito por Camargo, a *Versatille* conversou com alguns chefs renomados para saber como eles usam a baunilha brasileira em seus restaurantes. Confira a seguir



MANÍ

Vieira, pepino, flor de sal, azeite de baunilha do cerrado e borago

“Temos uma qualidade de produto muito grande que muitas pessoas não conhecem nem valorizam. Quanto mais usamos, mais geramos informação sobre o produto.”

Chef Willem Vendeven



RESTAURANTE ORIGEM

Fondant de chocolate com baunilha da Vanilla Brasil

“Temos como missão não só alimentar as pessoas com os nossos restaurantes, mas também transformar vidas através da valorização do trabalho desses produtores.”

Chef Lisiane Arouca



ANIMUS

Drinque Uvaia-Paru (feito de tiquira, uvaia, limão e cumaru, a baunilha da Amazônia)

“É nosso papel apresentar e propagar cada vez mais a cultura brasileira, suas especiarias e sabores.”

Bartender Vanessa Civiero



SORVETERIA DO CENTRO

Clássico sorvete de baunilha do cerrado

“O diferencial é um gosto terroso, menos adocicado, com aroma muito mais presente de especiaria. Usamos para valorizar um ingrediente nobre, muitas vezes superior, de um produtor que exalta a terra, a forma de plantio e o meio ambiente.”

Chef Janaína Torres Rueda

FOTOS: DIVULGAÇÃO; LEONARDO FREIRE; THAYS BITTAR

CLÁSSICO E INESQUECÍVEL

O LONGA *SURF NO HAVAÍ* PERMANECE NA "CRISTA DA ONDA"; CONFIRA DIÁLOGOS EXCLUSIVOS COM O DIRETOR E UM DOS PROTAGONISTAS

por marco freitas

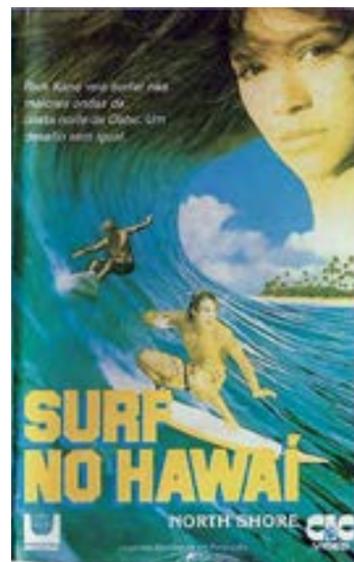
Há 35 anos, algo desaguou nos cinemas. Tratava-se do surfista de piscinas de ondas do Arizona Rick Kane – interpretado por Matt Adler, do longa *Águas Perigosas* –, que, nunca tendo tocado no mar, rumava para o North Shore (a Ilha de Oahu, no Havaí), para encarar ondas gigantes, e lá vira camarada do lixador Turtle, interpretado por John Philbin, ator visto em quatro filmes de culto com massas de admiradores pelo mundo: *A Volta dos Mortos-Vivos*; *Point Break – Caçadores de Emoção*; *Colheita Maldita*, de Stephen King; e o faroeste *Tombstone*. Turtle trabalha para o lendário surfboard designer Chandler, interpretado por Gregory Harrison, do thriller *Uma Paixão Incontrolável 2*.

Alguns dos maiores surfistas da história aparecem no filme: Gerry Lopez, Laird Hamilton, Corky Carroll, Mark Occhilupo, Robbie Page, Shaun Tomson e Derek Ho, falecido em 2020.

North Shore (em português, *Surf no Havaí* ou *Surfe no Havaí*) saiu sem alarde das salas, mas, ao ir para a TV e ser lançado em VHS, uma legião de fãs brotou, apoiada pelas constantes reprises (locadoras no Brasil e nos Estados Unidos tiveram até de colocar mais cópias para suprir a demanda). Com a disponibilidade em DVD, blu-ray e então streaming, a popularidade só tem aumentado.

Nos últimos anos, ocorreram exposições especiais do filme em cinemas lotados, para celebrar o aniversário do lançamento original, com admiradores levando pôsteres, fotos e pranchas para serem autografados. Vale citar que o turismo de brasileiros a partir do fim dos anos 1980 para aquela parte da ilha havaiana cresceu incrivelmente.

William Phelps, o diretor, estudou cinema nos anos 1960, na Universidade do Sul da Califórnia. Nesse período, conta que, um dia, caminhando pela rua, foi avistado por um amigo que ele conhecia no estúdio de Andy Warhol, em Nova York, quando fora fotografado para o livro *Screen Tests*. Em questão de minutos, estava tomando chá com o amigo e Brian Epstein. Após essa introdução ao show business, Phelps fez amizade com dois colegas de aula



ACIMA, CAPA BRASILEIRA DO FILME. NA PÁGINA AO LADO, CENAS E BASTIDORES

que vieram a se tornar grandes cineastas: Randal Kleiser (*Grease – Nos Tempos da Brillantina* e *Lagoa Azul*, e que produziria *Surf*) e John Milius. Confira, na sequência, diálogos exclusivos com o diretor William Phelps e o ator John Philbin.



FOTOS: REPRODUÇÃO; FINNEGAN/PINCHUK PRODUCTIONS © 1987



WILLIAM PHELPS E MARCO FREITAS

Marco Freitas: O que *Karate Kid* é para o karatê, seu filme é para o surfe, com um "The Surfing Kid", e parte de um subgênero que me faz babar: o filme de rito de passagem, o protagonista que busca um sentido de pertencimento...

William Phelps: É a jornada de um rapaz num mundo desconhecido, mas que fez parte dos seus sonhos a vida toda. Eu havia feito um dos documentários sobre surfistas no Havaí, *Wave Warriors*, que a ESPN exibiu diretamente nas madrugadas! Lá, conheci um cara que falava uma "língua" que só os surfistas do North Shore entendiam... e foi a minha inspiração para o personagem Turtle! Eu mostrei a Kleiser e ambos levamos uma ideia para três estúdios, sobre um menino que sonhava com o Havaí e lá se torna um peixe fora d'água... Horas depois, a Universal e a Disney disseram ter interesse!

MF: O trio protagonista é ótimo...

WP: Precisávamos de atores que soubessem, pelo menos, deslizar na água com elegância; Adler, além de ator, surfava.

MF: Kleiser dirigira o ator na fábula *O Voo do Navegador*, um ano antes.

ACIMA, WILLIAM PHELPS. AO LADO, DA ESQ. PARA A DIR., JOHN PHIBLIN E MATT ADLER

WP: Você fez o seu dever de casa! Harrison cresceu na Califórnia, surfava desde pequeno e sabe das coisas. E ele também tem um perceptível lado espiritual...

MF: Uma "aura" de surfista sábio!

WP: Exatamente! Kleiser havia trabalhado com Philbin num filme que não rendeu bem e o indicou para ser Turtle. Mas eu disse a Kleiser: "Philbin não parece surfista... olha o corpo dele e a pele sem cor...", e ele me respondeu: "Acredite em mim... ele é aquele tipo de ator que se entrega ao papel e vira o personagem". Philbin foi para o Havaí por cinco semanas para pesquisar e se tornar Turtle. Em junho de 1986, ele estava em forma, com o cabelo loiro e falando igual aos locais!

MF: Harrison dirigiu a equipe e várias cenas de surfe...

WP: Sim, literalmente entrou na água com o equipamento e coordenou muitas das cenas de surfe!

JOHN PHIBLIN E MARCO FREITAS

Marco Freitas: Como foi sua preparação?

John Philbin: Eu surfo desde os 12 anos, mas, quando me chamaram, eu estava focado em atuar. Com o filme, eu voltei a levar a sério o surfe... o meu guru, Gerry Lopez, me aconselhou a nunca desistir do surfe, pois através dele eu poderia viajar pelo mundo até o fim da vida. Hoje, atuo e surfo, treino atores, sou consultor técnico de cenas de surfe e dou aulas para não atores que querem surfar (*Philbin também esteve sobre as ondas em Point Break e treinou o elenco de A Onda dos Sonhos e Ondas da Vida*).

MF: Que bom que Phelps acatou os conselhos do produtor Kleiser, pois você rouba todas as cenas em que aparece... Não diferente de Jon Cryer, em *Garota de Rosa-Shocking*, e Mary Stuart Masterson, em *Alguém Muito Especial!*

JP: Kleiser convenceu o diretor a me dar uma chance, e eu o adoro por isso. Turtle será, de todos os meus papéis, sempre lembrado! Gente ao redor do planeta me pede para eu recitar frases dele. Você citou *Alguém Mui-*

“

TURTLE SERÁ, DE TODOS OS MEUS PAPÉIS, SEMPRE LEMBRADO! GENTE AO REDOR DO PLANETA ME PEDE PARA EU RECITAR FRASES DELE.

John Philbin

to Especial; eu e o astro do filme, Eric Stoltz, fomos muito amigos.

MF: E atuaram juntos num suspense que eu gosto, *Juventude Perdida!*

JP: Isso!

Surf no Havaí vai empolgar, pelo jeito, até nossos bisnetos. ☺



FOTOS: FINNEGAN/PINCHUK PRODUCTIONS - © 1987

ENCONTRO DE GERAÇÕES

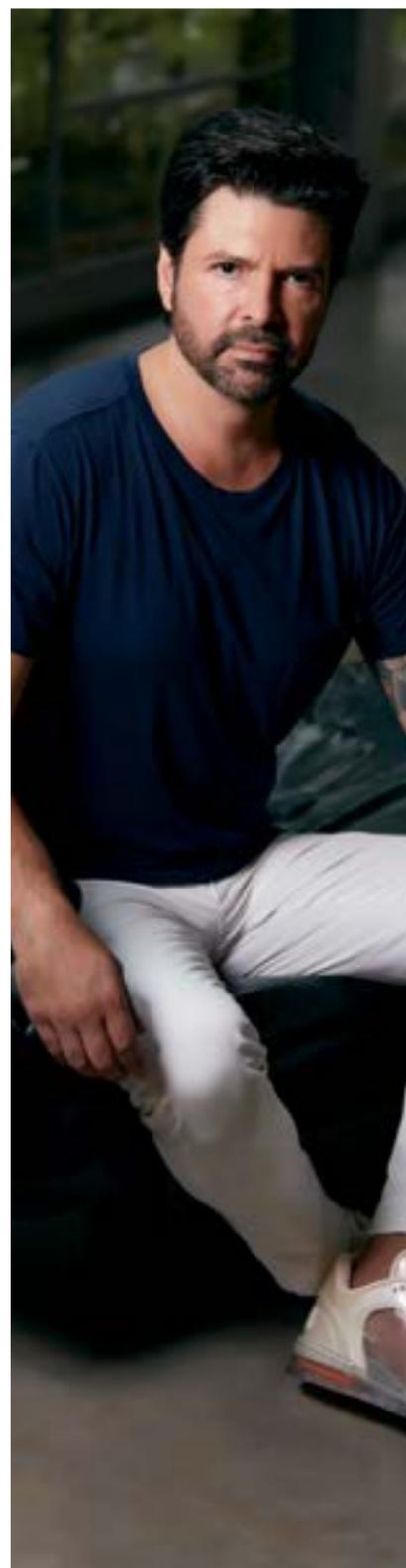
IMERSOS NO UNIVERSO DO DESIGN E DA ARQUITETURA, GUILHERME TORRES, MAXIMILIANO CROVATO E MURILO WEITZ COMPARTILHAM SUAS TRAJETÓRIAS REPLETAS DE IDENTIDADE

por **beatriz calais**
direção **giuliana iodice**
fotos **gabriel bertoncel**
locação **galeria teo**
tratamento de imagem
everaldo guimaraes

Ainda na infância, o arquiteto Guilherme Torres enxergava sua casa como um personagem cheio de vida. Para ele, os corredores, o teto e a disposição dos móveis significavam muito mais do que uma simples construção para moradia. Com a genialidade de uma criança, o arquiteto e designer Maximiliano Crovato também era seduzido pela possibilidade de criar tantas coisas dentro de sua casa: no caso, projetou, aos 9 anos, o próprio quarto. Colega de profissão, Murilo Weitz nunca duvidou de que seu caminho fosse no design. Desde pequeno, desenhava e criava pessoas e objetos sem distinção. A paixão acompanha os três desde cedo.

Embora cada um tenha seguido sua trajetória dentro de um mesmo universo, pode-se dizer que o fascínio os levou a um objetivo comum: transmitir sua identidade por meio de criações. Para o editorial da *Versatille*, Torres, Crovato e Weitz compartilharam momentos importantes de sua carreira e foram fotografados na Galeria Teo, um espaço paulistano que tem o objetivo de valorizar o legado do design moderno brasileiro. Com a curadoria do galerista Teo Vilela Gomes, o local conta com preciosidades assinadas pelos maiores nomes do modernismo das décadas de 1930 a 1970 – grandes inspirações para a nova geração de designers e arquitetos.

Confira, a seguir, a conversa com os profissionais e o mobiliário que cada um escolheu para fotografar.



GUILHERME TORRES

*na poltrona paulistana
de Jorge Zalszupin*

“

CLÁSSICO DO DESIGN MODERNO NACIONAL, A PAULISTANA DE JORGE ZALSZUPIN EXPRESSA ORIGINALIDADE, MESMO INSPIRADA EM OUTROS GRANDES ÍCONES DO DESIGN MUNDIAL.

Teo Vilela Gomes





Versatille: O que motivou você a trabalhar nessa área?

Guilherme Torres: A arquitetura sempre me despertou curiosidade. Minhas primeiras memórias são de brincadeiras que eu fazia na casa que eu morava quando tinha cerca de 4 anos. Para mim, ela era um personagem. Depois de um tempo, mudamos para outra casa, que eu odiei. Com a minha percepção infantil, comecei a pensar o que podia fazer para melhorar meu novo lar. É algo que vem da minha primeira infância mesmo. Nunca imaginei fazer outra coisa. É espontâneo.

V: Como funciona seu processo criativo?

GT: Tenho dois tipos de processo criativo. O primeiro é para a arquitetura, que é extremamente rápido, porque eu consigo bater o olho em algo e já tomar uma decisão. Em contrapartida, se eu estiver pensando em design, é um processo que pode levar anos construindo tudo no meu inconsciente. Não tenho tanto controle. Basicamente, tenho o médico e o monstro na minha cabeça (*risos*).

V: Em que ou em quem você se inspira?

GT: Realmente acho que tudo o que experimento na vida me influencia. Deixo-me levar pelo que me desperta interesse e vou criando a partir do que surge no meu campo de ideias. Posso passar um mês no Egito e voltar inspirado. Se eu falo sobre isso com alguém, podem me perguntar: "Vai fazer uma pirâmide?" – e não é bem assim. Eu posso voltar inspirado em uma paleta de cores ou em uma textura de areias, por exemplo. É dessa forma que a mente vai funcionando.

Você vai fazendo loopings e criando sobreposições em cima das coisas que vive. Quem trabalha com criação nunca descansa. É quando você toma distância das coisas que sua cabeça entra em ebulição e começa a ter ideias.

V: Quais são seus trabalhos mais recentes?

GT: Tem alguns projetos recentes que estão me provocando mais: um aras, uma loja flagship e muitos condomínios horizontais. Esses são os três que mais têm captado minha atenção e energia.

V: Qual foi a maior realização de sua trajetória?

GT: A trajetória em si. Eu não gosto de criar um conceito de linha de chegada. Sempre que olho para trás, vejo todos os meus passos com muita satisfação. Eu me sinto muito liberto por pensar assim.

V: Qual é seu maior sonho atual na carreira?

GT: Aprender. Adoro quando vou trabalhar em projetos que não conheço. Recentemente, trabalhei no projeto de uma vinícola, e posso dizer que estou virando um expert no mundo dos vinhos. Gosto muito de ser desafiado e aprender coisas novas no processo.

V: Para você, arquitetura é...

GT: Ralação. Sangue, suor e lágrimas (*risos*).

MURILO WEITZ

*no sofá modular
de Zanine Caldas*

“

PEÇA RARA ESSE INUSITADO
CONJUNTO DE POLTRONAS QUE,
JUNTAS, TOMAM FORMA DE SOFÁ,
ATRIBUÍDO AO MESTRE ZANINE
CALDAS, NA DÉCADA DE 1950.

Teo Vilela Gomes





Versatile: O que motivou você a trabalhar nessa área?

Murilo Weitz: A parte de criação e arquitetura sempre viveram na minha cabeça. Eu nunca tive outra ideia de outra área para trabalhar. Jamais imaginei ir para a área de humanas ou exatas, por exemplo. Realmente era apaixonado por desenhos. Eu me formei em arquitetura e depois fui para a parte de mobiliário. Com a experiência, acabei me encaixando.

V: Como funciona seu processo criativo?

MW: Hoje em dia, meu processo é muito relacionado ao briefing do projeto, que me mostra qual o meu campo de possibilidades. É em cima desse briefing que eu vou criando. De um modo geral, também penso o que eu tenho de referência e identidade do meu trabalho já construído, para assim evoluir para um novo projeto.

V: Em que ou em quem você se inspira?

MW: No quesito arte, eu tenho bastante referência nas figuras do modernismo brasileiro. Um dos que me inspiram muito é Zanine Caldas, que foi a escolha para as fotos do editorial. Ele não me inspira apenas na questão do mobiliário. A forma como Zanine pensava no mundo em geral, na sociedade, na cidade e no urbanismo era inspiradora. Ele tem vários projetos que não foram executados, mas que são muito interessantes quando falamos sobre como pensar uma cidade.

V: Quais são seus trabalhos mais recentes?

MW: O meu trabalho mais recente é a coleção Pencas, que desenvolvi com a Bertolucci. É uma coleção de luminárias que me trouxe muita felicidade, porque uma das peças, a luminária de mesa, tornou-se a minha primeira produção comprada por um museu de fora do Brasil. Ela foi comprada pelo Museum of Arts and Design, de Nova York, e isso foi incrível.

V: Qual foi a maior realização de sua trajetória?

MW: A mais recente é essa do museu, mas o ano de 2017 também foi muito marcante porque eu comecei a receber convites para desenhar para grandes marcas. Foi nesse momento que eu tive que aprender a traduzir a minha identidade para a linguagem de cada marca. De uma forma geral, precisei pensar em como unir dois mundos para conseguir trabalhar em parcerias.

V: Qual é seu maior sonho atual na carreira?

MW: Conseguir relacionar o trabalho brasileiro com marcas no exterior. Aumentar essa minha conexão entre países.

V: Para você, arquitetura é...

MW: Desenhar o futuro sem apagar o passado.

MAXIMILIANO CROVATO

*na chaise atribuída
a Oscar Niemeyer*

“
O INTRIGANTE RECAMIER ADQUIRIDO POR
NÓS DE UMA RESIDÊNCIA MODERNISTA
DE BRASÍLIA, ORIGINAL DA DÉCADA DE
1960, É ATRIBUÍDO A OSCAR NIEMEYER
POR SUAS SEMELHANÇAS E REQUINTE
DE DETALHES QUE CONSTATAMOS NA
MANUFATURA DA PEÇA.

Teo Vilela Gomes





Versatille: O que motivou você a trabalhar nessa área?

Maximiliano Crovato: Desde a infância, as minhas brincadeiras eram relacionadas ao universo da arquitetura e do design. Aos 9 anos, fiz o meu primeiro projeto de interiores, que foi o do meu quarto. Ele era pequeno e não tinha muito espaço para brincar. Como eu gostava bastante de ficar em casa, comecei a desenhar uma forma de criar esse espaço. Embuti tudo em apenas uma parede e deixei o resto do quarto livre. Meu pai me apoiou e eu acompanhei todo o trabalho do marceneiro, então foi muito legal ver os meus rabiscos tomando forma. Meu foco sempre foi interiores, e até 2017 eu trabalhava em uma espécie de atendimento-butique para personalizar ambientes para os meus clientes. Em 2018, minha cabeça começou a ferver muito com ideias e eu decidi desenhar a minha primeira coleção de mobiliários, a Geometria, que tinha as minhas principais referências de design.

V: Como funciona seu processo criativo?

MC: Eu começo no croqui e depois sigo para um molde de papelão em tamanho real, então sinto a peça antes de partir para o protótipo – fase em que defino estruturalmente as proporções. Depois disso, libero para a produção, que é toda feita de forma artesanal no estúdio, o que eu chamo de alta-costura da marcenaria. Eu faço uma arte funcional com design contemplativo, é assim que classifico.

V: Em que ou em quem você se inspira?

MC: Sempre me inspirei muito no vintage dos anos 1970, que foi a década em que eu nasci. Além disso, gosto de misturar a contemporaneidade com algumas pitadas de vintage no geral.

Admiro muito a art déco, o maximalismo italiano e o movimento Memphis, que nada mais é do que a união de tudo o que eu gosto. Esse é o principal, mas também estou sempre de olho na moda e na rua. Tudo no cotidiano me inspira. Sempre fui um explorador.

V: Quais são seus trabalhos mais recentes?

MC: Eu falaria da minha última exposição, *Atlas Darija*, que teve o Marrocos como inspiração e relançou a coleção T em 13 cores novas. Para mim, o último filho é sempre o favorito do momento, por isso estou com a exposição na cabeça (*risos*).

V: Qual foi a maior realização de sua trajetória?

MC: É difícil escolher apenas um trabalho, mas eu me orgulho muito da coleção Animal, e principalmente da peça Centopeia, que é a criação com que eu mais me identifico. Posso dizer que ela é a minha favorita.

V: Qual é seu maior sonho atual na carreira?

MC: Meu desejo atualmente é fazer um hotel todo Maximiliano Crovato. Eu já realizei muitos sonhos, mas esse ainda está em aberto.

V: Para você, design é...

MC: Algo contemplativo. Para mim, design é uma arte funcional que também pode ser contemplativa. ☺

NETWORKING DE BILHÕES

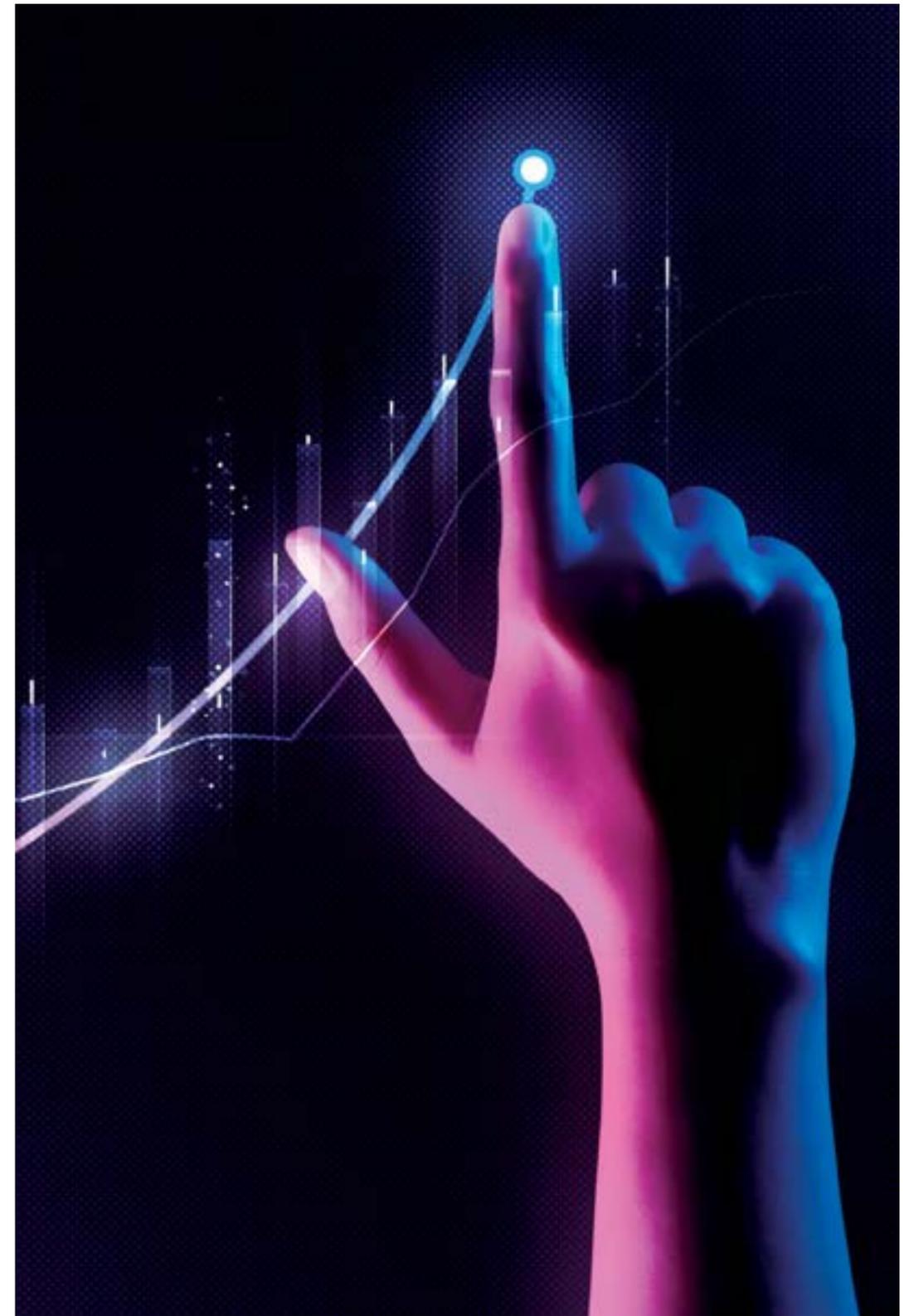
O TC, NEGÓCIO QUE COMEÇOU COMO UMA COMUNIDADE E HOJE ESTÁ AVALIADO EM 2,7 BILHÕES DE REAIS, AVANÇA EM SUA ESTRATÉGIA DE OFERECER TEORIA E PRÁTICA SOBRE O MERCADO FINANCEIRO NO MESMO AMBIENTE

por gabriela garcia

No início de 2016, quando o número de brasileiros na bolsa de valores não passava de meio milhão, um grupo de experientes investidores, capitaneado pelo advogado Pedro Albuquerque Filho, acostumados a interagir em fóruns de discussão tradicionais, criou uma comunidade no WhatsApp para trocar informações sobre o mercado financeiro e explorar oportunidades. Para que novas pessoas pudessem integrar o grupo, democratizando o acesso e, ao mesmo tempo, aumentando o nível do debate, o espaço acabou por ganhar um forte componente educacional. Hoje, denomina-se uma plataforma de educação financeira, análise de dados e inteligência de mercado na qual mais de 700 mil pessoas já estão plugadas.

Para completar a experiência do usuário – e o alcance do negócio –, o TC fez, no último ano, após um IPO em julho de 2021 que levantou 607 milhões de reais e o avaliou em 2,7 bilhões de reais, uma série de movimentos de aquisição e compra de participações em outras empresas com vistas à ampliação de seu portfólio. Ao se tornar transacional, e não apenas uma ferramenta de aprendizado, o negócio junta, num mesmo lugar, teoria e prática. Ou, como se diz nos dias de hoje, um ambiente *one-stop-shop*.

FOTO: GETTY IMAGES





A Versatille conversou com Pedro Machado, diretor de relações com investidores e M&A do TC, sobre os próximos passos da empresa, mercado financeiro, inovação, criptoativos e financial deepening.

Versatille: Temos presenciado, ao longo dos últimos anos, uma série de iniciativas que tem como propósito quebrar a resistência cultural dos brasileiros em relação aos investimentos, principalmente no que diz respeito àqueles de mais alto risco, como o mercado de ações. O que você apontaria como o principal diferencial do TC em relação ao que existe hoje disponível por aí, principalmente no sentido educacional?

Pedro Machado: Eu diria que é mesmo o espírito de comunidade, uma vez que os membros da plataforma têm acesso a pessoas reais, com quem podem trocar ideias e, no mesmo ambiente, pôr em prática o que foi aprendido. Além disso, existe toda uma inteligência de mercado e análise de dados sobre o mercado de capitais à disposição e um amplo acervo de notícias, tanto do setor quanto das companhias que dele fazem parte. Por fim, é possível se comunicar diretamente com os representantes das áreas de relações com investidores dessas empresas, que também estão inseridos nesse espaço.

V: Em maio deste ano, vocês anunciaram a chegada de Pedro Henrique Feres para conduzir o processo de estruturação de uma corretora própria. Como está isso?

PM: Isso mesmo. E, em junho, adquirimos a corretora Dibran, uma das mais tradicionais DTVMs [Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários, instituições responsáveis por intermediar a negociação de ativos e conectar os investidores à bolsa de valores] independentes do país. O Banco Central exige cerca de 12 meses para a aprovação da transferência de controle, mas isso não nos impede de fazer operações transacionais, uma vez que temos um acordo com a corretora, que pode atender nossos membros por meio de uma solução white label [quando uma empresa oferece algo de outra, mas customizado com sua marca, identidade visual e outras personalizações]. A integração completa com a plataforma deve sair mais perto da data de aprovação do BC, mas estamos trabalhando para que as operações, nesse modelo, possam ser feitas antes desse prazo.

FOTOS: DIVULGAÇÃO

V: E a que tipo de operações os membros da plataforma terão acesso?

PM: Hoje já atuamos com fundos, por meio da aquisição direta de cotas, em agosto deste ano, da Pandhora Investimentos, uma gestora multiestratégia de fundos quantitativos que atua com uma política de investimentos que mescla variados tipos de aplicações em ativos líquidos e globais. Em novembro, lançamos o fundo multimercado TC Cosmos, entre outros que serão anunciados em breve para pessoas que querem uma gestão mais passiva do seu patrimônio. Mas a ideia é disponibilizar todo tipo de ativo, incluindo ações, opções e contratos futuros, sempre com uma trilha educacional capaz de esclarecer para o investidor os riscos assumidos nessas operações. Poder aprender e operar no mesmo espaço é uma importante quebra de barreira para nós, como negócio. Até então, as pessoas aprendiam com a gente, mas em seguida precisavam migrar para outro ambiente para pôr seu conhecimento em prática.

V: A renda fixa também está nos planos de vocês?

PM: Também. Recentemente, anunciamos a aquisição de uma participação de 20% na InvestAI [por 3,1 milhões de reais], que usa inteligência artificial para monitorar, selecionar e comprar, de forma automática, os títulos mais disputados de renda fixa das corretoras. Por meio de um algoritmo, a ferramenta identifica ofertas secundárias [produtos que, por algum motivo, serão resgatados antes do prazo] – que duram milissegundos nas plataformas –, permitindo assim que sejam adquiridas e repassadas às pessoas físicas. A fintech também tem algoritmos que possibilitam analisar o que está disponível em várias corretoras. Isso permite que os títulos atuais sejam trocados por outros com melhor rentabilidade. A completa integração da InvestAI ao TC estará disponível provavelmente no fim de 2023, mas antes disso as operações já serão possíveis.

NA PÁGINA AO LADO, ESCRITÓRIO DO TC. AO LADO, PEDRO MACHADO, DIRETOR DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES E M&A DO TC

“

O DIFERENCIAL DO TC É O ESPÍRITO DE COMUNIDADE, UMA VEZ QUE OS MEMBROS DA PLATAFORMA TÊM ACESSO A PESSOAS REAIS, COM QUEM PODEM TROCAR IDEIAS E, NO MESMO AMBIENTE, PÔR EM PRÁTICA O QUE FOI APRENDIDO.





ACIMA, PEDRO ALBUQUERQUE FILHO, CEO DA EMPRESA. AO LADO, ESCRITÓRIO DO TC

V: OTC também já atua, de forma transacional, no mercado de criptoativos, por meio de uma parceria com o Mercado Bitcoin. Você acha que o investidor brasileiro está maduro o suficiente para apostar nesse ativo?

PM: Eu, pessoalmente, já invisto em cripto há cerca de quatro ou cinco anos, mas é claro que é um ativo de muita volatilidade. O investidor precisa ter maturidade para lidar com isso, entender seu perfil e sua disposição de assumir riscos. Os mais jovens são tipicamente mais agressivos. É preciso, ainda, levar em conta o momento de vida de cada um e, por fim, alocar uma parte da carteira cuja oscilação não comprometa o investimento total.

O recente episódio envolvendo a FTX [exchange de criptomoedas com sede nas Bahamas que quebrou depois que seu cofundador, Sam Bankman-Fried, foi pego usando secretamente os fundos dos usuários em operações de crédito e criou um passivo que ultrapassou em dez vezes os ativos] foi muito ruim, já que uma das premissas básicas desse mercado é a descentralização dos recursos, ou seja, não permitir que ninguém tenha acesso ao dinheiro dos investidores. No caso da FTX, foi justamente o contrário – ela estava alavancando os recursos dos clientes e fazendo operações sem nenhum controle regulatório, levando-os a perder tudo. Por isso, podemos, sim, enfrentar um período sombrio, com tantas notícias negativas sobre esse tipo de investimento [a quebra da FTX tem provocado um efeito dominó de falências de corretoras cripto], mas tenho uma visão otimista para os próximos cinco anos.

Além disso, é preciso ter em mente que o Brasil é um dos primeiros países a avançar nessa legislação [no dia 29 de novembro, a Câmara dos Deputados aprovou o PL 4401/2021, que regulamenta o setor de criptomoedas no território nacional e agora segue para a sanção presidencial]. O Mercado Bitcoin, por exemplo, com quem atuamos, é auditado, ou seja, todas as transações são reportadas à Receita Federal. Eu acredito na maturidade do investidor brasileiro para lidar com esse tipo de ativo, que, vale reforçar, requer um acompanhamento mais de perto. Mas não tenho dúvida de que é um investimento que veio para ficar.

V: Vocês têm apostado fortemente em tecnologia para aperfeiçoar análises e previsões, inclusive disponibilizando ferramentas para os investidores. O brasileiro está preparado para usar sozinho esses recursos? Eles não acabam afastando aqueles que querem ver seu dinheiro se multiplicar, mas não têm tempo nem paciência para aprender como tirar o melhor proveito dessas tecnologias?

PM: O que temos feito é traçar um caminho diferente para cada tipo de usuário: iniciante, intermediário e avançado. E, assim, proporcionar uma experiência diferente para cada um. Temos, inclusive, uma versão light da plataforma, muita simplificada, que mostra ape-

nas o que é essencial para que usuários iniciantes comecem sua jornada. Mas a ideia é que até isso seja feito com um conhecimento mínimo, de forma que esse investidor que está começando possa ter um debate construtivo com o assessor financeiro. Nos Estados Unidos, muita gente faz tudo sozinha, e isso é fruto da educação. Mostrar, por meio de simulações e de um visual atraente na plataforma, como se fosse um game, ajuda a experiência a ficar cada vez mais intuitiva e simples.

V: O que significa a expressão **financial deepening**, que vem ganhando força no mercado mundial, e como o TC está preparado para isso?

PM: É a ampliação e o aprofundamento do acesso a informações sobre o mercado financeiro e também da oferta de produtos para o investidor de varejo. Um exemplo de como atuamos nesse sentido é uma das nossas investidas, a DXA Invest, por meio da qual é possível investir em private equity com a diligência da gestora. Ou seja, ela coinveste ao lado das pessoas físicas, o que faz com que busque e indique as melhores opções. Com o volume de informações disponíveis

atualmente, a curadoria é um ponto fundamental para o financial deepening. O nosso objetivo é justamente este: pegar todo esse complexo arsenal, contextualizá-lo e separar o que é mais relevante para cada tipo de ativo e de economia.

V: Quais são os planos para 2023?

PM: O ano que vem será de integrações – pôr tudo no qual investimos até hoje num mesmo ambiente, tornando a experiência muito mais intuitiva. Ampliar o social investing, ou seja, os investimentos feitos com base no histórico das carteiras dos experientes investidores que fazem parte do TC, também é uma tendência forte para 2023. Além disso, queremos aumentar as ofertas B2B também no aspecto transacional. Certamente será um ano difícil do ponto de vista econômico, inclusive na bolsa de valores, já que os juros continuam altos, o que favorece a renda fixa. Mas vale lembrar que é nas épocas de baixa que as oportunidades surgem. E queremos contribuir para a expansão do mercado de capitais no Brasil. Ainda há muito espaço, que só será ocupado com educação e tecnologia. ☺



FOTOS: DIVULGAÇÃO

#PERSONABUSINESS

KARL KIELIGER

por giulianna iodice

Karl Kieliger está há 19 anos na Victorinox, seis deles no Brasil (entre 2011 e 2017). Atualmente, diretamente do México, é general manager Latam, posição assumida em janeiro de 2022. Em passagem por São Paulo, conversou com a *Versatille*: “Temos muita coisa para fazer na marca, e isso me motiva, mesmo após tantos anos na empresa. São muitos projetos, muitos interesses. O trabalho é interessante”. Confira, na sequência, trechos da entrevista.

Versatille: Como manter a tradição da Victorinox, atualizando-se e simultaneamente preservando sua herança?

Karl Kieliger: Para nós, o canivete é o produto-chave, e tudo o que fazemos, de outras categorias, é importante que tenham os valores do canivete. São quatro pilares: qualidade, funcionalidade, design icônico e inovação. Qualquer outro produto tem que ter essas características em sua base. O que sempre buscamos é ter os detalhes do canivete no design dos produtos, por exemplo, de forma que tenha uma conexão entre eles. É o produto “embaixador”, todo mundo conhece, mas queremos lançar outros itens que são companheiros no dia a dia dos clientes.

V: As outras linhas continuam em expansão?

KK: Sim, vemos muito potencial em aumentar o portfólio de produtos. O canivete, na América Latina, é o produto principal; já no Brasil, o que mais vendemos é o relógio – globalmente, é o terceiro mercado mais importante para o segmento de relógios.

V: O bom posicionamento da Victorinox em território nacional foi um trabalho que começou em sua gestão?

KK: Não, é algo anterior. Nós chegamos ao território nacional em 1998, mas sempre tivemos pensamento no longo prazo. Passamos a oferecer um ótimo serviço para clientes e lojistas, e, com tudo isso, crescemos. E hoje estamos muito orgulhosos do nosso posicionamento. Foi um degrau de cada vez.

V: Qual é a maior diferença entre os mercados brasileiro e mexicano?

KK: A distribuição é diferente. Lá, nós temos lojas de departamentos grandes, e o principal é estar presente nelas. Aqui, nós temos shoppings com lojas, que são monomarcas ou relojoarias e joalherias. O segmento de lifestyle é muito forte no Brasil, e isso acaba auxiliando muito a marca, pois os brasileiros se preocupam com a estética e a beleza.

V: Qual é sua trajetória morando em países da América Latina? O que mais gosta do continente?

KK: Eu comecei a trabalhar no Peru, para outra empresa, muito jovem. Mas então voltei para a Suíça e fiquei seis anos na Victorinox de lá, mas avisei que estaria disposto a mudar de país, e então surgiu uma vaga no Bra-



sil, na posição de diretor comercial. Atualmente, não penso mais em voltar para a Europa, porque meu trabalho na América Latina é muito mais interessante, tem muito a fazer. Outro motivo são as pessoas, que são motivadas e apaixonadas pela marca e querem crescer. É um ambiente muito legal para nós.

V: Quais são as medidas sustentáveis implementadas pela marca?

KK: Dentro da fábrica, onde é possível, usamos material reciclável, e também madeiras locais. No processo de lixar os canivetes, tem muito pó, e nós reutilizamos isso. A Europa sempre esteve muito na frente com implementação da sustentabilidade e preocupação com

o meio ambiente. Também temos uma linha de malas feita inteira de material reciclável – para isso, temos uma parceria com a Sony, pois eles nos oferecem o necessário para fazer o material Sorplas, que é um policarbonato reciclado.

V: Qual é a maior vantagem de trabalhar numa empresa familiar?

KK: No meu caso, é a proximidade com os donos. E sou muito orgulhoso de trabalhar para pessoas assim, que são éticas e possuem os pés no chão. ♾

FOTO: DIVULGAÇÃO

UM CARRO ELÉTRICO COM ALMA DE ESPORTIVO TRADICIONAL

O INÉDITO – E IMPERDÍVEL – BMW I4 CHEGA
AO BRASIL NA VERSÃO TRADICIONAL E M50

por sergio quintanilha

Faz 50 anos que a BMW nos presenteou com os carros da Divisão M. A letra vem de Motorsport, e, nessas cinco décadas, a marca alemã não decepcionou. Os BMW M são, de fato, carros que podem ir para uma pista de corridas, devido a seu acerto esportivo. Isso significa suspensão mais dura, direção mais firme e direta, pneus mais largos e baixos, centro de gravidade rebaixado, freios poderosos e muita potência no motor.

Mas agora a BMW e a indústria automobilística estão num momento de disrupção. O que funcionou no século 20 e nas duas primeiras décadas do século 21 talvez não funcione mais. O novo paradigma é o carro elétrico. Dentro desse panorama, muitas marcas apostaram em carros híbridos, que combinam o motor a combustão interna com a motorização elétrica.





Mas, para ser mesmo um carro dos novos tempos, é preciso ser puramente elétrico. E foi pensando assim que a BMW fez suas apostas mais altas. Recentemente, lançou o impressionante BMW iX, que atingiu um patamar de tecnologia jamais almejado pelo pioneiro BMW i3. Depois veio o iX3, que é uma adaptação do SUV X3 M Sport. E agora a novidade é o BMW i4, inédito carro elétrico, que tem uma plataforma própria e não é uma adaptação da Série 4.

O BMW i4 estreou no Brasil em duas versões, sendo que uma delas é a M50, para marcar o meio centenário da Divisão M. Antes mesmo de iniciar as vendas, já dirigimos o BMW i4 M50 no Circuito Panamericano, no interior do estado de São Paulo, e ele mostrou que um carro 100% elétrico pode, sim, ser 100% empolgante, como eram (e ainda são) os BMW M a combustão.

O BMW i4 M50 é um gran coupé muito charmoso e tem um comportamento dinâmico espetacular. A arrancada no modo Launch Control é fortíssima – ele vai de 0 a 100 km/h em apenas 3,9 segundos. A aceleração é tão brutal que, se o motorista não arrancar já com a cabeça bem encostada no banco e firme, chega a ficar zozinho, pois a cabeça é empurrada violentamente para trás. O carro também demonstrou ótima performance em pista molhada, inclusive numa freada forte na chuva, sem desvio de trajetória, tamanha a eficácia dos freios e dos sistemas eletrônicos do conjunto.

O melhor é que o BMW i4 M50 entrega a melhor esportividade que se espera de um carro elétrico com ronco que lembra um motor V8. O BMW Iconic Sounds Electric produz o som por dentro e por fora do i4. O carro ruga de forma grave e passa ao motorista a sensação de estar dominando uma fera. E está! Afinal, são 544 cavalos de potência e 795 Nm de torque, divididos em dois motores (um dianteiro e um traseiro), capazes de levar o i4 a 225 km/h de velocidade (limitada eletronicamente).

AO LADO, O BMW
i4 M50. ACIMA, O
INTERIOR DO CARRO



Não é difícil esquecer que se está dirigindo um carro elétrico. Mas é bom lembrar. Afinal, como todo carro elétrico, se o motorista ficar muito tempo tirando o máximo dos motores, não há bateria que seja capaz de entregar grande autonomia. Na homologação da BMW, o i4 M50 mostrou ser capaz de rodar até 510 km, pois a capacidade da bateria é grande (80,7 kWh). Para quem prefere um carro mais comportado, a BMW oferece o i4 "normal", com apenas um motor elétrico. Nesse caso, são "apenas" 340 cv e 430 Nm, com aceleração de 0 a 100 em 5,7 segundos e 590 km de alcance. Na compra do BMW i4, tanto na versão eDrive40 quanto na versão M50, o cliente receberá dois carregadores elétricos – um de 22 kW para usar em casa ou no escritório e outro de 11 kW, pensado para a casa de campo ou de praia.

Claro que há uma boa diferença de 100 mil reais entre as duas versões. Enquanto o BMW i4 eDrive40 (com um motor) sai por 496.950 reais, o BMW i4 M50 custa 596.950 reais. O prazer ao dirigir é mais intenso na versão M. O i4 tem suspensão esportiva, o controle de tração funciona dez vezes mais rápido, a transferência de potência entre os motores ocorre em apenas 15% do giro da roda e o sistema One Pedal Driving é inteligente, ligado aos dados de navegação. O habitáculo traz duas telas acopladas – uma de 12,3" para o painel digital e outra de 14,9" para a multimídia, além do interessante conceito de "simplicidade inteligente", ou seja, com menos botões, mas não sem botões. No total, o gran coupé elétrico oferece uma extensa lista de 40 itens de assistência ao motorista.

Visualmente, o BMW i4 mescla um pouco do Série 3 com as linhas do Série 4 e do esportivo M3. A carroceria sedã tem charmosos vidros sem molduras. Na dianteira, os faróis são afilados e o desenho do que seria a grade é bem agressivo. O para-choque traseiro tem detalhes esportivos e um difusor de ar no centro. Entre os vários itens disponíveis no BMW i4, destacamos o Parking Assistant Plus e Reversing Assist (refaz em marcha a ré os últimos 50 metros percorridos pelo veículo).

Já o BMW Comfort Access 2.0 destrava e acende luzes de boas-vindas quando o motorista se aproxima do carro e tranca o veículo quando ele se afasta, sem necessidade de encostar na chave. Ele também permite abrir o porta-malas através da aproximação do pé no para-choque traseiro. O sistema de som é da marca Harman Kardon, com 17 alto-falantes e 464 W de potência.

Com um porta-malas de 470 litros e cockpit com console elevado, pensado para atender às necessidades do motorista, o BMW i4 M50 é um automóvel familiar que tem tudo para se constituir num dos carros elétricos mais desejados do Brasil. Poucos veículos conseguem reunir o melhor de dois mundos: o dos carros elétricos com a sensação de dirigir dos tradicionais esportivos da Divisão M. 



NA PÁGINA AO LADO,
O CARRO. AO LADO,
O PAINEL

RIQUEZA DOS ACORDES

A cidade de Nashville, no Tennessee, é conhecida como “music city”, por sua vasta tradição de música country americana – é, inclusive, um dos berços do estilo musical nos EUA. E foi justamente o fato que motivou a inauguração do Four Seasons Hotel and Private Residences Nashville, que chega para movimentar a cena hoteleira da cidade. Recém-inaugurado, o hotel possui 40 andares, 193 quartos, 42 suítes e vistas panorâmicas de tirar o fôlego. “Há uma bela sinergia entre esta cidade e o renomado estilo de hospitalidade do Four Seasons”, diz Christian Clerc, presidente do Four Seasons Hotels and Resorts.

Mas é a cena musical que realmente atrai os visitantes para a nova propriedade. O time do hotel já criou uma lista de experiências imperdíveis para quem é fã da música country tradicional e contemporânea. Dentro desse espírito, os hóspedes também podem aproveitar a experiência suite sounds, criada em parceria com o coletivo de compositores Songwriter City – uma oportunidade de conhecer os profissionais do setor em um ambiente intimista, onde o hóspede pode sentar com compositores de grandes hits da música country para ouvir e entender o processo de criação. ☺



IMERSÃO AMAZÔNICA



Com base na vila de Alter do Chão, no Pará, o projeto Kaiara – cujo nome é a junção de “mata” (*kaá*) e “mãe-d’água” (lara) na língua tupi-guarani – chega ao mercado de ecoturismo brasileiro com o propósito de oferecer ao visitante uma experiência legítima de integração com a vida comunitária dos povos que habitam a floresta. Por meio de navegações pelo Tapajós e afluentes, o visitante pode escolher entre uma das três confortáveis embarcações, que variam entre cinco e 12 cabines, para uma viagem que percorre a rica diversidade da Amazônia.

Em saídas regulares ou fretadas, de quatro a seis dias, os roteiros incluem imersões na floresta, visitas às comunidades locais e momento de contemplação e descanso, com direito a petiscos, sucos e caipirinhas com sabores amazônicos. Auroras e pores do Sol enlaçam os dias e jantares, piqueniques e brindes garantem momentos memoráveis, tudo com o objetivo de criar e fortalecer um turismo que gera renda para as comunidades ribeirinhas e promove a preservação da floresta. ☺

FOTOS: DIVULGAÇÃO



INSIDER: TAILÂNDIA

Matheus de Souza é autor do livro *Nômade Digital* e finalista do Prêmio Jabuti 2020 na categoria economia criativa. Desde 2017, quando largou seu emprego tradicional e começou a viajar pelo mundo, ele já esteve três vezes na Tailândia – em 2020, após as fronteiras fecharem por conta da pandemia, foram seis meses e meio morando no país do sudeste asiático. Embora o momento não tenha sido fácil, a receptividade tailandesa ajudou a amenizar a ansiedade. “É o lugar de que eu mais gosto no mundo”, conta Souza, que falou com a *Versatille* sobre suas dicas para quem pensa em visitar o país.

EXPLORAR OS MERCADOS DE RUA

Bangkok é o começo óbvio de uma viagem pela Tailândia, porque a maioria dos voos internacionais chega por lá. Na capital, além dos passeios turísticos tradicionais, como os templos e a caótica Khao San Road, do filme *A Praia*, protagonizado por Leonardo DiCaprio, vale muito a pena visitar as dezenas de mercados de rua. Inclusive, a única barraca de rua com uma estrela Michelin no mundo, a Jay Fay – que aparece na série *Street Food: Ásia*, da Netflix –, fica em Bangkok.



FOTOS: MATHEUS DE SOUZA

ESTAR ABERTO PARA AMIZADES

É nas pessoas e na cultura que os maiores encantos da Tailândia se escondem. O país é conhecido por ser a “terra dos sorrisos”. O povo é muito doce e solícito e sente bastante orgulho de sua casa (Tailândia significa, em tradução literal, “terra dos tailandeses”). Eles adoram mostrar a culinária local e, em vilarejos e comunidades afastadas da zona turística, você certamente será convidado para um jantar em família.



APROVEITAR AS PRAIAS

Falar sobre as praias paradisíacas é chover no molhado; sim, elas realmente são de tirar o fôlego. A água é quente e cristalina e a areia é branca, como em um típico cenário de filme. As ilhas Phi Phi são recomendadas para quem quer descansar, enquanto Koh Phangan é um ótimo destino para aqueles que desejam uma experiência genuinamente tailandesa em uma ilha idílica – com direito a um restaurante extraordinário: o Pum Pui, cujo pad thai de tofu é surpreendente.

CONHECER A TAILÂNDIA DE CANTO A CANTO

O país é grande e o deslocamento nem sempre é fácil – só dá para chegar às ilhas de barco, e algumas viagens acabam sendo longas. Mesmo assim, vale a pena seguir para Chiang Mai, no norte do país, perto da fronteira com o Laos. É lá que fica o Wat Phrathat Doi Suthep, o famoso templo localizado no topo de uma montanha. ☺

JÁ PENSOU EM PILOTAR EM ALTO-MAR?

NOVA LINHA DE CRUZEIROS APOSTA EM GAMA DE EXPERIÊNCIAS FORA DO COMUM

por miriam spritzer



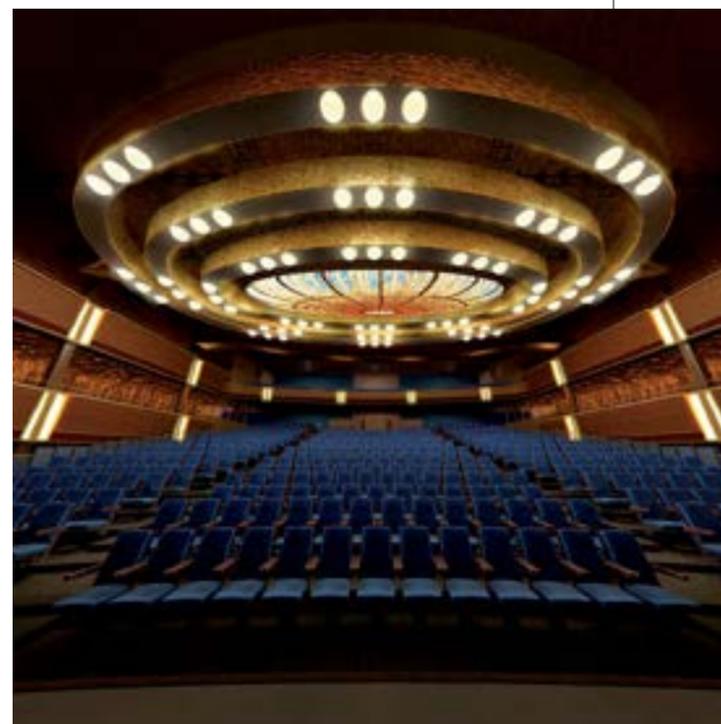
Katy Perry abençoa o mais novo jeito de viajar sobre os mares. A cantora pop é a madrinha do Prima, o primeiro navio da uma nova linha de cruzeiros de alto luxo da Norwegian Cruise Line. A proposta da frota é oferecer aos passageiros uma experiência ainda mais exclusiva, confortável e com uma grande variedade de entretenimento, alimentação e wellness, tendo como suas principais rotas o continente europeu e a América caribenha. As viagens inaugurais da embarcação começaram em agosto deste ano, apenas para convidados, e a *Versatille* esteve lá para conferir.

O primeiro grande diferencial do Prima é o Haven, um complexo exclusivo de suítes com serviço vip. Além das acomodações mais espaçosas e luxuosas, oferece bares, restaurantes e um terraço com piscinas privadas,

bem como serviço personalizado de mordomo durante toda a estadia. Projetado pelo designer italiano Piero Lissoni, o espaço garante que os hóspedes se sintam a bordo de um iate.

Ainda para quem busca uma experiência de exclusividade para relaxar, outro ponto alto é o spa e o centro de wellness do navio, com uma impressionante variedade de saunas e terapias termais que oferece, além dos tradicionais procedimentos estéticos e massagens, consultas com nutricionistas e especialistas de fitness e bem-estar. Esses serviços são à parte do resto do cruzeiro e de certa forma auxiliam na quebra do preconceito de que em cruzeiros se come e bebe com exagero, uma vez que muitos passageiros hoje buscam esse tipo de viagem para focar uma rotina de recuperação ou desintoxicação.

Para quem busca diversão e gosta de uma agenda cheia de atividades, o navio não deixa a desejar. O teatro é um dos maiores palcos a bordo, que, após os espetáculos, se transformam em uma boate – magias da engenharia moderna. Por se tratar de um palco e bastidor espaçosos, o navio pode comportar produções maiores, como é o caso do atual espetáculo *Summer: The Donna Summer Musical*, que esteve recentemente em cartaz no Brasil. Ademais, há espetáculos de música ao vivo e stand-up comedy nos diversos bares e restaurantes – e até karaokê para quem quiser mostrar seus dotes artísticos.



NA PÁGINA AO LADO, A PISTA DE KART. ACIMA, NO TOPO, EXTERIOR DO PRIMA. ABAIXO, O INTERIOR DA CABINE. AO LADO, O EXTENSO TEATRO A BORDO

O grande destaque e diferencial do navio em questão é a pista semiprofissional de kart. Sim, você leu certo, e ela está localizada no ponto mais alto do navio. Os passageiros podem pilotar e até participar de corridas de competição em alto-mar. Claro que tudo com segurança e protocolos. Seja nas corridas de velocidade máxima, seja nas menos agressivas, dirigir com a vista daquele oceano interminável é uma experiência e tanto. ☺

FOTOS: DIVULGAÇÃO

Casa-hotel

O novo – e irresistível – conceito do haute tourisme

NEM UMA COISA, NEM OUTRA. ESPAÇOS HÍBRIDOS
ATRAEM COM SERVIÇO DE ALTO PADRÃO, VISTAS
PANORÂMICAS E MIMOS EXCLUSIVOS

por fernanda meneguetti

De alguma maneira, o luxo mudou. Tornou-se mais intangível, mais associado a valores do que a bens materiais. Já arriscando a cafonice do termo, ficou mais para experiências do que para coisas. Isso vale para a moda, que hoje tem de ser sustentável; para a gastronomia, que precisa causar menos impacto ambiental e contar melhores histórias; e para o turismo, que busca criar vivências cada vez mais profundas.

Filosofiazinha à parte, nessa seara, haja luxo, como o de mesclar a excelência da hotelaria cinco estrelas com a sensação aconchegante de um lar. Andar despido por qualquer espaço, mergulhar na piscina na hora que bem entender, fazer as refeições que quiser, quando quiser. Permitir-se desfrutar no próprio ritmo, com liberdade e privacidade. De preferência, em lugares que juntem passado, presente e futuro, que conectem memórias, arte e tecnologia.

Entre as possibilidades, um vilarejo cearense com pesca artesanal de lagosta e muito vento, tanto para produzir energia quanto para impulsionar esportes hypados como o wing surf; um balneário fluminense que seduziu Brigitte Bardot e agora encanta com a varanda dos sonhos e gastronomia de tirar o fôlego; um precipício de beleza descomunal na Bahia, com águas quentinhas na piscina, na jacuzzi e na praia. Veja aqui como aproveitá-las!

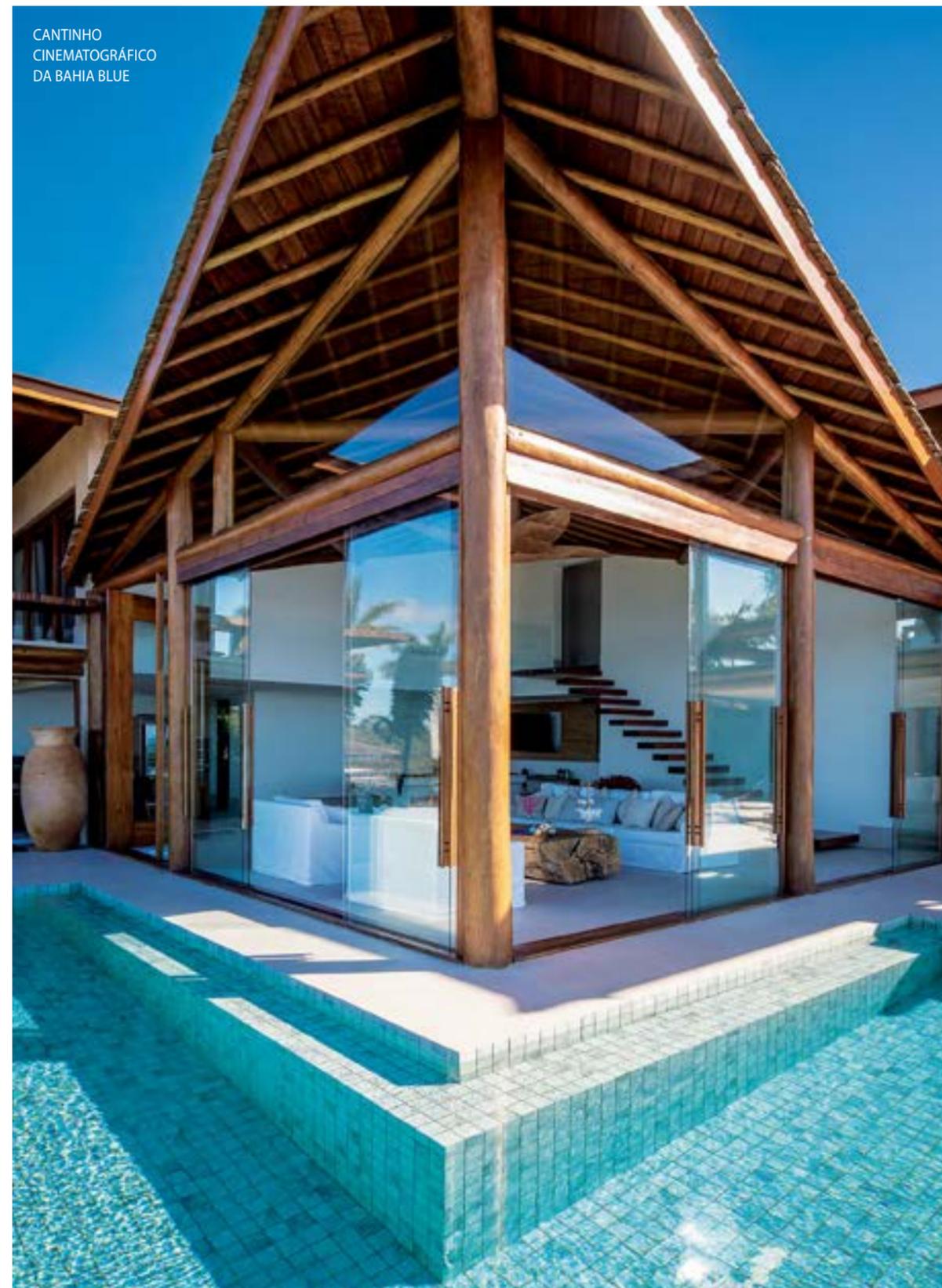
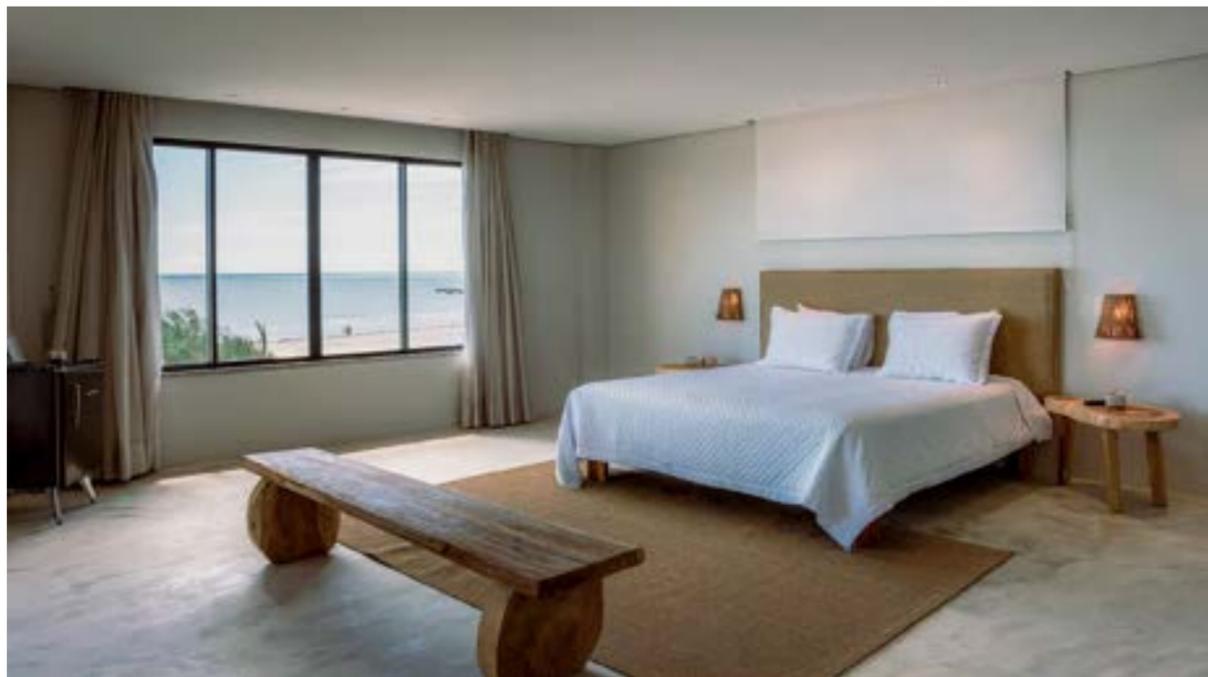


FOTO: DIVULGAÇÃO



CASARÃO CAIÇARA

Na década de 1980, um vilarejo caiçara adentrou os guias de viagem. E nunca mais saiu. Do litoral oeste do Ceará, Jericoacoara ganhou fama mundial. Mais do que crescer, inchou, perdeu parte do charme. Mas os deuses do turismo não se deram por derrotados e, devagarinho, alçam outro destino vizinho ao estrelato: Icarai de Amontada.

Embalado por ventos alísios, Icaraizinho é o novo oásis para o wing, o kite e o wind surf, visto que ao menos nove meses por ano a direção das rajadas é muito segura – de crianças a partir dos 10 anos a esportistas seniores. A quem interessar, o pico da temporada são os meses de setembro a novembro.

No entanto, de agosto a janeiro, quando o sol é contrabalançado pela altivez da brisa, não há contraindicação para nenhum tipo de visitante. No fim do inverno, inclusive, os lençóis cearenses estão especialmente convidativos...

Aos viajantes mais exigentes, independentemente da época do ano, uma dica é essencial: a Beach House do Makena Hotel. Essa arejada casa pé na areia conta com quatro suítes, vista privilegiada, piscina e estacionamento privativo. Melhor de tudo, tem equipamentos e serviços com padrão de hotelaria de luxo, incluindo governança, concierge e segurança noturno.



ACIMA, UMA DAS SUÍTES E LAGOA DOS LENÇÓIS CEARENSES

Das 8 às 16 horas, na hora desejada, uma camareira exclusiva providencia café da manhã com pães artesanais, frutas frescas, sucos e tapiocas feitos à la minute. Garante que tudo fique organizado ao longo do dia.

Diante de tamanho acolhimento, se o desejo for o de não sair dali, é possível receber a comida do restaurante Nui ou contratar um chef para o preparo de almoços e jantares personalizados. Sugestões como paella, churrasco do mar ou da terra e peixada certamente serão atendidas!

Além da casa em si, a dez minutos de caminhada preguiçosa, o hóspede tem acesso ilimitado ao Makena Beach Club, onde pode se esparramar em sofazões e, à sombra, bebericar um drinque ou uma água de coco. Ah, música ao fundo acompanha o barulhinho do mar.

Makena Beach House Rua Joaquim Alves Parente, Icarai de Amontada, Ceará, (85) 98124-2202



DETALHE DA VARANDA E VISTA AÉREA DA CASONA MAKENA



FOTOS: CRIATIVE CLUB



APÊ CHIQUÊ

Brasileiro tem mania de comparar: Maragogi com Caribe, Trancoso com Saint-Tropez, Jurerê com Ibiza. Parem! Búzios até tem um pouco de cada um desses cantos de lá e de cá; porém, Búzios é Búzios.

Esbanja tons de turquesa à la Tiffany em águas calmas, frias e bravas; rende stand up paddle, mergulho, surfe e bons pescados; oferece casa, ou melhor, apartamento de praia sem dor de cabeça.

Sobre a Orla Bardot, no topo do Casas Brancas, hotel-butique dos anos 1970, o loft de 160 metros quadrados tem vista de tirar o fôlego e ainda privilégios que as outras acomodações não têm. Para começar, o acesso por elevador privativo. Parece supérfluo, mas quem já subiu e desceu aquelas escadarias bem sabe que não é.

Além disso, Parê, governanta da família fundadora há três décadas, cuida pessoalmente dos hóspedes. Assegura a casinha nos trinques cada vez que se adentra nela. E, para quem nem quiser sair de lá, serve café da manhã completo – na varanda, em uma das duas salas ou na cama.

Como o apê possui uma cozinha equipada, adega e mesa de jantar para seis (ok, cabem oito!), outra possibilidade é ela providenciar as compras – tanto para os visitantes prepararem suas receitas quanto para um cozinheiro do hotel assumir o fogão.

Obviamente, se o hóspede preferir manter as panelas intactas, os menus criativos, moderninhos e excepcionalmente bem preparados do chef argentino Gonzalo Vidal ficam à disposição.

Do 74 Restaurante dá para pedir um pouco de tudo: os peixes fresquíssimos do dia (como sashimi, ceviche ou na brasa), massas artesanais e gordices irrecusáveis, caso do sonho de siri e do bolovo de camarão. Já no 74 Snack Bar seria um crime não provar o famoso e clássico Mak Polvo, sandubinha com polvo frito, tomate confit, alface e aioli no brioche.

Aos que partem para as praias, Parê se encarrega da cesta de piquenique, a não ser que o destino seja o Rocka Beach Club, quiosque glam na Praia Brava. Ali, dá até para tomar champanhe e provar a cozinha inspiradíssima do chef Gustavo Rinkevich.

Casas Brancas Rua Morro do Humaitá, 10, Centro, Búzios, Rio de Janeiro, (21) 2018-0382

NO TOPO, A PISCINA DE PEDRA DO CASAS BRANCAS. ABAIXO, QUARTO E VARANDA DO LOFT

MANSÃO FRISSON

Dos 12 residenciais de altíssimo padrão no sul da Bahia já erguidos pela incorporadora Nampur, o mais cobiçado pelo público triple A é o Bahia Blue. Motivos? Não faltam!

Para começo de conversa, a casa de três andares, esculpida em madeira, vidro e pedras naturais pela designer Sara Romana Afonso, do escritório Pó de Terra, espalha-se por 800 metros quadrados e tem, a seu redor, um terreno de mais 5 mil.

Embora tenha "irmãos" em Trancoso e na Praia do Espelho, ela orgulha-se de estar solitária, no alto de uma falésia, com vista de 180 graus para a Praia da Pitinga, em Arraial d'Ajuda.



Por uma trilha exclusiva, tem acesso à areia e às piscinas naturais que se formam na maré baixa. Com mais uma caminhadinha, chega a uma lagoa.

Inimitável, a BB inclui piscina climatizada de borda infinita rodeando a casa, sauna, spa, jacuzzi, meia dúzia de suítes com vista para o mar, fireplace, redário, academia de última geração (nem precisa perguntar, há como chamar um personal para os treinos), heliponto e a mordomia de um acesso exclusivo à areia.

Precisa de mais? Nem precisaria, mas tem: um chef experiente pode acompanhar toda a estadia, personalizando refeições do café ao jantar com produtos frescos – peixes frescos com linha por pescadores locais, frutas nativas, pães caseiros e cuscuz de milho e de tapioca são alguns deles. ☎

Bahia Blue Praia da Pitinga, s/n, Arraial d'Ajuda, Bahia, (11) 2655-1749

SUÍTE ESPAÇOSA E VISTA PANORÂMICA NO SUL DA BAHIA



FOTOS: DIVULGAÇÃO

RÉVEILLON DO CENTENÁRIO DO COPA



EM 2023, O COPACABANA PALACE COMPLETA 100 ANOS, E AS COMEMORAÇÕES COMEÇAM JÁ NA VIRADA

Pode-se dizer que a Praia de Copacabana, assim como a cidade do Rio de Janeiro, nunca mais foi a mesma depois que Octávio Guinle inaugurou o Copacabana Palace, em 1923. O hotel, que desde o começo demonstrou seu diferencial e chamou a atenção do mundo, continua surpreendendo os hóspedes com seu charme único e alto nível de excelência, sendo um oásis de glamour na cidade. Após 100 anos, é hora de celebrar as memórias e os momentos lendários e inspirar os próximos anos de história.

A festa do Réveillon do Copa, a mais tradicional e desejada da cidade, marca o início dos #100doCopa e será o primeiro grande evento de uma extensa agenda de comemorações pelo centenário de um dos hotéis mais icônicos do mundo.



AO LADO, FOTO HISTÓRICA DO HOTEL. ABAIXO, A PRAIA DE COPACABANA



FOTOS: OLIVER PILCHER; THEODOR PREISING/COLEÇÃO FOTOGRÁFICA BRASCAN; CEM ANOS NO BRASIL / ARQUIVO INSTITUTO MOREIRA SALLES

O tema “White & Gold” – branco e dourado – unirá a tradição dos brasileiros de usar a cor branca na virada do ano ao glamour e à sofisticação do hotel, representados pelo dourado. A decoração, assinada por Patrícia Vaks, trará muitas flores e luz para a festa deste ano. “O Copa já é lindo por si só; por isso, quero trazer ainda mais elegância e leveza para o ambiente, sem descaracterizar a essência maravilhosa do hotel”, revela Patrícia.

A noite de celebração cinematográfica será animada por bandas e DJs, que prometem despertar o espírito festeiro de todos os presentes nos salões e piscina do hotel que é um ícone brasileiro à beira-mar.

Menus especiais e experiências gastronômicas exclusivas marcarão a virada para o centenário do Copa. Nello Cassese, chef executivo do hotel e diretor de culinária de todas as propriedades Belmond na América do Sul, desenvolveu um menu exclusivo para o Ristorante Hotel Cipriani, harmonizado com o emblemático champanhe Dom Pérignon. O estrelado restaurante italiano oferecerá um serviço de oito etapas com proposta fresh and citric, sendo um dos destaques a Ostrica, uma entrada refrescante de ostra com limão-siciliano e maçã verde. Já o restaurante Périgula, comandado pelo chef João Melo, oferecerá um bufê diversificado que contará com receitas inspiradas em regiões e tradições de todo o mundo.

“Nós temos orgulho de ser, por 100 anos, referência em luxo, conforto, qualidade e sofisticação na cidade do Rio de Janeiro e também no mundo. Mais do que isso, também temos orgulho da contribuição do hotel para fazer do Rio de Janeiro uma referência internacional. Vamos juntos celebrar a chegada de 2023 e os 100 do Copa”, conclui Ulisses Marreiros, gerente-geral do Copacabana Palace, A Belmond Hotel. ☑

O mundo é um parque de diversões

FAMILIARES E ESPECIALISTAS NO DESENVOLVIMENTO INFANTIL DÃO DICAS DE VIAGEM COM CRIANÇAS E RESSALTAM: NÃO HÁ LIMITES NA HORA DE ESCOLHER UM DESTINO

por **beatriz calais**

Aos 7 anos, Julia Temer – hoje com 18 anos – viveu uma experiência que poucas pessoas adultas nem sequer sonham que seja possível. Dentro de um barquinho, navegando sobre o mar transparente da Indonésia, numa ilha vizinha a Bali, ela viajava com um marinheiro local que só sabia dizer uma frase em inglês: “Manta Point” – o que repetia durante todo o trajeto, que durou cerca de uma hora, em um mar revolto.

Para Gabriela Temer e Ricardo Sombra – mais conhecido como Rico –, pais de Julia, a situação já se tornara preocupante. “Eu só pensava que, se a gente desaparecesse, ninguém ia saber onde estávamos”, recorda a mãe, entre risadas. Quando o desespero já havia tomado conta, pelo menos do coração, que batia mais forte, o marinheiro finalmente parou o barco em uma encosta e disse que a família podia entrar no mar. Eles haviam chegado ao “Manta Point”.

Quando mergulharam na água com o snorkel, os três simplesmente viram um grupo de cerca de 20 mantas – a maior espécie de raias do mundo – nadando ao lado deles. Para Julia, aquele momento era pura contradição. A fascinação e o medo estavam lado a lado, mas nada fez com que ela quisesse sair da água.

JULIA TEMER SE
AVENTURANDO NO
ATACAMA, CHILE



FOTO: ARQUIVO PESSOAL



ACIMA E NA PÁGINA AO LADO, GABRIELA, JULIA E RICO EM DIVERSOS DESTINOS PELO MUNDO

“Ela tirava a cabeça da água e me olhava com os olhos arregalados, mas, quando eu perguntava se queria subir no barco novamente, ela dizia que não”, conta Gabriela. “Isso é viagem para criança? Parece que não, mas olha que experiência incrível. Não tem parque de diversões melhor.”

Existe idade para viajar?

Para muitas famílias, viajar com criança é sinônimo de, no sentido literal da palavra, parque de diversões ou resorts que tenham espaço recreativo. Com toda a estrutura infantil montada, é claro que esses destinos são mais óbvios na hora de planejar as férias escolares. E o pensamento não é errado, mas

vale lembrar que é possível ir além dos dois estilos de viagem. A experiência de Julia na Indonésia com as raias gigantes não tinha relação nenhuma com o mundo infantil, mas não deixou de criar memórias dignas de um filme de aventura em seu consciente.

Julia, que acaba de completar a maioridade legal no Brasil, tem um acervo próprio de vivências hollywoodianas. Com seus pais, ela já conheceu 40 países e viveu as experiências mais diversas do mundo – de safáris e mergulhos de pura adrenalina a passeios em museus e castelos que pareciam ter saído de um conto de fadas. “Todo lugar é viagem para criança”, ressalta Gabriela. “Até visitas a vinícolas. Imagine que bacana correr pelos vinhedos e entender que tudo aquilo vira suco de uva ou vinho? Tudo é conhecimento.”

Criadora do blog “Juju na Trip”, Gabriela é jornalista e sempre amou conhecer lugares novos. Quando ficou grávida de Julia, ela e seu marido, que é fotógrafo, prometeram para si mesmos que não deixariam de fazer o que gostavam por conta da filha. “Ter filho é uma celebração, então queríamos criá-la no mundo, sem amarras”, revela. A primeira viagem da pequena foi com apenas 4,5 meses, para Pipa, no Rio Grande do Norte. “Nossos destinos não mudaram depois que ela nasceu. Só a forma de viajar. O planejamento era mais diurno e com mais tempo de descanso, por exemplo. Também é gostoso fazer isso. Não prejudica o passeio”, explica.



FOTOS: ARQUIVO PESSOAL

“
CONHECER OS LUGARES, NÃO IMPORTA SE SEJA NO SEU ESTADO OU EM OUTRO CONTINENTE, É UMA FORMA DE OFERECER APRENDIZADO NATURAL. O CONHECIMENTO, ANTES DE ESTAR DENTRO DE UM LIVRO, ESTÁ NO MUNDO.

Ana Carol Thomé,
pedagoga

Para Ana Carol Thomé, pedagoga e idealizadora do projeto Ser Criança É Natural, que incentiva o contato com a natureza para o desenvolvimento infantil, viajar com crianças, na realidade, pode deixar tudo ainda mais valioso. “Que mundo o seu filho conhece do momento em que acorda até a hora em que vai dormir? Que realidade estamos apresentando a eles?”, questiona. “Conhecer os lugares, não importa se seja no seu estado ou em outro continente, é uma forma de oferecer aprendizado natural. O conhecimento, antes de estar dentro de um livro, está no mundo.”

Foi por conta desse pensamento que Ana criou o projeto Ser Criança É Natural, em 2013, com o objetivo de oferecer formação para professores e familiares e promover experiências de diálogos com as crianças. “É na natureza que o ser humano progride em seu maior potencial. Observamos melhora no desenvolvimento motor, emocional, social e até na resolução de problemas e no senso de pertencimento. Não podemos esquecer que o ser humano, por si só, é parte da natureza”, explica a pedagoga. Em sua visão, incluir crianças e adolescentes nas viagens familiares, inclusive na hora de montar o roteiro e explicar sobre o destino, é dar autonomia para que os pequenos também se sintam parte da experiência.

A família é a melhor equipe

Quando se fala sobre viajar em família, os Schurmann provavelmente são a maior referência de como organizar tudo com maestria. Primeiros brasileiros a dar a volta ao mundo de veleiro, eles já cruzaram os três oceanos e seis continentes do planeta desde que começaram a jornada, em 1984, com três crianças a bordo: Pierre, David e Wilhelm, com 7, 10 e 15 anos, respectivamente. Em 1995, a família também adotou a neozelandesa Kat Schurmann, que navegou ao lado deles por dez anos e conheceu 19 países, até falecer devido a complicações decorrentes do vírus HIV, do qual era portadora desde seu nascimento.

“Nós nunca deixamos de viajar. Mesmo antes de começarmos a velejar pelo mundo, costumávamos colocar as crianças no carro e partir para longas horas de estrada pelo Brasil ou pela América do Sul”, conta Heloísa Schurmann. “Não existe isso de não viajar por causa dos filhos. Na realidade, eu viajo por causa deles. É incrível a forma como seres tão pequenos aprendem a enxergar o mundo, com respeito pela natureza e pela diversidade de culturas e pessoas.”

Heloísa, que é professora, sabe bem quanto o contato com realidades diferentes impactou a vida de seus quatro filhos. “Eu sempre incluí as crianças nas viagens, fosse na hora de fazer um roteiro ou durante o passeio. Eles tinham diários onde iam marcando as descobertas de que mais gostavam, desde as notas de dinheiro de cada país até o funcionamento dos vulcões”, conta. “Eu sempre digo: a vida não é só aquilo que você aprende na escola.”



ACIMA, A FAMÍLIA SCHURMANN NO INÍCIO DE SUA JORNADA PELO MUNDO: WILHELM, VILFREDO, HELOÍSA, DAVID E PIERRE. ABAIXO, UMA FOTO ATUAL DA FAMÍLIA À FRENTE DO PROJETO VOZ DOS OCEANOS. AO LADO, OS PAIS E OS IRMÃOS COM A PEQUENA KAT SCHURMANN



FOTOS: ARQUIVO PESSOAL



Em completa concordância com Heloísa, Gabriela ressalta sua crença de que até as crianças menores, que ainda estão aprendendo a se comunicar, são impactadas por esse aprendizado. “No consciente, elas não vão lembrar das viagens que fizeram quando eram muito pequenas, mas, como Jean Piaget fala: o conhecimento é como uma cebola. Ele é feito de camadas. Nem sempre você vai lembrar da primeira, mas ela é fundamental para a construção das outras.”

Com experiência para dar e vender, as viajantes também aproveitam para dar algumas dicas para os pais que ainda estão com receio de seguir viagem com os pequenos – seja para passeios de férias, seja para voltas ao mundo. ☺



Guia de sobrevivência infantil para viagens:

Pesquise muito sobre o lugar que pretende conhecer. É importante saber qual a melhor época para visitar o destino e quais as possíveis dificuldades caso um imprevisto aconteça;

Faça uma lista do que você vai precisar levar: remédios, kit de primeiros socorros e alimentos rápidos que acalmem a criança, como biscoitos, chocolates e frutas;

Sempre tenha uma garrafinha retornável. É fácil encontrar lugares para recarregá-la e você ensina sua criança a não usar tanto plástico;

Deixe sua criança carregar a própria bolsa. É importante para criar senso de responsabilidade;

Leve uma troca de roupa – mesmo se a criança já for mais velha, pois acidentes acontecem – e um brinquedo para fácil distração;

Junte o aprendizado das viagens com o da escola, inclusive passando possíveis atividades sobre o que elas viveram nas férias;

Alugar um carrinho é uma ótima ideia para viagens que envolvem muitas andanças, mesmo se a criança já for um pouco maior;



Por último, mas não menos importante, tenha paciência. Crianças ainda estão em processo de aprendizagem.



Na Praia do Preá, um paraíso

O HOTEL CASANA OFERECE O QUE HÁ DE MELHOR EM JERICOACOARA: PRIVACIDADE, GASTRONOMIA IMPECÁVEL E HOSPITALIDADE ATENCIOSA

por raquel sfoggia

Com voos diretos que partem de São Paulo (do Aeroporto de Guarulhos, pelas companhias aéreas Gol e Latam), Campinas e Belo Horizonte (Azul) e Brasília (Gol), Jericoacoara é um destino paradisíaco cada vez mais acessível. Para o Casana, a estadia desta viagem, são apenas mais 20 minutos de carro para chegar ao hotel.

A propriedade é um oásis de exclusividade e alta gastronomia, localizado na Praia do Preá. Logo na chegada ao Casana, os praticantes de kitesurf são vistos no horizonte. Foram eles, aliás, que motivaram a construção do hotel de luxo pelo casal de empresários Natália e Jimmy Furland.



PISCINA DO CASANA

É sabido que o destino, especificamente a Praia do Preá, é um dos lugares mais disputados do mundo para os amantes do kitesurf, pois os ventos fortes e constantes são ideais para a modalidade. Com uma construção ímpar, idealizada pelo arquiteto Fred Fournier, o hotel tem apenas sete quartos, dois deles com 100 metros qua-



drados e cinco com 80 metros quadrados. Fiquei hospedada na categoria suíte máster com piscina, com ampla casa de banho e jacuzzi externa. A piscina privativa do quarto é de borda infinita, perfeita para quem busca privacidade – e a acomodação é a única que tem o “plus”. Senti que estava em lua de mel.

A área comum também conta com piscina de borda infinita, academia e spa. Mas vale menção honrosa por dois aspectos: a gastronomia e a hospitalidade. A cozinha, comandada pelo chef André Wunderlich, é inspirada nos arredores da propriedade. Os pratos são preparados com ingredientes locais, como peixes, frutos do mar, saladas e legumes orgâ-

ACIMA, SUÍTE MÁSTER. NA PÁGINA AO LADO, NO TOPO, LOUNGE. ABAIXO, AULAS DE KITESURF

nicos, e é importante ressaltar que a diária inclui as refeições principais: café da manhã (que também pode ser desfrutado no quarto), almoço e jantar, apenas servidos no restaurante, que é de uso exclusivo dos hóspedes. Há também um menu de snacks disponível para pedir ao longo do dia, como extra.

FOTO: RODRIGO AZEVEDO

Todo o serviço oferecido no Casana é pensado em detalhes, do começo ao fim, sem deixar nada a desejar. Com uma equipe de 61 funcionários, o atendimento com maestria é nítido desde a chegada, seja pela atenção e carisma, seja pela pontualidade ou ainda pelo prazer em atender. O serviço é impecável: em qualquer horário do dia, é possível escolher as refeições com antecedência, feito por um número de WhatsApp, informado na chegada para que a comunicação com o time do hotel seja mais eficiente. Outro ponto

é a proatividade da equipe em apresentar uma programação de atividades locais durante a sua estadia, baseadas em uma ficha que é preenchida pelo hóspede previamente.

Além de aulas de kitesurf, os passeios de buggy nas dunas e de fat bike na praia estão disponíveis aos hóspedes. Por fim, para aqueles que, assim como eu, pretendem voltar a este paraíso fica o conselho: é bom organizar a viagem com antecedência, pois comumente o hotel está cheio. ☺

O RESTAURANTE MAIS LINDO DO RIO



O MARINE RESTÔ, DENTRO DO FAIRMONT RIO DE JANEIRO, PROPÕE UM MENU SURPREENDENTE E DIVERSIFICADO

Após três anos de abertura, o Fairmont Rio de Janeiro Copacabana segue surpreendendo os hóspedes e visitantes com novidades, principalmente na área gastronômica. O restaurante Marine Restô – que tem uma das vistas mais lindas do Rio, o mar de Copacabana – acaba de lançar novo cardápio.

Elaborado cuidadosamente pelo chef Jérôme Dardillac e pela chef de pâtisserie Jenifer Ortega, o menu traz opções diversificadas, que contemplam pratos veganos, vegetarianos e carnívoros. O grande destaque, no entanto, está na estrela do preparo: o Jospier, equipamento espanhol que une grelha e forno em um só ambiente e garante o braseamento perfeito.

Entre as novidades estão a provoleta assada no Jospier com chimichurri, acompanhada de salada de rúcula e tomate, pó de azeitonas defumadas e molho de mostarda Dijon e azeite balsâmico. Há também o surpreendente polpetone de cordeiro com mussarela de búfala, tomate assado, hortelã fresca e pão de fermentação natural. O tofu e os shiitakes assados no Jospier com nirá, gengibre, molho asiático com furikake e arroz basmati são uma das opções veganas, e o risoto de fregola (massa típica da Sardenha) com cogumelos frescos e perfume de trufa é vegetariano.

Na busca pelo que há de melhor e mais fresco, o chef Dardillac fez um amplo trabalho de pesquisa de produtores locais, que garantem que peixes de pesca sustentável como o dourado e o namorado cheguem ao restaurante, assim como frutos do mar fresquíssimos. Para a tranquilidade dos clientes fiéis, os pratos clássicos, como o steak de filé-mignon com batatas, foram mantidos. “Nossa proposta é trazer opções diferentes e versáteis para agradar a todos, mesmo com uma alta gastronomia”, explica o chef.

Para finalizar a refeição de forma perfeita, as sobremesas autorais da chef chilena Jenifer Ortega (que assumiu a parte doce do hotel em 2021) exploram sabores brasileiros, apresentados

NA PÁGINA AO LADO, O SALÃO. ABAIXO,
PROVOLETA ASSADA NO JOSPIER

“
NOSSA PROPOSTA
É TRAZER OPÇÕES
DIFERENTES E VERSÁTEIS
PARA AGRADAR A TODOS,
MESMO COM UMA ALTA
GASTRONOMIA

Jérôme Dardillac

ao público com montagens e cores irreverentes. Entre as novas sobremesas estão a marmelada de limão-siciliano e sopa de flor de fada azul, combinada à fumaça de gelo-seco, o que garante deslumbre; e também a fruta da paixão, que traz manga assada no Jospier com gel de maracujá com alecrim e crocante de castanha-do-pará torrada, acompanhada de crocante de manga desidratada e finalizada com uma lasca de tomilho. Definitivamente uma parada obrigatória na capital carioca! ♡



MONTANHAS MÁGICAS

CALCE SEUS ESQUIS E DESLIZE PELO MUNDO

por juliana a. saad

Percorrer o planeta em busca das montanhas com a neve mais seca e as paisagens mais deslumbrantes é um dos prazeres do inverno. Deslize na seleção de pistas e curta o estilo de vida animado da temporada de esqui, que agrada em cheio aos *globe-trotters* aventureiros.

DOLOMITAS, BELUNO | ITÁLIA

Inverno em paisagens que são puro luxo. Picos nevados, esporte e os prazeres da hotelaria e enogastronomia são sinônimo dessa bela região italiana, um reduto insider dos esquiadores e apreciadores das pistas e dos esquis safáris, com paradas em pequenos restaurantes e hotéis que são a epítome do bem-estar alpino. A cadeia de montanhas Dolomitas é patrimônio mundial da Unesco e compõe uma das mais extensas e desafiadoras pistas da Europa, com mais de 1.200 quilômetros de curvas e descidas de parar o coração. Nela, a febre é o esqui safári – modalidade na qual esquiadores deslizam sobre os vales, parando para almoçar em pequenos restaurantes, fazendo piqueniques e dormindo em acampamentos de altitude, tudo em versão cinco estrelas. Quem organiza esses safáris e hospeda em grande estilo é um dos mais exclusivos hotéis das Dolomitas, o Ciasa Salares. Em San Cassiano, Alta Badia, o hotel, o único dentro do parque nacional e cercado pelas cristas das montanhas Dolomitas, é perfeito para esquiadores que curtem *la dolce vita*. São três restaurantes, uma superadega, salas de degustação de queijos e de chocolates, além de espaço de wellness com vista e acesso às encostas. Tudo pontuado pela genuína hospitalidade alpina dos Wieser, a família fundadora. Para quem prefere o agito de Cortina d'Ampezzo, com suas ruas estreitas onde zunem potentes Maserattis e Ferraris, butiques da Corso Itália e presença maciça da chique elite italiana nos après-skis dos estrelados restaurantes Tivoli ou El Toulou, a hospedagem no Grand Hotel Savoia completa a experiência.



Serviço:
ciasasalares.it
grandhotelsavoiaacortina.com
ristorantetivolicortina.it
ristoranteospitale.com

FOTOS: DIVULGAÇÃO



NA PÁGINA AO LADO, A CA' DEL BOSCO. ACIMA, O ESQUI SAFÁRI DA CIASA SALARES



AO LADO, O ZABORIN RYOKAN. ABAIXO, O RITZ-CARLTON RESERVE HOTEL. DEPOIS, O DIVERTIDO DECA + BOL. NA PÁGINA AO LADO, NO TOPO, O FOUR SEASONS. ABAIXO, O ALPE D'HUEZ



NISEKO, HOKKAIDO | JAPÃO

Japão para esqui? Sim! Una a posição privilegiada no sopé do Monte Niseko Annupuri, de 1.308 metros de altura, à abundância de neve trazida pelas ventanias da Rússia e também à umidade do mar do Japão e você terá o *champagne powder* (um tipo de neve leve, seca e suave, perfeita para esqui). Isso faz das montanhas ao norte da ilha de Hokkaido um dos mais desejados terrenos para esqui no mundo. A temporada excepcional vai de dezembro a maio. Seus quatro resorts (Annupuri, Higashiyama, Hirafu e Hanazono) são interligados, circundam os 4.291 metros do Monte Yotei (vulcão ativo, similar ao Fuji) e atraem esquiadores e snowboarders para pistas com neve compacta e super-seca. O grande lance é esqui à noite, rasgando a neve através da iluminada floresta de bétulas perfeitamente espaçadas, uma peculiaridade local. Outro grande lance: os hot springs com água termal da montanha que fazem dos Onsens uma tradição milenar. As opções de hospedagem incluem ainda os luxuosos Higashiyama Niseko Village, o Ritz-Carlton Reserve hotel, o Park Hyatt Niseko Hanazono e um genuíno exemplo da hospitalidade local, o Zaborin Ryokan.

Serviço:

ritzcarlton.com/hotels/japan/higashiyama
hyatt.com/hotel/japan/park-hyatt-niseko-hanazono
zaborin.com



VAIL, COLORADO | EUA

Contornada pela Floresta Nacional de White River, a cidade é uma porta de entrada para esportes de inverno. Vail é uma das mais belas estações de esqui dos Estados Unidos e também possui a maior área esquiável do país, com uma variedade de terrenos que atraem esquiadores e snowboarders de todos os níveis.

FOTOS: DIVULGAÇÃO

Os hotéis luxuosos, como o Four Seasons, The Sebastian e The Hythe Luxury Collection Resorts, mais uma ampla gama de restaurantes, do despojado Mountain Standard aos chiques Matsuhisa (leia-se Nobu) e Game Creek Club, somados a programas divertidos como jogar boliche e jantar no supercool DecaBöl, fazer passeios cênicos de gôndola (que permitem desfrutar as vistas incríveis mesmo sem esqui) e dirigir um snowmobile na neve fazem de Vail o lugar ideal para toda a família.

Serviço:

fourseasons.com/vail
thesebastianvail.com
the-hythe-a-luxury-collection-resort-vail
matsuhisarestaurants.com/home/vail/
mtnstandard.com
decabolvail.com



ALPE D'HUEZ, AUVERGNE-RHÔNE-ALPES | FRANÇA

Este é o destino cool e insider, que agrada em cheio a quem é viciado em adrenalina e já cansou das opções de esportes de inverno disponíveis, como esqui e snowboard. Um esporte relativamente novo, o airboarding, tem atraído cada vez mais adeptos. É parecido com o bodyboard – só que na neve. Para praticar airboard, deita-se de bruços sobre um trenó inflável tipo almofada para descer a montanha, com a cabeça à frente. A velocidade e a mudança de direção são controladas usando o próprio peso. Há outros lugares para experimentar o airboarding na região dos Alpes franceses, mas Alpe d'Huez esbanja charme, com vistas estonteantes para o maciço Grand Rousses e uma das mais conhecidas subidas (21 curvas em 13,8 quilômetros) da competição de ciclismo Tour de France, realizada no verão. As opções de hospedagem vão desde o Club Med d'Alpe-d'Huez – para fãs do estilo resort – até o tradicional Hôtel Grandes Rousses, bem no centrinho da cidade, aos pés das pistas de esqui, e passam pelo gostoso Au Chamois d'Or, um autêntico chalé de montanha aninhado no ponto mais alto das pistas, com uma localização excepcional. A party mais famosa das montanhas é La Folie Douce Alpes d'Huez, uma balada diurna. Para comer, beber e se divertir, siga para o Le Tremplin, que tem um terraço panorâmico para curtir a vista e o pôr do Sol. Allezi! ☺

Serviço:

alpedhuez.co
hotelgrandesrousses.com/fr
chamoisdor-alpedhuez.com
clubmed.fr/r/alpe-d-huez
lafoliedouce.com



As taças “pedem” vinhos da Savoie

SEJA NA NEVE, SEJA NA CIDADE, OS VINHOS DO DEPARTAMENTO FRANCÊS GANHAM ADEPTOS E, NAS MÃOS DE NOVOS PRODUTORES, RESSURGEM COM MAIS POTENCIAL

por fernanda fonseca

Os Alpes europeus são destino obrigatório para os amantes dos esportes de inverno. De dezembro a março, várias estações de esqui das montanhas francesas, italianas, suíças e austríacas recebem visitantes do mundo todo. Mas a diversão vai bem além das pistas de esqui (*confira matéria de esqui na página 112*). Almoços, “après-ski” e jantares em restaurantes com deliciosas especialidades gastronômicas locais e internacionais regadas a vinhos produzidos na região alegam ainda mais a saison dos frequentadores.

Entre uma pista de esqui no inverno, uma caminhada por trilhas no verão, espumantes, brancos e tintos podem ser degustados em meio a paisagens montanhosas deslumbrantes, cortadas por lagos, cachoeiras, riachos e castelos medievais, principalmente quando falamos do departamento da Savoie, no sudeste da França.

Em minha última viagem à capital francesa, em março passado, notei que as cartas de vinhos dos *bar à vins*, bistrôs e cavistas de Paris têm dedicado espaço cada vez maior aos vinhos produzidos nos Alpes franceses. Descobri, provei e comprei vinhos frescos, puros, vivos e limpos. Mas qual o motivo para os vinhos dos Alpes franceses terem cada vez mais destaque?



FOTO: GETTY IMAGES

VINHEDOS EM
APREMONT



AO LADO, O CASTELO MEDIEVAL MONTERMINOD. ABAIXO, UMA PARREIRA. NA PÁGINA AO LADO, A VILA SAINT-JEAN PORT LAURENT MADELON

de Chambéry, a capital da Savoie. Com isso, resgataram uvas de variedades nativas de vinhedos abandonados, adotaram a viticultura biológica e algumas vezes até biodinâmica, para ter uvas saudáveis e pouca intervenção na elaboração dos vinhos. E eis que surgiram vinhos artesanais de pequenas quantidades, melhor qualidade, com pegada mais natural e com maior atenção ao meio ambiente.

Branco, rosé, tintos e espumantes são feitos com as 23 uvas permitidas nas três AOC – Appellation d’Origine Contrôlée: Vin de Savoie, Roussette de Savoie e Seyssel, com 22 crus – vinhas demarcadas de qualidade superior –, entre elas Apremont, Arbin, Ayze, Cruet, Chignin, para citar algumas. Ao todo, são 2.200 hectares de vinhas que representam 0,5% do vinho produzido em toda a França.

Da produção de vinhos da região, 70% é de branco, feitos das uvas nativas jacquère; altesse, também chamada de roussette; roussanne, localmente conhecida como bergeron; chasselas; molette e gringet. São brancos superfrescos, delicados e ao mesmo tempo intensos, com acidez que faz salivar. Daqueles vinhos que dão vontade de

Os vinhos tiveram um significativo salto qualitativo. Melhoraram. E muito. Além de ótima alternativa em termos de custos aos vinhos de regiões consagradas como Borgonha, Bordeaux, Rhône e Jura, a menor região produtora de vinhos da França e a região cool do momento mundo afora.

Os vinhos da Savoie, a segunda menor vitivinícola da França, que faz fronteira com a Suíça e Itália, aos pés do Mont Blanc, eram até pouco tempo vinhos simples, de grande produção, que faziam a festa dos turistas no *après-ski* das estações de esqui como Val d’Isère, Courchevel, Méribel e Saint Martin de Belleville. Eram vinhos sem nenhuma expressão.

Mas, a partir do início do século 21, a Savoie passou por uma “revolução vitícola”. Vários jovens da segunda ou terceira geração de *vignerons* locais foram estudar enologia na Borgonha – que está apenas a duas horas e meia de carro



um próximo gole e que fazem ótima companhia para os queijos, outro patrimônio dos Alpes franceses e suíços, sejam eles de leite de vaca, cabra ou ovelha. Exemplos dignos de menção são os Beaufort, Tomme de Savoie, Reblochon, Chevrotin e outros tantos classificados pelas AOP – Apelações de Origem Protegidas.

Os pratos clássicos dos Alpes, como a fondue savoyarde, que tem sua receita criada pelo gastrônomo francês Brillat-Savarin em 1794, trazem o mix dos queijos beaufort, comté e emmental fundidos. Ou a raclette, que é de origem suíça, mas foi adotada – com muito amor – nos Alpes franceses: queijo derretido para ser devorado com batatas cozidas e carnes curadas, como o jambon cru de Savoie, e cebolinhas. Mais uma opção perfeita para escoltar os vinhos brancos locais.

Um dos mais populares pratos da Savoie é a Tartiflette, mencionada por François Massialot, o criador do *crème brûlée*, no livro *Le Cuisinier Royal et Bourgeois*, de 1705. Entre os ingredientes principais estão batatas, cebolas e pancetta gratinadas, além do queijo reblochon. É perfeito para acompanhar os brancos ou tintos.

Os tintos da Savoie podem ser “food friendly” ou para serem bebidos dois ou três anos após o engarrafamento, mas algumas uvas de difícil cultivo, por serem propensas a doenças, como a persan, rendem vinhos mais austeros e com maior potencial de guarda. A mondeuse noir, ou “a uva que amadurece na neve”, como escreveu o escritor romano Columella, faz vinhos com mais taninos, para envelhecer.

FOTOS: DIVULGAÇÃO

“ OS JOVENS RESGATARAM UVAS DE VARIEDADES NATIVAS DE VINHEDOS ABANDONADOS, ADOTARAM A VITICULTURA BIOLÓGICA PARA TER UVAS SADIAS E POUCA INTERVENÇÃO NA ELABORAÇÃO DOS VINHOS. E EIS QUE SURGIRAM VINHOS ARTESANAIS DE PEQUENAS QUANTIDADES, MELHOR QUALIDADE, COM PEGADA MAIS NATURAL E COM MAIOR ATENÇÃO AO MEIO AMBIENTE.



NO TOPO, VINÍCOLA NA SAVOIE. ACIMA, VINHO BRANCO DA REGIÃO

Além delas, *etraise de la dhuy* e as borgonhesas *gamay* e *pinot noir*, que acompanham com maestria o *Crozet au Beaufort*: miniquadrado de massa de trigo sarraceno gratinado com queijo *beaufort*, regado a molho de carne de caça ou acompanhado pelas suculentas *salsichas savoyardes*, chamadas *Diot*.

Dos vinhos que provei na viagem, o que mais me impressionou por sua originalidade foi o refrescante espumante da uva *gringet*, *Les Perles du Mont Blanc*, do produtor *Domaine Belluard*. *Dominique*, segunda geração da família de vinhateiros, faleceu em 2021. Conhecido como *Mr. Gringet*, o produtor foi um dos responsáveis por pôr a Savoie e a variedade branca no cenário do vinho mundial.

Dos apenas 22 hectares plantados com a uva, 12 pertencem ao *Domaine Belluard*, que fica em *Ayze*, aos pés do *Mont Blanc*. Foi sugestão do jovem sommelier da *Cave du Septime*, lugar imperdível para quem gosta de descobrir vinhos mais alternativos e artesanais.

No *Frenchie Bar à Vin*, bar de vinhos animado da *Rue de Nil* e frequentado por quem adora beber e comer bem, como eu, bebi a *cuvée Au Replat* do *Domaine d'Ici Là*, da uva *mondeuse*. Numa parada estratégica num bar de vinhos no *Marais* (que não lembro o nome), bebi uma taça do *Silice* do *Domaine des Ardoisières*, da uva *jacquère*, que chega ao Brasil pela mesma importadora que traz os vinhos de um dos meus produtores do coração: *Adrien Berlioz*, um dos maiores talentos da viticultura da região. Até 2018, estampavam no rótulo o nome *Domaine du Cellier des Cray*. Hoje as *cuvées*, cada uma com o apelido de alguém próximo, tem a assinatura de *Adrien*. Na mala, vieram três garrafas de produtores que não chegam por aqui, compradas na *Cave du Panthéon*, meu cavista preferido em Paris. O dono, *Olivier Roblin*, é craque nos vinhos naturais, e todas as vezes que segui seus conselhos fui feliz. O Brasil já conta com alguns rótulos da Savoie. Entre eles os ótimos *Domaine de l'Idylle* e *Domaine Giachino*, certificados *biodinâmicos*.

Por mais de 70 anos, a família *Tiollier*, proprietária do *Domaine de l'Idylle*, abasteceu um restaurante perto de *Chamonix*. O vinho era enviado em barril. Hoje, a vinícola é tocada pelo bisneto do fundador, *Sylvain*, que trabalhou no Uruguai com o *Domaine Carrau* e no Chile com o produtor *Odfjell*. Torço para que mais vinhos da Savoie cheguem aqui. A região propicia passeios entre os vinhedos, com visitas a vinícolas, que podem ser feitas de bicicleta ou carro a partir de *Chambéry* e *Annecy*. 🍷

FOTOS: DIVULGAÇÃO; REPRODUÇÃO

VINHOS DA SAVOIE

Onde comprar e beber, seja na França, seja no Brasil



Beverino | São Paulo
@beverino.vinhos



Cellar Vinhos | cellarvinhos.com
@cellarvinhos



Frenchie Bar à Vins | Paris
@frenchieruedunil



Sede 261 | São Paulo
@sede261



Cave du Septime | Paris
@septimeparis



Le Saint-Amour | Méribel
@restaurantsaintamour



De la Croix | delacroix.com.br
@delacroixvinhos



Caves du Panthéon | Paris
@caves_du_panthéon



Madame Secret Bar | Courchevel
@lasivoliere

VERSATILLE CELEBRA 22 ANOS

FESTA 1. UNTITLED REUNIU CONVIDADOS PARA NOITE ARTÍSTICA, EM SÃO PAULO

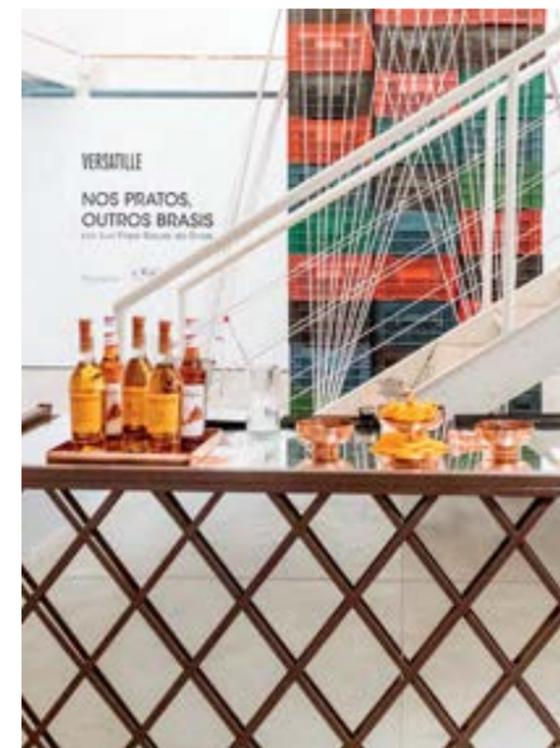
fotos juliano stella

Em comemoração aos seus 22 anos de trajetória, a *Versatille* recebeu, no dia 20 de outubro, 250 convidados para a festa **1. UNTITLED**, na Usina Luis Maluf, em São Paulo. O evento foi o lançamento da edição de aniversário da revista e marcou a abertura da exposição individual do artista Thiago Nevs – representado pelo galerista Luis Maluf –, que assinou a obra de capa da edição nº 128.

O artista centraliza boa parte de suas obras no Brasil dos caminhoneiros, como uma espécie de preservação da cultura nacional relacionada à vida na estrada. Por conta disso, a festa da *Versatille* carregou a temática *Outros Brasis* para nortear a decoração, os looks e até o cardápio.

O evento contou com momentos especiais: apresentação circense, com direito a participação de artistas do Cirque du Soleil, e também menu especial do chef Luiz Filipe Souza e equipe, à frente do estrelado Esvai. Entre as opções de bebidas, drinques com vodka Belvedere, taças de Chandon Excellence e Whispering Angel e coquetéis com o uísque Glenmorangie. A pista foi animada pelo DJ Renatinho.

A **1. UNTITLED** contou com o apoio de Moët Hennessey (Belvedere, Chandon Excellence, Whispering Angel e Glenmorangie), Xiaomi, Regent Seven Seas Cruises, Brentwood e Perrier. Confira, na sequência, os melhores momentos da festa **1. UNTITLED**. ☺





ROGERIO SFOGGIA, VAESKA NAHAS,
RAQUEL SFOGGIA E MARCIO NAHAS



CATHERINE PETIT



CLARISSA WAGNER



CAMILA ELLERO E
PEDRO ALBUQUERQUE



SOFIA DERANI



RAPHA MENDONÇA



GABRIELLE DI PIERRO E
GABRIEL BERTONCEL



LUIS MALUF



CATI LAUSER E
AHMAD ABDALLA



RUTE RADISKE, ELIS KARSTEN, MILENE
REIS E ALESSANDRA COZZI



BÁRBARA AMIN E PEDRO IVO BRITO



MATEUS TURNER



LEVIS NOVAES



THIAGO NEVS



GABI GONÇALVES E EDUARDO PUERTA



PATY MARMO E ALE JORDÃO



HIGOR BASTOS E
RODRIGO AMARAL



FERNANDA PIZANO



CATHERINE VANAZZI
E DANIEL HANAN



MARY NUERNBERG



FRED E ALETANIA MEINBERG

É uma bolsa, mas poderia ser uma obra de arte

AS INCONFUNDÍVEIS PEÇAS DA SY&VIE MATERIALIZAM O MAIS BELO DA NATUREZA PARA TIRACOLOS E MÃOS DE MULHERES DAQUI E DE LÁ

por giulianna iodice



Sylvie Quartara começou a trajetória da Sy&vie em 2013, de forma muito tímida, criando bolsas para si própria que atraíam olhares e, no boca a boca, passavam a ganhar clientes fiéis, que buscavam uma peça única e diferente do que estava disponível no mercado. Foi apenas em 2017, no entanto, que a empresária oficializou a abertura da marca, que então passou a ter o nome atual, após um projeto de branding realizado em Londres.

Com um olhar atento para o exterior, o que é natural, já que têm família francesa e italiana, depositou atenção maior neste ano em comercializar para os mercados americano e europeu, e, hoje, um pouco mais da metade de suas vendas é para exportação. “Eu acho que as europeias e as americanas gostam muito, e estão procurando usar coisas diferentes. Elas não querem ter o que os outros têm.”

Com bolsas que trazem entalho e marchetaria, além de assemblage, técnica autoral que consiste na aplicação de folhas e flores in natura, a Sy&vie tem como principal inspiração a natureza. “Eu tenho os desenhos, eu faço dentro do meu universo, sento com o artesão, e a gente chega a um consenso. Eu tenho a peça do artesão marchetada, assemblada, e depois nós fazemos a montagem. São cerca de 30 modelos novos por coleção”, explica.

No passado, Sylvie tinha uma marca de sapatos homônima, que já trazia elementos como saltos entalhados e marchetados, presentes nas bolsas de hoje. Mas relembra, entre risos, que era muito mais frenética no passado: “Nesta empresa, eu estou buscando mais o prazer de fazer do que o faturamento”, e completa: “O grande segredo é sempre trazer algo novo”. ☺

VERSATILLE

PODERE

**MULHERES REUNEM-SE EM
BRASÍLIA, PARA TALK "A FORÇA
DA TRAJETÓRIA"**

**A FORÇA DAS PALAVRAS
DE ALINE BEI**

**TAILOR MADE: MARCAS APOSTAM
EM PRODUTOS ÚNICOS**

VERSATILLE PODERE:

evento reuniu mulheres em torno da talk “A Força da Trajetória”

A TARDE ESPECIAL ACONTECEU EM BRASÍLIA, NO FIM DE NOVEMBRO

Com o objetivo de unir mulheres influentes para debater pautas relevantes, a plataforma de lifestyle *Versatille* realizou a primeira edição do *Versatille Podere*, no B Hotel, em Brasília. Com a presença de convidadas – entre empresárias, embaixadoras, formadoras de opinião e influenciadoras –, o evento teve espaço para trocas de experiências profissionais e pessoais, assim como um momento de networking ao fim da programação. O *Podere* é um evento autoral e de conteúdo, idealizado por Raquel Sfoggia, head de inovação da *Versatille*, e equipe, com apoio do BRB – Banco de Brasília.

Ponto alto da noite, o talk “A Força da Trajetória”, mediado pela editora-chefe Julianna Iodice, teve três convidadas especiais: Hellen Falcão, diretora jurídica do BRB, Maria Claudia Bucchianeri, ministra do TSE; e Denise Zuba, sócia e diretora do Studio Denise Zuba. Durante a conversa, as convidadas falaram sobre suas vivências e debateram temas importantes, como os principais desafios superados para alcançar o sucesso profissional, e também compartilharam conselhos para as mulheres presentes. Em 2023, a *Versatille* seguirá com o evento, inspirando mulheres pelo Brasil. ♡



DA ESQ. PARA A DIR., MARIA CLAUDIA BUCCHIANERI, DENISE ZUBA, GIULIANNA IODICE E HELLEN FALCÃO

A beleza de ser quem é

POR MEIO DA TENDÊNCIA DO CLEAN LOOK, O NATURAL PASSA A REPRESENTAR O QUE HÁ DE MAIS BELO EM TERMOS ESTÉTICOS

por laís campos

Pele com brilho de glacê, maquiagem que faz parecer não estar usando produto algum, bochechas coradas e roupas minimalistas, mas sofisticadas, são elementos-chave que constituem a estética do “clean look”. O estilo, mais ligado ao setor da beleza, surgiu no TikTok no início de 2021 e tem superado a velocidade-padrão com que as micro-tendências no aplicativo nascem e morrem, uma vez que continua em ascensão. Atualmente, a hashtag #cleangirl já acumula mais de 1,2 bilhão de visualizações. Embora a tradução de seu nome seja “limpeza”, o foco nesse caso é mais na parte visual, que não só traz essa ideia de aparência saudável, mas também a própria relação do clean com o *minimal*, de uma beleza sem esforço, na qual menos é mais.

“O estilo clean já existiu com outros nomes, porém sempre em referência a uma estética de linhas, cores e elementos minimalistas. O que se percebe é que, de tempos em tempos, oscilamos entre estilos mais decorativos e limpos. É como se toda tendência ou movimento clamasse por outro em oposição, tendência X contra tendência Y”, diz Aline Monçores, professora da Universidade do Estado de Santa Catarina e organizadora do livro *Mitos, Métodos e Experiências sobre Consumo e Futuros*. O retorno do clean look aparentemente ganhou força no início de setembro de 2021, quando a modelo britânica Eva Rankin fez um tutorial de beleza – que já tem quase 10 milhões de views – como resposta a um comentário em um de seus vídeos que dizia “você parece tão clean”. Nele, ela demonstra como obter o visual com uma série de movimentos leves ao som da música *Manhattan*, de Ella Fitzgerald. Desde então, foram feitas inúmeras postagens nesse estilo.



A ATRIZ ZENDAYA

FOTO: GETTY IMAGES

De fato, a tendência contrapõe outras maximalistas e coloridas que surgiram nos últimos anos, como o *dopamine dressing* e *avant-basic*, mas também entram em harmonia com estilos de moda e beleza ainda em voga e em ascensão. Um artigo da revista americana *The Cut*, publicado em novembro do ano passado, apontou o clean look como um complemento do model off duty, tendência abordada pela *Versatille* na edição de agosto deste ano, que tem a premissa de uma moda chique, minimalista e “sem esforço” e é inspirada em modelos atuais e do passado quando estão



fora das passarelas. Uma das referências dessa estética na modernidade, inclusive, é Hailey Bieber, exata personificação do clean look por sempre aparecer com uma maquiagem extremamente leve e a pele do rosto com um aspecto glow e saudável. A modelo inclusive lançou neste ano a própria marca de skincare, chamada Rhode, que promove esse estilo.

“
MUITOS GRUPOS EXPRESSAM SEU COMPORTAMENTO POR MEIO DO CONSUMO, E VEMOS QUE MOVIMENTOS LIGADOS À ARTE, OU MESMO AOS CONCEITOS DE SUSTENTABILIDADE, SE EXPRESSAM PELO LEMA DO ‘MENOS É MAIS’, QUE FAVORECE PRODUTOS MAIS SIMPLIFICADOS NA ESTÉTICA E NO USO DE MATÉRIAS-PRIMAS.

Aline Monçores

Embora a aparência física seja o foco do clean look, o resultado visual está bastante ligado aos cuidados com a pele, uma vez que, para se sentir confortável com a decisão de “não cobrir demais”, é preciso apreciar o aspecto natural do rosto. Dessa forma, é difícil separar a proposta dessa estética com a tendência de clean beauty, ainda que seja necessário enfatizar as premissas de ambas. A segunda se baseia em cosméticos não necessariamente feitos de ingredientes naturais, mas que excluem qualquer ativo prejudicial à saúde e ao meio ambiente. Já no clean look, apesar de a composição dos cosméticos não ser o cerne da discussão, o uso de produtos com a pegada clean beauty resulta naturalmente em uma pele mais saudável.

Outra tendência recente que compartilha os princípios das duas é o skinimalism, que aposta na simplificação na rotina de autocuidado. Ao invés de usar diversos produtos de skincare e depois de beleza, a ideia é usar menos itens e mais completos, ou seja, com ativos potentes e que são multifuncionais para otimizar o tempo

FOTOS: REPRODUÇÃO

e promover o aspecto de pele saudável e com pouca maquiagem. “Muitos grupos expressam seu comportamento por meio do consumo, e vemos que movimentos ligados à arte, ou mesmo aos conceitos de sustentabilidade, se expressam pelo lema do ‘menos é mais’, que favorece produtos mais simplificados na estética e no uso de matérias-primas”, diz Aline. Apesar de o clean look transmitir essa ideia de luxo por meio de poros imperceptíveis e nível de polimento aparentemente alcançado apenas com inúmeros tratamentos e cosméticos, o skinimalism é a alternativa ideal para chegar ao mesmo resultado por meio de um consumo reduzido e bem pensado.

De maneira prática, a estética clean pode ser atingida a partir do uso de produtos e técnicas que promovam, principalmente, o efeito glow e de umidade. Alguns aliados que contribuem para esse objetivo são soros, hidratantes, protetores solares que aumentam o brilho da pele, bem como iluminadores líquidos. A maquiagem minimalista inclui geralmente corretivo ao redor dos olhos; um bronzer para contornar o nariz e as maçãs do rosto, linha do cabelo e mandíbula; e blush cremoso nas bochechas, esfumado para cima. Nos lábios, tons mais rosados e avermelhados, que lembrem a cor de boca e com efeito de gloss ou lip balm.

Apesar de a beleza protagonizar essa estética, a moda também está presente, com uma composição até que bastante específica: “Cores neutras nas roupas, looks às vezes geométrizados, pouca sobreposição e grande valorização dos acabamentos e materiais nobres”, diz Aline. Argolas e colares de ouro, com pingentes minimalistas ou estrutura de riviera, bem como um perfume marcante, são o toque final do clean look. A partir desses elementos, também é possível traçar um paralelo entre o clean look e a estética de coastal grandmother, também sucesso no TikTok e abordada pela *Versatille* no início deste ano. Nessa tendência quase naturalista, sem excessos, tanto no visual quanto no estilo de vida, os tons neutros, materiais nobres e o ouro são grandes destaques. Segundo Ali-

NA PÁGINA AO LADO, HAILEY BIEBER, A EXATA PERSONIFICAÇÃO DO CLEAN LOOK. AO LADO, A MODELO BRASILEIRA GISELE BÜNDCHEN

ne, marcas como Calvin Klein, Adidas – principalmente sua linha Original – e as brasileiras Glória Coelho, Osklen e Leveza do Ser são algumas referências do clean look.

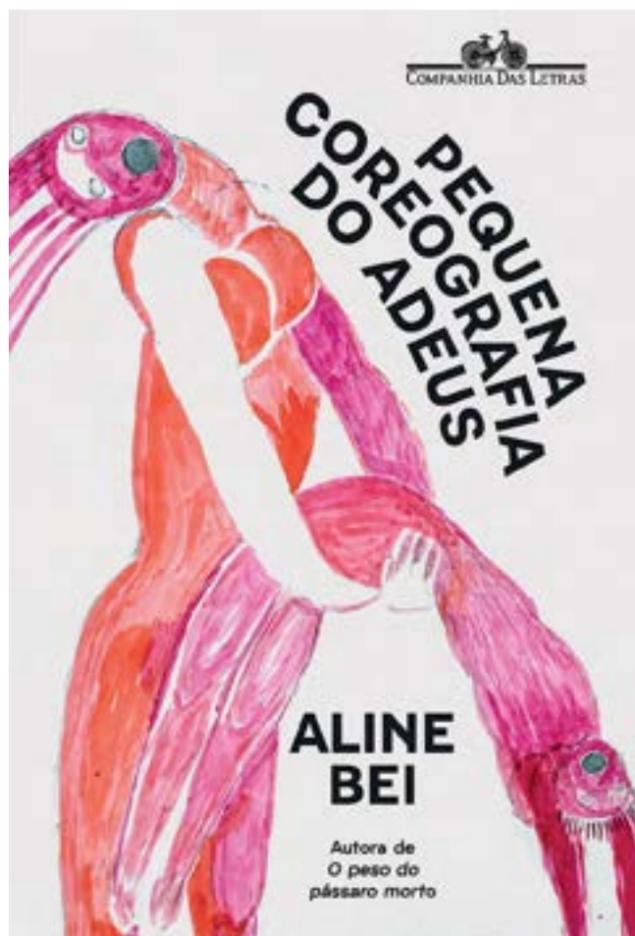
Em meio a mais uma estética emergente do TikTok, é importante observar a relação da geração Z com as premissas de minimalismo e o contato com o natural, uma vez que, apesar do crescimento constante da plataforma, ela ainda representa 60% dos usuários, segundo o relatório mais recente da Wallaroo Media. “Essa geração já cresceu conhecendo diversas ferramentas, gadgets e apps que facilitam a vida, mas também podem nos distanciar da realidade. Ela está mais atenta a isso, a se manter conectada ao que é real, apesar de ser usuária ativa de tecnologias. Talvez consiga compreender melhor a importância desse contato com o real para formar um equilíbrio, e, com isso, a busca por expressões que sejam mais naturais”, diz Aline. Para a especialista, a mensagem positiva que fica dessa tendência é a de que há beleza em se mostrar como se é e que não é preciso excesso para estar bem vestido e saudável. É possível, então, alcançar um consumo equilibrado e ser autêntico. ☺



Dança poética do feminino

COM SUA SEGUNDA OBRA PUBLICADA, ALINE BEI FOI FINALISTA NO PRÊMIO JABUTI E CONQUISTOU O PÚBLICO COM SUAS HISTÓRIAS SINCERAS

por marcella fonseca



Pequena Coreografia do Adeus

Aline Bei, Companhia das Letras, 282 páginas

Para quem nunca teve a chance de ler uma obra de Aline Bei, deixo aqui um aviso: prepare-se, pois ela vai mudar sua vida. Encarar os livros bem escritos da jovem autora, de apenas 35 anos, é deparar com histórias de mulheres e se debruçar, sem nem mesmo perceber, no ser feminino.

A protagonista de sua mais recente obra, *Pequena Coreografia do Adeus*, é humana, com dores e aflições que, muitas vezes, são identificáveis. Conhecer Julia Terra é adentrar em um mundo sofrido, entrelaçar-se em sua infância conturbada pela separação dos pais, e torcer, com todas as forças, para que a felicidade a esteja esperando no fim da última página.

Por meio de um ritmo cativante e do equilíbrio entre a beleza de sua escrita e a dor de suas personagens, Aline nos conduz pela história de forma leve, e, em poucas horas, as palavras impressas já foram devoradas.

Formada em letras pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e em artes cênicas pelo Teatro-Escola Célia Helena, a autora foi vencedora do Prêmio São Paulo de Literatura e do Prêmio Toca com sua obra de estreia, *O Peso do Pássaro Morto*. Neste ano, foi finalista do Prêmio Jabuti com *Pequena Coreografia do Adeus*.

Aline Bei responde às perguntas da *Versatille* com seu estilo único de transformar palavras em poesia. Confira, na íntegra, a conversa com a autora.

Versatille: Por que e quando você começou a escrever?

Aline Bei: o quando me aconteceu aos 21 anos, nos corredores da faculdade de letras. é algo mais fixo, o meu quando por isso começo com ele.

o meu porquê são muitos, estendo a você um deles: o teatro,



ALINE BEI, A JOVEM AUTORA CONSIDERADA UM DOS NOMES MAIS PROMISSORES DA LITERATURA CONTEMPORÂNEA BRASILEIRA

V: Quem ou o que é sua inspiração?

AB: ah, o Corpo. veja que impressionante isto de morar em nós.

V: Em que momento de sua vida você escreveu *Pequena Coreografia do Adeus*?

AB: comecei a imersão depois de entregar o *Pássaro* 2017 despontando em 2016.

V: Por que decidiu fazer de Julia Terra uma escritora?

AB: não é decisão, é Escuta.

V: O que você deseja que as pessoas sintam ao ler sua obra?

AB: gosto de pensar que cada leitor encontrará suas próprias erupções diante de um livro. não desejo nada além de ser lida.

V: Você ganhou o Prêmio São Paulo de Literatura com sua primeira publicação e agora é finalista na categoria romance literário no Prêmio Jabuti. Como está sendo a experiência?

AB: é uma espécie de pausa. por exemplo: quando alguém na montanha para, alguém no cavalo para, alguém em um barco

para

e olha ao redor.

V: Você tem algum novo projeto em andamento? Se sim, pode falar um pouco sobre ele?

AB: o que posso contar é que descobri o livro que escrevo agora dentro da *Pequena*. também descobri a *Pequena* dentro do *Pássaro* e o *Pássaro* eu descobri dentro da morte. ♡

abandonei o teatro sem querer partir. deve acontecer algo parecido com os bebês no útero. por isso escrevo, porque me falta tudo: a infância, o palco. a vida se desdobrando em vida. me faltam roupas confortáveis para fazer o aquecimento antes de entrar em cena, me falta o antes da cena, e ainda assim já não posso voltar.

por isso escrevo.

Escrevo sempre a partir da falta.

FOTOS: DIVULGAÇÃO

Encontro de duas artes

A DESIGNER DE JOIAS
MARIA FRERING
COMPARTILHA DETALHES
SOBRE SEU PROCESSO
CRIATIVO E INSPIRAÇÕES DA
MARCA HOMÔNIMA QUE
UNE A ARTE DA JOALHERIA
COM A DO BORDADO

por **laís campos**



“A joia traz um significado, uma memória, e não pode ser algo comprado só porque está na moda. Ela tem uma história só dela”. Esse é o pensamento que guia a joalheira carioca Maria Frering. A designer percebeu sua vocação para atuar na área quando cursava economia e costumava desenhar durante as aulas. O impulso a levou a se aprofundar no assunto no Gemological Institute of America, em Nova York – onde mora atualmente – e após algumas experiências profissionais no ramo das joias, criou sua marca homônima com uma estética bela e inusitada, baseada na técnica de bordado em metais e com essência carioca. Embora a presença na moda seja um fator em comum com sua avó, Carmen Mayrink Veiga, aristocrata e socialite brasileira ícone de estilo, Maria é dona – assim como as joias – de uma história única, colorida e repleta de significado.

Em entrevista à *Versatille*, a joalheira compartilhou detalhes sobre seu processo criativo, inspirações e planos para a marca.

Versatille: Como funciona o processo de criação e produção das peças?

Maria Frering: Hoje, o meu processo de criação, especialmente morando em Nova York e tendo acesso a muitas exposições e culturas diferentes em um mesmo lugar, é realmente muito pautado em unir isso com essa veia brasileira. É um processo bastante demorado porque apenas o desenvolvimento de uma peça leva dois meses. Depois, para fazer o pedido, são mais dois meses. O bordado é feito no metal, então ele tem que ser todo furado e é preciso pensar como cada ponto vai aparecer naquela chapa de metal, e para isso cada peça é milimetricamente planejada.

V: De que forma você consegue manter uma inspiração brasileira estando em outro país?

MF: Acho que é o oposto. O DNA da marca é brasileiro e, agora, a inspiração está sendo daqui, mas a raiz é nacio-

nal. Esse realmente é o cerne da marca; ser colorido, ter essa liberdade de criação. A última coleção que a gente lançou, por exemplo, é inspirada na Yayoi Kusama, que é uma artista japonesa, então traz toda a experiência dela com esferas e repetição, mas também você vê claramente a bossa carioca, no movimento e nas cores das peças.

V: Que tipo de joia você diria que define sua personalidade?

MF: As joias são o reflexo da minha personalidade, então é difícil pensar no contrário. Em cada coleção, tem uma. Mas, certamente, seria uma peça grande e colorida. Cada vez mais eu penso na minha marca como uma outra pessoa. Ela não é completamente diferente de mim, mas por mais que a gente tenha o mesmo nome, eu sou uma pessoa normal, levo meus filhos para o colégio de legging, tênis, e se a minha marca fosse uma pessoa, ela seria muito mais estilosa, sabe?! Arrumadíssima, colorida. Da coleção atual, a peça que me define é a mais conceitual: o colar Narciso, todo de pedra



NA PÁGINA AO LADO, MARIA FRERING.
ACIMA, COLAR NARCISO. AO LAFO,
ANÉIS DA COLEÇÃO INFINITO

com um medalhão enorme bordado. Quando o criei, a gente estava pensando se iria ou não gerar atração por ser tão conceitual. Mas eu queria tanto fazê-lo, porque acho que sempre é preciso fazer aquilo que não é visto na vitrine de qualquer lugar. Se é diferente e exclusivo, é algo bom. Se você não está acostumada a ver, é porque ninguém mais está fazendo.

V: Qual o atual momento da marca e quais os planos a curto e médio prazo?

MF: A gente acabou de abrir uma loja no Rio de Janeiro, no Leblon, o que é algo que nunca pensamos, mas os astros se alinharam e acabou sendo uma das melhores coisas que aconteceu porque eu nunca tinha refletido sobre esse espaço ser realmente a extensão da marca. Ao vender o seu produto dentro de uma loja, eu acho que você consegue levar a pessoa para aquele mundo: ela entra numa caixa com todas as suas ideias ao invés de ver o produto isolado. Agora a gente está em um momento de focar muito nessa loja, e começar a pensar em exportar mais para os Estados Unidos. ☺



FOTO: DIVULGAÇÃO

SINGULARES E CUSTOMIZÁVEIS

MARCAS APOSTAM NO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS SOB MEDIDA, PENSADOS CASO A CASO; OU MELHOR, CLIENTE A CLIENTE

por Iaís campos



ARRANJO, DA FIALKA

Na floricultura Fialka, criada por Marília Fialka, a florista seleciona flores semanalmente levando em conta a sazonalidade, a disponibilidade e as inspirações. Para os pedidos, estilos e flores pontuais são alinhados, bem como o objetivo do arranjo, para qual ocasião ele se destina e as cores preferidas dos clientes e os vasos.



MACACÃO, DA JULIA PAK

O e-commerce é especialista em roupas sob medida. Todos os designs oferecidos são pautados pela atemporalidade e versatilidade, com o objetivo de atender a diferentes estilos. Ao escolher um modelo no site, a cliente agenda uma visita ao ateliê para tirar as medidas ou a equipe da marca a auxilia a fazer esse processo sozinha.



ANEL, DE CRISTINA ESPINOZA

A designer conta com uma seleta equipe e produz no próprio ateliê jóias que circulam tanto no Brasil quanto internacionalmente, como nos Estados Unidos, Portugal, Alemanha, Suíça e Espanha. As peças criadas por ela são personalizadas e feitas sob encomenda, ou seja, cada cliente pode escolher uma joia única, com a pedra, o tamanho e a identidade de sua preferência.



TAPETE, DA THEODORA HOME

O e-commerce de décor tem como propósito transformar o lar em um verdadeiro refúgio. O site contempla uma seleção de mais de 3 mil peças, entre móveis, objetos para a casa e mesa posta. Acima, o novo tapete orgânico, sustentável, com paleta de cores exclusiva, inspirada nos países nórdicos, e combinações de elementos e alturas customizáveis.

FOTOS: DIVULGAÇÃO



GELADEIRA BESPOKE, DA SAMSUNG

O modelo vencedor na categoria de produtos de cozinha do NYCxDESIGN Awards 2020 apresenta painéis de porta substituíveis, que podem ser escolhidos com base nas preferências dos usuários. Além de trocar as cores para que combinem da melhor maneira com paredes, pisos e móveis, a linha é modular e viabiliza a adição ou retirada de módulos sempre que necessário.



ADEGA, DA SUB-ZERO

A Sub-Zero fabrica produtos para refrigeração e armazenamento de vinhos desde 1945. A marca oferece refrigeradores full size, undercounters e adegas. Visando a um ajuste preciso e personalizado, os eletrodomésticos, de aço inox, são embutidos ou instalados profissionalmente, em configurações ilimitadas. O representante exclusivo no país da Sub-Zero é a Valucine Brasil.



BOLSA PERSONALIZÁVEL, DA COISAS DA LU

A Coisas da Lu é uma marca de acessórios personalizados cheios de bossa, feitos apenas de tecido. Nécessaires, malas, bolsas e diversos itens para viagem são alguns de seus produtos, além de acessórios funcionais para organizar a mala da maternidade.



ARRANJO, DA FLÔ

A FLÔ é um ateliê e floricultura on-line especializada em arranjos e buquês esculturais, que valoriza produtores locais e entrega "amor em forma de flor", por Brasília, diariamente. Os buquês e arranjos – exceto aqueles em vasos, que vão diretamente na água – são feitos em uma espuma floral úmida, conservando assim as flores até que elas sejam entregues ao destinatário. Com os buquês, também vai um cartãozinho da marca, com as instruções para cuidar de suas flores.



TERNO, DE RICARDO ALMEIDA

Ricardo Almeida é referência em alfaiataria. O sob medida acontece em todas as lojas físicas da marca. Nesse processo de criação, o cliente escolhe todos os detalhes da peça, desde o tecido até o forro, o feltro e o tipo de abotoamento. Estão disponíveis diversas opções de tecido, bem como cores e padronagens que não estão presentes na coleção de peças prontas. O resultado é um terno único, com caimento perfeito.

FOTOS: DIVULGAÇÃO

SPECIAL ORDERS, DA MH STUDIOS

A MH Studios, criada por Maria Helena Pessoa de Queiroz, é uma empresa especializada em criações essencialmente artísticas no segmento de papelaria de luxo. A linha Special Orders é baseada na personalização de diversos artigos, como álbuns, caixas, cadernos, quadros para maternidade ou um produto totalmente novo. É possível personalizá-los por meio das técnicas de bordado, de mosaico, de aquarela, de caligrafia e/ou de hot stamping. ☺



À frente do tempo

COM QUASE 130 ANOS DE EXISTÊNCIA, A TRAJETÓRIA DAS GALERIES LAFAYETTE REVELA UMA ESTRUTURA ANTIGA QUE SEMPRE ESTEVE ANCORADA NOS VALORES ATUAIS DE EXPERIÊNCIA DE COMPRA

por Iaís campos

Há quase 130 anos, mais precisamente em 1883, Alphonse Kahn e Théophile Bader, dois primos da Alsácia, se associaram para criar um pequeno comércio que se tornaria uma das lojas de departamentos mais icônicas da Europa. A primeira “versão” do negócio foi inaugurada em 1884, e era um pequeno armazém de 70 metros quadrados, na esquina da Rue La Fayette com a Rue de la Chaussée d’Antin, em Paris. Devido à localização e à configuração da loja, cuja circulação ocorria ao longo das seções, o nome dado foi “Aux Galeries Lafayette”. De fato, o local foi uma boa cartada: a proximidade com o Opéra e os grandes bulevares, bem como a estação Saint-Lazare, trazia diariamente clientes interessados nas novidades das Galeries.

Em 1896, o negócio começou a crescer, quando a empresa adquiriu o imóvel inteiro da Rue La Fayette nº 1, e, a seguir, em 1903, os imóveis do Boulevard Haussmann 38, 40 e 42 e o da Rue de la Chaussée d’Antin nº 15. O método que guiava o crescimento inicial do negócio foi caracterizado pela “estratégia da pedra”, que resultou no imponente quadrilátero imobiliário, unificado por uma arquitetura adaptada às necessidades da loja.

As primeiras reformas significativas no Boulevard Haussmann foram concluídas em 1907, e, cinco anos mais tarde, com o projeto de Ferdinand Chanut, a loja principal das Galeries Lafayette ganhou sua imagem mais espetacular, sonhada pelo cofundador e diretor da loja Théophile Bader: a de um empório de luxo. O arquiteto convocou os principais artistas da École de Nancy – grupo de artesãos e designers do estilo art nouveau que trabalhava em Nancy, França, entre 1890 e 1914 – para decorar o edifício. O corrimão da escadaria monumental, inspirado no Opéra de Paris, foi projetado por Louis Majorelle, que



A CÚPULA ICÔNICA
DAS GALERIES
LAFAYETTE

FOTO: CAROLINE RICHARD



ACIMA, A FACHADA DA LOJA ATUALMENTE E UM REGISTRO HISTÓRICO DO PRÉDIO. NA PÁGINA AO LADO, UMA FOTO DO LOCAL EM 1948 EM FRENTE ÀS GALERIES LAFAYETTE MORDERNAS

também assinou os ornamentos de ferro das sacadas. Já os vitrais da cúpula de 43 metros de altura foram criados pelo mestre vidraceiro Jacques Gruber, em estilo neobizantino.

A área de vendas foi duplicada e também foram criados novos espaços, que ofereciam experiências além das compras: um salão de chá, uma sala de leitura e uma área para fumantes foram acrescentados. Na cobertura do edifício, o terraço oferecia uma vista panorâmica de Paris. As belas vitrines, por sua vez, desempenhavam o importante papel de despertar o desejo. É interessante observar como os empresários, há 110 anos, pensavam o varejo à frente de seu tempo, alinhados com os rumos em que o setor caminha na atualidade.

A estratégia deu certo: a loja do Boulevard Haussmann se tornou o segundo monumento mais visitado de Paris, depois da Tour Eiffel, e uma parada obrigatória para as celebridades mundiais. Alguns dos nomes que marcaram presença foram a duquesa de Windsor, a esposa de Aga Khan III (sacerdote encarregado de dirigir as preces na mesquita), Begum, e, em março de 1960, em plena Guerra Fria, a senhora Khrushchev, esposa do primeiro-secretário do Partido Comunista da União Soviética. Mais recentemente, a loja recebeu Bill Clinton e o então príncipe Charles, que compareceu para a inauguração da exposição *Londres*.

A meca da moda

Desde o início, as Galeries Lafayette se destacaram pela moda e oferta de novidades. Uma das táticas de Théophile Bader para se diferenciar de seus concorrentes foi oferecer as roupas mais desejadas de forma democrática. Para isso, ele criou e adqui-

riu unidades de produção que fabricavam com exclusividade peças destinadas às Galeries Lafayette, comercializadas sob o nome da própria marca. Por compreender que a moda, os gostos e os desejos de seus clientes mudavam com rapidez, Bader garantia a diversificação de oferta com frequência. Aos mostruários tradicionais uniram-se a moda masculina, mobiliário, brinquedos e artigos de mesa.

Fiel a sua missão de entregar aos clientes novidades acessíveis, as Galeries Lafayette passaram a dar ainda mais espaço a vertentes que iam além da moda. Em 1922, a loja de departamentos inaugurou sua oficina de artes aplicadas La Maîtrise, confiada ao decorador Maurice Dufrené, que se tornou seu diretor artístico. O objetivo dessas oficinas era a produção de artigos como móveis, tecidos, tapeçaria, papéis pintados, cerâmicas, mais uma vez disponíveis para vários poderes aquisitivos. Os irmãos gêmeos decoradores Jean e Jacques Adnet figuraram entre seus primeiros colaboradores.

Apesar da crise econômica e financeira de 1929, as Galeries Lafayette continuaram se reinventando. Em 1932, renovada por Pierre Patout, arquiteto dos transatlânticos, a loja principal adotou o estilo art déco, com bow-windows assinadas por René Lalique. De 1941 a 1944, o estabelecimento passou pelo processo de arianização: a família fundadora foi afastada durante a ocupação nazista e a empresa foi posta sob a administração do regime de Vichy, controlado pelos alemães até a liberação de Paris. Após os anos sombrios da Segunda Guerra Mundial, teve início a retomada econômica da empresa.

Modernização

Para enfrentar os desafios do pós-guerra, as Galeries Lafayette adotaram um novo visual a partir da inauguração das escadas rolantes mais extensas da Europa, no Natal de 1951. Ao visitar a loja nesse período, a senhora Khrushchev, ao deparar com elas, teria exclamado: "Parece o metrô de Moscou!". Em seguida, os corredores internos foram suprimidos e, entre 1957 e 1959, dois andares foram adicionados.

A oferta de produtos também foi ampliada, devido, especialmente, à criação de uma área de estilo e do cargo de fashion director, em 1952. Mais tarde, em 1974, a remoção da escadaria de honra marcou o fim de uma era, até que, em 1984, iniciou-se uma renovação da área central do piso térreo para abrigar marcas de prestígio.

Em 1969, do outro lado da Rue de Mogador, foi inaugurada uma nova loja, cujo foco eram os jovens. Esse espaço reunia, pela primeira vez, uma grande variedade de produtos (dentro de categorias como roupas, farmácia, música) adaptada a um lifestyle. Já em 1990, foi instalado o Lafayette Gourmet, essencial para posicionar a marca como o primeiro "centro urbano de serviços", com butikques, serviços, estacionamento e acesso direto ao metrô.

Em 2004, a loja Marks and Spencer do Boulevard Haussmann se transformou na Lafayette Maison, quando a marca adquiriu todas as lojas francesas dessa etiqueta, em 2001. A partir de então, a loja passou a exibir suas três fachadas no Boulevard Haussmann.

Compromisso com a criatividade

Em 1980, as Galeries Lafayette criaram o Festival da Moda, que durou até 1999. Durante as premiações nas quais eram selecionados os melhores modelos criados para a marca, diretores artísticos renomados também expunham suas produções. Karl Lagerfeld, Robert Wilson, Jérôme Savary, Marie-Claude Pietragalla, David LaChapelle foram alguns deles. Em 1984, a exposição *Talentos da França* comemorou a abertura do piso dos criadores, que contou com Azzedine Alaïa, Jean-Paul Gaultier, Thierry Mugler e Jean-Charles de Castelbajac.

Em 2001, o grupo Galeries Lafayette tomou a decisão de tornar fixo seu laço com a criação contemporânea e criou a Galerie des Galeries, um espaço de acesso livre no primeiro andar da loja que valoriza a relação entre arte, moda e design. A empresa também dá suporte a instituições que apoiam talentos da atualidade. Após 129 anos de existência, foi a capacidade de inovação da marca e o pensamento visionário dos fundadores que mantiveram a propriedade até hoje com o DNA inicial: um empório de luxo e um centro de criatividade e experiências sem igual. ☺



FOTOS: DIVULGAÇÃO; ARQUIVO HISTÓRICO

SEMPRE GALI!

por beatriz calais



Filha de Mariah Costa Penna e Arnaldo Burgos, Maria da Graça Costa Penna Burgos, mais conhecida como Gal Costa, nasceu no dia 26 de setembro de 1945, em Salvador. Um dos nomes mais marcantes da história da MPB, sua veia artística foi estimulada desde quando estava na barriga de sua mãe, já que Mariah costumava pôr música clássica durante toda a gestação para que sua bebê nascesse uma pessoa naturalmente musical. Seja por conta desse ritual diário, seja por uma coincidência do destino, Gal realmente nasceu exalando música, e assim o fez até o dia 9 de novembro, quando faleceu, aos 77 anos, em São Paulo.

Sua morte, que não teve a causa revelada, foi uma surpresa para os fãs, que esperavam a volta da cantora aos palcos após uma pequena pausa para retirar um nódulo da fossa nasal direita. Com intensa homenagem, Gal partiu deixando um legado artístico imenso, construído ao longo de 57 anos de carreira. Participante ativa do tropicalismo e dona de obras icônicas como *Baby*, *Meu Nome É Gal* e *Chuva de Prata*, ela entra para o hall dos artistas que marcaram a história da música brasileira. ☹

FOTO: GETTY IMAGES


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™*.

PARA SOLICITAR SUA BROCHURA, ESCANEIE O CÓDIGO QR COM A CÂMERA DO SEU DISPOSITIVO: 

EVERY
LUXURY
INCLUDED

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