

Versatille

FERNANDA LIZ



2024 - N° 137 - R\$ 49,90

137

9 780717 980238

RIMOWA



THE ORIGINAL BAG





Paz no trânsito começa por você.

MUDE SEU VISUAL, NÃO SEU ESTILO.

Mantenha sua essência. O novo Macan 100% elétrico.



Configure o seu.

PORSCHE

Chegou o novo Cartão Ultrablue BTG Pactual.

É tempo de ir além com
Concierge BTG Pactual.

Um especialista em viagens para criar roteiros, comprar passagens e reservar restaurantes no mundo todo.



Abra sua
conta.

Ultrablue BTG Pactual.
É tempo de ir além.



Disponível de segunda a sexta-feira, das 8h às 20h. Consulte condições aplicáveis e cobertura disponível no contrato.

MOËT & CHANDON

ROGER FEDERER, CHÂTEAU DE SARAN, THE HOME OF MOËT & CHANDON

APRECIE COM MODERAÇÃO. PRODUTO DESTINADO A ADULTOS.





WHERE RIO STARTS

COPACABANA PALACE AS SEEN BY DURIMEL
BELMOND.COM



COPACABANA PALACE

A BELMOND HOTEL
RIO DE JANEIRO

SUA AERONAVE

sempre disponível

Conheça o programa de compartilhamento de aeronaves da Avantto e fique apenas com a melhor parte.

avantto.com.br
avantto@avantto.com.br
+55 11 5627.4200



AVANTTO



HOTEL & RESIDENCES

Kempinski
Laje de Pedra

CANELA BRAZIL

Sua residência no
**PRIMEIRO KEMPINSKI
DA AMÉRICA DO SUL.**

A mais prestigiada bandeira hoteleira da Europa escolheu a cidade de Canela e os Campos de Cima da Serra, no Rio Grande do Sul, para compor sua constelação de destinos.

À beira do Vale do Quilombo, em um dos cenários mais exclusivos do país, nasce o Kempinski Laje de Pedra - que integra cultura, conforto e sofisticação. Da paisagem deslumbrante ao empreendimento imponente, do design ao serviço: cada detalhe é único.

Viva momentos extraordinários na sua residência Kempinski.



O empreendimento "Kempinski Laje de Pedra Hotel & Residences" é desenvolvido, comercializado e vendido pela LDP Canela S/A, uma empresa independente do grupo Kempinski, sendo o nome "Kempinski" utilizado pelo incorporador nos termos de uma licença concedida pela Kempinski Residences SA. O Projeto está aprovado na Prefeitura Municipal de Canela/RS através do Alvará de Licença nº 199/2022 emitido em data de 01/07/2022. O empreendimento está registrado sob o número R. 7/M. 46356 do Registro de Imóveis da Comarca de Canela/RS. Todas as imagens e perspectivas são ilustrativas. Os acabamentos, texturas e cores serão entregues conforme o Memorial Descritivo. Responsável pela Incorporação LDP Canela Empreendimentos e Participações S.A., inscrita no CNPJ/MF sob nº 38.710.193/0001-47, com sede social na Avenida Alfredo Egídio de Souza Aranha, 75, 2º andar, conjunto 21, Bairro Vila Cruzeiro, CEP: 04726-904 São Paulo/SP. *Consulte condições de intercâmbio de residências.

lajedepedra.com.br

Conheça as vantagens de ser proprietário
de uma Kempinski Residence.



RUMO A 2025

Na minha percepção, 2024 foi um dos anos que passaram mais rapidamente até agora. Por sinal, não sei quanto a vocês, mas, ano após ano, eu tenho este sentimento de que as horas estão passando de forma mais veloz. 2024 também foi um dos anos mais difíceis já experimentados, com raras exceções. A dificuldade foi sentida de forma verticalizada e nos mais diversos setores.

Na maioria das reuniões, a palavra de ordem foi “vendas”, com uma eloquência nunca vista. Não obstante, tem uma máxima que fala que os fortes, ou aquelas companhias com gestão e planejamento, costumam atravessar momentos desafiadores com mais facilidade e chegar ao outro lado da nascente mais fortes do que quando iniciaram a travessia. Esse foi o caso da *Versatille*, sempre olhando para o horizonte, há 24 anos. Na reta final, reforçamos nossa equipe, ampliamos os projetos, retomamos as edições bimestrais e acreditamos que 2025 será promissor; afinal, os resultados tímidos de 24 terão que ser recompensados. Para aqueles que conseguiram surfar ondas mais consistentes, fica aqui a nossa reverência.

Reflexões à parte, já que o fim do ano se aproxima, sempre é oportuno pensarmos no que se passou, fazer um balanço do ano em curso e traçar nossas metas para o ano que se avizinha, tanto em nível pessoal quanto profissional.



Fernanda Liz



No caso da *Versatille*, seguimos determinados a entregar um conteúdo de lifestyle produzido com muito amor e dedicação, resultado da união e da sinergia do nosso time editorial, liderado pela minha parceira de todas as horas Julianna Iodice. No braço de eventos, igualmente, só temos motivos para celebrar, à medida que todos os eventos realizados foram extremamente bem-sucedidos especialmente, o Copa no Copa, que acontecerá ainda no primeiro trimestre de 2025.

A edição 137, mais uma vez, está repleta de amigos e personalidades de extrema importância nos seus segmentos. Destaco três entrevistas: Murillo de Aragão, cientista político e CEO da Arko Advisors; Ulisses Marreiros, o português-brasileiro que chegou ao Rio de Janeiro em plena pandemia e está à frente do Grupo Belmond no Brasil; e com Catherine Petit, sobre a trajetória e os rumos da Moët Hennessy, que focará o segmento de rosés da Provence – como Whispering Angel e Minuty, adquirido pelo grupo recentemente.

Ainda sobre pessoas, dou as boas-vindas ao nosso novo colunista, doutor Gabriel Almeida, meu médico e amigo. Na capa, belíssimo ensaio com a top Fernanda Liz, que, após carreira sólida como modelo, com 19 anos de passarelas, volta ao Brasil para trabalhar com ONGs e instituições, sendo agenciada pela Mega Model, do ícone desse setor Eli Hadid. Destaco, em motor, a matéria que fiz com a Porsche Macan turbo, na sua primeira versão elétrica. A nossa editora-chefe viajou à Suíça, a convite da Audemars Piguet, para conhecer um relógio inédito, em colaboração com KAWS. Na seção Nostalgia, o belíssimo hotel londrino The Dorchester.

Meu muito obrigado a todos que fizeram e fazem parte deste projeto incrível chamado *Versatille*. Convido a todos a erguerem as suas taças e brindarem à vida!

Feliz Natal e um excepcional 2025! Cheers! ■

Rogério G. Sfoggia, publisher



NOBODY DOES IT BETTER™

Mergulhe em uma experiência de luxo com tudo incluso que é *Unrivalled at Sea™*. Explore mais de 550 destinos em todo o mundo enquanto desfruta de espaço, elegância e conforto incomparáveis a bordo da *The World's Most Luxurious Fleet™*. Vamos nos atentar a cada detalhe da sua jornada do começo ao fim, para que você possa ser cuidado com a *Heartfelt Hospitality™* da nossa incrível tripulação.

Ninguém faz melhor do que a *Regent Seven Seas Cruises®*.

THE MOST INCLUSIVE LUXURY EXPERIENCE®



ACESSE [RSSC.COM/SPECIALS](https://rssc.com/specials)
PARA SABER MAIS SOBRE NOSSAS OFERTAS ESPECIAIS.
OU CONTATE SEU AGENTE DE VIAGENS

UNRIVALLED *at sea*

Versatille

Revista Versatille

Avenida Presidente Juscelino
Kubitschek, 1327, cj 41 - Vila Nova
Conceição | CEP: 04543011

Publisher

Rogério G. Sfoggia
rogerio@versatille.com

Editora-Chefe

Giulianna Iodice
giulianna@versatille.com

Diretora de Arte

Marcella Fonseca
marcella@versatille.com

Executiva de Negócios e Relacionamento

Renata Almeida
renata@versatille.com

Novos Negócios

Valéria Guerra
valeria.guerra@versatille.com

Repórter

Beatriz Calais
beatriz@versatille.com

Filmmaker

Jack Lima
ojack.lima@gmail.com

Revisora

Fabiana Pino
fabianapino@terra.com.br

Tratamento de Foto

Everaldo Guimarães
egguimaraes@gmail.com

Colaboraram nesta edição

Bruna Splitter, Christian Montenegro, Eduardo Centurion, Gabriel Bertoncel, Luiza Fecarotta, Mariana Gonzalez Régio, Miriam Spritzer, Rodolfo Vilar, Raphael Calles e Will Horas

Colunistas

Amelia Whitaker, Cristiane Coelho, Fernanda Fonseca, Gabriel Almeida, Letícia Becker, Nelson Spritzer e Wanderley Nunes

Conselho editorial

Rogério G. Sfoggia e Deia Gorayeb

Administrativo e financeiro

Contas a Pagar/Receber
Keli Cintra
financeiro@versatille.com

Distribuição e logística

Naydson Souza
naydson@versatille.com

Impressão

Coan Indústria Gráfica

Distribuição

Bancas: direto
Mailing: direto/Correios

Tiragem

26.000 exemplares

Siga-nos:

Instagram Versatille

Facebook Versatille

www.versatille.com

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

Propriedades tão



únicas quanto você



Bossa Nova | Sotheby's
INTERNATIONAL REALTY

SUMÁRIO

- 28 Equilíbrio e vitalidade**
Gabriel Almeida
- 30 Moda e comportamento**
Letícia Becker
- 32 Mente, corpo e alma**
Amelia Whitaker
- 34 Saúde & bem-estar**
Cristiane Coelho
- 36 Enologia**
Fernanda Fonseca
- 38 Carpe diem**
Nelson Spritzer
- 40 Arte**
Bianca Boeckel
- 42 Gastronomia**
Wanderley Nunes

- 46 Literatura**
Ficção de cura
- 48 Cinema**
A celebração da música
na sétima arte
- 52 Moodboard**
Slim Aarons
- 54 Capa**
Fernanda Liz



- 66 Luxo**
Catherine Petit, da Moët
Hennessy e da Chandon Brasil
- 70 Entrevista**
Murillo de Aragão
- 72 Motor**
Novo Macan elétrico
- 76 Hotelaria**
Ulisses Marreiros, do Copacabana
Palace e Hotel das Cataratas
- 80 Empreendimento**
Polo de experiências na
Cidade Matarazzo

- 84 Special toys**
Seleção de artigos especiais
- 90 Motor**
McLaren Artura Spider 2024
- 94 Collab**
Audemars Piguet e KAWS
- 102 Diário de bordo**
Japão ancestral
- 96 Versatille indica**
Belmond
- 108 Viagem**
Zona Oeste do Rio de Janeiro
- 102 Versatille indica**
Kempinski Laje de Pedra

- 108 Fotojornalismo**
Puglia, no sul da Itália
- 120 Versatille indica**
Curaçao
- 124 Coquetelaria**
Thiago Bañares
- 118 Chef**
Nello Cassese
- 130 Drinks**
A biodiversidade da Colômbia
- 136 Brasil**
Companhia dos Fermentados
- 142 Nostalgia**
The Dorchester, em Londres



Giulianna Iodice | *Editora-chefe*

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

**Marcella Fonseca** | *Diretora de arte*

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

**Rogério Sfoggia** | *Publisher*

É *entrepreneur*, advogado, gestor, investidor e apaixonado por desafios. Em 2007, diversificou seu portfólio e comprou a *Versatille*, tornando-a uma plataforma sólida de lifestyle no mercado brasileiro. É também CEO da TC Sfoggia Tax Tech Consultoria, braço de consultoria tributária focado na otimização fiscal e recuperação de impostos por meio de ferramenta disruptiva.

**Beatriz Calais** | *Repórter*

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

**Jack Lima** | *Filmmaker*

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



Fotos: arquivo pessoal

**Valeria Guerra** | *Novos negócios*

Com mais de 20 anos de experiência no mercado publicitário, Valeria coleciona experiências em seu currículo. Especialista em bons negócios e relacionamentos entre marcas, já passou por agências como DPZ e WMcCann e por veículos de imprensa como Editora Abril, SBT, Editora Caras, TV Bandeirantes e Retail Média.

**Renata Almeida** | *Executiva de negócios e relacionamento*

Contatos e conexões, aliados ao olhar detalhista e estratégico definem a personalidade e as atuações de Renata. Focada em trazer as melhores soluções e planejamentos para as marcas, com seus mais de 15 anos de experiência, ela faz acontecer. É apaixonada pelo mercado de luxo, wellness, entretenimento e por experiências das mais diversas.



Eduardo Centurion

Eduardo ingressou no mundo da moda há três anos, atuando na produção executiva. Desde o início, demonstrou um interesse particular por fashion styling. Recebeu diversas oportunidades, vestindo amigas e trabalhando ao lado de renomados stylists brasileiros. Sua habilidade em captar tendências e traduzir conceitos em visuais marcantes tem sido um diferencial em sua trajetória.



Gabriel Bertonce

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



Miriam Spritzer

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



Fabiana Pino

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



Everaldo Guimarães

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



Rodolfo Vilar

Pesquisador de métodos antigos de conservação dos pescados, Rodolfo Vilar fundou o projeto A.MAR, focado na valorização da pesca artesanal em comunidades tradicionais. Ao longo de pouco mais de uma década, os estudos do projeto foram aprofundados em técnicas como: salga, defumação, fermentação, charcutaria, maturação, ikejime, katsuobushi, conservas de pescados e destilação de alimentos.

Fotos: arquivo pessoal

BONS PRESSÁGIOS

Sinto que o segundo semestre de 2024 passou por nós de forma rápida. Sinto, em conversas, uma certa dualidade a respeito dele, que é usual aos desfechos de ano: há animo perante o ano que está por vir e certo desânimo com o que está prestes a terminar.

A verdade é que o tempo passa rápido demais e, veja só, já estou aqui falando de um ano que termina e de outro que se aproxima, quando ainda nem sequer terminei de entender o que se passou em 2023.

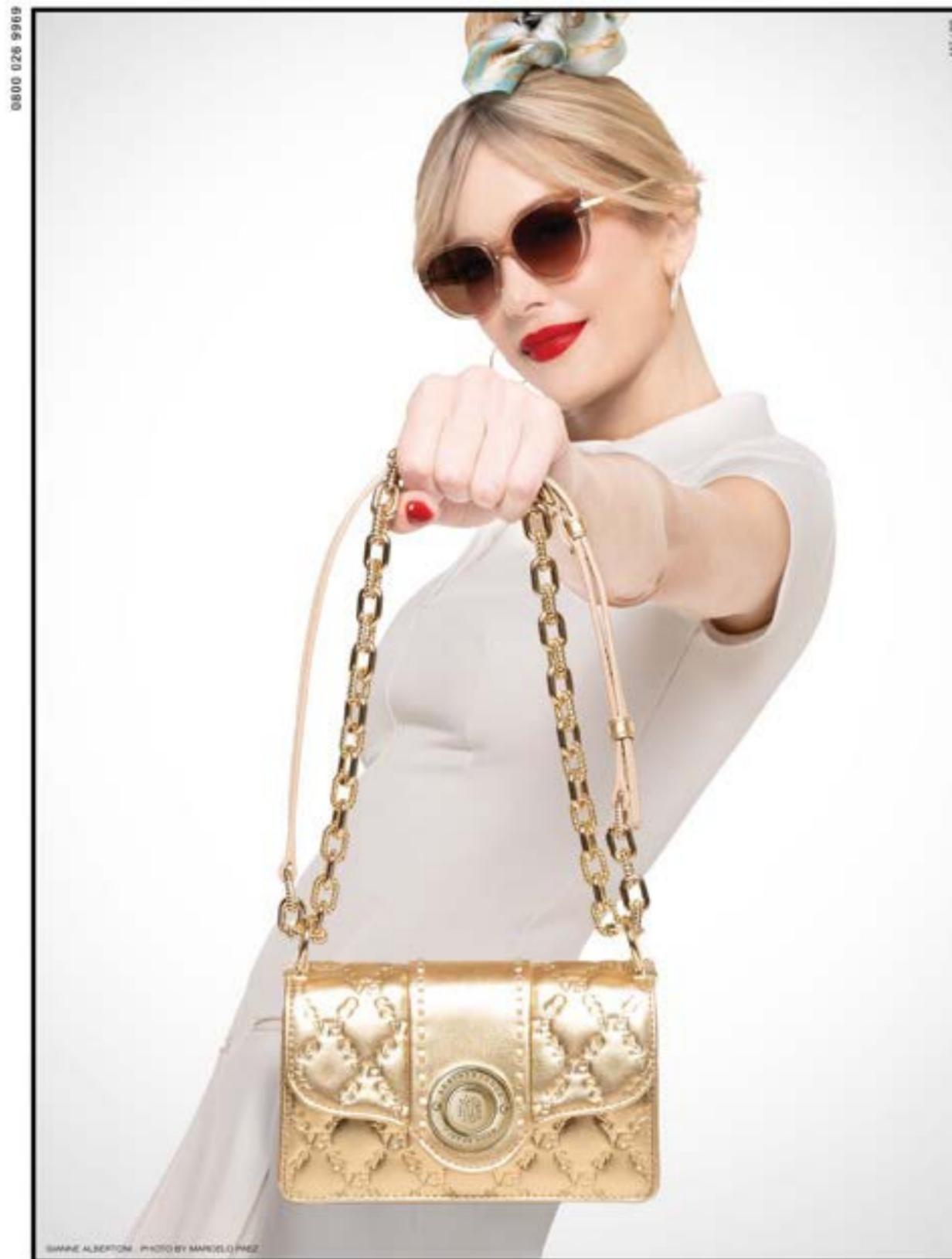
É natural, a nós, buscarmos sentido nas coisas. Mas é mesmo necessário entender tudo, o tempo todo? Prefiro, ultimamente, surpreender-me com o desconhecido, sem a obsessão de compreender qualquer coisa que se apresenta.

Ver as belezas que se escondem no cotidiano. Páginas lidas de livros, momentos que vivencio, lugares que conheço e até as pessoas que cruzam nosso caminho.

O processo de elaboração da edição 137 foi repleto de gratas surpresas: a seção fotojornalismo traz recortes de tempo da Puglia, Itália, que se conecta perfeitamente ao *moodboard* de Aaron Slims.

Histórias ótimas foram contadas – e escritas – por diversos países, como, entre eles, a Suíça, a Colômbia e o Japão. Nas entrevistas, personagens trouxeram visões distintas e nos ensinaram com palavras, trajetórias e lembranças. ■

Que 2025 chegue repleto de momentos especiais,
Giuliana Iodice



0800 026 9969

ANT / BR

SHANE ALBERTSON PHOTO BY MARCELO PAEZ



VICTORHUGO.COM.BR

VICTOR HUGO

SOLUÇÕES INOVADORAS E PERSONALIZADAS PARA PERDA DE PESO E SAÚDE MUSCULAR



*por gabriel almeida,
médico, escritor, palestrante,
e empresário*

O campo do emagrecimento progrediu muito nos últimos anos, introduzindo medicações inovadoras que redefinem os padrões de tratamento da obesidade. Fármacos como a Semaglutida, a Tirzepatida e, agora, a Cagri-Sema e o Retatrutide têm mostrado resultados impressionantes em estudos clínicos, com potencial para promover perdas de peso significativas, benefícios metabólicos e de saúde geral.

A Cagri-Sema, uma combinação de Cagrilintida com Semaglutida, aumenta a saciedade, reduz o apetite e, com isso, leva a perdas de peso ainda mais robustas. Já o Retatrutide atua em múltiplos receptores hormonais e se destaca como uma das opções mais promissoras no tratamento da obesidade, com capacidade de oferecer reduções de peso e melhorar os marcadores metabólicos.

O Bimagrumab surge como um marco no tratamento da obesidade. Pela primeira vez estamos diante de uma medicação que promove grande perda de peso e está associada ao aumento da massa muscular. Isso o coloca em uma posição diferenciada no mercado, especialmente em comparação com a cirurgia bariátrica, que frequentemente causa redução da massa muscular, comprometendo o metabolismo e a qualidade de vida.

O emagrecimento moderno destaca a importância de estratégias combinadas que envolvem não apenas medicações, mas também o uso de suplementos proteicos, como a creatina, a whey protein e a peptstrong (proteína da fava). Esses suplementos são fundamentais para proteger a massa muscular durante o processo de emagrecimento, além de potencializar a recuperação e evitar o efeito sanfona.

A integração de suplementos com essas medicações permite que o tratamento seja ainda mais eficiente. Por exemplo, a combinação de proteínas de alta qualidade com medicamentos que ainda serão lançados, como o Retatrutide e o Bimagrumab, pode potencializar a proteção da musculatura enquanto promove a queima de gordura. O que não apenas melhora a composição corporal, mas também reduz os riscos associados à obesidade, como diabetes tipo 2, hipertensão e doenças cardiovasculares.

A Cagri-Sema e o Retatrutide representam a vanguarda no tratamento da obesidade, mostrando que o emagrecimento moderno vai muito além de um número na balança. Combinando esses medicamentos a estratégias personalizadas, os pacientes têm a chance de alcançar resultados superiores, com menor impacto no corpo e maior segurança.

Outro diferencial é a chance de evitar procedimentos invasivos como a bariátrica, que, apesar de eficaz em muitos casos, está associada a complicações e à perda de massa muscular. As novas terapias possibilitam a chance de alcançar resultados comparáveis ou até superiores à cirurgia.

O emagrecimento moderno é mais do que perder peso: é um compromisso com a saúde, a qualidade de vida e o bem-estar em longo prazo. O futuro já começou, e ele traz consigo a promessa de resultados mais seguros, sustentáveis e transformadores para todos os pacientes.

Diante das inovações, é fundamental que as recebamos com ânimo, mas também com cautela. Embora os resultados iniciais sejam impressionantes, precisamos de estudos científicos que assegurem sua eficácia em longo prazo e a sua segurança em relação aos possíveis efeitos colaterais. Ainda assim, as medicações representam avanço sem precedentes e trazem esperança e confiança de que estamos no caminho certo. ■



REVOLUÇÃO ESTÉTICA TROPICAL

Vivemos tempos agitados. No universo da moda, 2024 foi de pura oxigenação!

Diversos shows e eventos esculpidos em narrativas identitárias, com marcas buscando esclarecer sua especificidade em meio a um mercado numeroso. Atualmente, é quase uma premissa possuir um conceito definido para a construção de relevância.

Como comunicadora de moda, tive o privilégio de vivenciar experiências das mais diversas. É incrível o perceber de tendências anunciadas, todas sempre partindo de um núcleo comportamental. Nós estamos vivenciando um alargamento de padrões e a valorização do que é descentralizado. O Brasil é gigantesco e tem inúmeras facetas e, neste momento, estamos naturalmente caminhando para um movimento revolucionário da estética tropical.

Esse tipo de reflexão permeou muitos talks e entrevistas. Recentemente, vi Alexandre Herchcovitch, gigante da moda nacional, ser questionado sobre sua posição aparentemente disruptiva em afirmar que não existe uma estética nacional, somos diversos e complexos em nossa pluralidade. Concordo com ele e acredito que a inventividade, a espontaneidade e a provocação, que são características de sua moda, se manifestam em boa parte do design brasileiro. Percebo que a reflexão é sobre ampliarmos esse universo visual além do caricato e assim alcançarmos uma nova compreensão daquilo que nos unifica globalmente, porque é justamente isso que nos potencializa lá fora.

“Essa ideia de que o Brasil precisa ser estampado gerou o inverso em mim”, foi o que disse Airon Martin, designer da Misci, em uma entrevista, referindo-se à sua última coleção. A marca é relevante na construção de vertentes visuais desse nosso novo e ampliado estilo tropical, e a sua última coleção buscou, justamente, a desconstrução de estereótipos presentes na moda brasileira. Ainda assim, mais uma vez: a versatilidade, a originalidade e a sensualidade que noto na moda da Misci percebo também em boa parte do design brasileiro. Somos casuais. Nosso jeito de enfrentar os problemas faz nossa moda específica e irreverente!

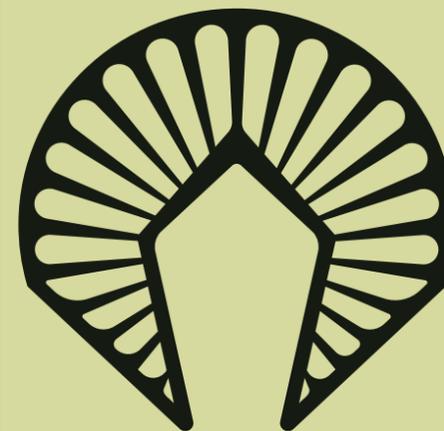
O frisson em torno desse tema só fará acelerar o desenvolvimento da moda brasileira. Vivenciamos um movimento estético liberal, criativo e revolucionário. Perfeito para quem gosta de moda e esse tipo de reflexão. E este espaço, da coluna, é o local ideal para ampliarmos nossos repertórios, juntos e cada vez mais. ■



por *leticia becker*,
consultora de moda

FRAGRÂNCIAS QUE
SÃO A ALMA DO BRASIL.

PERFUMES QUE TRADUZEM
O BRASIL NA ESSÊNCIA.



AQUARELA DO BRASIL

ESPÍRITO SANTO

Fragrance Maison
Shopping Vitória
Fragrance Maison
Shopping Praia da Costa

GOIÁS

Mell Alta Perfumaria

RIO DE JANEIRO

Copacabana Palace
Fairmont Copacabana

SÃO PAULO

Neeche Haute Parfumerie
Iguatemi
Neeche Haute Parfumerie
JK Iguatemi

www.almadobrasil.com.br @brasilnaessencia

VERÃO EM CONEXÃO COM O CORPO, A MENTE E A ALMA



por *amelia whitaker*,
empresária e relações-públicas

Manhãs ensolaradas, dias que parecem durar mais, sensação de liberdade e renovação. Esses são motivos pelos quais eu amo o verão. Principalmente no pós-Réveillon, é uma época em que celebramos a vida, revisitamos desejos, e a natureza parece conspirar a favor. É também tempo de alegria, comidinhas leves, bebidas geladas e sorvetes que deixam a gente com água na boca.

Mas o que realmente faz meu coração bater mais forte é o movimento do verão. Mais do que nunca, é o momento de deixar o sol me aquecer, nadar no mar (um dos meus esportes favoritos), ou tomar banho de cachoeira e pedalar por aí, sentindo a brisa no rosto. Estar conectada comigo mesma é fundamental e, graças à imersão na natureza, isso se torna mais profundo.

Para quem busca unir bem-estar e destinos deliciosos, destaco aqui alguns lugares que amo e que oferecem experiências únicas, cada um com seu próprio jeito de conectar corpo e alma:

Em Paraty, entre o mar e a mata atlântica, está a Pousada Literária, um verdadeiro refúgio tropical no coração do centro histórico. O SPA Poesia, dentro da propriedade, é um lugar de serenidade, onde corpo e mente são tratados com delicadeza. Tem um cardápio de massagens terapêuticas incrível, com experiências que revigoram os cinco sentidos.

Já em Trancoso, na Bahia, sugiro a Pousada Tutabel, que é pé na areia e tem um espaço de massagens superacolhedor, além de opções de atividades como aulas de alongamento, práticas de ioga, caminhadas, pedaladas na praia, stand up paddle e caiaque.

Agora, se a ideia é mudar de paisagem, uma experiência no coração do cerrado pode surpreender. Na divisa entre Minas, Bahia e Goiás, a Pousada Trijunção oferece imersão única na natureza. No bioma, a plenitude do corpo e da alma é vivenciada de forma holística, com trilhas botânicas revelando a diversidade da flora, safáris para avistar o lobo-guará e passeios de fat-bike, que aproximam o visitante do bioma. Relaxar na piscina ou no ofurô ao ar livre, contemplando o céu estrelado desse bioma tão rico, torna a estadia ainda mais especial.

Para uma opção próxima a São Paulo e longe do calor intenso, sugiro o Hotel Toriba, em Campos do Jordão. Sou suspeita, porque frequento o Toriba desde a infância e, agora, levo minhas filhas. No alto da Serra da Mantiqueira, o hotel une o frescor das montanhas a um programa de bem-estar completo. O Toriba Wellness oferece jornada individualizada, com alimentação saudável, trilhas, sessões de ioga em meio ao verde e massagens energizantes. O jardim colorido e o aroma dos pinheiros criam o cenário ideal para a renovação, num ambiente encantador.

Após tais indicações, alguma dúvida de que o verão é a estação para se conectar com a natureza e buscar o bem-estar? Vem, verão! ■



VICTORINOX



I.N.O.X. AUTOMÁTICO LONGA TRADIÇÃO NA FABRICAÇÃO

Desenvolvidos e fabricados em nossa fábrica na Suíça, os versáteis relógios da coleção I.N.O.X. são testemunhos genuínos da precisão e qualidade suíça. Domine o seu tempo com um relógio que lhe dá a confiança de estar preparado.

FROM THE MAKERS OF THE ORIGINAL SWISS ARMY KNIFE™
ESTABLISHED 1884

REFLEXÕES PARA O ANO NOVO

À medida que nos aproximamos do encerramento de mais um ano, é comum refletirmos sobre as experiências que marcaram os 366 dias vividos. O período de transição nos convida a olhar para trás, reconhecendo tanto os momentos de alegria quanto os desafios enfrentados. É uma oportunidade de aprendizado, crescimento e, acima de tudo, de renovação. Ao olharmos para o novo ano que se aproxima, é essencial que essa reflexão inclua o cuidado com nossa saúde, nossa alimentação e nosso corpo.

O ano que passou pode ter trazido lições valiosas sobre a importância de uma alimentação equilibrada e nutritiva. Muitas vezes, em meio à correria do dia a dia, acabamos nos esquecendo de nutrir nosso corpo com alimentos que realmente promovem o nosso bem-estar. Ao priorizarmos frutas, verduras, grãos integrais e proteínas magras, não apenas melhoramos nossa saúde física, mas também a nossa saúde mental. A alimentação saudável é um ato de amor-próprio, e, ao adotá-la como prioridade, estamos investindo em um futuro com mais saúde.

Cuidar do corpo envolve realizar movimentos, como a prática de atividade física, e usar tecnologias avançadas que estão à disposição para potencializar a boa forma corporal. O corpo, principalmente das mulheres, é impactado ao longo das diversas fases da vida, com desafios que vão desde as alterações hormonais até as oscilações de peso e da composição corporal. Essas mudanças podem acarretar desconforto, seja físico ou emocional, gerando insatisfação com a própria imagem. No entanto, para alguns casos, é indicado utilizar procedimentos em conjunto com mudanças comportamentais de estilo de vida, para ajudar na promoção do bem-estar físico e emocional.

Por outro lado, é natural que o ano tenha trazido novos desafios. O importante é reconhecer que essas experiências também fazem parte da vida e contribuem para nosso crescimento. Ao adotarmos uma perspectiva otimista, conseguimos extrair aprendizados valiosos até das situações mais desafiadoras. Cada obstáculo superado nos fortalece e nos prepara para o que está por vir. O novo ano é uma tela em branco, e temos a chance de colorir essa nova fase com escolhas saudáveis e atitudes positivas.

Assim, ao encerrarmos este ciclo e nos prepararmos para o próximo, que possamos cultivar um olhar atento e amoroso. Que o novo ano seja repleto de experiências que nos nutram, tanto física quanto emocionalmente. Com um coração aberto e uma mente renovada, podemos transformar cada dia em uma oportunidade de cuidar de nós mesmos e de viver plenamente. Afinal, a verdadeira felicidade reside em encontrar um equilíbrio saudável entre corpo, alma e espírito. Que venha o novo ano, repleto de saúde e novas conquistas! ■



por **cristiane coelho**,
médica nutróloga



Viva São Paulo sem limites

Experimente o primeiro app de SUV's blindadas com choferes treinados.

Viva a cidade com mais segurança, conforto e praticidade.

Com Rhino, você vai bem.



Baixe o app e use o cupom VERSATILLE para **R\$60 OFF** na sua primeira corrida



CADA GARRAFA, UMA HISTÓRIA

Após ler esta coluna, na próxima vez que você olhar para uma garrafa de vinho, perceberá que cada uma delas tem personalidade única, composta por tamanhos, formatos e cores variados. São diversos estilos: altas, robustas ou compactas. As cores também variam: tons de verde-claro, vidros mais escuros ou até garrafas transparentes, revelando as nuances do vinho que guardam.

Não há uma regra fixa que explique o porquê de algumas vinícolas escolherem garrafas mais altas e esguias, enquanto outras preferem modelos mais baixos e rechonchudos. Mas algumas tendências históricas nos ajudam a entender melhor tais escolhas.

O formato da garrafa de vinho costuma estar ligado às uvas usadas e à região de origem. Por exemplo, chardonnays e pinot noirs geralmente vêm em garrafas clássicas da Borgonha, região francesa onde essas uvas são cultivadas originalmente. Da mesma forma, cabernet sauvignon, merlot e malbec são normalmente encontrados em garrafas de Bordeaux, refletindo a tradição dessa região.

Mas por que as diferenças de formato por denominação geográfica? No passado, os vinhos eram, em sua maioria, consumidos localmente. Assim, o estilo de garrafa facilitava a identificação deles. Com o surgimento dos vinhos do Novo Mundo, muitos produtores mantiveram os padrões do Velho Mundo, preservando os estilos clássicos.

São cinco os principais formatos de garrafas de vinho:

Bordeaux: é o formato mais comum e está associado à famosa região de Bordeaux. As garrafas possuem lados retos e ombros altos, com um design imponente. São usadas para vinhos feitos com as uvas merlot, malbec, cabernet sauvignon, cabernet franc, semillon e sauvignon blanc;

Borgonha: com um modelo mais sensual, tem base larga e curvas suaves, que sobem até um pescoço curto. Ao contrário da anterior, a Borgonha não tem ombros marcados, ostentando linhas fluidas. É o formato clássico para vinhos como chardonnay e pinot noir;

Rhône: parecida com a Borgonha, mas um pouco mais alta e com um “pescoço” alongado. Muitos vinhos da região do Rhône apresentam emblemas gravados, embora isso não seja comum nos produzidos fora da França. Vinhos como grenache, mourvèdre, viognier, syrah, marsanne e roussanne utilizam esse formato;

Champagne: similar à garrafa Borgonha, porém feita de vidro mais espesso para suportar a pressão dos espumantes. O fundo côncavo é maior e ajuda na resistência. Utilizada por produtores de espumantes em todo o mundo;

Alsácia: alta, esguia e elegante, vem das fronteiras entre Alemanha e França. Sua base é quase reta e o fundo é raso, o que pode dificultar o armazenamento, já que escorrega com facilidade. Este é o formato preferido para vinhos como riesling, pinot gris e gewürztraminer.

Cada garrafa traz consigo uma identidade. Na próxima vez que escolher um vinho, observe bem o seu recipiente – ele pode contar muitas histórias e, até mesmo, corroborar com a sua identificação. ■



por *fernanda fonseca*,
especialista em vinhos



GERAÇÃO RITALINA

Existe alguma coisa muito errada com a sociedade contemporânea. Não me refiro só as coisas óbvias, como a perda de alguns valores morais. Eu me refiro ao fato de que há uma tendência esquizofrênica de se aceitarem rótulos e tratamentos de coisas inexistentes.

Você sabia que hoje, segundo dados de instituições de saúde e governamentais, cerca de 70% das nossas crianças em idade escolar têm indicação (sintomas) para tomar Ritalina, um derivado anfetamínico estimulante do sistema nervoso vendido em farmácias, ou um de fórmula similar?

Ora, se mais que metade das crianças têm indicação de tomar um remédio com sérias ações no cérebro, isso significa que os 30% restantes é que são “anormais”. O normal é ser “doente”. Isso é um absurdo. Quem deveria tomar Ritalina são os que pensam dessa forma. Esses, sim, é que não conseguem acompanhar a velocidade dessa nova geração e precisam de estimulantes.

A coisa não é nova. Teve um tempo que tudo iria ficar resolvido se você tomasse Gardenal (um barbitúrico), lembra? Na era da “disritmia”. Depois veio o Valium (diazepínico). Na sequência, chegou a droga da felicidade: Prozac! O antidepressivo da família, trata da criança ao vovô. Agora: Ritalina. Ela resolve tudo.

É uma ilusão muito bem vendida pela indústria da doença com o objetivo de criar usuários fiéis. Usam os mesmos recursos que a indústria do tabaco já usou. A das bebidas alcoólicas segue usando as empresas de “apostas”. Faturam muito em cima. Eles vendem esperança da felicidade para quem paga qualquer coisa por ela.

Por algum tempo, a expectativa cria o chamado efeito placebo. No início, aparecem resultados favoráveis. Passa o tempo, e só a projeção não é mais suficiente. Aí começam a aparecer os problemas. Ah, o Prozac aumenta o apetite? Sim. Ah, a Ritalina dá crises psicóticas alucinatórias e morte súbita? Sim. Nesse momento, começamos a pesar os ganhos e os riscos e, assim, a balança pende inexoravelmente contra o uso abusivo, como hoje está.

É preciso que se chegue a uma simples constatação. Para resolver seus problemas, de uma forma geral, é preciso uma boa dose de esforço próprio e talvez mais a ajuda esclarecida de um bom profissional. A resposta nunca virá de fora, de uma pílula mágica, do caminho impessoal. Virá da sua busca constante e laboriosa na direção dos seus desejos. E, se ainda assim quiser acreditar na pílula milagrosa, procure uma de baixo risco, barata, de preferência caseira, como um chá de camomila, carqueja, maracujá ou semelhantes. E, por último, deixe seus filhos em paz. Se eles não atendem às expectativas dos professores é porque os professores têm problemas de expectativas!

Carpe diem e aproveite 2025! ■



por nelson spritzer,
médico cardiologista

DESIGNED TO REDEFINE

Sua experiência de
dirigir nunca mais
será a mesma.



Agende um test drive agora mesmo

  | 11 3557.0100

Av. Europa, 372
Jd. Europa

PANORAMA DO MERCADO DE ARTE INTERNACIONAL EM 2024

O mercado internacional de arte demonstrou resiliência face às incertezas econômicas mais amplas em 2024. Embora a inflação mundial e as tensões geopolíticas tenham impactado os investimentos, houve uma intensa procura por obras de artistas consagrados, como Pablo Picasso, Yayoi Kusama, Banksy e, mais recentemente, a polêmica banana de Maurizio Cattelan, adquirida por 6,5 milhões de dólares.

Por outro lado, as galerias de nível médio e os artistas emergentes enfrentam desafios à medida que os colecionadores desse nicho apertam seus orçamentos. Para contornar essa situação, muitas galerias adotaram modelos híbridos, combinando exposições físicas com vendas on-line, com o objetivo de atingir públicos mais variados. As feiras de arte virtuais tornaram-se ferramentas essenciais, reduzindo as barreiras de entrada, tanto para os artistas como para os compradores.

Os movimentos culturais deste ano moldam os temas e as prioridades no mundo da arte. Os colecionadores valorizam cada vez mais a arte que aborda questões sociais urgentes, incluindo as alterações climáticas, a diversidade e a igualdade. Obras de artistas de origens sub-representadas ganham reconhecimento, refletindo esforços mais amplos para abordar desigualdades históricas. A sustentabilidade também é um foco importante, e, à medida que crescem as preocupações climáticas, o mercado da arte enfrenta consequências do impacto ambiental.

A tecnologia também exerce forte influência na arte, com obras geradas por inteligência artificial – tendência que segue sendo questionada pelo público mais clássico e tradicional. Seja através das pinceladas de um pintor, seja dos algoritmos de um programa de IA, a arte continua a ser um poderoso reflexo dos tempos. ■



por **bianca boeckel**,
curadora e consultora de arte



Guernica, de Pablo Picasso, no Nacional de Arte Reina Sofia, em Madri, Espanha

Fotos: Getty Images

KINOSHITA  KAPPO CUISINE

Excelência em qualidade e expressão
na gastronomia japonesa



Um restaurante do Grupo Gastronomía MF |  | desde 1999

AMERICAN
EXPRESS

MELHORES DO ANO

Encerramentos de ciclos costumam acompanhar retrospectivas. Em sua essência, o ser humano gosta de relembrar momentos vividos e olhar para trás com um mix de sentimentos – sejam eles bons ou ruins. Nesta coluna, adianto que o retrospecto será positivo e bastante saboroso. Afinal, decidi elencar os melhores chefs de 2024, na minha opinião, tarefa que não foi fácil.

Gastronomia Italiana

Esse é o caso de Salvatore Loi, à frente do movimentado Modern Mamma Osteria, que recentemente abriu sua terceira unidade na Rua Oscar Freire, repetindo o sucesso dos outros dois endereços (um no Itaim Bibi e outro em Pinheiros). Ao lado do chef Paulo de Barros, Salvatore é responsável por uma cozinha italiana que conquistou o estômago e o coração dos paulistanos há muitos anos. Com a casa sempre cheia, 2024 foi um sucesso – e o próximo ano promete continuar no mesmo ritmo.

Gastronomia Japonesa

Destaque nos últimos meses, Tadashi Shiraishi, do Kanoe, também é um nome que merece atenção nessa retrospectiva. É em um espaço intimista, que recebe apenas nove clientes por vez, que Shiraishi faz a sua mágica acontecer num menu omakase, com o que há de melhor no dia. Ao longo da experiência, ele apresenta os pratos e reconhece a importância da valorização do conhecimento gastronômico de seus antepassados.

Gastronomia Brasileira

Outro profissional que é conhecido pela valorização dos saberes tradicionais e dos ingredientes é Alex Atala, nome recorrente e longínquo na gastronomia nacional. No comando do D.O.M, em 2024 o chef comemorou a manutenção das duas estrelas Michelin e o aniversário de 25 anos do restaurante.

Gastronomia Francesa

Por fim, mas não menos importante, Alain Poletto, do Bistrot de Paris, fez um ótimo trabalho nos últimos tempos. Seu restaurante é romântico e leva os comensais a uma ambientação parisiense. Impressão que é reforçada quando os pratos tradicionais, como o patê de campagne e o boeuf bourguignon, começam a chegar à mesa. O ano termina assim, com quatro chefs que ficaram marcados pela autenticidade que oferecem. Que 2025 também nos reserve boas mesas. Bom apetite! ■



por *wanderley nunes*
cabeleireiro e fotógrafo

Foto: reprodução



Instituto Futuro Bom

Transformando vidas com esporte e educação

O Instituto Futuro Bom é uma organização sem fins lucrativos dedicada a construir um futuro mais brilhante para crianças e adolescentes.

Com mais de 1.000 beneficiários, nosso trabalho vai além das quadras, unindo o poder do esporte à excelência educacional.

Por meio de aulas de tênis, bolsas de estudo integrais e programas de formação, capacitamos jovens para se tornarem protagonistas de suas próprias histórias.

Junte-se a nós nessa missão de transformar vidas.

Acesse o QR Code e descubra como apoiar essa causa.



LA VIE EST BALLET

Pela primeira vez, há um nome brasileiro no seletivo grupo de bailarinos da Ópera de Paris. A responsável por esse feito é Luciana Sagioro, mineira de 18 anos que foi contratada de forma vitalícia pela companhia – o que garante o cargo até os seus 42 anos, idade em que as dançarinas costumam se aposentar na França. Luciana nasceu em Juiz de Fora, Minas Gerais, e começou a dançar com apenas 3 anos de idade. Atualmente, ela apresenta o espetáculo *Mayerling*, no Palácio Garnier, e comemora a conquista de um marco inédito para a história do balé nacional. ■



IMPACTO MONTENEGRO

O ano está movimentado para as duas Fernandas mais famosas do país: Montenegro e Torres, mãe e filha, que fizeram parte do aclamado filme *Ainda Estou Aqui* – obra de Walter Salles que promete render diversas indicações ao Oscar em 2025. A premiação americana ainda está há alguns meses de acontecer, mas as duas atrizes estão diariamente sendo citadas nas redes sociais pela qualidade de seus trabalhos. E foi em meio a esse cenário que Fernanda Montenegro realizou mais uma conquista marcante em sua trajetória: aos 95 anos, ela entrou para o *Guinness World Records* pelo recorde mundial de maior público em uma leitura filosófica.

A apresentação que levou ao reconhecimento aconteceu em 18 de agosto de 2024, quando ela reuniu cerca de 15 mil pessoas no Parque Ibirapuera, em São Paulo, para a leitura dramática do livro *A Cerimônia do Adeus*, de Simone de Beauvoir. Pelo seu perfil no Instagram, a atriz agradeceu ao público que esteve presente: “Eu agradeço por levar Simone de Beauvoir dentro do Ibirapuera. Isso acontece em mais algum lugar do mundo? Só falando para 15 mil pessoas, só trazendo ideias, nada fáceis de serem absorvidas, e ninguém vai embora”, declarou. Aclamada dentro e fora das telas, Fernanda claramente continua no auge mesmo após 80 anos de carreira. ■



NOVOS ESPAÇOS CULTURAIS PELO MUNDO

Ilha da arte em Abu Dhabi

Imagine uma ilha 100% pensada para o universo artístico, com diversas opções de museus, instituições e centros culturais à beira de águas cristalinas. Para alguns, essa é a imagem do paraíso, mas a boa notícia é que o sonho está sendo materializado pelo emirado de Abu Dhabi, que pretende finalizar todas as obras do Distrito Cultural de Saadiyat, em meio ao Golfo Pérsico, em 2025.

O local, que fica a dez minutos do centro da cidade e a 20 minutos do Aeroporto Internacional de Abu Dhabi, já recebe visitantes e abriga, desde 2017, o Louvre Abu Dhabi, única filial do icônico museu francês. Até o fim do ano que vem, mais quatro instituições prometem abrir as portas no distrito. Uma das mais aguardadas é a Guggenheim Abu Dhabi, com obras desde a década de 1960 até os dias atuais. Ostentando 28 galerias e uma área bruta de mais de 80 mil metros quadrados, esse será o maior dos museus Guggenheim (que já possui unidades em Nova York, Veneza e Bilbao).

Outra novidade muito aguardada é o Museu de História Natural de Abu Dhabi, criado para transportar os visitantes a uma jornada pela história do universo e do planeta Terra. Também vale citar o



Museu de História Natural de Abu Dhabi

teamLab Phenomena, um instituto que se destaca por suas experiências imersivas e multissensoriais. Por último, mas não menos importante, o distrito prepara a inauguração do Museu Nacional Zayed, que será focado na história dos Emirados Árabes, explorando paisagens, idiomas e a cultura do país desde a pré-história até o presente.

Pompidou em solo brasileiro

O cenário artístico também está movimentado no Brasil. O país se prepara para receber, em 2026, o Centro de Artes Georges Pompidou, famoso museu de arte contemporânea com sede em Paris. A filial brasileira, estabelecida em Foz do Iguaçu, no Paraná, será a primeira da instituição na América Latina. Além de Paris, o Pompidou tem apenas três filiais pelo mundo: em Bruxelas, na Bélgica; em Málaga, na Espanha; e em Xangai, na China.

O acordo para a construção do museu em Foz do Iguaçu foi formalizado entre o governo do Paraná e a instituição francesa, após quase cinco anos de negociações. A sua localização será estratégica, próxima ao Aeroporto Internacional de Foz do Iguaçu e do Parque Nacional do Iguaçu, atração turística que abriga uma das Sete Novas Maravilhas da Natureza.

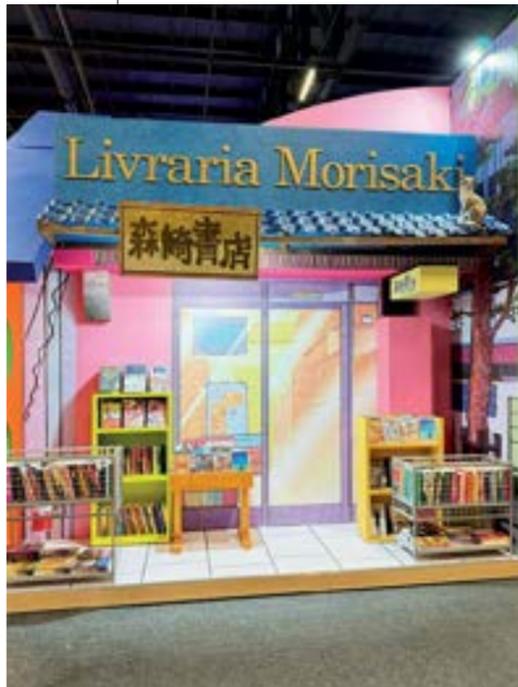
Expectativas pelo museu flutuante de vidro

Ainda em construção e sem data prevista de abertura, o museu flutuante de vidro, projetado pelo arquiteto italiano Luca Curci, em colaboração com a designer Giulia Tassi, é um dos projetos arquitetônicos mais aguardados do mercado de arte mundial. No coração da cidade italiana de Veneza, o espaço de 3.800 metros quadrados promete honrar a herança vidreira veneziana e se tornar uma referência em arte sustentável pelo uso de materiais biodegradáveis em sua construção. O projeto desafia os limites da arquitetura sobre a água e propõe um museu futurista, mas que também é capaz de preservar a tradição, por conta do uso do vidro. ■

LEITURA DE CURA

Após a pandemia de Covid-19, livros asiáticos que contam histórias de “aconchego” conquistam espaço nas estantes dos brasileiros

por **marcella fonseca**



Acima, a área instagramável do Grupo Record, inspirada no livro *Meus Dias na Livraria Morisaki*. Na página ao lado, a autora Hwang Bo-Reum no painel da Intrínseca durante a Bienal

Uma xícara de chá quente, um gato no colo e uma prosa sobre a vida. A atmosfera de um cotidiano tranquilo em ambientes seguros como livrarias, cafeterias e até lavanderias é a premissa dos livros de *healing fiction*, ou ficção de cura, gênero literário que nasceu na Ásia e vem dominando as escolhas literárias dos brasileiros, fato comprovado na 27ª Bienal do Livro de São Paulo.

A ficção de cura esteve presente nas listas dos mais vendidos de grandes editorias, como a Intrínseca, com *Bem-Vindos à Livraria Hyunam-Dong*, de Hwang Bo-Reum, e o Grupo Record, com *Meus Dias na Livraria Morisaki*, de Satoshi Yagisawa. Ambas apostaram em painéis instagramáveis de seus títulos e presenciaram um mar de pessoas que pararam para fazer uma foto especial e adquirir um exemplar. “Esses livros marcam presença recorrente nas listas dos mais vendidos, então sabíamos que [o painel] seria um sucesso”, conta à *Versatille* Marina Ginefra, editora de aquisição da Intrínseca. Além da área instagramável, a editora trouxe para o palco da Bienal a autora de *Bem-Vindos à Livraria Hyunam-Dong*, que lotou a arena. “Hwang Bo-Reum foi a terceira escritora mais vendida no nosso estande durante todo o evento. Ela é uma unanimidade entre os leitores, não só por ser pioneira entre os títulos asiáticos, mas também por abrir as portas para outros autores. Ela é um marco na ficção de cura”, conta Marina.

Meus Dias na Livraria Morisaki, publicação do selo Bertrand, também ganhou destaque no estande da Record. “A construção da livraria foi uma homenagem à literatura de cura pelo espaço que ela vem ocupando, e um presente aos leitores”, explica Renata Pettengil, editora-executiva na Editora Record.

O movimento do público em consumir produções culturais fora do eixo americano não atingiu apenas o mercado literário. Os animes japoneses marcam presença no gosto popular brasileiro há anos, enquanto os doramas (novelas coreanas) e os grupos musicais – como BTS e Black Pink – caíram no gosto popular graças ao incentivo cultural do governo da Coreia e ao fácil acesso ao conteúdo através dos streamings. “Trazer referências fora do padrão europeu ou americano foi sempre muito bem-vindo no Grupo Record. Temos uma diversidade de títulos e autores dentro dos nossos selos e decidimos acompanhar a tendência do mercado e o interesse do público pela literatura asiática”, comenta Renata.

O fenômeno sul-coreano, mais atual, e a abertura do mercado japonês em terras brasileiras, que aconteceu entre 1990 e começo dos anos 2000, não são as únicas justificativas para a ascensão da literatura de cura. Para Marina, essas histórias fisgaram o interesse dos leitores pois buscam levar reflexões e mensagens como se fossem um aconchego. “Devido à pandemia da Covid-19, vivemos tempos difíceis, com grandes perdas e restrições. É natural que as pessoas procurem por conteúdos mais leves.” Renata tem a mesma visão sobre o sucesso do gênero: “A entrada da ficção de cura aconteceu em um momento propício, as pessoas estavam abertas para ler textos inspiradores, que fossem um consolo quando a saúde mental estava abalada”.

Mesmo após o fim da pandemia, o gênero continua sendo um sucesso dentro do mundo literário, e ambas as editoras têm planos para continuar a importar mais títulos. *Temporada de Cura no Ateliê Soyo* será lançado pelo Grupo Record ainda em 2024, e outros livros estão na lista para 2025, como o *The Memory Bookshop*. A ficção de cura continuará nas estantes das livrarias brasileiras por um longo tempo, oferecendo um abraço para quem necessita de um. ■



Fotos: divulgação

NA ESTANTE DAS EDITORAS



“Uma leitura imperdível é *Vou te Receitar um Gato* (Syou Ishida), que mostra o poder transformador de um pet na nossa vida.”

Marina Ginefra



“Tenho que recomendar *Se os Gatos Desaparecessem do Mundo* (Genki Kawamura), é meu livro de ficção de cura favorito.”

Renata Pettengil

ALIMENTA A ALMA

No decorrer deste ano, filmes que celebram a música e ícones musicais despontam nas telas e garantem lugares, sejam nas corridas às premiações, sejam no coração do público

por miriam spritzer

Os filmes musicais sempre exerceram certo fascínio na indústria e nos espectadores. Amado por muitos e odiado por tantos outros, o gênero é uma forma de arte própria. Há quem diga que é o mais completo entretenimento, avançando narrativas por meio de canções, números de dança e personagens icônicos. Apesar de dividir opiniões, marcou a história do cinema. Afinal, sem longas do gênero, nomes lendários como Fred Astaire, Marilyn Monroe, John Travolta, Audrey Hepburn, Julie Andrews e Barbra Streisand não teriam despontado nas décadas passadas. Mas, olhando para o presente, ao que tudo indica, nos anos de 2024 e 2025 o gênero volta com tudo, com lançamentos importantes.

O gigante do streaming Netflix, em coprodução com a Saint Lauren, causou emoção no Festival de Cannes com o seu grande musical ou ópera-moderna: *Emilia Pérez*, uma produção francesa, falada e cantada em espanhol, estrelando Karla Sofia Gaston, Zoe Saldaña e Selena Gomez. As três levaram juntas o prêmio de melhor atriz e seguem sendo indicadas às grandes premiações de cinema. Não há forma melhor, senão com elementos musicais, para contar uma história que aborda amor, família,

sexualidade e narcotraficantes do México. Mesmo que as canções originais não sejam as melhores composições do mundo, o filme tem um visual extremamente exagerado e figurinos espetaculares, elementos que garantiram o sucesso perante os olhos atentos do público e dos críticos, a ponto de se tornar uma das produções favoritas deste ano.

A maior “concorrência” entre os musicais não é pouca coisa: *Wicked: Parte 1*, a adaptação cinematográfica da Universal de um dos maiores sucessos da Broadway, estrelando Ariana Grande e Cynthia Erivo. Entrou em cartaz no fim de novembro de forma avassaladora. O musical explora temas de amizade, preconceito e uma pitada de política na história das bruxas de *O Mágico de Oz* e tudo o que acontecia naquela terra antes da chegada de Dorothy. A produção teatral já conta com uma legião de fãs de carteirinha, está em cartaz há mais de 20 anos em Nova York e há quase anos similares em Londres. Já foram criadas versões em outros idiomas, com produções em diversos países, incluindo o Brasil – após duas temporadas de sucesso, está em pré-produção para a terceira.

Foto: Nico Tavernisea/DC Comics

Coringa: Delírio a Dois



O filme nutre a expectativa dos fãs ao selecionar Jon M Chu como diretor e manter uma forte participação do mesmo time criativo do teatro, caso do compositor Stephen Schwartz e da roteirista Winnie Holzman. Na produção, transformaram os dois atos da peça em dois filmes, permitindo que os personagens e as canções sejam mais desenvolvidos – isso sem contar os efeitos visuais e não ter que se limitar ao tamanho do elenco para as grandes cenas. Os atores Jonathan Bailey, Michelle Yeoh, Jeff Goldblum e Peter Dinklage fortalecem o elenco, sem contar com os *cameos* (breve aparição de personalidades) lendários do teatro.

Coringa: Delírio a Dois, no original, *Joker: Folie à Deux*, de Todd Phillips, está aí para comprovar que nem tudo são flores quando o assunto é musical. Ao contrário do primeiro

Nesta página, cenas de *Wicked: Parte 1*, com Cynthia Erivo, como Elphaba, e Ariana Grande, como Glinda, respectivamente.

Na página ao lado, Zoe Saldaña em *Emília Pérez*

filme, que foi um dos maiores sucessos de bilheteria, a sequência foi o oposto. Ao trazer um estudo de uma loucura de duas pessoas ao mesmo tempo, o filme usou a música como forma de ilustrar esse comportamento. O repertório se limitou a canções americanas famosas, como os standards *Bewitched*, *Get Happy* e outras, como *When the Saints Go Marching in* e a popular *For Once in My Life*. Apesar da boa seleção musical, a direção musical optou por fazer tudo mais lento e quase sem grandes acompanhamentos musicais, transformando o filme num musical sombrio (*dark musical*) e longo demais. Além disso, ao mesmo tempo que a produção aproveita o talento de Lady Gaga, a escolha também expõe as falhas de técnica vocal de Joaquin Phoenix, que não é um cantor profissional.

Foto: Nico Tavernier/DC Comics

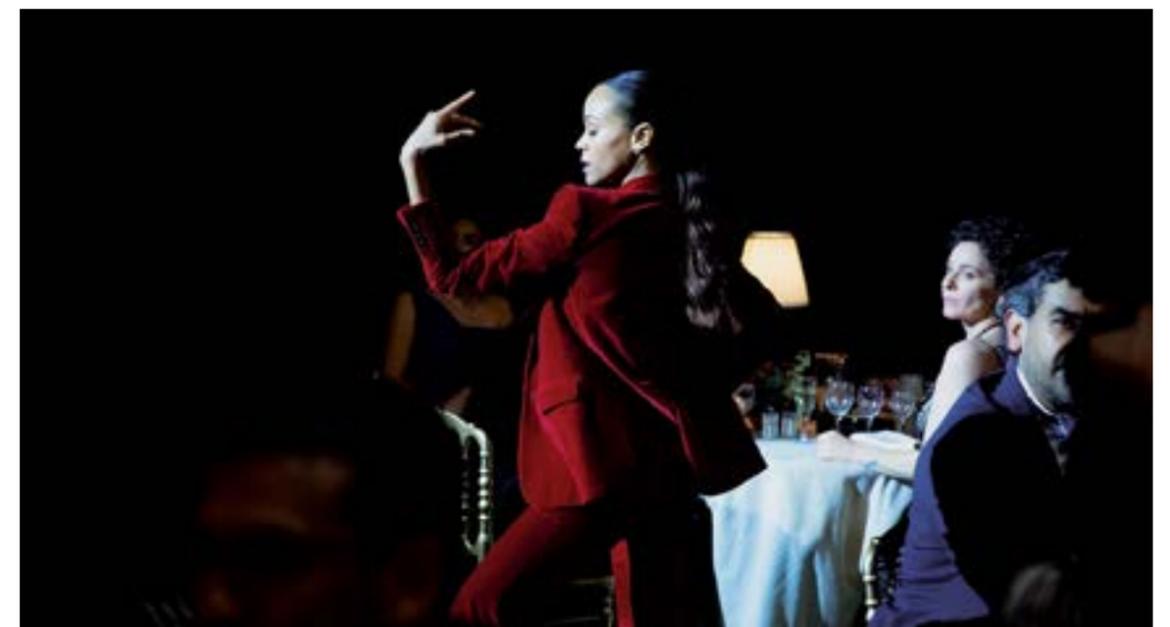
E, por falar em tragédia, não foram só as obras de ficção que marcaram presença musical neste ano. O filme *Back to Black* acompanha a vida de Amy Winehouse, passando por sua adolescência, a ascensão na música e os acontecimentos que levaram à sua morte. Dirigido por Sam Taylor-Johnson, traz uma interpretação impecável da britânica Marisa Abela no papel de Amy. A trilha sonora é uma mistura dos seus maiores hits com referências musicais de Amy, que vão de jazz até rezas em hebraico. Mesmo que não tenha sido um dos maiores sucessos do ano, deixa uma bela homenagem à curta vida e carreira de uma grande cantora.

De uma história digna de ópera para a de uma diva da ópera, *Maria* é a última produção de cinebiografias de mulheres icônicas do diretor chileno Pablo Larraín. Após explorar a vida de Jackie Kennedy Onassis e Lady Di, a personagem da vez é Maria Callas, interpretada por Angelina Jolie. A narrativa acompanha os últimos dias da vida da grande diva da ópera por meio de uma mescla de memórias, alucinações e recriação de registros históricos. O formato permite ao público vê-la em sua vulnerabilidade, para recuperar a sua voz e enfrentar vícios e problemas de saúde, ao mesmo tempo que recria momentos de sua personalidade forte e sua grandiosidade e reproduz frases icônicas um dia proferidas. Mesmo que não tenha sido a escolha mais óbvia para o papel quando pensamos

em aparência física, Angelina Jolie materializa o entretenimento e o drama necessários para a construção da personagem – até mesmo aprendeu a cantar ópera para interpretar a La Divina.

Os homens também estão bem representados nas cinebiografias, com duas lendas com o mesmo primeiro nome artístico: Bob Marley e Bob Dylan. Dirigido por Reinaldo Marcus Green, o filme *Bob Marley: One Love* retrata a vida e obra do grande ícone do reggae, interpretado por Kingsley Ben-Adir, trazendo um pouco de sua vida pessoal e seu processo artístico, bem como o envolvimento político que o levou ao exílio na Inglaterra e ao retorno à Jamaica. Bob Dylan, por sua vez, tem seu início de carreira explorado em *Um Completo Desconhecido*, dirigido por James Mangold. O cantor folk é interpretado por Timothée Chalamet. A trama recria momentos em que o cantor estourou hits mundialmente, vida própria e um pouco da história da música, com outras lendas musicais como Joan Baez e Johnny Cash.

É impressionante que todas essas produções foram lançadas numa só temporada. A música se tornou uma personagem principal no cinema, seja ela o tema ou apenas o formato como as histórias são contadas. Mas, se pararmos para pensar, há alguma forma mais poderosa de provocar emoções do que por meio de uma melodia? Por isso, faço das palavras de William Shakespeare as minhas: “Se a música é o alimento do amor, não parem de tocar”. ■



VIDA SOLAR



O fotógrafo nova-iorquino Slim Aarons (1916-2006) é autor de diversos cliques icônicos, que eternizaram a boa vida da alta sociedade e de celebridades. Seja em cenas montadas ou não, seu olhar único captou ambientes solares, momentos que transmitem a “dolce vita”, em fotos que acendem qualquer ambiente.

Até 8 de fevereiro de 2025, Slim Aarons pode ser admirado de perto – e até mesmo adquirido – na Galeria Mario Cohen, em São Paulo, graças a uma longa negociação com a Getty Images, detentora do acervo do fotógrafo desde 2007.

Nas palavras do galerista: “Aarons registrou não como um ‘observador estrangeiro’ (atualmente, chamaríamos de paparazzo), mas como membro de uma sociedade que hoje não existe mais, o que lhe permitiu chegar perto e registrá-la com extraordinária elegância. Admiro o trabalho dele desde sempre”. ■



Fotos: Slim Aarons/Getty Images



BELEZA PROFUNDA

Fernanda Liz discorre sobre os desafios de muitos anos percorrendo passarelas e a dimensão do trabalho solidário em sua vida

texto: **beatriz calais**

edição: **giulianna iodice**

fotos: **gabriel bertoncel**

assistente de foto: **will horas**

direção de arte: **marcella fonseca**

stylist: **eduardo centurion**

beleza: **christian montenegro**

filmmaker: **jack lima**

studio: **cena creators**

cerâmicas: **konsepta, por**

claudia issa

Para quem vê de fora, a vida de uma modelo de sucesso pode ser bem glamourosa. Viagens constantes, jantares nos melhores restaurantes, estadias nos hotéis mais confortáveis e a presença de marcas luxuosas em dias comuns. Tudo isso beira o roteiro de filmes que gostamos de romantizar sentados no sofá da sala. Por trás das aparências, há uma vida real, repleta de sonhos, crenças, inseguranças e saudades. Foi essa realidade, sem fantasias hollywoodianas, que a modelo Fernanda Liz nos revelou ao longo da entrevista para a última capa de 2024 da *Versatille*.

Nascida em São Caetano do Sul, na Grande São Paulo, Fernanda começou a sua carreira por conta de uma teimosia tipicamente capricorniana – como ela mesma descreve. Fã da telenovela infantil *Chiquititas*, ela queria tanto fazer parte do elenco que, aos 8 anos, fez com que sua mãe começasse a buscar meios para viabilizar esse sonho. “Ela não conseguiu contato com a produção do programa, mas conheceu um agente que me chamou para participar de um concurso de beleza. Eu ganhei e comeci a fazer comerciais e campanhas”, recorda. Adolescente, aos 14 anos tornou-se parte do time de modelos da Mega Models, e o trabalho ficou mais sério. A partir daí, muitas sessões de fotos, desfiles em passarelas e viagens internacionais – inclusive, viveu por muitos anos em Nova York.

Após 20 anos de trajetória profissional, hoje ela reflete sobre os aprendizados da carreira e o surgimento de novos sonhos. O que começou com a vontade de ser uma atriz mirim agora é o desejo de conseguir ajudar o próximo a partir de seus privilégios e conquistas. Dedicada ao trabalho voluntário e prestes a abrir sua própria instituição, Fernanda falou sobre as diferentes fases de sua vida.

Conjunto
Ferragamo



Versatile: Quais foram os maiores desafios na carreira de modelo?

Fernanda Liz: O maior desafio sempre foi a preocupação com as medidas. O mercado da moda é muito rígido com isso, e eu sempre fui uma modelo com curvas. No começo, confesso que foi difícil eu entender por que não conseguia chegar às medidas desejadas. Hoje em dia, as coisas melhoraram um pouco por conta dos movimentos que prezam pela diversidade de corpos. Espero que cada vez mais as pessoas percebam que a beleza está no que a gente é, não nos padrões que querem que a gente se encaixe.

V: E como era a sua relação com a autoestima nesse período?

FL: Sempre tive o apoio da minha família, o que foi muito importante para mim. A pressão mexia comigo, mas eu precisava ter força para não me deixar abalar. Essa garra vinha da minha essência e dos meus valores, e a presença de pessoas que me amavam ajudava a manter a cabeça no lugar. Todo trabalho está sujeito a críticas, mas, quando as modelos são criticadas, o foco não é apenas o trabalho em si, mas sim em seus corpos e aparências. É tudo muito pessoal. Ao longo dos anos, tive que entender que o problema não era eu. Tenho um perfil, e é isso que posso oferecer. Após décadas de carreira, consigo enxergar dessa forma, mas gostaria de voltar no tempo e dizer para a Fernanda de 15 anos que está tudo bem.

V: Qual foi o maior aprendizado na sua trajetória?

FL: Aprendi a ter muita força, para que nada nem ninguém possa me abalar. Eu me agarro muito ao que eu tenho de melhor para oferecer ao mundo e não solto. Além disso, obviamente, poder viajar e conhecer culturas diferentes é algo que nenhuma outra experiência ensina. Eu valorizo o estudo, mas as viagens nos dão uma bagagem diferenciada. Um presente gigante que o meu trabalho me deu.

V: O que você gosta de estudar?

FL: No momento, estou fazendo uma graduação em design pela New York Institute of Art & Design. Comecei no meio da pandemia de Covid-19, porque morava em Nova York e confesso que estava assustada nessa época. Eu não sabia se meu trabalho voltaria, porque é algo que nos exige estar sempre em contato com as pessoas, então comecei a tentar me descobrir. Eu focava muito a carreira de modelo e deixava todo o

resto um pouco de lado. A pandemia me fez olhar para dentro e pensar no que me trazia alegria além da vida de modelo. Foi a partir disso que comecei a enxergar o mercado de design, que também trabalha muito com o belo e com o senso estético que sempre cultivei na área da moda. Eu me formo no ano que vem e estou muito feliz com tudo o que estou aprendendo.

V: E como você imagina a sua carreira futuramente?

FL: Eu gosto muito de deixar as coisas fluírem, então ainda não tenho certeza. O meu trabalho como modelo não é para sempre, e eu penso em outras possibilidades. No momento, estou recebendo alguns convites para estrear como apresentadora – um caminho que acho bem interessante. Também estou muito interessada no terceiro setor. Desde nova, eu sempre me engajei em projetos sociais, mas nesse processo de me descobrir ao longo da pandemia começou a fazer crescer em mim a vontade de investir em um projeto solidário próprio. Quando voltei para o Brasil, no fim de 2023, cheguei com um propósito. Não queria ajudar apenas com doação em dinheiro, mas realmente colocar a mão na massa para criar algo maior.

V: E o que seria esse “algo maior”? Você já está pondo em prática?

FL: Em 2025, inicio o meu próprio projeto, o Instituto Criança Feliz, que será focado na arrecadação de dinheiro para organizações que abraçam causas diversas relacionadas à infância. Neste fim de ano, já dei o meu primeiro passo para entender melhor como esse universo funciona. Organizei o evento “A Arte de Doar”, um leilão beneficente que arrecadou 1 milhão de reais – valor 100% destinado a cinco instituições de diferentes partes do Brasil. Foi um sucesso, e eu estou muito feliz por ter encontrado o meu propósito de vida, que é ajudar o próximo. Estou focada nisso e quero usar os meus contatos para fazer o bem.

V: Você acredita que ter tido a oportunidade de viajar o mundo aproximou você ainda mais desse espírito solidário?

FL: Com certeza! Ter morado fora por bastante tempo abriu muito a minha cabeça. A cultura de doação aqui no Brasil é muito ruim, e está mais do que na hora de mudarmos. Temos que conscientizar as pessoas de que vivemos em um mundo em que alguns têm muito, enquanto outros não tem nada. No exterior, eles têm uma cultura de doação maior que a nossa. Quero trazer isso para o Brasil. E não só em leilões, em que as pessoas

Calça Animale, blusa Animale Jeans, saltos Alexandre Birman, brincos Gabriela Susanna

ajudam, mas recebem algo em troca. Precisamos simplesmente contribuir com o que temos. Se todo mundo se conscientizar, um pouco que seja, podemos mudar muitas vidas.

V: Qual você acredita ser o caminho para alcançar essa cultura de doação?

FL: Tem muita gente que vive em uma bolha e não enxerga a realidade. Eu mesma já abracei muitos projetos fora do Brasil até cair na real e me perguntar por que estava fazendo isso apenas lá, sendo que o meu país, de onde eu vim, precisa tanto de apoio. Por isso eu voltei com esse propósito. Minha ideia agora é ativar todos os meus contatos e tentar criar uma rede solidária. Além disso, me interesso tanto pela causa infantil porque enxergo neles a esperança de um futuro diferente, com jovens mais fortes e resilientes. É um processo lento, mas se a gente parasse de olhar apenas para o próprio umbigo haveria um mundo mais justo e com menos desigualdade. Aprendi esses valores com a minha mãe, que sempre se dedicou ao próximo, e nunca os abandonei no meio do caminho. ■







Bata Animale,
calça Animale Jeans,
sapatilhas Ana Capri e
joias Gabriela Susanna

Vestido Allmost
Vintage e saltos
Ferragamo



Vestido Phillippe
Plein, saltos
Ferragamo e joias
Gabriela Susanna



Bata Animale,
calça Animale Jeans,
sapatilhas Ana Capri e
joias Gabriela Susanna



TRIPLA NACIONALIDADE

À frente da Moët Hennessy e da Chandon Brasil, a franco-britânica Catherine Petit eleger há anos o Brasil como seu país, para trabalhar e, principalmente, viver

por giulianna iodice

Caso eu não notasse o sotaque, ou até mesmo não soubesse, talvez, Catherine Petit, diretora-geral da Moët Hennessy e da Chandon Brasil, até passaria como uma brasileira, país que considera o segundo em seu coração, muito por seus trejeitos e sua postura em relação à vida.

Formada em administração de empresas pela École Supérieure de Commerce de Paris, desembarcou em nosso país, na cidade de São Paulo, no começo dos anos 2000, quando o Brasil ganhava os holofotes com expectativas de um futuro promissor. Trabalhava, naquele momento, numa seguradora, mas, em 2007, foi para a sua atual “casa”: a francesa Moët Hennessy, do grupo LVMH. Naquele momento, ocupava uma posição de desenvolvedora de negócios, cuidando, além do território brasileiro, do continente africano e do Oriente Médio.

Foram anos entre muitas viagens, das quais sempre retornou ao seu lar, o Brasil, até voltar para a França, em 2016, o que foi, para ela, uma “reexpatriação”: “Tudo tinha mudado. Meu filho nasceu no Brasil e viu a Torre Eiffel com 14 anos, pela primeira vez. Naquele período, eu tive muitas saudades do país. Eu vi tudo isso de longe e tive ‘raiva’ porque, enquanto estava de volta à França, escutei muito que o Brasil e a América Latina não serviam mais”.

Em março de 2020, em plena pandemia, ela retornou ao país para reestruturar a Moët Hennessy e a Chandon Brasil, trabalho que vem sendo feito com louvor desde então. Confira, na sequência, a conversa com Catherine Petit.

Versatille: Como foi o seu retorno ao Brasil?

Catherine Petit: Eu retornei em 2020. Para uma verdadeira reestruturação das marcas, tivemos que começar do zero. Eu cheguei junto com a pandemia, fiquei meses trancada, sem conhecer as pessoas, o que me deu tempo de conhecer melhor o momento da empresa, qual era a estratégia e pensar numa forma possível de começar a implementar as mudanças.

V: Então, nesses últimos quatro anos, muita coisa mudou na Moët Hennessy?

CP: Quase que foram só transformações. Recentemente a gente estruturou uma apresentação interna para o RH que fica baseado na França e pude perceber que muita coisa mudou: pessoas, processos, automatização, distribuição, entre outros. Na Chandon Brasil também fizemos muitas mudanças na marca, uma maior comunicação sobre

Foto: Gabriel Bertoni





a sustentabilidade, que é algo que sempre foi feito nas instalações e no cultivo. Desde a primeira vez em que eu fui lá, percebi isso, mas faltava comunicar. As marcas também passaram por um processo de reconstrução. São mais de 20 marcas no país atualmente.

V: O que a atraiu e fez você permanecer no mercado de bebidas alcoólicas?

CP: Eu gosto do produto. Sou do sudoeste da França e fui criada com os vinhos de Bordeaux. Meu pai era apaixonado por vinho, e o francês tem em sua cultura os vinhos e destilados. Do que eu gosto, mais que o produto em si, é que as bebidas são vinculadas a celebrações e aos momentos positivos, algo que me atrai, afinal eu sou positiva e gosto de celebrar. O que mais me fascinou, na Moët Hennessy, são as marcas, construções de histórias centenárias desde a fundação. Eu fico muito impressionada, e elas me emocionam até hoje. É uma espécie de paixão, então, aqui [no escritório

Infinita 18, da Glenmorangie

da empresa, em São Paulo], a gente fala, rindo: “Talvez, se vendêssemos pneus, parariamos mais cedo de trabalhar”. A gente fica exausta, mas é muito gostoso.

V: Em algum momento, você se especializou no segmento?

CP: Nós temos treinamentos dentro da empresa, para poder aprender sobre as marcas e os produtos, algo que eu fiz no decorrer da minha carreira. Também temos a LVMH House, que é uma casa de treinamento sobre construção de marca e conceito de luxo.

V: O que o Brasil tem em comum com a cultura da Moët Hennessy?

CP: Todas as marcas são relacionadas com celebrações e com aproveitar a vida. Tem muito a ver com otimismo, é sobre ver o copo meio cheio. O Davide [Marcovitch, presidente da LVMH para América Latina, Caribe e África] sempre fala: somos vendedores de felicidade engarrafada.

Foto: Nico Tavernier/DC Comics

“Aqui é um país onde temos que investir. [...] A América Latina e a África são dois mercados que estão crescendo. A nossa ambição é sermos mais representativos.”

V: É possível ter uma rotina na sua posição?

CP: É o que eu amo, mas é o que está me “matando”. Além do dia a dia, das reuniões, das responsabilidades, tem uma posição de representação muito forte. Não são apenas eventos, tem os clientes, e o brasileiro gosta muito de ser prestigiado. Então eu tenho esse carinho, que eu amo, mas é algo que acaba me “matando”. Nesse período de festas, eu nem olho mais a minha agenda, eu fico desesperada [risos]. Mas isso faz parte da minha personalidade: eu gosto de encontrar gente, de ir a festas. Ainda bem que eu gosto, porque, caso não, não daria certo. Eu entendo a cultura, então acabo sentindo o que devo fazer ou não. Isso também faz parte da minha educação e dos meus valores.

V: Muito se fala sobre e as pesquisas confirmam: a diminuição do consumo de álcool, especialmente da geração Z. Como driblar isso, sendo uma empresa de bebidas alcoólicas?

CP: É algo comumente abordado, o mercado está levando muito a sério isso. Primeiro, temos essa ressaça da pandemia. Se você acompanhar os resultados das empresas, muitas estão sentindo isso – o que anda junto com as crises e as guerras, é claro. Atravessamos dois anos com muita vontade de celebrar. De repente, isso parou, e o bolso do consumidor ficou mais vazio, então teve um retrocesso. Nos novos valores, temos a sustentabilidade, que também abrange o consumo responsável. Os governos estão impondo mais leis e alertas sobre o consumo de álcool. As gerações mais novas não estão apegadas às bebidas alcoólicas como lazer, o que é um fenômeno global. Eu vejo até pelo meu filho, que é dessa geração, ele e os amigos têm uma frequência bem mais baixa, o que era bem diferente na minha época. É um desafio e algo que estamos falando já há alguns anos. Uma nova era e nova forma de enxergar e apresentar os nossos produtos. Falando da Moët Hennessy, são produtos que se posicionam no mercado de alto padrão,

visamos mais à qualidade do que à quantidade e nos preocupamos também com as composições, no sentido de menos açúcar e até de menos álcool.

V: O que podemos esperar da Moët Hennessy para os próximos anos, no Brasil?

CP: Falando apenas de borbulhas, nós “voltamos”, somos líderes e continuamos crescendo [são seis marcas presentes no mercado brasileiro]. Temos o portfólio de vinhos e estamos apostando na categoria rosés da Provence, que é muito pequena no país. É a mesma lógica de espumante e champanhe: você tem o rosé e o rosé da Provence, que é uma apelação. Estamos há dois anos com o Whispering Angel, mas queremos trazer outros rótulos, para mostrar a versatilidade desse vinho. Também temos o Minuty, que o grupo comprou recentemente. O brasileiro viaja muito e é familiarizado com ambas as marcas. Então é uma grande aposta. O grande desafio para nós são os destilados, porque por um tempo só trabalhávamos com a Belvedere [vodka], e agora temos o Glenmorangie, que é um uísque single malt – uma categoria muito especial, que tem um consumidor que é fiel a esse nível de bebida.

V: O Brasil é um mercado relevante para vocês?

CP: Essa é uma pergunta ótima, porque eu acho que a proporção com o resto do mundo é pequena, mas a tendência é de crescer, em volume, sim, mas principalmente em valor. Enquanto isso, a realidade do resto do mundo é decrescente. O que estou tentando sinalizar é que aqui é um país onde temos que investir: a China está numa crise, os EUA também, não podemos depender tanto, e a Europa, mesmo caso. Então a América Latina e a África são dois mercados que estão crescendo. A nossa ambição é sermos mais representativos. Hoje já fizemos movimentos para aumentar o valor, temos distribuições focadas, somos bem seletivos na hora de posicionar as marcas no mercado. Tem toda uma customização que auxiliou a valorizar o nosso portfólio. ■

NOVO (VELHO) MUNDO

Em entrevista, o cientista político Murillo de Aragão nos ajuda a entender os ciclos políticos e as mudanças do mundo contemporâneo

por *beatriz calais*

Abrir os olhos, despertar, passar um café e só então sentar-se para ler o jornal ou assistir às notícias do dia na televisão. Para muitas pessoas, essa rotina virou passado há um bom tempo. Hoje, é muito mais fácil simplesmente pegar o celular e, ainda deitado, receber uma enxurrada de informações em menos de cinco minutos.

Aqui, não vamos discutir a saudabilidade desse hábito, mas sim a forma como ele nos atrapalha para entender o que está acontecendo com o mundo. Manchetes são lidas enquanto as reportagens passam despercebidas. Notícias falsas circulam rapidamente. Interpretações equivocadas são levadas adiante como se fossem verdades. Tudo isso cria um ambiente inóspito para se discutir temas complexos, como política – e talvez essa seja a raiz de problemas como a polarização e a descrença dos eleitores.

Não há uma resposta exata, mas conversar com profissionais especializados no assunto nos ajuda a compreender um pouco melhor os ciclos políticos e as mudanças constantes do mundo contemporâneo. Em bate-papo com Murillo de Aragão, professor, cientista político e fundador da Arko Advice Pesquisas, referência em análise política no país, ele esclareceu algumas questões sobre o momento que estamos vivendo. Confira a seguir.

Versatille: Observando debates eleitorais, percebemos um crescente extremismo e uma onda de polarização. Acha que esse cenário representa uma tendência política global?

Murillo de Aragão: O fenômeno da radicalização política é mundial e foi estimulado, sobretudo, pelas redes sociais, já que a imprensa, no século passado, filtrava um pouco as manifestações mais radicais e evitava que elas provocassem reações mais extremas por parte da população. Com as redes sociais, o número de emissores de informação aumentou muito, e isso facilitou a polarização. O que há também é um descrédito em relação às instituições, que são consideradas paralisadas para atender às demandas da sociedade. Isso também é algo que fomenta a polarização na atualidade.

V: Quais são os malefícios desse momento político para a população?

MA: As últimas eleições municipais trouxeram mensagens antagônicas. De um lado, houve uma percepção de que a radicalização política prevaleceu. No entanto, se olharmos os resultados, quem ganhou as eleições no país foi um centro alargado, que às vezes chega até a extrema direita, mas que basicamente se concentra no espectro político da centro-direita e do centro. Isso foi uma escolha da população. Mas, se por acaso essa polarização radicalizada prosseguir ou ganhar mais força, é evidente que é ruim para todos, pois cria um ambiente de antagonismo feroz na sociedade brasileira.

V: Você acredita que o extremismo faz parte de um ciclo político?

MA: O extremismo político faz parte, sim, de ciclos da vida do ser humano. Sociedades muito desenvolvidas caíram em circunstâncias de grande autoritarismo e extremismo, como a Itália, com vasto patrimônio cultural, que abraçou o fascismo. Ou a Alemanha, que saiu de uma guerra e impôs uma democracia que fracassou e deu origem ao nazismo. Então esses ciclos ocorrem na humanidade. E tudo o que é bom pode piorar, isso depende das elites, da participação popular, da qualidade da educação e da opinião pública.

V: Na sua visão, qual a melhor forma de fazer das redes sociais aliadas na política, e não um ambiente apenas de memes e fake news?

MA: As redes sociais são, de modo geral, aliadas da população. Evidente que também há resultados negativos, com a profusão de fake news, radicalismos e interpretações falsas, que é uma outra praga dos tempos modernos. A solução para isso é a educação. É ter a capacidade de discernir. Sobre isso, eu busco até um exemplo na Dinamarca, que ensina empatia no currículo escolar do primeiro grau. É necessário que a população saiba ser empática frente aos outros e à opinião diversa. Essa é a maneira de fazer com que as redes sociais sejam ainda mais aliadas. Elas já são muito importantes, mesmo com efeitos colaterais que precisam ser limitados.

V: Para aqueles que se sentem cada vez mais impotentes com as crises, o que se pode fazer

para viver nesta era política sem cair nas armadilhas do radicalismo ou da descrença?

MA: As crises são fatores de transformação. Em geral, elas promovem transformações importantes, muitas vezes para o bem da humanidade. Evidente que pagamos o preço com sofrimento e dor; no entanto, a humanidade sabe conviver com esses momentos. É resiliente, vai em frente e busca o melhor para si. Agora, o que eu vejo como essencial é a sociedade não ser tutelada pelo Estado da forma como se estabeleceram os regimes políticos de direita e esquerda. Há de existir uma visão onde o Estado funciona para a sociedade, e não o contrário. Nesse momento, provavelmente as crises vão diminuir e a população vai ter um pouco mais de satisfação.

V: O que podemos aprender a não replicar com esse momento em que vivemos?

MA: O aprendizado vem com o sofrimento, mas eu espero que a gente aprenda sem muitas dores. O fundamental é observar o que está acontecendo e ter uma visão equilibrada dos movimentos políticos e da sociedade. Entender o processo que leva à crise como um fator de ensino para que se evite trilhar os mesmos caminhos novamente. ■



Foto: divulgação



VE(RDE)LOCIDADE

Produzido na planta de Leipzig, na Alemanha, novo Macan elétrico tem pegada de carbono neutra e reflete o compromisso da Porsche com sustentabilidade, sem renunciar a potência e autonomia

por rogerio g. sfoggia

Macan, velho conhecido de aficionados por Porsche, acaba de ganhar uma versão que promete ser uma nova página para sua história. Agora, completamente elétrico, o modelo foi projetado para dar um novo tom aos padrões de SUV esportivos. Design, inovações tecnológicas e, claro, uma performance impressionante que agradará *porscheheads* e entusiastas de mobilidade sustentável.

Construído sobre a plataforma Premium Platform Electric (PPE), uma arquitetura modular de alta voltagem desenvolvida para veículos elétricos de alto desempenho, o novo Macan traz um sistema elétrico de 800 volts, que suporta carregamento rápido de até 270 kW. Em estações compatíveis, sua carga salta dos 10% aos 80% em apenas 21 minutos, o que proporciona uma autonomia de até 641 km, no ciclo WLTP, padrão global de testes de medição de consumo, de acordo com o modelo.

São quatro versões que atendem a diferentes perfis de desempenho e estilo. O modelo de entrada, Macan, oferece 360 PS (cerca de 265 kW) e autonomia de até 641 km, com tração traseira que prioriza eficiência e leveza. Já o Macan 4, com tração integral eletrônica, entrega 408 PS (cerca de 300 kW) e alcança 612 km de autonomia. Para quem busca equilíbrio entre agilidade e desempenho, o Macan 4S apresenta 516 PS (380 kW), acelera de 0 a 100 km/h em apenas 4,1 segundos e entrega 606 km de autonomia. No topo da linha, o Macan Turbo entrega 639 PS (470 kW) e 1.130 Nm de torque, acelera de 0 a 100 km/h em 3,3 segundos, fornece autonomia de 593 km e máxima de 260 km/h. Cada uma das versões possui características ajustadas para atender à condução esportiva ou usabilidade diária.



A essência do design da alemã está presente em cada detalhe. A carroceria exibe a tradicional “flyline” coupé, com capô de inclinação baixa e para-lamas pronunciados que reforçam a robustez e agilidade. Portas sem moldura e rodas de até 22 polegadas elevam o estilo, enquanto o spoiler traseiro adaptativo e as aletas ativas otimizam a aerodinâmica. Isso tudo garante um coeficiente de arrasto de apenas 0,25, o que significa mais economia, melhor desempenho e menor consumo.

Internamente, o espaço para o motorista foi projetado para uma integração perfeita entre o digital e o analógico. São telas de até 12,6 polegadas e *head-up display* com realidade aumentada. O sistema de infotretenimento é baseado em Android Automotive OS. Passageiros e motoristas ainda apreciam detalhes de couro, carbono, sistema de ar-condicionado automático de três zonas, entre outros. Os bancos dianteiros possuem ajuste de 18 vias com a funcionalidade de memória de conforto, e o motorista pode contar com facilidades como ParkAssist e assistente de manutenção de faixa.

Os modelos podem também ter tração integral controlada eletronicamente (ePTM) e suspensão

ativa (PASM), que proporcionam dirigibilidade precisa e estabilidade em curvas. Pela primeira vez, o modelo pode incorporar eixo traseiro direcional, que melhora a manobrabilidade em baixas velocidades e a estabilidade em altas velocidades.

Produzido na fábrica de Leipzig, na Alemanha, uma das instalações mais avançadas e ecologicamente responsáveis do mundo, o novo Macan é um reflexo da transição da Porsche para a mobilidade verde. A planta opera com energia 100% renovável e inclui áreas de conservação ambiental, como uma floresta de 132 hectares, que atua como um pulmão natural para a região. Essa abordagem vai além do veículo em si e se estende a toda a cadeia de produção. Um recado claro que o futuro do luxo e da mobilidade urbana também passa pela responsabilidade ambiental. ■

Na página ao lado, o interior do Macan. Acima, a visão traseira do carro

ENCONTRO ÀS CEGAS

De nacionalidade portuguesa, o hoteleiro Ulisses Marreiros assumiu as rédeas do Copacabana Palace em meio à pandemia de covid-19, dias antes da passagem de ano de 2020 para 2021. Agora, assume também o Hotel das Cataratas, em Foz do Iguaçu

por mariana gonzalez

Um encontro às cegas. É assim que o hoteleiro Ulisses Marreiros define seu primeiro contato com o Brasil, em 2021. Naquele ano, o português nascido em Algarve aceitou o convite para gerenciar o atualmente centenário Copacabana Palace, mas nunca tinha pisado no Rio de Janeiro antes. “Eu só conhecia o Brasil pelo Nordeste e ouvia falar bem do Rio de Janeiro. Então, foi um encontro às cegas.” Não pensou duas vezes: “O Copacabana Palace, acima de ser um hotel, é uma instituição que projeta a imagem do Rio de Janeiro como destino turístico. É um dos grandes cartões-postais do Brasil e um objeto de desejo para muitos hoteleiros. Tenho colegas que sonham em trabalhar aqui. Felizmente, tive essa oportunidade”, conta. A aterrissagem, na verdade, aconteceu nos últimos dias de 2020, às vésperas do Réveillon, o principal evento da cidade e do hotel, mas a primeira virada de ano em meio à pandemia de covid-19. Àquela altura, havia certa abertura para eventos, mas ainda com muitas restrições. “Foi um grande desafio. O hotel tinha estado fechado durante quatro meses e reabriu em agosto, funcionando. Graças aos nossos queridos clientes brasileiros, conseguimos operar o hotel sempre com uma ocupação razoável, mas foi realmente desafiador”, lembra.

Foto: divulgação

A partir de janeiro de 2021, o mercado internacional voltou a fechar, mas o Copacabana Palace continuou ocupado. Os clientes, naquele momento de segunda onda de covid-19, eram os próprios cariocas, que se hospedaram no hotel para passar alguns dias fora de casa, sem renunciar ao isolamento. Em meio às dificuldades, o match entre o novo gerente do Copacabana Palace e os turistas brasileiros foi imediato. Falar a mesma língua ajudou, ele acredita. “Eu era bem chato com todas as regras e restrições, especialmente a utilização de máscara, tanto com a equipe quanto com os clientes”, lembra. “Mas o que mais achei interessante foi a positividade aqui dos cariocas. Eu vim de uma Europa que estava muito deprimida com a pandemia, com tudo fechado, mas aqui havia um espírito de esperança de que as coisas iam melhorar. Isso me impactou muito positivamente.”

“A possibilidade de interagir com pessoas de diferentes nacionalidades sem sair do lugar” foi um dos maiores atrativos que levaram Ulisses Marreiros a seguir na hotelaria. Ele não vem de uma família ligada à área, que surgiu como opção de carreira, por influência de um amigo, enquanto ele estudava educação física. Em sua formação, passou por praticamente todos os postos do setor: foi garçom e concierge e trabalhou com reservas, por exemplo. Isso



fez com que ele conhecesse o funcionamento de toda a operação de grandes hotéis, aprendesse a resolver problemas em todas essas funções e, em suas palavras, desenvolvesse empatia com os desafios de todos os níveis hierárquicos de um hotel – habilidade fundamental, considerando que hoje ele está à frente de um que opera com 600 funcionários fixos, número que aumenta a depender da demanda durante grandes eventos. Desde 2008, quando começou a trabalhar no Belmond, empresa que lidera o setor de turismo de luxo pelo mundo, já passou por outros dois grandes hotéis: o Reid's Palace, na cidade portuguesa de Funchal, e o La Residencia, em Maiorca, na Espanha. Na Europa, se encantou com os turistas brasileiros, sem imaginar que o país seria seu próximo destino. “O cliente brasileiro está no ranking dos que mais gostávamos de receber, pelo menos nos hotéis em que eu trabalhei. Tenho que dizer: 99% são excelentes hóspedes. Dá gosto servi-los.”

Em 2024, após três anos no comando do Copacabana Palace, foi promovido a *area managing director*, posto que abarca a gerência do Copa, mas alarga as funções à propriedade dentro do parque das Cataratas, o único cinco-estrelas da cidade. Em 2023, foi eleito o melhor da América do Sul pelo sexto ano consecutivo.

Em entrevista concedida à *Versatille*, Ulisses Marreiros diz que sua prioridade segue sendo a gerência do Copacabana Palace e que viaja a Foz do Iguaçu a cada dois meses, em média. Conta, ainda, que essa administração a distância só é possível graças ao trabalho de Renata Portes, gerente do Hotel das Cataratas, que trabalhou com Marreiros no Rio de Janeiro e assumiu o posto no fim de 2022.

Tradição

O Copacabana Palace completou um século de vida no ano passado, 2023, e é tombado por três esferas do Patrimônio Histórico brasileiro, uma forma institucional de proteger o prédio de 239 quartos. Dezenas de histórias curiosas rondam o Copa, que já recebeu hóspedes como Albert Einstein, Madonna, rainha Elizabeth II e

rei Charles III. Mas, para o *area managing director*, o que torna o Copacabana Palace um ícone da hotelaria é menos o prédio em si e mais a dinâmica do lugar – os clientes, os funcionários e a relação com a cidade do Rio em torno do hotel. “Sempre penso na responsabilidade que nós temos enquanto passamos por aqui, não só de gerir e fazer com que este negócio floresça, mas de manter e cuidar desse patrimônio vivo do Rio de Janeiro e do Brasil.”

Questionado sobre como manter uma instituição centenária inovadora, alinhada à passagem do tempo, sem perder a essência, o hoteleiro responde que é preciso “honrar o passado, mas inspirar o futuro”. E essas três forças – passado, presente e futuro – só vivem em equilíbrio graças à equipe do Copa, acredita Marreiros. “Temos a cultura de aproveitar os estagiários – eu mesmo fui estagiário no Belmond, há muitos anos”, lembra. “É uma responsabilidade enorme manter e cuidar desse patrimônio. E esse sangue novo trabalhando junto com pessoas que estão aqui há 30 ou 40 anos faz uma mistura muito boa entre inovação e tradição, capaz de perpetuar o Copacabana Palace por muito mais do que 100 anos.”

Algumas reportagens sobre Ulisses Marreiros afirmam que ele e sua família – a esposa e os dois filhos adolescentes, que vieram com ele em 2021 – vivem dentro do Copacabana Palace. A informação não é exatamente verdadeira, mas também não é de todo mentirosa. A família vive em um apartamento que fica na Avenida Atlântica, no mesmo número do Copacabana Palace. Ou seja, eles vivem no complexo do hotel, mas numa residência separada. “É uma vida normal, como uma família normal, não é uma coisa de série, cheia de mordomias, como as pessoas podem pensar”, diz. “Temos cozinha, carro na garagem e entrada independente do hotel. Eu nunca frequentei a piscina do Copa, por exemplo, e minha mulher também não. Mas, uma vez que é o mesmo prédio, posso dizer que moramos aqui no Copacabana Palace. E isso, por si só, já é uma grande mordomia.” ■

LUXO ANCESTRAL

Em expansão, a Cidade Matarazzo, que abriga hotéis, clube privado e até centro cultural, consagra-se como um polo de experiências que exalta o que o Brasil tem de melhor

por beatriz calais

Nos últimos meses, tive a oportunidade de visitar o Rosewood São Paulo, hotel seis estrelas que integra o megacomplexo Cidade Matarazzo, por conta de eventos que aconteceram nas dependências da propriedade. Todas as vezes, sem exceção, a beleza do local virou pauta nas rodas de conversa. Pessoas encantadas com a arte, o design e o primeiro impacto causado pela entrada do hotel, que envolve os recém-chegados num corredor verde, que parece transportá-los para uma São Paulo diferente da que conhecemos, bem “cinza”.

Após uma entrevista com Alexandre Allard, responsável pela idealização da Cidade Matarazzo, as impressões que guardei na minha mente se confirmaram. Durante a conversa, percebi que a ideia do empresário francês de fato é transportar os visitantes para uma capital que esquecemos de enxergar: aquela repleta de oportunidades, belezas e experiências de bem-estar, cultura e gastronomia.

“O complexo é um retrato do poder cultural e criativo de São Paulo – e todo mundo ganha com isso. Após a nossa inauguração, o preço médio de outros hotéis explodiu. Temos mais pessoas investindo e acreditando no país, por conta de nosso trabalho para mudar a atratividade da cidade. É um efeito com bilhões de impacto”, ressalta Allard.

Para ele, a ideia é valorizar as riquezas que já temos disponíveis, mas que, por muito tempo, passaram despercebidas ou subaproveitadas.

O próprio complexo fica em um local histórico para a capital paulista, tendo abrigado, por décadas, o Hospital Umberto I e a Maternidade Condessa Filomena Matarazzo, que passou por um período de quase 30 anos de abandono. “Achavam que eu era louco por estar fazendo algo no ‘lado errado’ da Paulista. Era assim que as pessoas chamavam”, recorda o empresário. “Acho que isso tem muito a ver com a descrença dos brasileiros sobre a própria cultura e a falta de autoestima e entendimento do poder que este país tem. Agora, quando as pessoas veem que está tudo lotado, reconhecem o sucesso e começam a repensar.”

Assim como eu, jornalista que assina a matéria, diversos outros profissionais estiveram no Centro de Eventos do Rosewood São Paulo ao longo de 2024 – talvez até você, leitor. Digo isso por conta da enorme rotatividade do espaço. “Recebemos 1.400 eventos nos últimos 12 meses. Números inimagináveis. São mais de três eventos por dia”, reforça Allard. E, se isso não foi o bastante para atestar o sucesso do local, nos cabe citar outras conquistas, como o reconhecimento de melhor hotel da América do Sul pelo ranking The World’s 50 Best Hotels.

Foto: Christopher Sturman





Acima, o quarto do Soho House. Na página ao lado, obra *Object in Three Parts*, de Joana França

Além disso, a própria expansão do local é um atestado de que o projeto está saindo do papel com maestria. Em junho, o clube londrino Soho House foi inaugurado. Já em setembro, a Casa Bradesco abriu as portas ao público com uma mostra inédita do indo-britânico Anish Kapoor. Para 2025, o centro cultural ainda deve abrir três espaços especiais: a sala Acima, um clube de criatividade voltado para workshops; a sala Ali, focada em atividades infantis; e a Abaixo, com um salão que poderá ser usado para shows, palestras e exposições, com capacidade para até 1.500 pessoas.

Com o objetivo de impactar o entorno, o complexo também está vinculado ao projeto Sua Rua, em parceria com a prefeitura da cidade e com previsão de término até o fim de 2025. Nesse planejamento, a ideia é que um trecho entre as Ruas Rio Claro e São Carlos do Pinhal ganhe um bulevar para pedestres ligando a Cidade Matarazzo à Avenida Paulista. Além da passagem, o local promete abrir 11 minirrestaurantes de rua. “Isso tudo representa muito mais do que um polo gastronômico e cultural. É um polo de experiências e estilo de vida”, destaca o empresário. “Estamos criando referências nacionais.”

Criatividade à moda brasileira

Quando falamos sobre os projetos de sucesso da Cidade Matarazzo, torna-se impossível não citar a Soho House no Brasil. O clube privado é original de Londres e, apesar de extremamente discreto, está ligado a histórias de celebridades internacionais, como príncipe Harry e Meghan Markle, que se conheceram em uma das unidades do empreendimento. A inauguração do espaço em São Paulo veio para mostrar que até nesse universo o Brasil consegue se tornar referência.

O clube possui 42 casas em todo o mundo, mas foi em solo brasileiro que aconteceu um verdadeiro frenesi em torno de sua chegada. Com uma tarifa anual de mais de 1.500 dólares, apenas os sócios podem acessar o espaço exclusivo, o que criou uma lista inicial de espera com mais de 100 mil candidatos. “Todo membro potencial que completa a inscrição no site entra em uma lista de espera até que nosso comitê local possa avaliá-lo. Costumamos dizer que o candidato ideal tem uma alma criativa e incorpora os mesmos valores que a Soho House defende: diversidade, criatividade, gentileza e respeito”, explica Alicia Gutierrez, diretora de filiações latam.

Com o objetivo de unir mentes criativas e proporcionar a elas um espaço para relaxar, comer, beber e encontrar outras pessoas, o local conta com 32 quartos, academia, spa, piscina com bar, restaurantes e áreas para reuniões ou descanso.

“Nossa chegada marca a abertura da primeira casa na América do Sul em 30 anos de história. São Paulo, uma cidade com arquitetura de ponta, música, arte, além de áreas criativas como moda e design, que crescem rapidamente, foi a escolha natural e fortalece nosso compromisso de expansão”, completa a executiva. Além de ter um forte impacto na capital paulistana, o local ajuda a levar a essência do Brasil para o resto do mundo.

Membros do clube podem pagar uma adesão que lhes permite visitar qualquer uma das 42 casas ao redor do globo. Com isso, muitos estrangeiros têm visitado o espaço, levando um pouco da criatividade brasileira no retorno para suas terras de origem. “Cada Soho House conta uma história, e é isso que as torna únicas. No projeto de São Paulo, incluímos uma mistura de materiais locais, como madeiras de imbuia, cumaru e jequitibá. Além de preservar a história arquitetônica do edifício, nosso time colaborou com artesãos locais para que todas as peças fossem fabricadas no país.”

Antes da coroa, o cocar

O Complexo Matarazzo, como um todo, é adornado por peças, obras e materiais brasileiros. Para Alexandre Allard, isso é de altíssimo luxo. Ao longo da entrevista para a *Versatille*, sua pulseira com cores vibrantes chamou atenção. Feita por artesãos do Xingó, seus desenhos representam a jiboia, um animal poderoso na sabedoria ancestral. “Eu me inspiro na jiboia. Tenho paciência, força e capacidade de adaptação a novos ambientes. Se eu perder essa pulseira, perco meu poder”, comenta o empresário.

Em meio às mais de 450 obras de arte que compõem a decoração do Rosewood, também é possível

encontrar o desenho de uma jiboia que circunda todo o estacionamento. “Ela foi pintada pelo povo indígena pataxó e fica embaixo da capela, para mostrar que, antes da coroa, existia o cocar. A característica mais poderosa do Brasil não é o colonialismo, é a ancestralidade”, destaca. “Por isso essa pulseira é tão luxuosa. Vendemos no hotel e eu também ofereço a todo mundo que encontro: o presidente francês Emmanuel Macron tem duas. O papa e os cantores The Weekend e Bruno Mars também já ganharam.”

Foi a partir dessa linha de pensamento que Allard criou a identidade do complexo. “Há demanda para o luxo brasileiro – e ele é muito diferente do que vemos no Hemisfério Norte. A questão é que o desejo de consumo tem um teto. Depois de 80 sapatos e 20 bolsas de grife acumuladas no armário, você alcança um limite. As novas gerações se atraem muito menos pelo material. Elas querem experiências com significado e propósito”, explica.

“O consumo de uma bolsa traz um prazer momentâneo. Já o bem-estar gerado por uma experiência pode marcar você para sempre, e o Brasil é o local perfeito para isso, com uma enorme riqueza cultural. Vamos mostrar isso ao mundo. Esse é o meu trabalho”, finaliza Allard, que confessa o que seu sonho atual é: tirar férias após mais de dez anos de trabalho. ■



Fotos: Christopher Surman, Joana França

ALTAMENTE DESEJÁVEIS

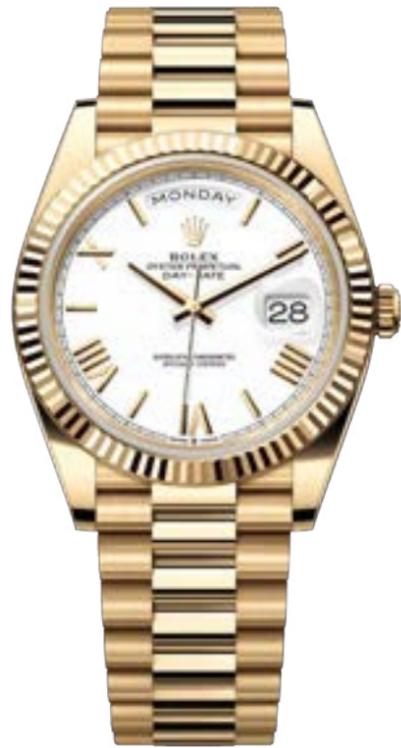
Um marco na história dos carros; um relógio icônico; voar longe, com muito conforto; e a embarcação ideal para o verão

por rogerio g. sfoggia



Elétrico como nunca

No mês de novembro, tive o prazer de dirigir o novo Porsche Macan elétrico, uma verdadeira máquina feita com o melhor da engenharia alemã. Num grande passo para o futuro, o carro proporciona uma experiência única a quem o dirige. Confira, na página 72, a reportagem completa do novo Macan, que acaba de chegar ao mercado brasileiro.



Liderança de pulso

Mais do que um relógio, um ícone de prestígio usado por líderes mundiais, figuras políticas e visionários ao longo das décadas. Lançado em 1956, o Rolex Day-Date foi o primeiro relógio de pulso a exibir o dia da semana por extenso em 26 idiomas. Sempre produzido em metais preciosos, como ouro 18 quilates e platina 950, possui também uma pulseira característica, conhecida como President. Ela consiste em três fileiras de elos semicirculares, que entregam flexibilidade e conforto. A altíssima precisão entrega uma variação máxima de $-2/+2$ segundos por dia. No mostrador, horas, minutos, segundos, dia da semana e dia do mês, esse último maximizado por uma lente Cyclops. Além de tudo, a peça tem uma resistência de até 100 metros sob a água.



MTU 16V 2000 M86 e MTU 16V 2000 M96L, a embarcação entrega velocidades máximas de 24 e 28 nós, respectivamente. Internamente, o layout clássico inclui cinco suítes, que contam com uma cabine máster, salão principal, sala de jantar e cozinha totalmente equipada, além do SkyDeck.

Líder de horizontes

A combinação de alcance ultralongo e inovação tecnológica proporciona ao Gulfstream G800 um marco na redefinição da aviação executiva. O interior permite a acomodação de até 19 passageiros, que podem se dividir em até quatro áreas de convivência. A aeronave comporta até dez camas confortáveis, que proporcionam descanso completo durante voos intercontinentais. Um sistema de pressurização controlado oferece pressão reduzida para o equivalente a 889 metros (2.916 pés), o que minimiza efeitos do jet lag

e amplia o conforto. Além disso, as maiores janelas da indústria proporcionam luz abundante. O entretenimento é assegurado por conexão wi-fi de alta velocidade e telas de entretenimento. A impressionante autonomia de 14.816 quilômetros permite voos diretos de Guarulhos, em São Paulo, a Auckland, na Nova Zelândia, Dubai, nos Emirados Árabes, ou Doha, no Qatar. Para os pilotos, o cockpit Symmetry Flight Deck traz controles ativos e uma interface touchscreen inédita no setor, que amplia segurança e eficiência. Os motores Rolls-Royce Pearl 700, aliados ao design aerodinâmico, garantem menor consumo de combustível e permitem a redução de até uma hora e meia em jornadas mais longas. ■

Oásis em alto-mar

Ferretti 1000 SkyDeck eleva o conceito de navegabilidade com a integração de sofisticação, inovação e uma conexão única com o ambiente ao redor. Nesta versão, o consagrado Ferretti 1000 apresenta o SkyDeck, um convés superior totalmente envidraçado, que oferece uma vista panorâmica para o ambiente ao redor e garante conforto em qualquer clima. O acesso é realizado por escadas internas e externas, como um lounge, que se conecta diretamente à proa por meio de uma porta lateral e conta ainda com uma área externa equipada com bar e áreas que podem ser personalizadas. A assinatura esportiva Ferretti está presente em todos os detalhes, em especial com o conceito "Just Like Home", que faz os passageiros se sentirem em casa, mesmo em alto-mar. Com duas opções de motorização,



Fotos: reprodução



ANTES DOS PONTEIROS MARCAREM 2025...

Grifes revelam modelos aguardados, com propostas ousadas; e colaboração de peso, além do setor relojoeiro, é anunciada

por raphael calles

Hora zero

Pelagos FXD GMT, da Tudor, é um relógio que coloca no pulso a precisão exigida na aviação. Com o apelido de “Zulu time”, o modelo foi pensado para a aviação naval francesa e permite acompanhar três fusos horários simultaneamente, incluindo a famosa “hora Zulu”, correspondente à hora do meridiano zero, usualmente conhecida como GMT.

A sua caixa elaborada em titânio oferece robustez, e o relógio conta, ainda, com certificação METAS, que atesta precisão, resistência a campos magnéticos, estanquidade e reserva de energia. O ponteiro reservado para a indicação da “hora Zulu” é laranja vibrante, de forma que se destaca contra o mostrador. Ele realiza uma revolução completa a cada 24 horas. Dessa forma, a hora principal é apresentada pelos

ponteiros tradicionais, e a “hora Zulu” é entregue pelo ponteiro laranja. O terceiro fuso horário fica por conta do bisel rotacional, que, quando combinado ao ponteiro laranja, permite a leitura de mais um horário distinto.

Com traços militares, a peça é arrematada por uma pulseira em estilo NATO adornada com o selo Aéronautique Navale.

Potência do luxo

O grupo LVMH anunciou uma parceria global histórica de dez anos com a Fórmula 1. Ela terá início na temporada de 2025, quando a competição completa seus 75 anos. O acordo inédito trará algumas das mais importantes maisons do conglomerado, como Louis Vuitton, Moët Hennessy e TAG Heuer. A parceria busca oferecer experiências imersivas,

que irão desde hospitalidade até edições limitadas de produtos. Com isso, a parceria da Rolex com a competição termina em 2024.

Bernard Arnault, CEO da LVMH, e Stefano Domenicali, CEO da Fórmula 1, comentaram que a união foi pautada pela busca por excelência, valor central para ambas as marcas. Mais detalhes sobre as ativações e experiências planejadas para os eventos serão revelados no próximo ano.



Traços inesperados

Após 25 anos sem uma nova linha, a tradicionalíssima – e conservadora – Patek Philippe lança outra coleção. Chamada Cubitus, traz uma nova e inesperada abordagem ao conceito de elegância que, para muitos, pode levantar uma sobrancelha de curiosidade. A novidade chega com uma geometria arrojada, que combina quadrado, círculo e mesmo octógono – com um certo ar, digamos, retrô.

Desde a descontinuação do simbólico Nautilus 5711/1, em 2021, o mercado aguardava por alguma novidade da companhia. Os três novos modelos do Cubitus têm presença marcante, com um estilo que pode ser adorado ou questionado. Com detalhes como um mostrador em azul ou verde-oliva e uma pulseira integrada, a peça certamente se destaca – o que, convenhamos, pode ser justamente o que um verdadeiro colecionador procura.

Decêndio do tempo

O novíssimo Panerai Luminor Dieci Giorni GMT Ceramica foi apresentado recentemente durante a edição do Watches & Wonders que aconteceu em Xangai. O relógio celebra tradição aliada a inovação.

A caixa de cerâmica preta de 44 mm e o mostrador verde com acabamento *sunbrushed* transmitem estética forte. Os detalhes luminescentes entregam maior

visibilidade. O movimento automático incorpora 296 componentes e três barris de corda, que entregam uma reserva de energia de impressionantes dez dias. Luminor Dieci Giorni GMT possui funções de horas, minutos, pequenos segundos, data, segundo fuso horário com indicação de AM e PM e ainda uma indicação linear de corda restante.

O modelo conta com uma pulseira de couro de aligátor preto e uma opção de borracha verde militar.



Reverso legado

Com uma nova proposta de ler – e entender – as horas, Cartier Santos Dumont Rewind desafia convenções e o público a repensar a leitura do tempo. Aqui, logo após as 12 horas, ou XII, em números romanos, lê-se 11, ou XI. Exatamente, as horas são marcadas em sentido anti-horário. Trata-se de um tributo ao espírito pioneiro de Alberto Santos Dumont, que inspirou o primeiro relógio de pulso, criado em 1904 por Louis Cartier.

O mecanismo 320 MC é uma versão modificada do movimento 430 MC que permite o funcionamento invertido dos ponteiros. O design mantém a caixa clássica, elaborada em platina, com um mostrador de laca carneliana em um belo tom rubro. Com a entrega de horas e minutos, o arremate da peça é dado por um cabochão de rubi na coroa, um detalhe tradicional da companhia. ■

TECNOLOGIA, ESPORTIVIDADE E SUSTENTABILIDADE

McLaren Artura Spider 2024 é um sinal dos novos tempos: roda até 33 km em modo 100% elétrico, mas ronca bonito e chega a 330 km/h

por sergio quintanilha

Um conversível da McLaren – marca que fez sua fama nas corridas de Fórmula 1 – une estilo, esportividade, personalização e sustentabilidade. O conjunto dos fatores, impensável há alguns anos, tornou-se realidade com o novo McLaren Artura Spider, um supercarro de rua lançado no último trimestre de 2024 no Brasil.

Equipado com um conjunto híbrido plug-in (motor a combustão e motor elétrico), o superesportivo conversível tem preço inicial de 2,9 milhões de reais no país e roda mais de 30 quilômetros em modo 100% elétrico.

O McLaren Artura Spider foi revelado globalmente em março de 2024. Ele tem a mesma base mecânica da versão cupê, com a combinação de um motor V6 3.0 biturbo e de um elétrico que, juntos, entregam 700 cv de potência e 720 Nm de torque. São 20 cavalos a mais do que o Artura original, de 2021. Além disso, o câmbio de oito velocidades, automatizado de dupla embreagem, ganhou uma nova calibração com trocas de marcha até 25% mais rápidas.





O carro é um sonho. A parte técnica traz ainda melhorias no sistema de freios, na suspensão e no escapamento. A versão cupê, que já era vendida no Brasil, ganhou esses aprimoramentos posteriormente. A ideia é que seja um carro emocionante para quem o conduz.

Dotado de tração traseira, o que melhora o dinamismo do veículo, o McLaren Artura Spider é capaz de chegar a 330 km/h e acelerar de 0 a 100 km/h em apenas 3 segundos. Para ir de 0 a 200 km/h são necessários somente 8,4 segundos. Quer mais? Para ir de 0 a 300 km/h, leva 21,6 segundos. É o tempo que você levou para ler este parágrafo para que ele chegue a 300 km/h.

O Artura também conta com quatro modos de pilotagem: Comfort, Sport e Track, além do modo E, que é 100% elétrico. Em São Paulo, por exemplo, isso significa que ele é isento do rodízio, o que possibilita o uso do McLaren Artura Spider em qualquer dia ou horário. O uso na cidade, aliás, pode ser mais silencioso graças ao modo de condução elétrico. Lembrado novamente que os 33 primeiros quilômetros serão zero emissão de carbono, daí a sua sustentabilidade.

Já na hora de acelerar, o ronco do motor V6 também faz bonito. E este é o lado bom de quem tem um híbrido plug-in: é como ter três carros à disposição, rodando com gasolina, com eletricidade ou com ambos.

Por fora, o Artura Spider revela que a McLaren aposta em um design sem muitas linhas rebuscadas, inspiradas no modelo GT. A frente do Artura traz faróis de LED com um desenho que acompanha as entradas de ar. O conversível exibe ainda saídas de ar acima dos para-lamas dianteiros, além da entrada de ar lateral, que forma dois vincos marcantes na região das portas.

Na traseira, o Artura segue o design já adotado em todos os carros da McLaren. O modelo traz uma grade preta com saídas de ar na região do motor. As lanternas de LED têm design fino, novamente parecidas com peças utilizadas no modelo GT. No interior, todos os comandos do cockpit são voltados para o motorista, e o console tem aspecto minimalista. A central multimídia MIS II traz conectividade Android Auto e Apple CarPlay, além de um novo modo de telemetria de pista.

A capota rígida retrátil pode ser aberta ou fechada eletricamente em 11 segundos e com o carro em movimento (até 50 km/h). A versão conversível pesa

À esq., a traseira do Artura Spider e, à dir., os detalhes do esportivo

1.457 kg, apenas 62 quilos a mais do que o Artura cupê. Esteticamente, o McLaren Artura 2025 ganhou detalhes de acabamento de fibra de carbono, novos logotipos e rodas redesenhadas. A primeira unidade que chegou ao Brasil é pintada na cor laranja Papaya Spark (cor oficial da marca, inclusive na F1).

Como opcional, o superesportivo oferece mais de 40 cores de pinturas disponíveis, entre tonalidades-padrão e especiais. Também é possível personalizar detalhes como o design e as cores das rodas, das pinças de freio, do interior, dos bancos, das costuras e até mesmo dos cintos de segurança. Com isso, as possibilidades são quase infinitas – ou seja, cada modelo do McLaren Artura Spider acaba se tornando único. Essa é a ideia; afinal, trata-se de um investimento de 2,9 milhões de reais.

Também é possível equipar o Artura com ACC com Stop&Go (controle automático adaptativo com paradas e partidas), sensor de ponto cego, detector de tráfego cruzado traseiro e sistema de som surround Bowers & Wilkins de 12 alto-falantes. Todo o processo de configuração pode ser feito no momento da compra, na concessionária da McLaren em São Paulo. Ou então basta optar por uma unidade já em estoque.

Como dissemos, essa exclusividade tem um preço: 2,9 milhões de reais, sem os itens de personalização que a McLaren oferece para o novo Artura Spider. Trata-se de um dos poucos esportivos à venda no Brasil que unem alta sofisticação e design marcante com uma pegada mais sustentável, algo impossível tempos atrás. Para quem quer tudo isso no mesmo pacote, o novo McLaren Artura pode ser a escolha certa. ■



QUANDO A ARTE ENCONTRA A PRECISÃO

Audemars Piguet revela relógio em colaboração com artista americano KAWS

por giuliana iodice

A mais que centenária Audemars Piguet, que tem sede em Le Brassus, na Suíça, e produz todos os seus relógios no país, com a excelência da manufatura local, vem demonstrando, nos últimos anos, uma sede por colaborações de cunho mais pop.

Sem abrir mão dos processos primorosos de desenvolvimento e produção das peças, o que está em seu DNA desde a fundação, parte dos relógios que lançaram recentemente é voltada a públicos específicos e produzida em edições limitadas.

No mês de novembro, a convite da Audemars Piguet, fui a Suíça, com o intuito de desvendar in loco o novo Royal Oak Concept Tourbillon Companion, feito em colaboração com o artista americano KAWS (Brian Donnelly).

A programação, repleta de horas marcadas, incluía uma visita à manufatura de Le Locle. Sinceramente, quando cheguei ao local, debaixo de uma chuva persistente de inverno, me senti no futuro, num ambiente claro, com luzes direcionadas e uma arquitetura

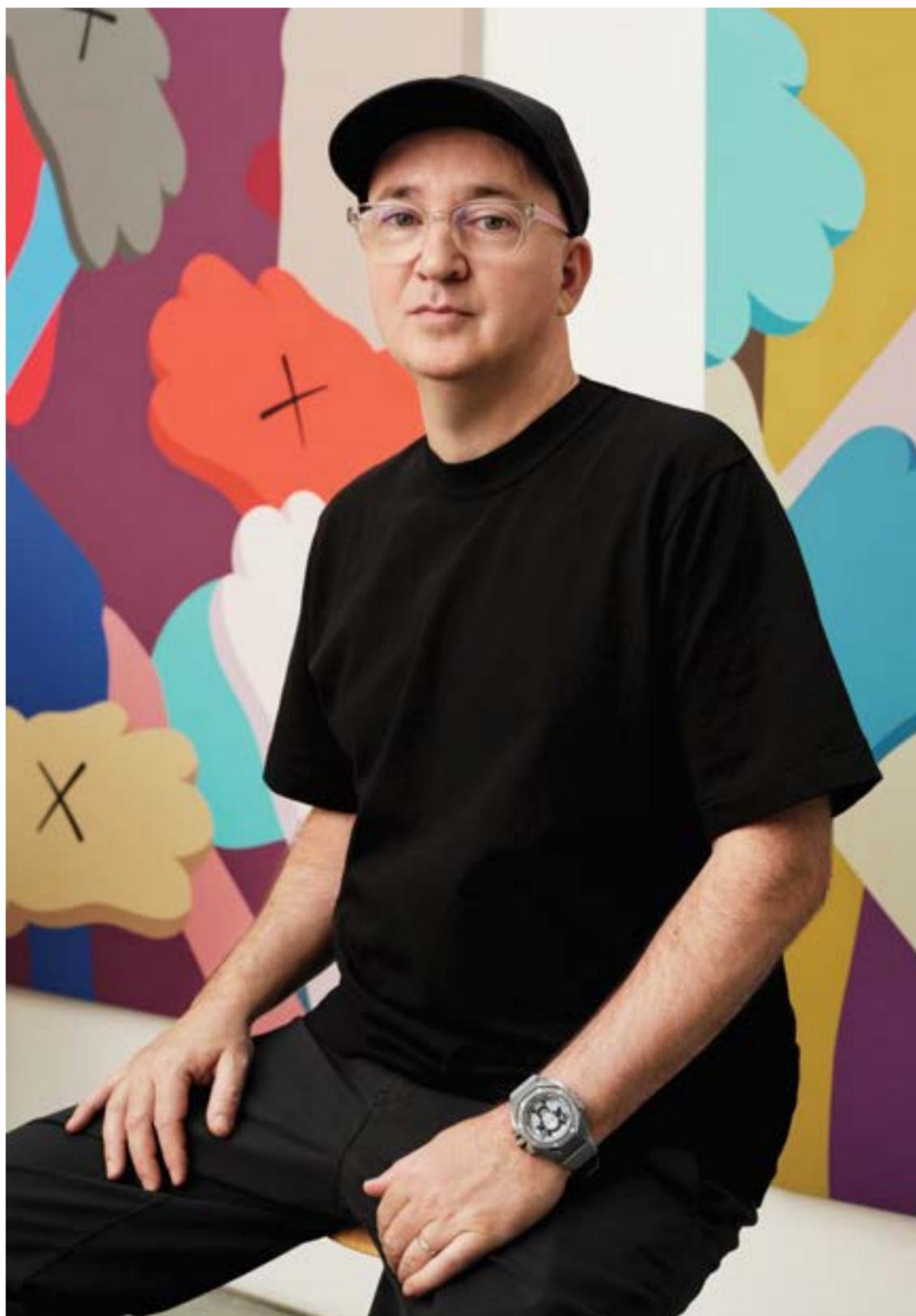
interessante – a instalação, revelada em 2021, foi projetada pelo escritório suíço Kunik de Morsier. Naquela manhã, ainda não sabia o que desvendaria e como todas as peças e complicações – me perdoem o trocadilho – se encaixariam perfeitamente até o desfecho da história.

Recepcionada pelo time e devidamente vestida com jalecos AP, comeci um pequeno tour pelos departamentos que desenvolvem materiais, juntam as peças e dão vida aos relógios, em processos que, muitas vezes, se estendem por várias e várias horas. Vi, também, a preocupação com a perpetuação do feito, quando observei jovens numa sala envidraçada, aprendizes de um programa da AP.

Impedida de tirar fotos ou gravar vídeos, contei com a minha memória para registrar ao máximo até mesmo as pecinhas diminutas que habitam os mostradores, e, quando encaixadas, dão vida ao tempo – já pararam para pensar que, sem relógios, nunca saberíamos que horas são e, dessa forma, talvez parássemos de contar as horas?

Foto: Audemars Piguet





Fotos: Audemars Piguet



A verdade é que um relógio pode ser bem mais do que um marcador de horas funcional. Desde muito tempo, mestres relojoeiros se empenham em desenvolver modelos que combinam arte com funcionalidade, com criações que impressionam especialistas, até mesmo atualmente. Caso de mostradores pequenos que possuem um cachorro latindo – uma prova de que, com empenho, pode caber muito dentro de um pequeno espaço.

Quebra de paradigmas

Foi numa sala reservada a isso, dentro da manufatura localizada em Le Locle, que pude conferir, antes do anúncio oficial, o relógio. Primeiro, fui apresentada aos processos que se alongaram por dois anos, num constante diálogo entre o time de inovação da AP e do artista. Apenas pelos desenhos e protótipos apresentados entendi que havia algo profundamente especial, feito com bem mais que “quatro mãos”.

Na página ao lado, o artista KAWS. Acima, o processo de montagem do relógio

Com a ideia de “prender” um *Companion* – uma das criações icônicas do artista – dentro da caixa do relógio, algo nunca antes feito pela AP precisou ser desenvolvido: encaixar os mecanismos dentro da obra, de forma que ela fosse não apenas um adorno, mas parte fundamental do funcionamento.

“Nós desafiamos nossos limites em termos de tecnologia de fazer relógios para criar um mostrador especial, com o personagem ao centro, rodeado por um novo display de horas e minutos, localizado na parte periférica do movimento”, declarou Lucas Raggi, diretor de pesquisa e desenvolvimento da AP.

Num diálogo constante entre os times e o artista, foi possibilitado justamente isso: um *Companion*

“Normalmente artistas são peculiares e específicos com os materiais, mas ele foi aberto de uma forma generosa, para saber o que a gente tinha a oferecer. Quando você se aproxima de um artista, é possível ver um universo de criações de perto. Para mim, foi bem emocionante.”

Ilaria Resta

dentro de uma caixa robusta, de 43 milímetros. A escolha do material, titânio, e das cores, tons de cinza, num visual bem monocromático, chegou em um segundo momento. Uma forma “sóbria” – e em minha opinião, uma escolha acertada – de interpretar os universos que colidiram.

Visto a collab em meu pulso, que é nitidamente grande para a minha proporção. Mas é leve, graças ao titânio, com certo brilho que me encanta. Ao total, serão disponibilizadas apenas 250 unidades do modelo (que talvez, até a publicação desta reportagem, já estejam garantidas a compradores).

A grande noite

Em uma noite fria e festiva, diretamente da sede em Le Brassus, onde também está localizado o incrível museu da marca, Brian Donnelly e Ilaria Resta, CEOs da Audemars Piguet, receberam uma pequena audiência de mídias internacionais para contar o processo de elaboração: “Eu me aproximei da marca e do que eles fazem, que são relógios incríveis, há dois anos. Eu entendo de volumes, mas era algo totalmente diferente para eu trabalhar”, começou KAWS.

“Normalmente artistas são peculiares e específicos com os materiais, mas ele foi aberto de uma forma generosa, para saber o que a gente tinha a oferecer. Quando você se aproxima de um artista, é possível ver um universo de criações de perto. Para mim, foi bem emocionante”, comentou Ilaria.

Falando sobre a criação, em si a CEO respondeu ao que afirmo no começo do texto: a sede por collabs da AP aumentou. Mas o que as motiva?

“Nós queremos puxar a dificuldade de construção dos nossos relógios, e esse é o principal motivo por que chamamos criativos para as colaborações. Claro que estar próximo da cultura pop é importante, mas não é o que buscamos em primeiro plano. Uma colaboração, para os mestres artesãos, é como um presente, que os desafia a desenvolver algo novo”, concluiu.

Perguntas respondidas, chegou a hora de ver, de longe, a grande instalação localizada no telhado da sede da Audemars Piguet. Pertencente à série *KAWS: Holiday*, que insere objetos de grande dimensão em lugares icônicos, o público e até mesmo os passantes na estrada conseguem avistá-la até 20 de dezembro de 2024. ■

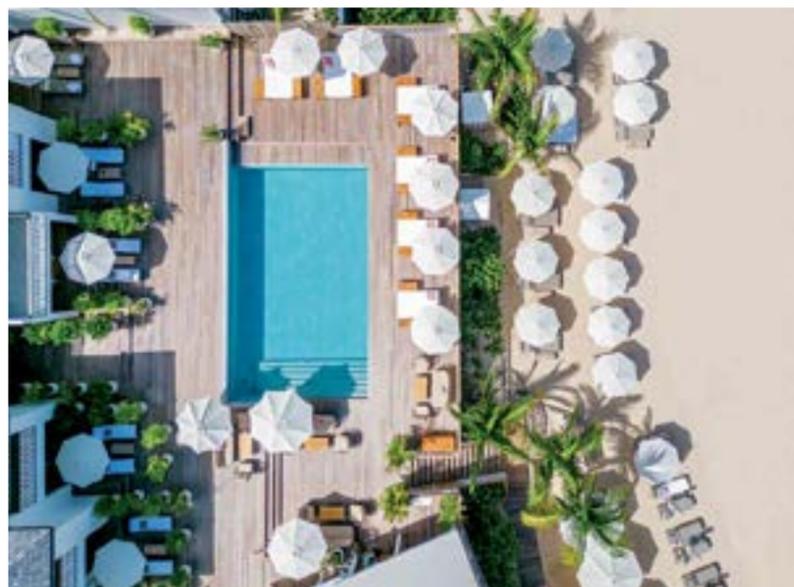


PRESTÍGIO EM ALTO-MAR

A famosa linha de cruzeiros Regent Seven Seas Cruises revelou o nome de seu novo navio: Seven Seas Prestige, que será entregue em 2026. “Essa deslumbrante novidade será o epítome da elegância atemporal, exemplificando o compromisso da Regent com a excelência, que se reflete em todos os aspectos de seu design elevado, exalando um ambiente de sofisticação e refinamento”, exalta Andrea DeMarco, presidente da empresa, em nota oficial para a imprensa.

Com 77 mil toneladas e capacidade para 850 viajantes, o Seven Seas Prestige terá uma das maiores proporções de passageiros por espaço na indústria de cruzeiros. A característica resulta em suítes e áreas comuns mais amplas. “Esse é um pilar fundamental para a Regent e um desejo dos viajantes de luxo. Projetamos o navio com isso em mente, mantendo o serviço intimista e luxuoso que nossos hóspedes adoram”, completa Andrea.

O Seven Seas Prestige será o primeiro de dois navios da Classe Prestige – o segundo será lançado apenas em 2029. Além dos espaços amplos, o lançamento promete uma série de novos recursos, como a renovação da palaciana Suite Regent e a implementação de experiências gastronômicas. ■



PALACE NO CARIBE

Celebrando o seu décimo aniversário, o hotel Cheval Blanc St-Barth se destaca por ser o único endereço no Caribe a ostentar a cobiçada denominação de “palace”. Esse prestigiado selo, concedido a apenas alguns hotéis na França, reconhece a qualidade do serviço e atesta a experiência única que a hospedagem oferece aos seus hóspedes. De forma resumida, uma estadia onde a autenticidade e a personalização trazem um toque extra de conforto.

Localizado na Baie des Flamands – uma das praias mais bonitas do Caribe –, o Cheval Blanc St-Barth conta com 61 quartos, suítes e vilas com vistas para o mar ou para os jardins da propriedade, assinados pelo mestre jardineiro Madison Cox. O design de interiores, projetado por Jacques Grange, incorpora todo o charme das casas de praia a uma atmosfera caribenha especial.

Fora das acomodações, as atenções se voltam para as áreas comuns – piscina e Cheval Blanc SPA – e para as opções gastronômicas. O La Case, restaurante imperdível do local, é comandado pelo chef francês Jean Imbert. Já o White Bar, à beira da piscina, oferece uma diversificada e casual oferta culinária inspirada nos sabores locais.

Uma joia tropical, com muita natureza, arte e atendimento de alto padrão, o hotel é uma ótima opção para quem sonha em conhecer São Bartolomeu, especialmente no período de festas. ■

Fotos: divulgação

INSIDER: ISTAMBUL, TURQUIA

Diana Krepinsky é formada em direito, mas sua grande vocação sempre foi viajar e explorar novos destinos e culturas. Para ela, não havia outro caminho a não ser trabalhar com turismo. São mais de 40 países visitados ao longo da vida, e hoje, Didi, como gosta de ser chamada, compartilha suas experiências no Instagram (@didikrepinski) e em seu blog (didikrepinsky.com). Em seu ranking pessoal de destinos preferidos, a Turquia ocupa um lugar privilegiado: a paulistana já visitou o país seis vezes e coleciona dicas de restaurantes, hotéis e passeios imperdíveis no local. Em entrevista à *Versatille*, revelou alguns deles – todos em Istambul.

Ahmet Ustam Ocakbaşı

“Uma dica de ouro: disparado o melhor kebab de Istambul. É frequentado somente por locais, e a comida é maravilhosa. O kebab feito de carne moída de cordeiro é de outro mundo, assim como as baby chicken wings. Para mim, um ótimo lugar para jantar, por ser mais movimentado no período da noite.”

Bebek hotel by The Stay

“Esse hotel fica no bairro de Bebek, que é uma região supertrendy, local e com gente bonita. É afastado dos pontos turísticos, então não recomendo numa primeira visita ao país, mas, para quem já conhece, é perfeito. Está sempre cheio e bem frequentado. Os quartos são ótimos, bem amplos, e o hotel conta com três restaurantes: um no terraço, um japonês com estrela Michelin e um chinês, além de um rooftop para drinks. Precisa reservar com muita antecedência, porque é realmente bem concorrido.”

Ulus 29

“O restaurante fica próximo ao bairro de Bebek, no topo de uma colina, e tem uma vista panorâmica do Estreito de Bósforo e das duas pontes que ligam o continente europeu ao asiático. É absurda a vista. Uma das melhores da cidade. Peça mesa no terraço, mesmo se estiver frio, e não deixe de experimentar os meatballs Ulus 29, que são absolutamente deliciosos. Imperdível.”

Foto: arquivo pessoal

Raisa Vanessa

“Essa marca turca é uma criação das irmãs gêmeas Raisa e Vanessa Sason. Elas são superlegais. Estudaram moda antes de lançar a primeira coleção, em 2011, e hoje estão voando no mundo fashion. Vestem celebridades e estão no radar. As peças da marca têm bastante cor e brilho e são todas projetadas e produzidas no ateliê delas. É necessário marcar um horário para visitar. São dois andares lotados de roupas. Vale muito a pena.”

Lucca

“Também em Bebek, porque tudo acontece lá. Esse restaurante é superbaldado, mas a comida não é o destaque, e sim o ambiente e as pessoas. Ele funciona o dia inteiro, então é ótimo para vários momentos, além de ter um DJ residente. Muito bacana.”

Três pontos turísticos imperdíveis

“Difícil não falar dos pontos turísticos de Istambul em uma lista como essa. Meus três favoritos são: Palácio de Topkapı, tem que visitar e ver a área do harém do sultão, é o máximo; Cisterna Basílica, praticamente um palácio submerso superbem conservado; e o Grande Bazar, toda vez que eu vou para lá não resisto e dou uma passadinha. Se você souber garimpar e tiver paciência, encontrará muita coisa legal e de excelente qualidade.” ■



JAPÃO ANCESTRAL

A sede inesgotável de cruzar o mundo, quantas vezes forem necessárias, aprender técnicas antigas com mestres e ensinar, no Brasil, formas de preservar pescados em comunidades tradicionais

por rodolfo vilar

Tratado como peixe de descarte, sem valor comercial no Brasil, o bonito (katsuwonus) foi o que me levou para o Japão pela primeira vez, em 2022. Desde então, segue me fazendo voltar e construir uma história repleta de felizes coincidências, encontros generosos e aprendizados constantes, que começou muito antes disso.

Dedicado desde 2004, por meio do Projeto A.MAR, ao resgate de técnicas antigas de preservação de pescados, sem energia elétrica, para aplicar nas muitas comunidades pesqueiras que ainda vivem desta forma no Brasil, encontrei no katsuobushi, ingrediente fundamental do dashi (base de toda a culinária japonesa), um caminho para valorizar e comercializar um dos peixes não convencionais mais abundantes do litoral de Ilhabela. Foi justamente buscando conexões para trazer conhecimento aos pescadores da ilha que começou a viagem. Ao pesquisar, descobri que

minha ideia não era nova. No século 20, famílias de japoneses que se instalaram na Praia da Armação (em Ilhabela) já exploravam a técnica e chegaram a abrir uma fábrica de katsuobushi no local onde hoje está instalado o laboratório do Projeto A.MAR. Contudo, com o tempo, essa tradição se perdeu.

Pela internet, passei a me corresponder, meio *lost in translation* – já que, mais do que a língua, a forma de pensar na cultura oriental é diferente, e não há aplicativo de tradução que ajude –, com um produtor artesanal da província de Makurazaki, na ilha sul do Japão. Ficamos quase dois anos tentando nos entender, até que, em mais uma sequência de coincidências, conheci, durante um almoço despretensioso em São Paulo, a assistente do cônsul do Japão, a responsável por me conectar a quem poderia me ajudar com a comunicação “in loco”. Acabou que essa pessoa, a Shoko, era prima do meu então amigo virtual Yusuke San.

Katsuobushi



Foto: arquivo pessoal



Foram mais três anos de conversas online até que, em 2022, recebi o convite para conhecer a produção e ser discípulo de Yusuke, membro da quarta geração à frente da premiada família Kaneshichi, fornecedora de katsuobushi para os principais restaurantes do Japão. Sem saber falar uma só palavra em japonês, passei 16 dias praticamente calado, só escutando atentamente as lições traduzidas por Shoko em uma fábrica pequena, onde bisavô, bisavó, avô, avó, pai, mãe, filhos e netos trabalhavam juntos, lado a lado, incansavelmente. Parecia estar dentro de uma cena surreal do filme *Pulp Fiction*. Longe dos cartões-postais, dos programas turísticos e dos restaurantes badalados, vivia um êxtase, conhecendo um Japão real que abria seus bastidores e segredos para mim.

Um dia, tentando puxar conversa com um amigo de Yusuke, especializado em fazer caixas-raladores de katsuobushi, mostrei uma foto digitalizada de Ilhabela, em 1924, e o pai desse marceneiro – um senhor de 92 anos – reconhece numa placa, bem ao fundo da imagem, o nome da família de um amigo que havia se mudado para o Brasil no século passado e aberto justamente uma fábrica de bonito curado. Foi um momento emocionante, que deu origem a uma grande amizade.

Passado meu período de aprendizado com a família Kaneshichi, fui encaminhado ao porto de Zushi, perto de Yokohama, para me aprofundar na arte do ikejime, técnica em que se neutraliza o sistema nervoso do pescado para reter energia nas células e ter uma carne de mais qualidade.

O mestre indicado foi Hiroki Hasegawa, especialista no assunto, fornecedor assíduo dos mesmos exigentes restaurantes para os quais Yusuke trabalha, e cuja trajetória já foi tema de um documentário na NHK (TV estatal do Japão). Isto é, sem ter planejado nada, estava, na mesma viagem, tendo a oportunidade de aprender e conviver por dias com estrelas a quem os principais nomes da gastronomia do Japão confiavam a entrega de seus insumos mais fundamentais. Que sorte a minha.

Fotos: arquivo pessoal

No ano passado, voltei ao Japão para revê-los e agradecer por tamanha generosidade. Hasegawa me brindou com o convite para me hospedar em sua casa, uma honraria reservada a poucos em quem confia. E Yusuke San me apresentou o designer e cozinheiro Kanchan Adhikari, que está à frente do restaurante ADI, em Tóquio, aonde voltei recentemente para preparar um jantar a seis mãos, com produtos A.MAR. Entre eles, charcutarias de frutos do mar produzidas com variadas técnicas, como: bottarga; karasumi (ovas da tainha curadas); salame de atum, porco e pistache; ostra defumada; e lula em conserva, com kombu e shiitake.

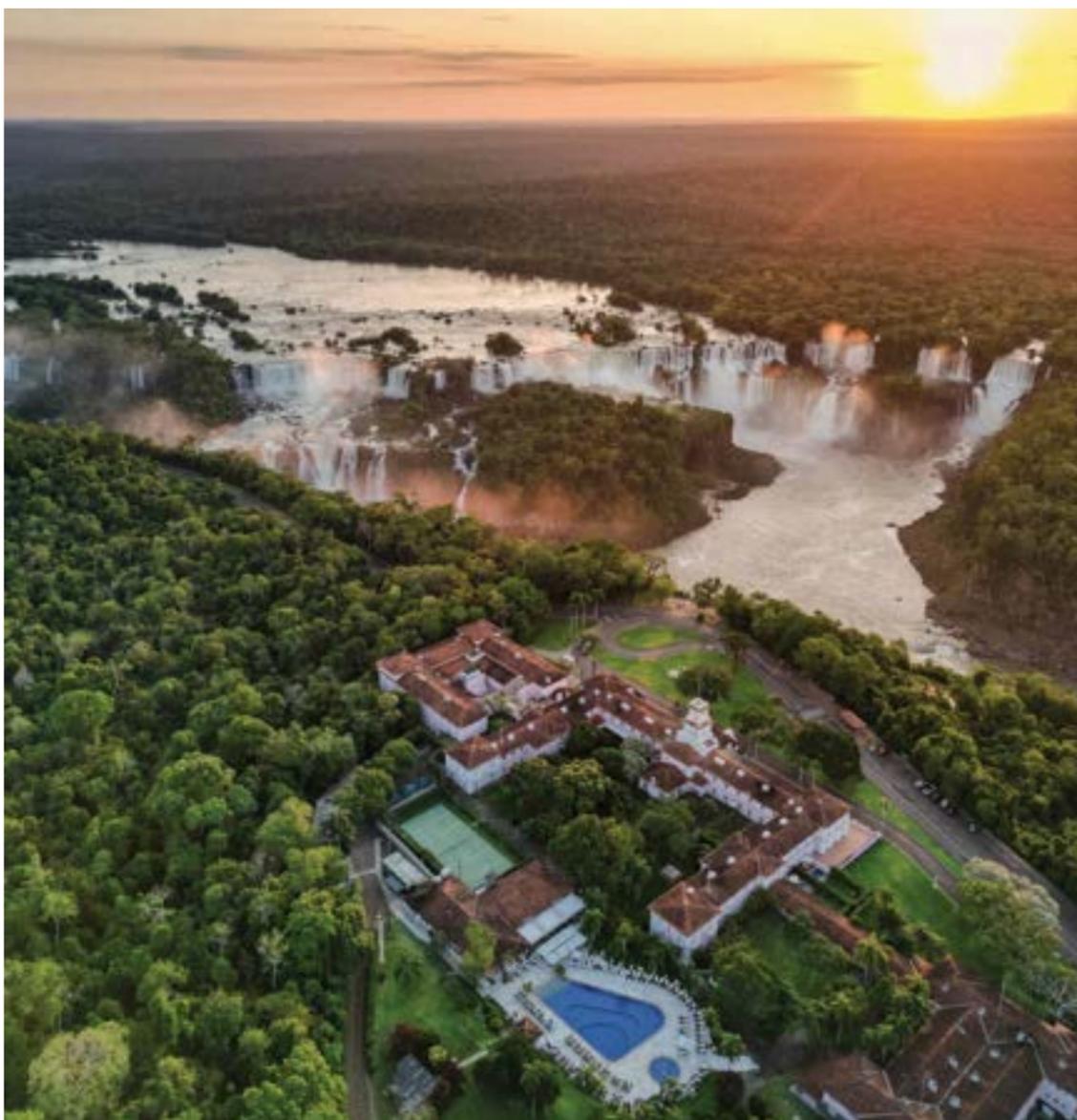
Em 2024 – já falando algumas frases em japonês –, fui com um novo mestre, o Juku, para as montanhas de Nara, no norte do Japão, local em que comecei a aprender a técnica de isolar fungos e bactérias para fazer a fermentação a partir de leveduras selvagens e a inoculá-las no pescado, o que resulta numa maturação *dry age* com fungos (*mold aging*). O processo é semelhante ao dos queijos azuis, que traz complexidades absurdas ao peixe, mas representa um desafio técnico imenso. Afinal, para o fungo se desenvolver, é preciso umidade, que por sua vez leva à decomposição do peixe e, portanto, deve ser cuidadosamente controlada pela temperatura.

Talvez o katsuobushi brasileiro nunca chegue à altura de um produzido com a riqueza de sabor encontrada nos peixes criados nas águas geladas do Mar do Japão, mas já nos dá grande orgulho de, por exemplo, ser reconhecido na rua, em Tóquio, pelo presidente da Associação dos Produtores Japoneses de Katsuobushi como “o cara que produz katsuobushi no Brasil”. São as conexões e os reconhecimentos das nossas capacidades técnica e de execução que nos abrem cada vez mais portas e provam que, sim, o céu é o limite – principalmente para trocas de conhecimento que nos permitam levar às comunidades novas formas de gerar renda a partir do produto que a natureza lhes oferece. ■

Registros de Rodolfo Vilar com Yusuke, com Hasegawa, com o presidente da Associação dos Produtores Japoneses de Katsuobushi e no jantar a seis mãos no ADI

A POUCOS PASSOS DO PARAÍSO

O Hotel das Cataratas, único do Brasil localizado dentro do Parque Nacional do Iguaçu, destaca-se por suas experiências exclusivas, imersão na natureza e conforto



Hospedar-se no Hotel das Cataratas, A Belmond Hotel, é um verdadeiro privilégio. Não há outra forma de descrever a experiência de estadia na única hospedagem do Brasil localizada dentro do Parque Nacional do Iguaçu, em frente a uma das Sete Novas Maravilhas da Natureza.

O local é impactante. No coração do extremo oeste paranaense, o parque é um refúgio de biodiversidade, com 185 mil hectares de mata atlântica preservada. É em meio a essa densa natureza que se encontra o Hotel das Cataratas, um ícone da hotelaria brasileira, que oferece aos seus hóspedes a oportunidade de explorar a natureza da região de forma única, com acesso às passarelas do ponto turístico em horários exclusivos.

Um dos exemplos é o passeio à primeira luz do dia pelas trilhas das cataratas, antes da chegada dos demais visitantes. Ali, os hóspedes presenciam o despertar da floresta e podem contemplar as famosas quedas-d'água com silêncio e tranquilidade.

Já a experiência da Lua Cheia é uma programação noturna que acontece em noites de lua cheia, quando a luz da lua se refrata e reflete nas gotículas de água das cataratas, formando um delicado arco-íris lunar de prata – uma paisagem completamente diferente da que é vista pela manhã – e que poucos têm a oportunidade de apreciar. Para aqueles que têm esse desejo, vale acompanhar o calendário lunar para se hospedar em uma época propícia.

O elegante hotel, inaugurado em 1958, é operado pela Belmond desde 2007. Suas 176 acomodações, distribuídas em categorias para diferentes perfis de hóspedes, são desenhadas para se harmonizar com o entorno, com vistas exclusivas para as cataratas e uma curadoria cuidadosa de obras e peças que valorizam a originalidade, o artesanato e a riqueza cultural brasileira.

Para momentos livres nas dependências da propriedade, há uma variedade de atividades à disposição, incluindo uma quadra de tênis e uma academia bem equipada. Aulas de ioga, exercícios bioenergéticos e personal trainer podem

Fotos: divulgação



Na página ao lado, vista aérea do Hotel das Cataratas. Acima, o salão do restaurante Y

ser agendados com antecedência, mediante a cobrança adicional. Já o menu do SPA oferece diversas terapias relaxantes, revigorantes e tonificantes.

No quesito gastronomia, o restaurante Y é um convite para uma jornada pelo sabor brasileiro. Comandado pelo chef Luiz Filipe Souza, à frente de um restaurante estrelado em São Paulo, o menu é inspirado nas águas que banham o Parque Nacional do Iguaçu e a tríplice fronteira, o que resulta em uma culinária autêntica, com releituras únicas de pratos típicos – alguns homenageiam a cultura alimentar indígena, por exemplo. A refeição pode ser harmonizada com uma seleção de vinhos brasileiros, internacionais ou uma combinação de ambos, proporcionando uma degustação memorável.

O Hotel das Cataratas é um verdadeiro refúgio para quem deseja viver experiências inesquecíveis e celebrar as belezas de um Brasil tão rico e imponente. ■



DO LADO DE LÁ

Na Zona Oeste do Rio de Janeiro, turistas encontram um cenário repleto de praias selvagens e reservas naturais

por beatriz calais

O Rio de Janeiro de novelas, filmes e séries é um retrato da Zona Sul, o que faz com que uma música de MPB comece a tocar automaticamente na mente daqueles que visitam o calçadão de Copacabana ou aproveitam a Praia de Ipanema pela primeira vez. Essa é a cidade maravilhosa dos cartões-postais, tão conhecida por turistas ao redor do mundo.

O que muitos não sabem é que basta uma viagem de carro um pouco mais longa a partir do Aeroporto Santos Dumont para chegar a um Rio de Janeiro um pouco diferente: a Zona Oeste, muito conhecida pela extensa Barra da Tijuca. Além de ser um local habitado por artistas, por conta de sua distância do grande centro, a região se destaca pelas suas praias selvagens e sua vegetação nativa com diversas lagoas.

É essa proposta turística que empreendimentos como o Grand Hyatt Rio de Janeiro buscam apresentar aos seus hóspedes. De um lado do hotel, o mar. Do outro, a Lagoa de Marapendi, que pode ser observada da janela de alguns quartos e do amplo terraço do Grand Club Lounge, espaço exclusivo em que é servido o café da manhã e coquetéis no fim da tarde.

Também é possível conhecer a lagoa por meio de um passeio de balsa organizado pelo hotel – e que sai de um deque dentro da propriedade. Em cerca de uma hora

de trajeto, os hóspedes descobrem a fauna e a flora da região com a presença de um biólogo especializado, que discorre sobre curiosidades locais ao longo de todo o tour. Uma programação tranquila, marcada pelo encontro com diversas espécies de pássaros e que nos faz duvidar que estamos num centro urbano.

A hospedagem oferece ainda o apoio dos concierges para a organização de passeios guiados por praias, trilhas e parques naturais da região. A ideia é ofertar uma viagem menos acelerada, sem o agito da Zona Sul, em que seja possível aproveitar as comodidades e o entorno da propriedade sem grandes deslocamentos.

Ao todo, o hotel dispõe de 436 quartos e suítes, além de piscina, SPA, saunas e salas de reunião. As opções gastronômicas ficam por conta do Shiso, restaurante japonês comandado pelo chef Guilherme Campos, e do Cantô Gastrô & Lounge, do chef Hugo Souza – que recentemente lançou um menu inteiramente vegano.

Para quem pensa em conhecer melhor a Zona Oeste, vale considerar as dicas a seguir.



Sítio Roberto Burle Marx

Na Barra de Guaratiba encontra-se o Sítio Roberto Burle Marx, propriedade em que Burle Marx, um dos principais paisagistas do século 20, morou e produziu em seus últimos 20 anos de vida. Hoje, o local continua sendo um grande laboratório de experimentações: mais de 3.500 espécies de plantas tropicais e subtropicais convivem em harmonia com a vegetação nativa numa área de 405 mil metros quadrados que abriga edificações, lagos, jardins, coleções de arte e uma vasta biblioteca.

Fotos: divulgação

Todas as visitas são mediadas por educadores e duram aproximadamente uma hora e meia. O atendimento pode ser individual ou em grupos, com agendamento prévio on-line.

Desde 1985, o sítio é uma unidade especial vinculada ao Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan). Além disso, em julho de 2021 o local se tornou Patrimônio Mundial pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco).

Restaurante Ocyá

Para aqueles que gostam de gastronomia, o Ocyá, restaurante do chef Gerônimo Athuel, é um bom destino. Em um charmoso arquipélago na Barra da Tijuca, mais precisamente na Ilha Primeira, a casa especializada em peixes e frutos do mar proporciona uma experiência única aos seus comensais – a começar pela chegada, feita via barco a partir de alguns pontos de encontro, como o Shopping Barra Point e a Estação de Metrô Jardim Oceânico. Hóspedes do Grand Hyatt também podem contratar um táxi aquático para seguir diretamente até o restaurante.

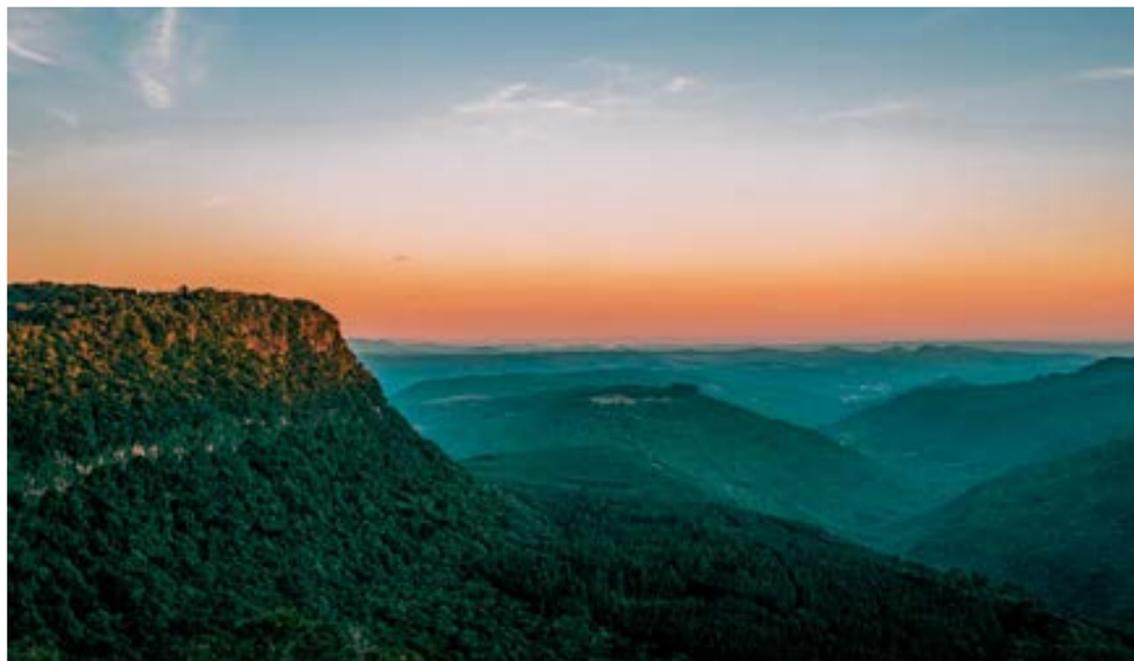
Uma vez no estabelecimento, o ambiente à beira d'água e a vista com um pôr do sol de tirar o fôlego complementam a atmosfera e enriquecem ainda mais o trabalho pioneiro de maturação e de aproveitamento integral de peixes realizado pelo chef.

Praias selvagens

Por último, mas não menos importante, vale citarmos a beleza das “praias selvagens”: dos Búzios, do Perigoso, do Meio e do Inferno, chamadas dessa forma porque não possuem quiosques nem qualquer outro tipo de sinalização. Muito procuradas por surfistas, essas praias apresentam um cenário paradisíaco em meio a uma cidade tão efervescente quanto o Rio de Janeiro. ■

Na página ao lado, Grand Hyatt Rio de Janeiro. Nesta página, a Lagoa de Marapendi

VISTA ENCANTADORA



Kempinski Laje de Pedra lança segunda fase de comercialização, que conta com as últimas residências voltadas para o deslumbrante Vale do Quilombo

A expectativa para a inauguração oficial do primeiro Kempinski da América do Sul, em Canela (RS), é grande. Na sua primeira etapa de comercialização, o empreendimento foi um sucesso. Agora, o primeiro Kempinski da América do Sul passa para a segunda etapa de vendas, com 67 residências disponíveis localizadas em uma das áreas mais privilegiadas do complexo do antigo hotel Laje de Pedra, que passa por retrofit completo.

De dimensões diversas, entre 53 e 144 metros quadrados, 35 das residências disponíveis nesta fase têm a vista mais linda e concorrida, para o Vale do Quilombo. Todas serão entregues aos futuros proprietários prontas para usufruir, com projeto de interiores assinado pela Anastassiadis Arquitetos, da arquiteta Patrícia Anastassiadis, referência em hotelaria de luxo nacional e internacional.

Já é um fato que a chegada do Kempinski Laje de Pedra insere a região dos Campos de Cima da Serra, onde Canela

está localizada, no mapa global do turismo de luxo. Uma residência no local não é apenas a garantia de dias tranquilos, com infraestrutura completa e de alto padrão, mas também um lugar de networking, com grandes nomes do empresariado brasileiro entre os proprietários das Kempinski Residences.

Quem adquire uma Kempinski Residence têm acesso a toda estrutura, ao serviço e à hospitalidade padrão cinco estrelas da Kempinski Hotels. A parte gastronômica contará com nove operações de bares e restaurantes de conceitos diversos; se o objetivo é bem-estar, um SPA com mais de mil metros quadrados está em construção, além de academia e piscinas; e, entre as opções de lazer, muita cultura, no teatro e no anfiteatro.

Uma residência, muitas vantagens

Os proprietários podem optar por comprar uma Kempinski Residence de forma integral ou de forma compartilhada, a partir de 12 semanas. O modelo totalmente customizado e inédito adequa-se perfeitamente à era da economia compartilhada em que vivemos. Outra vantagem que corrobora com

isso é o acesso ao THIRDHOME, clube exclusivo de intercâmbio de propriedades de luxo, que oferece experiências singulares em mais de 100 países.

Quem adquire uma Kempinski Residence também se torna parte da GHA Discovery, que oferece benefícios em mais de 40 bandeiras de hotéis pelo mundo, incluindo a própria Kempinski. Entre as vantagens, estão early check-in, late check-out, experiências exclusivas, dentre outras. ■

Saiba mais em www.lajedepedra.com.br

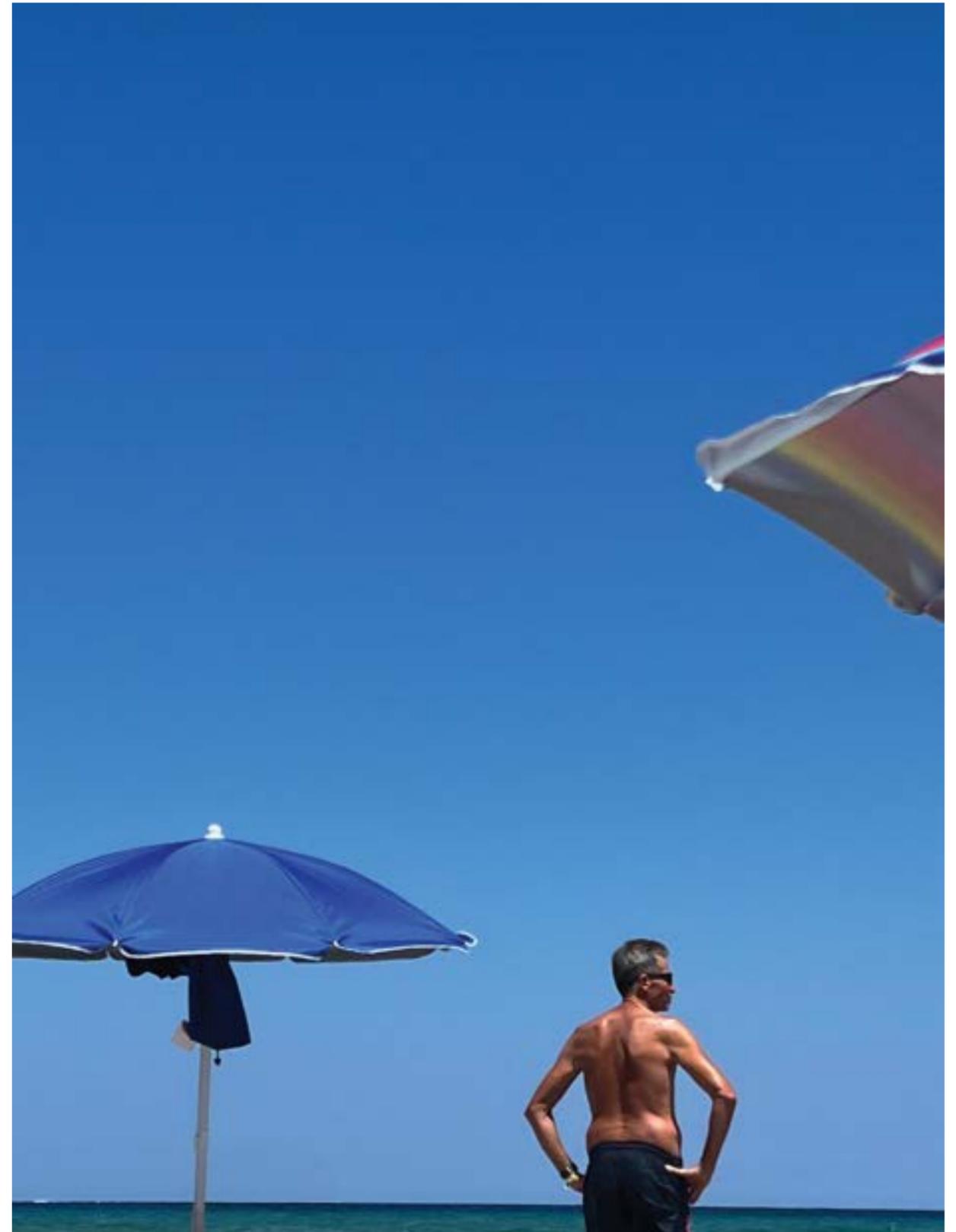
Na outra página, o deslumbrante Vale do Quilombo. Abaixo, uma das Kempinski Residences



DOLCE FAR NIENTE

por giulianna iodice | fotos: maria ferraz

A arte de não fazer nada. É assim que podemos explicar a expressão italiana “dolce far niente”, uma forma consciente de viver o momento sem pressa nem preocupações externas. Simplesmente o prazer do agora. Um estilo de vida que combina com Puglia, região no sul da Itália que, com suas praias, pessoas e sabores, convida a desacelerar. Nada pode ser mais doce do que isso. ■









ALÉM DO MAR

Conhecida por ser uma ilha caribenha paradisíaca, Curaçao surpreende quando se trata de atividades históricas, culturais e gastronômicas



Curaçao é o destino perfeito para aqueles que querem aproveitar praias paradisíacas e um verão quente e solar – e isso não é segredo para ninguém. Mas também há uma gama de atrações culturais surpreendentes, visto que a formação da ilha caribenha contou com a presença de diversas nacionalidades, culturas e idiomas ao longo da história, dando origem à pluralidade atual.

Localizado no Mar do Caribe, entre Aruba e Bonaire, o país possui quatro idiomas amplamente difundidos: papiamento (uma língua crioula),

holandês, inglês e espanhol. Essa curiosidade, por si só, já demonstra o impacto da mistura entre diferentes povos na vivência local. Além das diversas línguas, o território preservou construções, como casas e fortes, que hoje abrigam museus, destilarias e restaurantes. As heranças históricas também estão nos costumes, nas músicas e na gastronomia.

Um resumo breve, mas que evidencia toda a riqueza de Curaçao quando se trata de experiências turísticas. Para quem busca mergulhar no destino e aproveitar atrações além do mar, seguem algumas dicas.

Mosaico arquitetônico

É possível enxergar parte da história de Curaçao a partir de sua arquitetura. Um aprendizado que pode ser adquirido de forma simples, com uma caminhada pelas ruas da ilha. As casas clássicas da famosa Rua Handelskade, por exemplo, apresentam um colorido vibrante em suas fachadas, o que encanta muitos turistas pela beleza dos tons tropicais e dos detalhes únicos, como as janelas ornamentadas e os telhados inclinados. Mais do que uma escolha estética, esse estilo de construção tem relação com a influência colonial holandesa. Também vale destacar a vibrante arte de rua do destino, que pode ser apreciada nos bairros Scharloo, Punda, Otrobanda e Pietermaai, repletos de murais produzidos por talentos locais e internacionais. As ruas Willemstraat, Frederikstraat e Kaya Augusto Fraai merecem atenção.

Pura história

Como citado no início do texto, a ilha caribenha cultiva uma história extensa, que vai desde as pegadas dos povos originários até os dias atuais. Monumentos e construções preservadas são testemunhos do passado e merecem a visita dos viajantes interessados na cultura local. O Museu de Curaçao – o mais antigo da ilha – foi fundado em 1948 em um prédio de estilo colonial de 1853. Em seu acervo, há artefatos indígenas pré-colombianos, como mapas da América e da região caribenha, além de documentos que destacam as crenças, o estilo de vida e as antigas profissões praticadas pelos afro-curaçauenses após a abolição da escravidão. Nesse roteiro histórico, também vale visitar o Forte Amsterdã, o mais antigo de todos, construído em 1635, que hoje é o Patrimônio Mundial da Unesco e sede do Governo de Curaçao.

Sabor multicultural

Conhecer um destino a partir de sua gastronomia é sempre uma boa escolha. A ilha oferece aos seus visitantes uma fusão de sabores que surgiu a partir da multiculturalidade. A culinária local combina ingredientes frescos do mar, especiarias aromáticas e influências africanas, europeias e caribenhas. Para uma experiência completa, é fundamental experimentar pratos tradicionais, como o keshi yena, uma mistura deliciosa de queijos recheados com carne, e o funchi, semelhante a uma polenta cremosa. Peixes e frutos do mar são abundantes e superfrescos, fazendo dos ensopados com as iguarias uma ótima pedida.

Completar a refeição com doces típicos, como o bolo di kashupete, uma torta de caju famosa na região, encerra a degustação com chave de ouro. Tudo isso pode ser encontrado em restaurantes, bares, food trucks ou grandes mercados.

Quando o sol se põe

Como uma boa ilha, Curaçao conta com muitas oportunidades de relaxamento, mas isso não significa que o local seja desanimado – muito pelo contrário. O Carnaval de Curaçao já é conhecido e almejado por turistas em busca de folia, mas ao longo do ano também há uma vida noturna repleta de atrações, que vão desde bares descontraídos até festas animadas sob o luar. Algumas festividades proporcionam músicas, danças e bebidas típicas até o amanhecer.

Em ritmo caribenho

Impossível falar de animação sem pensar na música local, que ecoa em todos os cantos da ilha. Durante o Carnaval, o destino é tomado pela tumba, música de origem africana que é um dos principais pilares da festividade. Já o tambú, ritmo tocado frequentemente durante o fim do ano, tem influências africanas e é reconhecido por sua energia rápida e contagiante. Para aproveitar esse lado musical, há muitas apresentações de artistas locais em praças e espaços dedicados a shows. Ao longo do ano, alguns festivais e eventos musicais também recebem os turistas com agito, como o Curaçao North Sea Jazz Festival e o Tumba Festival. Uma bela maneira de celebrar a essência desse destino tão único. ■

Na página ao lado, a famosa Rua Handelskade. Abaixo, um registro da intensa vida noturna do destino



NOVOS PROTAGONISTAS

Em um passado nada distante, a dinâmica entre os ingredientes de uma casa ou restaurante era a seguinte: o grande protagonista era a proteína animal. Eram animais, em forma de carnes diversas, que definiam a qualidade de uma refeição. Acompanhamentos como arroz ou macarrão vinham logo atrás, para compor o prato com muito sabor. Para finalizar, quase como uma obrigação, estava a salada. Apenas lavada, servida no máximo com azeite, sal e pimenta, em uma tentativa de deixá-la menos insossa. Muitas vezes, era consumida apenas para que não estragasse – ou para que pudessem dizer: “Olha como meu prato está verde e saudável”. Bem longe do papel principal.

Nos anos recentes, isso tem mudado. Após o “boom” mundial de tendências gastronômicas como a Farm to Table – da fazenda para a mesa, em uma tradução direta –, alguns chefs começaram a perceber que estavam subestimando o potencial dos vegetais na cozinha. Eles definitivamente podem ser mais do que simples acompanhamentos. E é isso que diversos restaurantes ao redor do mundo têm mostrado aos comensais dispostos a experimentar.

Em São Paulo, dois restaurantes, ambos na Vila Madalena, fazem bem esse papel: Tau e Quincho. No primeiro deles, servem pratos que encantam, como um minissanduíche de shiitake, tarê de tâmaras, couve, tucupi preto, alho confitado e gengibre. O segundo, que troca seu menu com frequência, revelou recentemente uma couve-flor empanada, com molho picante e maionese vegana.

Nas duas casas, a mesma percepção: os vegetais conseguem carregar muito bem o protagonismo quando bem trabalhados. “O potencial criativo de uma cozinha vegetal é imenso e nos leva a buscar muitas texturas e pesquisar cada dia mais para encontrar sabores que se evidenciam e que, juntos, se fortalecem”, explica o chef Fábio Battistella. “Acreditamos, principalmente, que essa cozinha mereça um percurso criativo que não vise a comparações, substituições nem releituras de receitas com proteínas de origem animal.”

Para Battistella, é esse direcionamento que vai ajudar a quebrar o estigma de que a cozinha vegetal é feita apenas para pessoas veganas ou vegetarianas – um pensamento que Mari Sciotti compartilha. “As pessoas compreendem que podem continuar comendo carne, mas que não há prejuízo nenhum em diminuir o consumo ou fazê-lo de forma mais regrada e consciente. Hoje em dia, com propostas mais criativas e complexas, aproximando o comensal dos insumos, essa culinária não é exclusiva dos vegetarianos. Todo mundo a aprecia”, conclui a chef.

Longe de ser uma tendência passageira, essa cozinha evidencia tempos de glória para os vegetais – literalmente subestimados por tantos anos. ■

Eryngui, mousseline, glace de cogumelos e bok choy do Tau Cozinha

Foto: Rodolfo Regini



PORTAS ABERTAS PARA OS ORGÂNICOS

Para aqueles que se inspiraram e querem começar a aproveitar melhor os vegetais no cardápio do dia a dia, seguem algumas dicas de empresas que fazem uma boa seleção e entrega de produtos orgânicos em casa:

Raízs

Com o objetivo de incentivar a agricultura familiar e a produção artesanal brasileira, a Raízs tem contato com mais de 900 famílias produtoras. A partir de assinaturas semanais ou quinzenais, os clientes podem escolher a quantidade de orgânicos que querem receber.

Serviço: @raizsoficial
<https://www.raizs.com.br/>

Orgânicos in Box

A Orgânicos in Box se define como uma plataforma digital de delivery de produtos 100% orgânicos. É possível comprar cestas prontas com uma frequência estabelecida ou selecionar os ingredientes desejados para ocasiões específicas.

Serviço: @organicosinbox
<https://organicosinbox.com.br/>

Do Mato Pra Casa

Com muito respeito pela origem dos alimentos, a Do Mato Pra Casa também trabalha com cestas orgânicas por assinatura (para famílias, casais ou solteiros) e com a venda de produtos pontuais. ■

Serviço: @domatopracasa
<https://www.domatopracasa.com.br/>

Fotos: reprodução



SOMA DE FORÇAS

*No Tan Tan e no Kotori, de Thiago Bañares,
a coquetelaria e a comida andam lado a lado
— e são reconhecidas Brasil afora*

por giulianna iodice

Não foi tão cedo que Thiago Bañares, à frente do Tan Tan, Kotori e The Licquor Store, todos localizados em São Paulo, resolveu que trabalharia na cozinha — muito menos, àquela altura, empreenderia no setor de bares e restaurantes.

Após uma mudança para São Paulo, cidade em que chegou com o objetivo de trabalhar, nem pensou, por alguns anos, em fazer uma faculdade. Até que, com a ascensão dos programas de gastronomia, começou a pesquisar cursos de gastronomia “de alegre”, em suas próprias palavras, quando seu antigo empregador decidiu ajudá-lo a cursar algo. Já matriculado na FMU, percebeu: “Foi o primeiro momento da minha vida em que fiz algo com muito tesão, muita vontade e que me fazia muito bem”, conta Bañares.

O primeiro local em que trabalhou foi no Sophia Bistrô e, na sequência, no D.O.M., quando foi estagiário da Saiko Izawa. Em seu “currículo”, outras casas paulistanas, Biondi e o Arturito, da Paola Carosella. Depois, trabalhou junto ao Julio Raw para abrir o sempre lotado Z-Deli de Pinheiros, mas decidiu sair por um motivo maior: já tinha o Tan Tan desenhado em sua cabeça e precisava fazer algo seu.

“No começo, era uma casa de lámen. Não tinha quase nada no bairro. Muito rápido, bombou, e logo veio a necessidade de aumentar. Por um acaso, o imóvel do lado ficou livre, e te confesso que, até o momento de fazer a obra, eu não sabia o que fazer. Naquele momento, eu tinha 7 lugares no balcão da cozinha e 3 no de bar. Resolvi replicar isso, só que ao contrário, porque queria que quem fosse lá tivesse uma experiência de tudo: restaurante e bar.”

Se você acompanha minimamente a cena de bares que se destacam, sabe que a fórmula funcionou: atualmente, a casa está na 31ª posição do ranking mundial do The World’s 50 Best Bars — em relação a 2023, foi uma escalada de 25 posições. Tudo isso, somado a comidas excelentes que vão bem além dos noodles e do katsu sando de nove anos atrás.

“Eu sempre gostei de coquetelaria. Acho que a primeira coisa que me atraiu foi um clichê, o Vodka Martini do filme de James Bond. A partir daí, comeci a pesquisar na internet, ler sobre história e aprender. Se você entender que a coquetelaria começou a ter reconhecimento após a gastronomia, os cozinheiros, tem muita gente importante viva ainda. É muito interessante.”



Foto: Telli Frison



Fotos: Iaiti Frison



Na página ao lado, o drinque flip flop. Acima, o ambiente do Kotori

“Vamos falar de coquetelaria fazendo coquetelaria. Dessa forma, a gente irá educar o cliente e classificar por famílias de coquetéis. Assim, ele começa a sair da barra sabendo mais”, comenta Bañares, quando questionado sobre estrutura de suas cartas, principalmente, no que diz respeito ao Tan Tan. “Não adianta a gente fazer bar para o nicho, jornalistas, especialistas. A nossa narrativa é muito mais sobre pegar a mão do cliente e ensinar algumas coisas”, conclui.

O segundo conceito, Kotori, nasceu em 2021 como um projeto de yakitori, que são espetinhos japoneses, num lançamento em meio à pandemia. Hoje, o local amadureceu e tem um menu inspirado na culinária yōshoku, que representa uma fusão: pratos do ocidente reinterpretados com influências asiáticas, principalmente, japonesas. Além de estar no Bib Gourmand, do Michelin, também acaba de adentrar a lista 50 Best da América Latina, na posição 50. Os coquetéis, no estabelecimento, seguem no nível alto, como é de se imaginar. Depois, veio o The Liquor Store, um bar quase que “escondido” no mesmo imóvel do japonês Goya Zushi, que não tem conexão com nenhuma geografia específica.

Ainda sobra fôlego para mais negócios?
 “Eu penso sim em abrir outras coisas. Eu acho que já deu o que eu tenho de casa nipo influenciada na minha vida. A minha descendência, na verdade, é chinesa. Mas, por conta do Gateball, que jogo desde minha infância, acabei aprendendo muito sobre a cultura japonesa.” ■

UM ITALIANO NO BRASIL

Nello Cassese vive momento positivo em sua carreira e põe o clássico Cipriani, do Copacabana Palace, nos holofotes

por giulianna iodice



Quando Nello Cassese chegou ao Rio de Janeiro, especificamente no Ristorante Hotel Cipriani, em 2016, pouco a pouco, promoveu mudanças significativas, aproximando mais o local de uma culinária de vanguarda italiana.

Atualmente, assume a posição de diretor de culinária das propriedades da América do Sul da Belmond, sem nunca renunciar a sua posição como chef do restaurante que assumiu bem jovem, aos 30 anos, e vive momento especial: em 2024, assumiu a 77ª posição no ranking Latin America's 50 Best e se tornou, recentemente, o primeiro chef da América Latina a entrar na Dom Pérignon Society. Confira, na sequência, a conversa com Nello.

Versatille: Qual é a fase do seu trabalho no Cipriani?

Nello Cassese: Este ano, especificamente, conseguimos consolidar o trabalho e mostrar o que vem sendo feito ao longo dessa jornada. Estamos sendo reconhecidos. A ambientação é um tanto clássica, mas a culinária é contemporânea. Eu também gosto de trazer elementos da América Latina.

V: Qual foi a sua maior inspiração para o menu atual do Cipriani?

NC: Eu quis mostrar o que está acontecendo na Itália, atualmente, para o público brasileiro. A minha missão é transpor o que é a essência, saindo um pouco da culinária clássica. A inspiração do meu cardápio é o verão italiano, no norte, mas mais do sul. Tem uma parte do menu que passa por regiões entre Roma e a Sicília a partir dos ingredientes, porque, apesar de ser um país pequeno, temos muitas histórias e abundância. No menu, há diversos cítricos e peixes, como tomate e atum.

V: Você acaba de entrar para a Dom Pérignon Society. Como é a experiência harmonizada com o champanhe?

NC: É servido apenas na mesa do chef, e nós temos duas opções de harmonização. Foi muito importante entrar nessa sociedade, porque é algo que se iniciou na Itália, muitos anos atrás, com apenas chefs italianos e, depois, se espalhou pelo mundo inteiro. Foi muito legal, porque tive a oportunidade de ir à França e aprender

tipos diferentes de harmonização. Com Dom Pérignon, o caminho é outro: você experimenta o champanhe e, depois, elabora um prato que combine com ele. É um grande desafio, porque sai do óbvio. São muitas vantagens também em fazer parte, porque é uma rede de networking dos chefs e tem muito aprendizado envolvido.

V: O que mais motiva você a cozinhar e persistir em sua carreira?

NC: Todos os dias, eu busco sair da zona de conforto, eu me cobro demais. Na minha profissão, nós nunca podemos falar que chegamos em nosso máximo. É prato atrás de prato. Compartilhar as minhas experiências com a equipe é algo de que eu gosto muito. Eu estudo bastante, tenho uma coleção de livros de cozinha absurda. O que me move é correr atrás das tendências e das novidades e colocar na prática. Nunca ficar na zona de conforto. ■

Na página ao lado, o chef Nello Cassese. Nesta página, o famoso gelato e o risotto à cacciatora



Fotos: divulgação, Tomas Rangel



TERRITÓRIOS EM CÁPSULAS

A sommelière Laura Hernández traduz a biodiversidade da Colômbia em coquetéis com destilados próprios no La Sala de Laura, bar em Bogotá que está entre os 50 melhores do mundo

por luiza fecarotta

No La Sala de Laura, os coquetéis celebram a biodiversidade da Colômbia e buscam trazer consciência sobre a preservação da natureza

Foto: divulgação

O cardeal Guajira é um pássaro endêmico da árida península noroeste de La Guajira, na Colômbia, habitada por cactos subtropicais e matagais arbustivos. Com sua marcante plumagem vermelha, é interpretado como um símbolo de paixão, energia e vitalidade pelo povo Wayuu, uma comunidade indígena da região.

Ele foi inspiração para a sommelière e consultora de bebidas Laura Hernández, 39 - que acaba de ganhar o prêmio de melhor sommelier de 2024, segundo o Latin America's 50 Best -, montar um drinque à base de um destilado de cacto, cordial de berinjela assada e goma de beterraba, que compõe sua nova série de coquetéis, a Birdwatching [*observação de pássaros*], no La Sala de Laura, em Bogotá. Os preparos são servidos nesse bar inovador que ela dirige na Colômbia, e está entre os 50 melhores do mundo, segundo eleição da revista inglesa "Restaurant".

Sua intenção é conscientizar sobre a preservação e celebrar a biodiversidade da Colômbia. Todo o trabalho de Laura é norteado por essa filosofia, que pressupõe entender as bebidas numa perspectiva antropológica e social. Ela gosta de falar em "bioculturalidade", a biodiversidade entendida como a interligação da diversidade biológica e cultural dos povos indígenas e comunidades locais, que vai desde sementes e paisagens aos conhecimentos e valores espirituais, que são transmitidos de geração em geração.



Sommelière formada em relações internacionais, com especialização em responsabilidade social, ela enveredou para as bebidas nas imersões que fez pelos territórios como diretora da Funleo, uma fundação sem fins lucrativos que reúne cozinheiros de comunidades muitas vezes esquecidas, cataloga e preserva o máximo possível de ingredientes, receitas e técnicas tradicionais. Mestre em estudos de desenvolvimento, ela trabalha com sua mãe, Leonor Espinosa, que fundou a Funleo e é uma das chefs mais importantes da América Latina, do premiado restaurante Leo, num ambiente moderno sob o La Sala de Laura. Ambas estão atentas ao bem-estar social e econômico de comunidades vulneráveis e enxergam a gastronomia e a coquetelaria colombiana como tradução de ecossistemas e como ferramenta para a transformação social.

Confira a conversa, a seguir, na íntegra.

Versatille: Como as imersões nos territórios levaram você ao estudo das bebidas?

Laura Hernández: Quando comecei a trabalhar na fundação, pude fazer muitas imersões nos territórios, e percebi o grande repertório que as bebidas colombianas tinham. As comunidades, principalmente as étnicas, afrodescendentes e indígenas, sempre tinham um líquido ligado a uma religiosidade mágica e à compreensão da medicina tradicional, da medicina ancestral, na qual o álcool aparece como condutor das plantas. Comecei, com isso, a entender as bebidas numa perspectiva antropológica e social.

V: O que isso tem a ver com arte?

LH: Com essa percepção que eu tive das bebidas, fiquei como os curadores de arte. Comecei a destilar as bebidas e colocar os resultados em um lugar, dando-lhes contexto e conceituação. Comecei a me tornar uma curadora de bebidas e usar elementos que ninguém usava em coquetéis. Todas essas bebidas ancestrais do Pacífico são joias.

V: Como essa pesquisa interferiu nas harmonizações que você cria?

LH: Percebi que a harmonização com essas bebidas, que eu fazia com frutas, legumes e sementes, era muito mais coerente, fazia muito mais sentido [*no restaurante Leo, de sua mãe*]. Conversei sobre isso com uma amiga bióloga, das mais importantes da Colômbia, e ela me disse que a coevolução existe na biologia. Então, quando as espécies biológicas coevoluem, o que acontece é que elas começam a dialogar dentro do

ecossistema. Faz muito mais sentido que um peixe com umami da Amazônia seja muito mais apreciado com uma fruta e com uma bebida amazônica do que com um [*vinho*] Ribera del Duero.

V: Os vinhos ficam de fora?

LH: Não. Eu gosto de adicionar vinho nas harmonizações, porque adoro vinho, e acho que não necessariamente dá errado com a culinária latino-americana. O que acontece é que existem alguns diálogos entre as bebidas dos nossos ecossistemas, que são típicos da nossa biodiversidade, que não existem com vinhos de outras partes. Por isso coloquei muita ênfase na harmonização com bebidas locais. E, claro, porque faz sentido. É exatamente isso que a gente faz no Leo, valorizar a biodiversidade e a cultura locais. O restaurante tem uma filosofia de reivindicar o que é local, mas cheguei a esse trabalho com as bebidas, na verdade, por uma conclusão prática e não porque eu deveria fazer o mesmo. Lembro que um dia abri 20, 30 vinhos e não consegui conectar com o prato. Daí entendi que deveria fazer um trabalho similar com as bebidas. Foi uma conclusão, não um ponto de partida.

V: Como você começou a desenvolver os processos de destilação?

LH: Me interessei pelo mundo da engenharia química na destilação e comecei um projeto de pesquisa com a Faculdade de Engenharia Química da Universidade dos Andes para trabalhar em bebidas locais. Essa é um pouco da história de como surgiu o Território Ciclobioma em termos de destilados. E, claro, começamos a misturar todo aquele conhecimento que eu trouxe comigo sobre as bebidas ancestrais e os alimentos fermentados.

V: E o que é o Território Ciclobioma?

LH: A Colômbia é um dos países mais diversos do mundo, com cerca de 10% da biodiversidade do planeta. Globalmente, ocupa o primeiro lugar em espécies de pássaros e orquídeas e o segundo em plantas, borboletas, peixes de água doce e anfíbios. É também o segundo país latino-americano com maiores recursos hídricos graças às enormes reservas da Bacia Amazônica, entre outros rios importantes. Essa é a espinha dorsal de uma proposta líquida que evoca os biomas da Colômbia, chamada Ciclobioma, que se baseia em ingredientes botânicos fermentados, macerados e destilados que fazem parte da “bioculturalidade” do país, originados no processo de pesquisa, observação e experimentação durante mais de uma década.



Laura Hernández

V: Esse trabalho foi, de certa forma, estimulado pelo monopólio de destilados?

LH: Na Colômbia existe um monopólio desde os tempos coloniais. A destilação e a distribuição do álcool destilado estão nas mãos dos governos locais. Todas essas coisas que se vendem como bebida colombiana, o licor colombiano, o famoso rum Medellín, a aguardente Antioqueño, são destilados de qualidade muito, muito baixa. Isso significa que uma série de bebidas das províncias tem que ser clandestina, e muitos dos pequenos produtores têm seus produtos confiscados. Também por isso que o Território Ciclobioma é um ato de ruptura contra esse monopólio e contra as possibilidades de inovação numa indústria que mal vê a luz.

V: Nessa série dedicada aos territórios você usa algum produto industrializado?

LH: Quando eu e minha equipe começamos a entender um pouco mais desse universo de destilados, criamos algo: coquetéis colombianos feitos de bitters, vermutes e destilados próprios. Não utilizamos uma marca sequer. Só usamos coisas feitas por nós e usamos para isso um

alambique tradicional. É como um DJ que ainda mixa com vinil, mesmo existindo aparelhos de CD.

V: Vocês são uma referência para o mundo. Isso vira tendência?

LH: Acho que já é uma tendência os bares usarem destilados próprios, mas o referencial teórico que damos ao La Sala de Laura é diferente, porque não é de coquetéis clássicos. Quer dizer, minha equipe faz coquetéis clássicos, mas eu sou uma sommelière que trabalha questões sociais, que tem um ponto de vista antropológico, e o fato de eu não saber o que tem em uma margarita pode chocar muitas pessoas. Mas aqui adotamos uma abordagem diferente. Somos um bar experimental e buscamos ter uma voz que fale dos coquetéis colombianos. Queremos traçar o nosso próprio caminho e poder dar asas à criatividade, sem ter que pensar em preceitos já estabelecidos e que, por vezes, também podem ser um obstáculo, que limita a própria criatividade.

V: Como criar a partir de um território colombiano?

LH: Você já se perguntou como é o cheiro do deserto ou qual é a sensação do deserto no paladar? O deserto contém aquela névoa eterna, fresca e herbácea. Tem um vento forte e um aroma de chuva e de terra molhada. Através de pesquisas conjuntas realizadas pela Fundação Funleo e pelo Instituto de Pesquisa de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt, foi possível reconhecer o valor gastronômico de duas espécies endêmicas do deserto. Um deles foi um alecrim, que tem pouca ou nenhuma semelhança com os seus congêneres mediterrâneos e cujo sabor e aroma abrangem o caráter das altas montanhas andinas.

V: Daí que vem essa vontade de “encapsular os territórios”?

LH: Não só de encapsular esses territórios que nos rodeiam, como também de gerar consciência da importância do ecossistema. Essas áreas do deserto são

autênticas fábricas naturais de água. Os frailejones [*árvores de um gênero botânico que pertence à família Asteraceae*] cumprem função de reguladores do ciclo hídrico, pois armazenam e liberam água de forma regular, dando origem a lagoas, córregos e rios que abastecem cerca de 70% da água das principais cidades do país. Também usamos um destilado de hidromel, feito com mel de sete flores da floresta nublada, como dente-de-leão, camomila... São sete tipos de flores de um programa de reflorestamento feito para mitigar os efeitos negativos da pecuária nessa área. Tudo tem um significado.

V: E qual é o significado da série em cartaz, Birdwatching?

LH: A série Birdwatching [*observação de pássaros*] pretende conscientizar sobre a preservação e celebrar a biodiversidade da Colômbia, considerado o país mais famoso e valorizado para fazer a observação de aves no mundo. Na Floresta Amazônica colombiana, xamãs fazem rituais em que, adornados com penas, dançam e imitam os cantos e movimentos dos pássaros em busca de visões por meio das plantas sagradas. Os pássaros vão guiá-los com o seu conhecimento e a sua sabedoria para que eles possam cumprir o propósito de vida a eles designado dentro da sua comunidade.

V: Como você faz o paralelo com os coquetéis?

LH: Cada criação dessa série representa uma ave, cujo trabalho ecossistêmico é crucial para o equilíbrio natural. Ao eleger um coquetel, nós convidamos o cliente a se conectar com o ser alado e deixar que sua essência e sabedoria o preencham em cada gole. Cada coquetel tem um descanso de copo com informação sobre os ingredientes e um QR code onde é possível escutar o canto da ave e acessar mais informações sobre o ecossistema que ela habita e as suas características. A arte foi feita pela minha mãe, com quem trabalho mão a mão em alguns processos criativos. As pessoas que provaram essa série sentem curiosidade por conhecer o mundo das aves e como elas são personificadas por meio de ingredientes únicos, típicos da “bioculturalidade” colombiana.

V: Os coquetéis que você faz têm alguma característica em comum?

LH: Outra filosofia nossa é usar basicamente zero açúcar. O açúcar é o nosso principal inimigo, e trabalhar a partir dessa premissa também nos permite garantir que o que fazemos as pessoas colocarem na boca será o produto, a infusão ou a maceração. Aqui, os doces que você vê

são gerados com mel, com frutas. Tem um coquetel em que usamos gulupa, um parente do maracujá de alta montanha, tropical, muito mais floral, não tão ácido. Na boca, a gente sente as notas florais.

V: Como realçar a etnicidade dos coquetéis?

LH: Esses coquetéis têm elementos que são usados em rituais, para limpar a alma, para se conectar consigo mesmo. Acima de tudo, a gente quer trazer essa dimensão cultural e étnica das bebidas. Usamos, por exemplo, o mambe [*feito de folha de coca*], que é outro conector espiritual e muito territorial. Os homens o consomem principalmente à noite, quando a comunidade se junta para falar sobre problemas que a preocupam, sobre questões políticas. Tem um caráter sagrado também. Para as comunidades indígenas onde a montanha toca a planície, a coca é sagrada e faz parte de sua cultura. Para representar esse ecossistema, usamos a coca e o nibs de cacau, porque a Colômbia tem um dos melhores aromas de cacau do mundo. Utilizamos ainda uma verbena, que cresce próximo ao Vale Andino de Bogotá, uma pequena flor branca, com nota mentolada, que era usada como remédio, principalmente em mulheres, para curar dores menstruais. É o paracetamol rural. E nós fazemos uma imersão dela em álcoois-base. Isso resulta em um destilado bastante macio na boca, bastante úmido, floral.

V: Como é sua experiência na fundação?

LH: A Funleo é uma fundação sem fins lucrativos, que minha mãe criou em 2007, como forma de retribuir e mostrar essa tradição que ela conheceu nessas imersões geográficas. É uma fundação que reúne cozinheiros de comunidades muitas vezes esquecidas para catalogar e preservar o máximo possível de ingredientes, receitas e técnicas tradicionais. Quando eu voltei do exterior para a Colômbia, fiquei fascinada pelo projeto. E então comecei a fazer uma especialização em responsabilidade social corporativa e me integrei ao projeto. Passei a aplicar tudo o que eu aprendi na base.

V: A gastronomia é uma ferramenta para a transformação social?

LH: Hoje, trabalhamos exatamente com essa ideia. Por meio da gastronomia, podemos influenciar o bem-estar das comunidades para que gerem o próprio desenvolvimento, para que sejam participantes do próprio desenvolvimento por meio da cultura, da biodiversidade, da diversificação da alimentação, da geração de valor agregado aos seus produtos, para que possam ser comercializados. ■



E FERVESCÊNCIA NATIVA

Vermutes, sidras e vinhos produzidos com frutas nativas ganham espaço no mercado brasileiro com a Companhia dos Fermentados

por marcella fonseca

Caju, acerola, jabuticaba, cacau, uvaia e cambuci. Frutas regionais que estão no imaginário da população brasileira, mas nem todos tiveram a oportunidade – ou a curiosidade – de provar. Nas “mãos” de Fernando Goldenstein Carvalhaes e Leonardo Alves de Andrade, fundadores da Companhia dos Fermentados, foram transformadas em vermuteis, sidras, kombuchas e “borbulhantes”. Unidos por um hobby em comum, a dupla de pesquisadores começou a usar a técnica de fermentação de tais frutas em casa, para consumo próprio, até que os amigos se interessaram e, quando viram, o passatempo virou ofício.

“Começamos a produzir kombucha em uma época que o produto não existia no Brasil. Foi uma quebra de paradigma. O Leonardo fundou a Associação Brasileira do Produtor de Kombucha e foi até Brasília, ao Ministério

de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), para ajudar a escrever a legislação brasileira”, conta Fernando. A dupla, que estava no Peru para uma pesquisa de campo durante a entrevista à *Versatille*, compartilhou que essa foi a primeira vitória da Companhia e que, desde então, os dois ajudam outras empresas a crescer com fermentados de qualidade por meio da Escola Fermentare, da assessoria para a indústria e de seus livros, que foram publicados ao longo dos anos. “A gente pesquisa, documenta, protocola e transforma em um conteúdo que todos possam acessar. As receitas estão abertas, somos uma indústria sem segredos. Queremos que as pessoas façam”, afirma Leonardo.

Quando pensamos em fermentação, o kefir, o levain, o chucrute e até o kimchi são corriqueiros, mas essa técnica é universal e pode ser usada também em frutas. Fernando explica que a exploração regional não é uma novidade, mas sim um resgate das tradições ancestrais latino-americanas. “Os indígenas tremembé, que ficam no litoral oeste do Ceará, faziam o mocororó, um fermentado alcoólico a partir do caju. Não temos a pretensão de fazer tal bebida, mas sim nossa versão de borbulhante [termo cunhado pela dupla para posicionar o produto no mercado], que é inspirada na deles. Temos a missão de regionalizar a fermentação ao mesmo tempo que tentamos manter viva a cultura dos povos originários.”

Além da questão cultural, há a ideia de um aproveitamento total dos insumos: fazer fermentação é uma forma de conservar alimentos que seriam desperdiçados. Fernando explica que existe um desperdício enorme de caju, pois uma grande parte da indústria que produz o pseudofruto vende apenas a castanha, e o resto é descartado. Então, pegar a parte que seria perdida para transformá-la em um borbulhante agrega valor ao ingrediente.

“A partir do momento que a gente apresenta as bebidas alcólicas com frutas brasileiras, provocamos a indústria local também. Trabalhamos para que o produtor não tenha que cortar os pés de caju ou jabuticaba para plantar uma commodity e conseguir sobreviver. As frutas nativas crescem muito mais fácil no solo brasileiro, sem o uso excessivo de agrotóxico de que os produtos estrangeiros necessitam”, afirma Leonardo.

A dupla quer levar cada vez mais opções de bebidas com sabores nativos para o dia a dia das pessoas. Em São Paulo, o Borbú Bar, dentro do restaurante Banana Verde, oferece uma cartela de drinks feitos com os produtos da Companhia dos Fermentados. A parceria com Priscilla Herrera é de longa data, já que a chef foi uma das primeiras

a investigarem o que Fernando e Leonardo estavam trazendo para o mercado. O plano de levar cada vez mais os alcoólicos para os bares da cidade já está em andamento, e outras casas em São Paulo e no Rio de Janeiro também vão receber os produtos da Companhia. “A gente tem planos para dominar o mundo [risos]. Almejamos que o borbulhante de frutas brasileiras esteja no almoço de domingo ao lado do espumante francês”, conclui Leonardo. ■

Na página ao lado, o vermute de caju e o borbulhante de cacau. Abaixo, Fernando e Leonardo





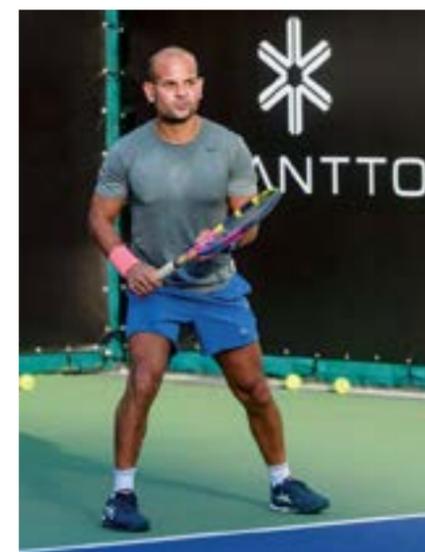
COPA NO COPA

Entre os dias 11 e 13 de outubro de 2024, o Copacabana Palace, A Belmond Hotel, recebeu a quinta edição do Copa no Copa, o torneio de tênis da *Versatile* em parceria com o hotel mais charmoso do Brasil. Além da localização privilegiada, os convidados do evento tiveram a oportunidade de vivenciar experiências únicas dentro e fora da quadra.

Durante o dia, o destaque da agenda foi a clínica de tênis com a equipe do tenista profissional Bruno Soares. Nas duas noites, celebrações distintas marcaram o evento: o coquetel de abertura da quinta edição, que também comemorou os 24 anos da Versatile, com a presença da capa Daniela Filomeno e muitos brindes com Moët e Chandon; e, na noite seguinte, o jantar no panasiático MEE, que teve menu harmonizado com portfólio de vinhos da Moët Hennessy. No último dia, uma premiação inesquecível.

Depois de dias intensos, o Copa no Copa já se prepara para o próximo ano de sucesso. Quem está pronto para usufruir o melhor do tênis e lifestyle no primeiro semestre de 2025?

A 5ª edição do Copa no Copa contou com patrocínio de Moët & Chandon, Slyce Apparel, Goya Travel, Avanto e Perrier. ■





Fotos: Fabio Cordeiro

CORAÇÃO LONDRINO

Com 93 anos de funcionamento, o hotel The Dorchester, em Londres, foi palco de diversos acontecimentos históricos

por beatriz calais

Hospedar-se no The Dorchester, localizado em Mayfair, sofisticado bairro de Londres, é um sonho para aqueles que gostam de uma boa história. Cada parede, carpete e quadro da propriedade é capaz de esconder algum acontecimento memorável por trás de seus detalhes. O mármore rosa no banheiro da suíte Harlequin, por exemplo, foi instalado por conta de Elizabeth Taylor, que residia nesse quarto e tinha preferência pela cor rosa.

De repente, um banheiro tem o poder de imergir os hóspedes numa curiosidade de saber momentos vividos no hotel em décadas passadas. Para essas pessoas, a propriedade oferece passeios guiados com Christopher Astbury, gerente dos arquivos da casa, que revela segredos e fotografias históricas. Mas, para quem está curioso a distância, antes mesmo de voar para Londres e realizar o check-in, a reportagem traz boas histórias.

Terreno histórico

O The Dorchester foi inaugurado em 1931 – o que faz dele uma hospedagem com 93 anos de idade –, mas o local em que foi construído já era histórico antes mesmo de se cogitar a criação de um hotel. No século 11, o terreno era parte da Mansão de Hyde, propriedade do rei William I. Uma terra que ele posteriormente deu

de presente a Geoffrey de Mandeville, patrulheiro da Torre de Londres, que a entregou para a Abadia de Westminster.

Aos cuidados de um dos edifícios religiosos mais notáveis do Reino Unido, o terreno se tornou uma terra religiosa. Séculos depois, em 1792, Joseph Damer, conde de Dorchester, comprou a casa que foi construída no local, fazendo com que ficasse conhecida como “Dorchester House”. O nome se manteve popular e imune à passagem do tempo – e é por isso que continuou sendo utilizado quando o hotel foi construído. Naquela época, o hotel que conhecemos hoje ainda estava longe de nascer.

Em meados de 1840, o terreno passou para as mãos do capitão Robert Staynor Holford, que construiu ali uma casa inspirada nos “palazzos italianos”, a fim de rivalizar com a Villa Farnesina, em Roma. A propriedade privada chegou a ser alugada pelo embaixador americano Whitelaw Reid, que em 4 de julho de 1907 convidou 4 mil pessoas para suas celebrações pomposas e exibidas.

Já em 1910, o local abrigou a Embaixada Americana – que foi eventualmente convertida em hospital durante a Primeira Guerra Mundial. Nada disso fez com que o popular nome “Dorchester House” se apagasse. Sendo assim, em 1929, sir Robert McAlpine, prometendo criar um hotel de luxo que seria “classificado como o melhor

Foto: divulgação





da Europa”, comprou o local do Gordon Hotels, por 500 mil libras. A ideia era construir uma hospedagem supermoderna, com telefones em todos os cômodos, concreto reforçado e paredes à prova de som. Sob essa premissa, o The Dorchester saiu do papel e iniciou um longo e movimentado capítulo próprio.

De portas abertas para o mundo

Seja pelo discurso impactante de sir Robert McAlpine na inauguração do hotel, seja por mérito dos corredores e das suítes luxuosas, o The Dorchester logo começou a receber intelectuais, políticos e celebridades de peso, como o poeta Cecil Day-Lewis e o pintor sir Alfred Munnings.

Durante a Segunda Guerra, pela fama de ser um prédio seguro feito de concreto reforçado, o local também passou a hospedar militares e membros

do governo que se abrigavam em espaços convertidos em bunker. Em 1944, o general Dwight D. Eisenhower – que depois se tornou presidente dos Estados Unidos – estabeleceu o seu quartel-general no hotel enquanto planejava a invasão da Normandia. Hoje, há uma suíte batizada em homenagem ao comandante, localizada no primeiro andar.

No pós-guerra, chegou a vez da nata hollywoodiana tomar conta do local. Elizabeth Taylor, Barbra Streisand e Alfred Hitchcock eram nomes frequentes por lá. Também foi nessa época que a princesa Elizabeth de York – futura rainha Elizabeth II – deixou o seu marco na propriedade: ela compareceu a um jantar no hotel um dia antes de seu noivado ser anunciado, em 10 de julho de 1947. Um tempo depois, o príncipe Philip celebrou sua despedida de solteiro nas dependências do The Dorchester.

Outra personalidade icônica que tem uma forte ligação com o hotel é o famoso agente 007 – sim, o personagem James Bond. Nos anos 1940, seu criador, Ian Fleming, na época funcionário da Inteligência da Marinha Britânica, era uma presença frequente no hotel, onde jogava bridge com os amigos. Anos depois, a Bond Street, uma rua da vizinhança, inspirou o nome do personagem.

Em homenagem a essa conexão, a propriedade criou o clássico Vesper Bar, no andar térreo, que leva esse nome em referência a Fleming, visto que o escritor foi o responsável pela invenção do drinque Vesper Martini, favorito de James Bond. Em 2023, o espaço foi reformado e ganhou móveis de veludo verde e azul e um terraço com vista para o Hyde Park. Glamouroso, mas sem perder a essência que remete ao universo de 007.

Com uma história extensa e intrigante, o local pode ser apreciado como um verdadeiro passeio histórico, mas vale ressaltar que não vive apenas de memórias. O cuidado com os detalhes, a hospitalidade e o conforto

das acomodações, além da localização privilegiada, são alguns dos pilares que mantêm a relevância do The Dorchester ao longo de tantas décadas. Uma propriedade pulsante, pronta para novas histórias, por muitos e muitos anos. ■



Fotos: arquivo histórico; divulgação

Nessa página, desenhos históricos do hotel. Na página ao lado, a suíte Prestige e o Vesper Bar

TITÃ DO JAZZ

No dia 3 de novembro de 2024, a indústria musical lamentou a morte do produtor, compositor, empresário e arranjador Quincy Jones. Aos 91 anos, o americano se despediu de suas inúmeras carreiras deixando uma contribuição inestimável para a cultura musical global. Ao longo de sua trajetória, Jones cultivou uma legião de fãs e, para homenageá-lo, nada melhor que uma retrospectiva.

Sua carreira abrangeu mais de seis décadas, período no qual trabalhou com artistas como Frank Sinatra, Aretha Franklin e Michael Jackson. Ao lado do rei do pop, produziu alguns dos maiores sucessos do cantor, como *Billie Jean* e *Thriller*. Também foi o responsável pela icônica canção *We Are the World*, que reuniu diversos músicos com o objetivo de arrecadar fundos para o combate à fome e às doenças no continente africano. No universo televisivo, produziu a famosa sitcom estrelada por Will Smith, *Um Maluco no Pedaco*.

Nascido em Chicago, nos Estados Unidos, em 14 de março de 1933, Jones descobriu a música bem cedo, ainda na escola primária, e logo aprendeu a tocar trompete. Na adolescência, ao lado de um amigo, começou a se apresentar em casamentos e clubes de jazz. O sucesso não surgiu da noite para o dia, mas esse foi o início da história de um dos mais influentes e respeitados produtores musicais da história.

Pioneiro em diversas áreas, ele foi o primeiro executivo negro a ocupar o cargo de vice-presidente em uma grande gravadora, a Mercury Records. Ao longo de sua vida, recebeu 27 prêmios Grammy e várias indicações ao Oscar. Colecionador de conquistas, não é exagero dizer que o americano se immortalizou como um verdadeiro titã do jazz e da música pop. ■

Quincy Jones no estúdio, em 1963



Foto: Getty Images

N

« UM SABOR
REALMENTE
INESQUECÍVEL »

EXPERIÊNCIAS SURPREENDENTES PLURALIDADE DE CAFÉS QUALIDADE SUPERIOR EXTRAÇÃO PERFEITA

NESPRESSO



* Celebrando 100 anos de Meisterstück com um curta-metragem de Wes Anderson.

MONTBLANC

Celebrating 100 Years of Meisterstück
with a short film by Wes Anderson.*

www.montblanc.com.br