LUXO SEM COMPROMISSO

Robb Report Brasil





LUXO VERDE

COMO AS MARCAS TRABALHAM PARA PROVAR QUE UM NOVO MUNDO É POSSÍVEL

ENTREVISTA **OSKAR METSAVAHT** "O MILÊNIO COMEÇA AGORA"

EDIÇÃO 14
R$22

TIGGO 3X

TURBO PRO

9 VELOCIDADES

A NOVA MARAVILHA DO MUNDO.

RETROVISORES **REBATÍVEIS**

CONJUNTO ÓPTICO **FULL LED**



ASSISTENTE DE DESCIDA
E DE PARTIDA EM RAMPA



COMANDO DE
CLIMATIZAÇÃO
À DISTÂNCIA



PAINEL DE INSTRUMENTOS
DIGITAL HD COLORIDO DE 7”

FALE COM A GENTE
0800 772 4379
WWW.CAOACHERY.COM.BR

PRODUZIDO NO BRASIL

5 ANOS GARANTIA
CONSULTE CONDIÇÕES

JÁ NAS LOJAS.

MOTOR *TURBO FLEX* DE ÚLTIMA GERAÇÃO

TRANSMISSÃO AUTOMÁTICA
CVT DE 9 VELOCIDADES

TORQUE SUPER POTENTE

MUITO MAIS FORÇA
NAS ULTRAPASSAGENS E SUBIDAS DE RAMPA

FREIOS A DISCO NAS 4 RODAS
COM ABS, EBD E BAS (ASSISTENTE
DE FRENAGEM ABRUPTA)

No trânsito, sua responsabilidade salva vidas.



MULTIMÍDIA 9”
COM ANDROID AUTO
E APPLE CARPLAY



DIREÇÃO ELÉTRICA
VOLANTE MULTIFUNCIONAL
PILOTO AUTOMÁTICO

VENHA CONHECER E FAZER UM

TECHNO DRIVE

CAOA CHERY
QUALIDADE, TECNOLOGIA E DESIGN

FASANO CIDADE JARDIM.
UM EDIFÍCIO É BOM QUANDO A FAMÍLIA INTEIRA AMA.



Fasano Club

APARTAMENTOS DE 2 A 5 SUÍTES, DE 200 A 700 M².

SHOWROOM: ACESSE PELO PISO TÉRREO DO SHOPPING CIDADE JARDIM.

VENDAS: (11) 3702-2121 | (11) 97202-3702 **FASANOCIDADEJARDIM**.COM.BR

CONHEÇA OS DETALHES E AS OPÇÕES DE PLANTA, BAIXE O APP: JHSF REAL ESTATE SALES.

Incorporação registrada na matrícula nº 242.419 do 18º Registro de Imóveis da Capital em R.04 de 16/08/2019. Em conformidade com a legislação vigente, as fotos, as perspectivas e as plantas deste material são meramente ilustrativas e podem sofrer alterações sem aviso prévio. Conceito, Gestão e Comercialização Imobiliária Ltda. CRECI: 029841-J.

O Fasano Cidade Jardim tem tudo o que a sua família concorda que é fundamental: liberdade para cada um fazer o que mais gosta. Reúne residência, club e hotel, conectados ao Shopping Cidade Jardim. Com opções de plantas personalizadas, arquitetura Triptyque e decoração por Carolina Proto do Estudio Obra Prima. Tudo para todos concordarem com todos.





CLUB + HOTEL + RESIDENCES

FASANO

CIDADE JARDIM

UM
EMPREENDIMENTO
COMPLETO
E EXCLUSIVO
PARA SUA FAMÍLIA.

JHSF




Para todo mal,
imagine a cura.
Para você imaginar sempre o melhor, a EMS realiza pesquisas inovadoras, investe em tecnologia e desenvolve novos medicamentos que cuidam da sua saúde.
EMS
Sua saúde merece

SEUS SONHOS NÃO TÊM LIMITE. POR QUE O SEU CARTÃO TERIA?

Vai montar um novo apê? American Express® está com você.
Por isso, o Cartão Amex não tem limite preestabelecido de despesas.
Já pediu seu Amex? amex.com.br



SIGA AMEX NO INSTAGRAM PARA NOVIDADES E OFERTAS.



Aplicam-se Termos e Condições. Benefício elegível para os Cartões Green, Gold e The Platinum®. Para mais informações a respeito das políticas de limite dos Cartões, entre em contato com o seu banco emissor.
American Express é uma marca registrada da American Express.



REALIZAÇÃO

BUENO NETTO

Benx incorporadora

RELATED BRASIL

INTERMEDIAÇÃO

BEM imobiliária

R.BROKERS

ABYARA

FERNANDEZ MERA

Projeto de construção do empreendimento conforme Alvará de Aprovação de Edificação Nova nº 2018.27407-00, expedido pela Municipalidade de São Paulo em 3/12/2018, aprovado e registrado no Memorial de 27/8/2020, aprovado na Prefeitura Municipal o projeto modificativo de construção do empreendimento, conforme Projeto Modificativo de Alvará de Aprovação e Execução de Edificação Nova nº 2018.27407-4, ao SIMPLIFICA 477 de 18/5/2020 e tarjeta de licenças da Companhia de Concessões em meio de instrumento particular que integra o Memorial de incorporação acima referido. O empreendimento no 15º Cartório de Registro de Imóveis da Comarca de São Paulo – SP. O empreendimento acabado será comercializado após o registro da Memorial de incorporação no referido cartório de registro de imóveis e incorporadora providencia o registro de incorporação imobiliária no 15º Cartório de Registro de Imóveis da Comarca de São Paulo – SP. O empreendimento somente será comercializado após numerativo e poderão sofrer alterações, porque quanto a forma, cor, textura, posição e tamanho. As unidades autônomas e áreas comuns do empreendimento serão entregues conforme as empreendimento, intermediação BEM – Bem Imobiliária/Benx incorporadora Av. Dr. Cardoso de Melo, 1.450 – 9º andar – Vila Olímpia – CEP 04548-004 – São Paulo-SP. Creci: 22.167-J. F. 80301 ABYARA – Central de atendimento da ABYARA BROKERS intermediação imobiliária Av. Brigadeiro, 2.333 – Indianópolis – CEP 04028-002 – Tel.: 3888-8200 – São Paulo – diariamente até as 21 horas, inclusive sábados.

JAMAIS OUSOU SONHAR, NÓS OUSAMOS REALIZAR.

NEW

PARQUE GLOBAL

O MUNDO SE ENCONTRA AQUI.



Perspectiva ilustrada do complexo

ARTE, DESIGN, PAISAGISMO, VINHO, INOVAÇÃO E INCRÍVEIS DECORADOS.

preventivos para o enfrentamento da Covid-19.

RESIDÊNCIAS INTERNACIONAIS

142 A 330 M²

UNIDADES DUPLEX DE ATÉ 552 M²

WWW.PARQUEGLOBAL.COM.BR

11 5199 1919

Marginal do Rio Pinheiros, 14.500

Eixo Marginal Pinheiros Sul

Entre o Shopping Cidade Jardim e Parque Burle Marx

Av. Incorporação: no 15º Ofício de Registro de Imóveis de São Paulo, conforme R.03/M.220.859 de 23/10/2012, transportado conforme o Av.21/M.220.471 de 27/1/2014, retificado pelo o Av.7/M.220.471 do município de São Paulo em 09/8/2020 e promove o registro da retificação e revalidação do Memorial de Incorporação no 15º Oficial de Registro de Imóveis de São Paulo, incidente sob Shopping Center, será objeto de aprovação de projeto legal perante a Prefeitura Municipal de São Paulo. Após aprovação, a incorporadora providenciará o registro da incorporação imobiliária nos termos da Lei nº 4.591/64. O empreendimento Comercial de Prestação Saúde e Educação será objeto de aprovação de projeto legal perante a Prefeitura Municipal de São Paulo. Após aprovação o registro do Memorial de Incorporação no referido cartório de registro de imóveis nos termos da Lei nº 4.591/64. Todas as imagens e perspectivas contidas neste material são meramente Projeto Legal, Memorial de Incorporação e Memorial Descritivo do empreendimento, que prevalecerão em caso de conflito com qualquer outro material ou informação relativa - Personalize Meta Negócios Imobiliários Av. Brigadeiro Luiz Antônio, 4.919 — Jardim Paulista - CEP 01402-002 - São Paulo-SP - Creci: 22.561-J - Tel.: (11) 3956-1000 - www.brena.com.br/ Incorpora e Vendas Creci 22.943-J. R Brukers / DN Negocios Imobiliarios Creci: 256671-J - Rua Cunha Gago, 700 - conj. 31 — CEP 05421-001 - São Paulo-SP - Tel.: 11947-1100 - www.gruposbrukers.com.br

A ARTE INSPIRADA NA NATUREZA



ESCULTURA ABSTRATA
PÓ DE MÁRMORE
150H x 83L x 72P cm

BIA DORIA

Rua Brás Melilo, 91
São Paulo- SP
55 11 3842-7994

www.biadoria.com.br
@artebiadoria
ateliebiadoria



Robb Report

REPORTAGENS

68 **CAPA**

As marcas estão redefinindo o luxo pelos critérios sustentáveis e trabalham para se inserir em um novo mundo

80 **ESCÓCIA É O LUGAR**

Os castelos nos arredores de Gasglow, que se prepara para receber o evento que vai decidir o futuro do planeta

86 **CARROS ELÉTRICOS**

Eles já estão aquecidos para fazer uma nova revolução

92 **ENTREVISTA**

Uma das vozes do novo luxo sustentável, Oskar Metsavaht conta os bastidores de sua história na moda e analisa o momento do mundo: "O século 21 começa de fato agora"

108 **MODA UPCYCLING**

A volta do estilista André Lima e sua coleção em sintonia com os novos tempos

134 **COISA DE REI**

O hotel construído dentro do Palácio de Versalhes é a melhor novidade para a volta do turismo em Paris

138 **O FASANO NY**

O novo hotel do grupo fica no coração do East Side e será exclusivo para membros



Mirante do Madadá: suítes-sementes na Amazônia: projeto sustentável pág. 68

MARCELO MARINO

CASTELO SAINT ANDREWS

O ÚNICO RELAIS & CHÂTEAUX DE MONTANHA DO BRASIL ▪ NA ENCANTADORA GRAMADO-RS



Exclusividade e sofisticação reunidos em um empreendimento com arquitetura inspirada nos "castelos europeus". Localizado na magnífica Serra Gaúcha, o Castelo Saint Andrews conta com 19 suítes e a Mountain House, residência especialmente projetada para você desfrutar as férias em Gramado e região, com toda comodidade e os serviços exclusivos do Castelo. (vide site)



Suíte Rubi



Restaurante Primrose



Mirante Vale do Quilombo



Mountain House - Sua casa de férias em Gramado

Maravilhosa Vista para o Vale do Quilombo ▪ Jardins Encantadores ▪ Suítes com serviço exclusivo de Mordomo/Chofer ▪ Restaurante Primrose
Adega Gourmet com Excelente Carta de Vinhos ▪ Boulangerie ▪ Cigar Lounge ▪ Academia ▪ Piscina Aquecida ▪ Sauna ▪ Spa

Acesse nosso site no link "Experiências", e conheça nossas programações gastronômicas até dezembro/2021. No **Weekend Experience**, jantares temáticos aos sábados, harmonizados com os melhores vinhos do mundo. Nas programações de 2 a 7 noites incluimos: Traslado privativo, Welcome Drink, hospedagem em Suíte com Serviços de Mordomos, Café da Manhã Menu Degustação, Jantar Surpresa do Chef, Noite de Pizzas*, Chá da Tarde*, Terapia*, Piquenique*, visita a Vinícola Jolimont* e ao Geo Museo. Confira nossas programações especiais de **Natal** e **Réveillon.**

(*) Incluso apenas na programação de 7 noites

Nossa hospitalidade e comodidade de sempre com todos os protocolos oficiais para sua saúde e segurança.

RESERVAS E INFORMAÇÕES: **saintandrews.com.br**
(54) 3295-7700 / (54) 99957-4220 / 98111-1718
OU NO SEU AGENTE DE VIAGENS

saint andrews
CASTLE • MOUNTAIN

Robb Report

SEÇÕES

20 **CARTA DA EDITORA**

50 **ARQUIVO PESSOAL**

Helena Bordon, uma das mais bem-sucedidas influencers brasileiras, abre a casa, o closet e, no início da gravidez, conta da sua marca de Skincare

58 **PORTFÓLIO**

O trabalho de Rogério Assis, um dos mais importantes fotógrafos documentaristas brasileiros e sua história com a tribo indígena mais isolada da Floresta Amazônica

24 **OBJETO DIRETO**

Achados e lançamentos pinçados pelo time RR. O sneaker ítalo-brasileiro e a bolsa melancia que rouba a cena aonde vai

28 **ROBB EM CASA**

Sugestões de nossos editores para incrementar o lugar mais importante dos últimos tempos: a casa. Soluções e invenções tecnológicas como o robô aspirador e uma lareira que é puro design

54 **GÊNIOS EM AÇÃO**

As mil e uma invenções e criações de Guto Requena, o arquiteto que vem transformando a cena da arquitetura em São Paulo

56 **GASTRONOMIA**

Na coluna Robb à mesa, o pão que transforma qualquer refeição em uma Santa Ceia

46 **MUSEU PRIVÉ**

Demorou, mas São Paulo recebe de volta o Museu da Língua Portuguesa

144 **FIRST CLASS**

Na executiva da Turkish Airlines um chef particular serve os passageiros no melhor estilo turco

146 **LINHA DO TEMPO**

O clássico Aviator da Rayban. De óculos dos pilotos a sucesso no cinema

Árvore morta no lago da hidrelétrica de Balbina: a Amazônia que resiste, pelas lentes de Rogério Assis
pág. 58

REMOVEDOR
DE ESMALTES

Sem acetona
Remove sem ressecar as unhas
Produto vegano não testado em animais



Única linha completa de cuidados para mãos, unhas, pés e pernas desenvolvida para proteger, recuperar, fortalecer e hidratar as áreas do corpo da mulher.

Acesse o QR Code e saiba mais - www.granado.com.br

GRANADO
— PHARMÁCIAS —
PINK

CJ
CASA
JARDIM

NÃO EXISTE DIA RUIM PARA QUEM ABRE UM VINHO NO SEU *rooftop*



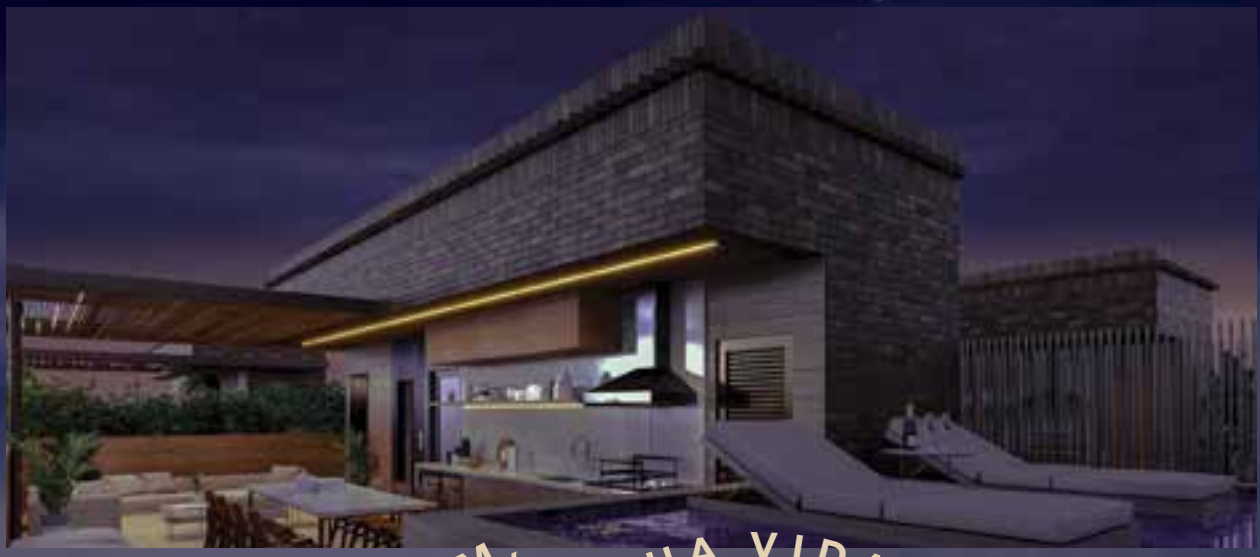
Seed Intermediação imobiliária LTDA: Rua Samuel Morse, 120 – 7º andar - São Paulo (SP) – CEP 04576-060 - Tel.: (11 5505-2415) – CRECI 027555J.

seedincorp.com.br

SÃO PAULO É UMA CIDADE QUE PERMITE OS MAIS DIVERSOS SONHOS, EM QUE AS OPORTUNIDADES SE CONCRETIZAM E TUDO SE CONECTA.

No entanto você se acostumou a uma vida distante, o **almoço em família** nos finais de semana, **férias dos sonhos**, plano para a **aposentadoria**. **Sempre distante, nunca agora.**

Mas **existe uma outra realidade**, cercada de **verde**, um **refúgio urbano** e **próximo a tudo**. Uma realidade para você **chamar de lar** e **viver** o **melhor** hoje. Todos os dias.



CASA JARDIM,
O MELHOR DA SUA VIDA
Todos os dias.

CASAJARDIM
CONDOMÍNIOS.COM.BR

Seed
INCORP



Gisele Vitória
Editora-Chefe

Ver adiante

A escalada da crise climática preocupa muitos de nós em todo o mundo. Dentro de 100 dias, em novembro, os olhares do planeta se voltam para a Escócia, onde acontece, em Glasgow, a Conferência das Nações Unidas sobre mudanças Climáticas, a COP-26. As 195 nações que adotaram o Acordo de Paris em 2015 precisam cumprir regras mais rígidas de corte nas emissões de carbono. A Covid-19 escancarou a gravidade do que vivemos. É a hora da verdade. A economia verde é irreversível e precisa ser acelerada. Nesta edição, contamos como as marcas estão trabalhando para provar que um mundo novo é possível.

"As marcas estão redefinindo o luxo a partir de critérios de sustentabilidade. E o dilema entre ter e ser ganha contornos agudos diante do aquecimento Global", atesta a jornalista Angela Klinke, que mergulhou no assunto a convite de Robb Report Brasil e assina a matéria de capa. Especializada em mercado de luxo, Angela foi colunista, articulista e editora do Jornal Valor Econômico por 17 anos, criadora do Angela Klinke Report, newsletter de business do lifestyle, e autora do romance policial "Luxo & Crime". Ela acrescenta: "As transformações passam por inovação em materiais, o ecodesign, o upcycling, o re-sale. A experiência agora precisa conectar as pessoas à natureza, de forma que o bem-estar interior dependa do bem-estar do planeta."

Robb Report Brasil lança a edição Luxo Verde com duas capas para você colecionar. A ideia foi do diretor de arte Rafael Costa e o conceito, inspirado em uma ilustração da Robb americana sobre outro tema, foi interpretado pelo ilustrador Weberson Santiago, agregando ideias de uma redação que adora uma construção coletiva. Nas capas, a força do verde é soberana em rostos imaginários, com as matas no olhar. Assim dizia a canção Verde (1986), interpretada por Leila Pinheiro: "Verde, as matas no olhar, ver de perto, ver de novo um lugar, ver adiante...". Com cara e coragem, é hora de correr atrás dos prejuízos que ameaçam o planeta.









As duas capas desta mesma edição, com matéria assinada por Angela Klinke (acima): "As marcas estão redefinindo o luxo a partir de critérios sustentáveis". À dir., Helena Bordon e Gisele Vitória

As lições de Oskar Metsavaht, a personalidade entrevistada nesta edição, valorizam o esforço ASAP ("As Soon as Possible" e "As Sustainble As Possible") e criam um diálogo ético com o que se produz e como se produz. São princípios que coincidem com o conceito inspirado no grego Kalokagathia, termo que traduz o que é belo e virtuoso, e que dá titulo à matéria de capa. A ideia é capitaneada pela consultoria britânica Positive Luxury, que criou o selo Butterfly Mark para o luxo que causa impacto positivo na preservação ambiental. Marcas como Louis Vuitton, IWC e empresas comprometidas com a transformação sustentável já possuem o selo.

Publicamos na seção Portfólio as imagens de Rogério Assis, um dos mais importantes fotógrafos documentaristas, com cenas da Amazônia e perfil assinado por Silviane Neno. Você poderá ler também as dicas de Carolina Andraus dos castelos da Escócia, país escolhido para a realização da COP-26.

Entre outras matérias saborosas, o arquiteto Guto Requena mostra o seu ofício na seção Gênios em Ação. A empresária e influenciadora digital Helena Bordon – agora gravidíssima – abriu a sua casa e o closet para o nosso Arquivo Pessoal, e nos contou sobre a sua nova marca de skincare Hela Beauty.

Em clima de Olimpíadas e aplaudindo o primeiro ouro do Brasil, conquistado nas ondas japonesas surfadas pelo potigar Ítalo Ferreira, seguimos com as últimas notícias em clima verde. A top Gisele Bündchen, conhecida por seu ativismo ambiental, acaba de tornar-se acionista minoritária, "embaixadora" e integrante do Conselho de Sustentabilidade da Ambipar, empresa de gestão ambiental. Sinal de quem tem o dom de ver adiante, tal como os exemplos nas páginas a seguir. Que o luxo seja verde e que o verde seja luxo, na esperança por verdejantes tempos e mudanças nos ventos.



INVESTIR E VIVER EM PORTUGAL

O Grupo Martinhal convida você a conhecer Portugal, um país que oferece, além de paisagens incríveis, qualidade de vida e segurança, diversos incentivos para quem investe no país. O novo empreendimento de luxo do Grupo, o Martinhal Residences, é considerado o condomínio mais completo e sofisticado de Lisboa, localizado no moderno bairro do Parque das Nações, com vista para o Rio Tejo.





A poucos minutos, com fácil acesso e sem trânsito, está a United Lisbon International School, a Escola Internacional mais inovadora de Portugal, que vem reforçar a localização privilegiada e todos os benefícios que o bairro tem a oferecer. Quer viver uma experiência inesquecível na Europa? Então conheça os Hotéis e Resorts de Luxo do Grupo Martinhal e descubra todas as oportunidades que temos a oferecer. Portugal espera por você!

www.martinhalresidences.com

MARTINHAL
RESIDENCES

DORIA EDITORA

VICE-PRESIDENTE EXECUTIVA
Célia Pompéia

DIRETOR EXECUTIVO
João Doria Neto

DIRETORA DE CONTEÚDO
Ana Lúcia Ventorim

DIRETORA-GERAL DE PUBLICIDADE
Beatriz Cruz

Robb Report Brasil

PUBLISHER
Célia Pompéia

CONSELHO EDITORIAL
Célia Pompéia, João Doria Neto, Beatriz Cruz, Ana Lúcia Ventorim e Gisele Vitória

EDITORA-CHEFE
Gisele Vitória

EDITORA-EXECUTIVA
Silviane Neno

DIRETOR DE ARTE
Rafael Costa

COLABORADORES: **Angela Klinke, Carolina Andraus, Maira Alcantara, Márcio Garcês, Lana Bonnet, Shoichi Iwashita, Marcelo Navarro (Fotografia), Tarsila Costa (Designer), Lourdes Rivera e Nila Picarelli (Revisão), Katia Tobias (administrativo)**

DIRETORA-GERAL DE PUBLICIDADE
Beatriz Cruz

GERENTE EXECUTIVA DE PUBLICIDADE
Larissa Dalete

PUBLICIDADE
Gabriela Llovet

OPERAÇÕES COMERCIAIS
Katia Moreno

ROBB REPORT É PUBLICADA NO BRASIL PELA DORIA EDITORA
(TODOS OS DIRETOS RESERVADOS)
AV. BRG. FARIA LIMA, 2277 – JARDIM EUROPA, SÃO PAULO – SP
01452-000 – (11) 3039-6011

PMC

PENSKE MEDIA CORPORATION (PMC)

Jay Penske
CHAIRMAN & CEO, PMC

George Grobar
CHIEF OPERATING OFFICER, PMC

Debashish Ghosh
MANAGING DIRECTOR,
INTERNATIONAL MARKETS, PMC

Gurjeet Chima
ASSOCIATE VICE PRESIDENT,
INTERNATIONAL MARKETS, PMC

Francesca Lawrence
ASSOCIATE DIRECTOR, INTERNATIONAL
BRAND & PARTNERSHIP OPERATIONS, PMC

Robb Report

Luke Bahrenburg
CHIEF REVENUE OFFICER & EXECUTIVE VICE PRESIDENT, ROBB REPORT AND HEAD OF LUXURY PARTNERSHIPS, PMC

Paul Croughton
EDITOR IN CHIEF, ROBB REPORT

Cristina Cheever,
SVP LIVE MEDIA, ROBB REPORT

David Arnold
VICE CHAIRMAN
ROBB REPORT

Robb Report é uma publicação da
Penske Media Corporation em parceria com a
Rockbridge Growth Equity.

LOS ANGELES OFFICE
11175 Santa Monica Boulevard
Los Angeles, CA 90025
310.321.5000

NEW YORK OFFICE
475 Fifth Avenue
New York, NY 10017
212.213.1900

Impresso no Brasil
For reprints and permissions:
RobbReprints.com
Subscription inquiries
and back issues: 800.947.7472,
+1.386.246.0137 (international),
robbreport@emailcustomerservice.com

COPACABANA PALACE

A BELMOND HOTEL

RIO DE JANEIRO

Seja bem-vindo ao glamouroso refúgio à beira-mar do Rio, onde a icônica piscina é quase tão famosa quanto os hóspedes. Maravilhoso, não é?



Objeto direto

MÁQUINAS, GADGETS, ACHADOS E PEÇAS DOS SONHOS



Retrô carioca

Agora no Brasil, a marca californiana Oliver Peoples foi fundada em 1987, em West Hollywood, na Califórnia.

As armações são inspiradas em óculos vintage americanos adquiridos pelos fundadores da marca no final dos anos 1980. Os óculos alinham a estética vintage junto à cultura única de Los Angeles, com elementos de moda, cinema, arte, música e o estilo de vida do sul da Califórnia.

Para dar o touch bem brasileiro, o casal Paola Orleans e Bragança e o fotógrafo Tinko Czetwertynski fez um ensaio em locações supercariocas para a nova campanha da marca.

O modelo usado por Paola é um clássico que nunca saiu de moda

Preço: R$ 2.690

www.oticaswanny.com.br





Made in Brazil
Há mais de duas décadas, a Serpui mantém viva uma série de técnicas centenárias de uma forma fresca e jovem. Para isso, se inspira na natureza brasileira, nos formatos de pássaros exóticos, nas frutas e animais marinhos, que conquistam fãs dentro e fora do país. As bolsas da Serpui podem demorar até três dias para ser confeccionadas, e muitas delas carregam não apenas uma, mas diferentes técnicas, misturando materiais inusitados. De tão elaboradas, as peças parecem objetos de decoração.
Bolsa Melancia
Preço:R$1.965
CJ Shops
Haddock Lobo, 1626, piso 1
www.serpui.com.br



CARTA DOS VIAJANTES

A Montblanc lançou uma coleção para os fãs de Júlio Verne e apaixonados por viagens: a Meisterstück Volta ao Mundo em 80 Dias. Temática, a coleção é composta de três edições de escrita (Le Grand & Classique/Doué e Solitaire), um smartwatch Summit Lite, artigos de papelaria (caderno, porta-caneta e tinta especial) e acessórios (abotoaduras e braceletes de couro).

O tom é o azul índigo com padrão das ondas inspiradas na jornada marítima do Canal de Suez a Bombaim, primeira etapa da viagem ao redor do planeta feita pelo cavalheiro britânico Phileas Fogg, personagem do livro que encanta gerações. Símbolo de excelência em artesanato e design, o emblema Montblanc em resina coroa cada instrumento de escrita.

Preço sob consulta

www.montblanc.com.br

MULTI TALENTOSA

A nova Ducati Multistrada V4 corresponde e até supera as expectativas: é um divisor de águas para as motos, não apenas pelo potente motor V-4 de 170 cv, derivado da superbike Panigale V4 S, mas pelo alto nível de versatilidade que a coloca no topo da categoria de turismo esportivo. O repórter Peter Jackson, da Robb EUA, testou a moto ao lado de Richard Kenton, diretor técnico da Ducati América e relatou: "tento diminuir a diferença em sua roda traseira, sem sucesso, apesar da velocidade estar ajustada para 32 km/h a mais. Logo atrás dele, com o radar definido no nível dois (de quatro), minha moto acompanha a mesma distância, quer ele acelere ou desacelere. Quando é hora de ultrapassar, saio do campo de visão do radar e passo pelo motor, sem necessidade de aceleração extra. Bem-vindo ao controle adaptativo das duas rodas, um sistema notável. O slogan da Multistrada faz jus à máquina: 'Quatro bicicletas em uma', só que com um ponto a mais: é a motocicleta mais segura já criada no planeta."

Preço R$ 150 mil

www.ducati.com

Barro chique
A temporada no Rio de Janeiro para cuidar da mãe durante a quarentena fez com que a designer Francis Petrucci descobrisse uma nova paixão: a cerâmica. Depois de uma imersão intensa numa olaria no interior do estado, ela criou sua primeira coleção de vasos, batizada de "Argolas", inspirada na África. "Só tinha tido contato com cerâmicas quando era criança. Aprendi com meus erros e com o apoio dos artesãos da região", conta. Assim saiu o Projeto. A segunda coleção nasceu a partir de pesquisas de peças milenares que eram usadas como garrafas de azeite, perfume, água, objetos que eram utilizados no cotidiano das pessoas. Tudo feito somente com barro e com ajuda de artesãos locais. O processo é inteiramente manual, dependendo do sol. "Como sempre trabalhei com moda, faço vasos para as mulheres que vestem os meus vestidos", conclui Francis. As peças podem ser encontradas na
Flowersbar
Rua da Consolação, 3423 ou na loja do Shopping Iguatemi





O tênis da nobreza
Duas marcas supercool, uma italiana e uma brasileira, se juntaram para criar modelos inéditos de sneakers que viraram must nos pés dos modernos e descolados-chiques.

A Blue Bird shoes, marca de Michelle Lima Ponce e Paula Proushan Meyer, faz uma moda para sapatos contemporânea, personalizada e criativa, sempre apostando nos modelos sem salto. A Superga é um clássico italiano, com qualidade do "fatto a mano" adorado há décadas pela juventude dourada europeia que tinha entre seus fãs a princesa Diana.

O resultado da mistura da tradição italiana com o toque criativo e divertido da Blue Bird, foi traduzido em shapes já conhecidos da Superga junto à marca registrada BB da palmilha e forro na cor verde áqua + fita de gorgurão azul klein na parte posterior dos tênis.
Preço: Sneaker Bees: R$499,90
bluebirdshoes.com.br

Robb em casa



Sarti chair Poltrona Agogo

Conhecidas no mundo da moda, as irmãs Lilly e Renata Sarti assinam pela primeira vez uma linha de móveis para a Breton. Conforto e minimalismo é o que sugere a poltrona da linha Agogo, que enche os olhos com sua textura e relevos. "Quando a gente assinou junto com a Breton esta linha de móveis, para trazer o que nós fazemos com a moda, mas em uma versão macro, com o desafio maiores, logo pensamos em bem estar, leveza e fluidez", conta a estilista e criadora da marca, Lilly Sarti. 85cm Altura: 68cm Preço: R$ 9.698,00

www.breton.com.br



Por dentro do armário

Depois que a cozinha ganhou status de lugar nobre, passou a fazer ainda mais sentido investir no mobiliário. Não foi à toa que a Ornare, referência brasileira em armários de luxo, fincou sua bandeira nos Hamptons, o balneário onde os nova-iorquinos chiques se encontram. Como aconteceu no Brasil, muita gente fez da casa de campo e de praia o endereço principal depois da pandemia da Covid 19 e os Hamptons nunca estiveram tão movimentados. O território brasileiro na exclusiva Main Street Southampton não é nem de longe acanhado. No espaço de 250 m², o diretor de arte Ricardo Bello Dias, o sócio-diretor Murillo Schattan e a equipe Studio Ornare desenharam o layout com peças ícones, como as estantes metálicas da linha Ikigai, closets da linha Shaker, e a cozinha Paris. A abertura do novo show room gringo coincide com o lançamento de mais uma coleção no Brasil, a Square Round Collection, composta por cinco linhas desenvolvidas pelas arquitetas Patrícia Martinez e Vivian Coser em parceria com Ricardo Bello Dias. Destaque para a bancada da linha Round e a estante Wire. As formas quadradas e redondas ilustram bem o conceito da coleção. Tudo, claro, é feito sob medida. Preço sob consulta

www.ornare.com.br



Robô limpa tudo

O, a marca americana de robôs domésticos, é a mão na roda inteligente para resolver a limpeza da casa. Com o robô aspirador, é possível programar o funcionamento até 7x por semana com acionamento no aplicativo via Wi-Fi ou comando de voz. Ele faz parte da categoria auto-limpa, ou seja, esvazia automaticamente o compartimento ao entrar em contato com a Clean Base™. O saco comporta até 30 ciclos de limpeza completos com o compartimento cheio. Além disso, conta com tecnologia vSLAM®, que mapeia toda a casa para não perder o controle de onde está ou para onde tem que ir. Com a tecnologia Imprint™ Link, o Roomba® s9+ se conecta ao Robô Passa Pano Braava Jet® m6 para que trabalhem em equipe automaticamente - primeiro o Roomba® aspira e depois o Braava® passa pano. Pronto, casa limpa pela turma. Preço: R$ 9,499,99

www.irobotloja.com.br

Bem quentinho

A Coleção Designers de lareiras da Ecofireplaces junta a qualidade e tecnologia com o talento do design de dois renomados artistas: Bruno de Carvalho e João Paulo Raimundo. A coleção é dividida em duas linhas. A primeira é a Coleção Primitiva, assinada por Bruno de Carvalho que, com seu olhar detalhista e clean, desenvolveu peças entalhadas em pedra sabão com um design funcional que transmite leveza. A segunda é a Coleção Caminho das Pedras, assinada por João Raimundo, um artista apaixonado por sua arte, que trabalha a técnica milenar e sustentável do papel machê para criar peças únicas, com um design orgânico que remete à natureza das pedras. Preços sob consulta

www.ecofireplaces.com.br





Alta costura na mesa

A linha Mizza de Cordelia de Castellane foi inspirada no símbolo do New Look, numa versão para a mesa da estampa de leopardo.
Tudo no maior espírito Dior. Tanto as louças quanto os jogos americanos e guardanapos são pintados à mão. Os pratos de sobremesa são combinados com um serviço de porcelana octogonal – inspirado na coleção de talheres Dior Summer 1973 – apresentando uma borda delicadamente embelezada com um motivo de bambu. Como surpresa final, a nova série é acompanhada por uma reedição de peças vintage – talheres de metal prateados, além de uma nova versão da lâmpada portátil Corolle, especialmente criada para Dior Maison pelo designer Noé Duchaufour-Lawrance. Preços sob consulta

COMO TORNAR A VIDA INESQUECÍVEL



1

VELOCIDADE MÁXIMA

Entre os grandes tubarões brancos da Ferrari, Lamborghini e McLaren, o megalodon Bugatti Chiron Pur Sport é incrivelmente mais poderoso e, literalmente, toca o terror nas estradas. Com 1.500 cv, velocidade máxima de 349 km/h e foco em uma dinâmica de manuseio mais ágil, esse hipercarro, de ediçãolimitada, refina ainda mais o modelo apresentado em 2016, com resultados alucinantes. Só que, enquanto o Chiron inicial visava o tipo de aceleração em linha reta, o Pur Sport representa uma inovação em direção às curvas. "A nova variante oferece uma experiência de direção completamente diferente, com foco na agilidade", diz Cedric Davy, COO da Bugatti das Américas. As modificações aerodinâmicas incluem um divisor dianteiro pronunciado e uma enorme asa traseira fixa medindo mais de 1,80m. A agilidade do carro também decorre das revisões do chassi e da suspensão, com estabilizadores de fibra de carbono e molas reforçadas. Do Chiron, o Pur Sport mantém o turbo de 16 cilindros, mas com sprint ligeiramente mais rápido de 0 a 100 km/h, em 2,3 segundos. O que talvez seja mais surpreendente desse hipercarro, porém, é sua facilidade de uso. Apesar de ter mais do que o triplo da potência de um Porsche 911 S, não há necessidade de se exibir. Um vislumbre dessa barbatana colossal já evidencia que está no topo da cadeia alimentar.
US$ 3,96 milhões.

bugatti.com

2

ASAS INDOMÁVEIS

Além do carro elétrico, o avião elétrico também promete ganhar força no mercado. Graças a uma nova classe de aeronaves, serão cada vez mais comuns os pousos em tetos urbanos desse tipo de veículo aéreo, além dos helicópteros. Mesmo existindo desde a década de 1930, as aeronaves STOL, de decolagem e aterrissagem curtas, são mais conhecidas como o tipo de avião com propulsão a hélice, que pilotos levam para áreas remotas. Agora chegaram as eSTOL. Essa geração de aeronaves elétricas é uma novidade que pode melhorar a economia operacional das companhias aéreas e contribuir positivamente para reduzir o impacto das emissões de carbono na aviação. "A eletrificação nos permite construir aeronaves capazes de pousar em telhados e redefinir as viagens urbanas", diz Marc Ausman, ex-oficial de voo naval que levou suas asas para o Vale do Silício e ajudou a desenvolver o projeto Vahana eVTOL, da Airbus, antes de fundar sua Airflow, empresa aeroespacial fabricante de eSTOL, em 2019. Com ela, já atingiu US$ 200 milhões em pedidos e vai fornecer 50 aviões para a Ravn Alaska, companhia aérea regional baseada em Anchorage, em 2025. "Os motores elétricos escalam bem. Você pode ter 16 deles em toda a aeronave para torná-la supereficiente, algo que não teria como fazer com motores a pistão ou turbina", explica Ausman.

airflow.aero


MANTA

3

CORRIDA DO OURO

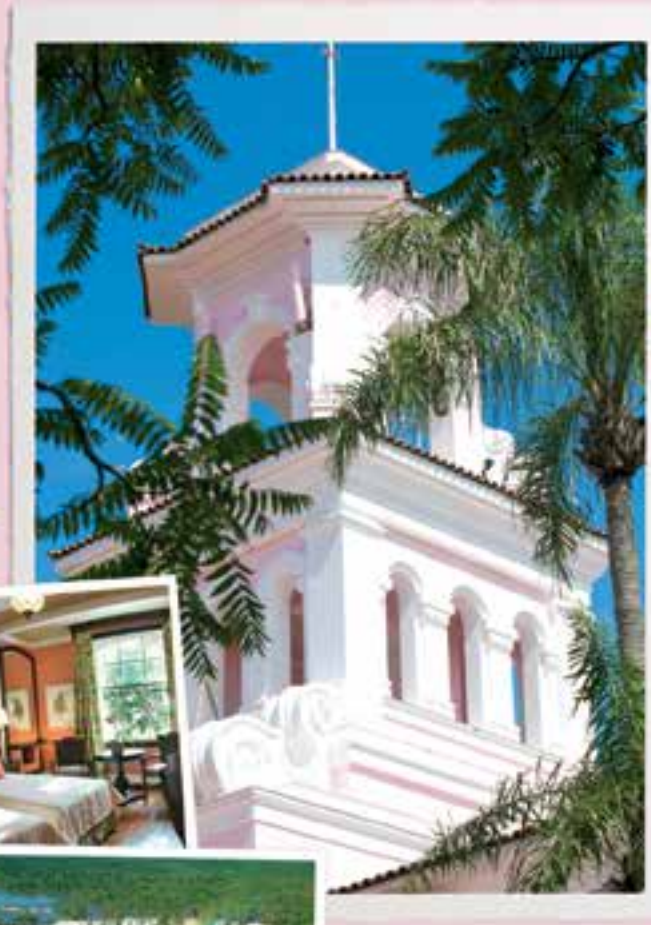
A era do ouro está de volta. Símbolos dos excessos ao estilo dos anos 1980, os relógios de ouro, que ficaram durante anos em segundo lugar em relação aos práticos modelos esportivos de aço, fizeram a roda girar em 2020: impulsionado pelo interesse do mercado asiático e uma fuga geral para ativos tangíveis à luz da incerteza econômica do ano passado, o ouro finalmente está em alta. "O valor duradouro do ouro alimentou a venda de relógios e joias ao longo de 2020, e não vemos o fim dessa tendência", diz Ruediger Albers, presidente da Wempe Jewelers, loja de relógios e joias de luxo situada na Quinta Avenida de Nova York, que cada vez mais aposta em modelos dourados como o Rolex Submariner, a série feminina Patek Philippe Twenty4 e o novo Alpine Eagle, da Chopard. Marcas poderosas também estão convencidas de que estamos à beira de uma corrida do ouro: quase todas retornaram ao material precioso na criação de suas joias, enquanto a Gucci faz sucesso com seu relógio Grip retrô de US$ 1.800. "As pessoas estão cansadas de ser sombrias e prateadas. Querem glamour", completa Albers. Os relógios de ouro também começam a ganhar força entre as grandes grifes relojoeiras. Em ouro branco, amarelo e rosa, o amado Patek Philippe Chronograph e os clássicos modelos da Rolex dobraram sua procura. "O Patek Philippe Nautiluses em ouro rosa está sendo negociado pelo dobro de seu valor no varejo", anuncia Albers. Paul Altieri, fundador e CEO da Bob'sWatches, revendedor online da Rolex, notou a mesma tendência. "O GMT-Master II em ouro amarelo com mostrador verde é incrivelmente quente", diz. E o cosmógrafo dourado Daytona, que vale US$ 36.650? Ainda mais quente. "Atualmente, está sendo vendido por cerca de US$65.000".

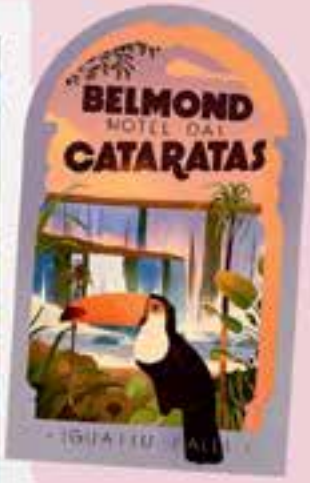
HOTEL DAS CATARATAS

A BELMOND HOTEL
IGUASSU FALLS

Acorde com a natureza e as Cataratas do Iguaçu só para você. Admire a Garganta do Diabo e relaxe com um drink refrescante nesse paraíso espetacular. Parece um sonho, não acha?













BELMOND

INCOMPARABLE GENUINE TRAVEL



1. A VISTA MAIS INSTAGRAMÁVEL DO RIO

Esqueça todas as outras vistas cantadas e manjadas em verso e prosa. Se quiser perder a respiração ao ver o Rio como um novo cartão postal - e de quebra fazer a foto mais curtida do seu Instagram, vá ao The Rooftop do Yoo2. O último andar do hotel-design, assinado pelo renomado escritório londrino YOO, dos sócios Philippe Starck e John Hitchcox, virou um dos it places para se ir no Rio. De um lado, o Cristo Redentor, à frente, o Pão de Açúcar e a grande curva da enseada de Botafogo. Reserve uma mesa na área externa, claro, e se delicie com petiscos típicos dos botecos cariocas, harmonizados com drinques: destaque para o pastel de camarão com bastante recheio e o bolinho de queijo empanado com o macarrão cabelo de anjo, que foi batizado de "menino do Rio" por lembrar o cabelo de surfistas. O croquete de Black Angus é muito a cara do Rio de Janeiro. Às sextas e sábados um DJ embala a noite e a vista.

www.yoo2rio.com.br / @Yoo2Rio



Casarìa

SÃO PAULO

NOVO COMPLEXO GASTRONÔMICO

Um novo destino gastronômico chegou aos Jardins no final de 2020: a Casarìa, idealizada pelo chef-confeiteiro Diego Lozano, é um complexo gastronômico que reúne casa de pães e doces, restaurante e escola de gastronomia no mesmo endereço – um antigo imóvel na esquina da Rua Haddock Lobo com Alameda Franca. Em torno de um jardim, o espaço é um convite a bons momentos em qualquer horário e ocasião. Na ala confeiteira, Lozano apresenta sucessos que o consagraram em sua trajetória de 20 anos. Duas vezes campeão da etapa brasileira do World Chocolate Master, ex-chef confeiteiro do D.O.M. e ex-chef-executivo da empresa belga Chocolate World, Diego agrega refinamento e técnicas a ingredientes brasileiros, conferindo identidade a seus doces e sobremesas.



TARTE TATIN, SOBREMESA DE MAÇÃ FEITA PELO CHEF DIEGO LOZANO - FOTO: @BARRO.MAT



RISOTTO DE CAMARÃO, UM DOS FAVORITOS DA CASA - FOTO: @BARRO.MAT



BELÉM, SOBREMESA CRIADA PELO CHEF DIEGO LOZANO - FOTO: TATI FRIEDH

Outra vertente forte da Casarìa é a panificação, cujos pães de fermentação natural, croissants e demais itens tem diversas fornadas ao longo da semana, às vistas dos clientes sentados no pátio central do conjunto. A casa ainda conta com uma adega, serviço de bar e um cardápio com antepastos, salumeria e pratos rápidos para atender aos diversos momentos de entretenimento gastronômico do dia e da noite. Entre os itens preparados com ingredientes de alta qualidade, vale destacar a sobremesa Belém, criada com inspiração em uma caipirinha de cupuaçu com cumaru que o chef provou na cidade paraense, e que foi premiada como a melhor do Valentine's Day em 2019, no Japão.





5

SONHAR NO MAR NO MAIOR IATE DO MUNDO

Um condomínio de luxo em alto-mar. Essa é a proposta do Somnio - o maior e mais luxuoso iate do mundo, que será lançado em 2024 pelo investidor e empresário americano Carl Le Souef. O projeto, que está sendo idealizado para promover viagens exclusivas, deve custar cerca de 500 milhões de euros, o equivalente a R$ 2,8 bilhões. Somnio possui 222 metros de comprimento e conta com 39 apartamentos que irão custar, cada um, 9,5 milhões de euros (R$ 55 milhões). Além disso, o navio terá seis pavimentos, um heliporto, uma academia, piscina e iate clube para esportes aquáticos. O superiate também possui biblioteca, diversos restaurantes e uma adega com capacidade para 10 mil garrafas, cozinha individual e área para refeições ao ar livre. Somnio, que significa "sonhar" em latim, foi desenvolvido por dois dos mais importantes estúdios de arquitetura e design do mundo, o Tillberg Design da Suécia e o Winch Design do Reino Unido. Os designers por trás da gigante embarcação acreditam que ela oferecerá o mesmo nível de serviço de um hotel seis estrelas. O processo de compra dos apartamentos é apenas por convite ou indicação. "Somnio será o maior iate do mundo em comprimento e volume, e oferecerá aos proprietários dos apartamentos a melhor qualidade de vida disponível no mar", diz o capitão Erik Bredhe, cofundador da Somnio.

https://somniosuperyachts.com/

Verzani & Sandrini

Soluções completas
e integradas para
gestão de facilities.



COM EQUIPES ESPECIALIZADAS, ATUAMOS EM:

- Shopping centers
- Aeroportos
- Instituições de ensino
- Condomínios
- Indústrias
- Instituições financeiras
- Hospitais

Integramos tecnologia à expertise de profissionais treinados, para oferecer excelência em gestão de serviços com a máxima eficiência e o menor custo, atendendo diversas áreas de facilities.

Conte com a credibilidade de quem está a mais de 52 anos investindo em inovação e conheça todas as soluções que disponibilizamos para sua empresa.

#FaçaParteDesteMundo

CONSTRUINDO JUNTOS O SEU SUCESSO.

Departamento Comercial
(11) 4428-3015 / 4428-3000
comercial@verzani.com.br

www.verzani.com.br

verzani & sandrini

AO INFINITO E ALÉM

Viajar para o espaço é um sonho de qualquer pessoa que goste de aventura. Caso dos bilionários Richard Branson e Jeff Bezos que iniciaram essa corrida espacial em julho. Branson viajou no dia 11, na VSS Unity, misto de avião e foguete, com dois pilotos e uma tripulação de seis pessoas de sua empresa, a Virgin Galactic, permanecendo 20 minutos no espaço. Bezos decolou no foguete espacial New Shepard, da Blue Origin, no dia 20, primeiro voo civil tripulado, na companhia de seu irmão Mark, Wally Funk de 82 anos, piloto pioneira no setor aeroespacial e Oliver Daemen, jovem de 18 anos, que pagou passagem, ficando 10 minutos no espaço. Essas viagens, tipo suborbital – quando a aeronave não entra em órbita – são o primeiro passo para projetos mais arrojados. O próprio Branson diz querer oferecer voos turísticos para curiosos e interessados no espaço, algo que já está sendo planejado. Mas, se depender de Michael Suffredini, ex-gerente do programa de Estação Espacial Internacional, pessoas comuns se tornarão "foguetes da vida real". Por meio de sua empresa Axiom Space, em parceria com a Space X e a NASA, ele pretende que cidadãos comuns fiquem mais tempo no espaço. Como? "Hospedados" em câmaras aclopadas na Estação Espacial Internacional. Essas câmaras seriam feitas de paredes acolchoadas e cheias de LEDs que mudam de cor, projetadas pelo designer francês Philippe Starck. A ideia é, posteriormente, fazer com que o módulo Axiom receba dois elementos adicionais, de energia e térmico, com uma câmara de descompressão que funcionará na futura Estação Espacial Comercial da Axiom, onde a empresa pretende realizar treinos para "astronautas comerciais" e "turistas espaciais". O valor da experiência: US$ 55 milhões, com um treinamento de até 15 semanas e a "missão" de 10 dias. Parece loucura?

www.**axiomspace.com**





DOCE NOVIDADE EM PARIS

Agora que a França abriu para brasileiros vacinados, anote onde você deve experimentar os docinhos mais deliciosos da cidade. Pierre-Jean Quinonero é o novo chef pâtissier do hotel Le Burgundy, que tem restaurante estrelado e um disputado chá da tarde em Paris. Aos 27 anos, ele é encarregado tanto das sobremesas do restaurante Le Baudelaire quanto do bar Le Charles.
Formado pelo Lycée Hôtelier de Chamalières, Quinonero traz a herança culinária familiar de suas avós, uma espanhola e outra francesa. Acrescente a essas lições o aprendizado dos anos como atleta de rugby, responsável por moldar o espírito competitivo do jovem chef, vencedor do concurso de culinária France-Quebec e eleito melhor aprendiz da França em 2014. O campeonato o colocou na equipe de pâtisserie do George V, em Paris. Foram dois anos de aprendizado antes da medalha de ouro em 2017, no concurso Etoiles de Mougins. Detalhista e competitivo, Pierre-Jean Quinonero chegou ao Hotel Le Burgundy Paris para se juntar à inventividade do chef executivo Guillaume Goupil, e a estrela Michelin da cozinha do hotel.

www. leburgundy.com



BONEQUINHA DE LUXO

Como a nova coleção de alta joalheria da Tiffany & Co. vira uma experiência? Simples: cada peça faz com que as pedras clássicas pareçam inovadoras. A marca americana que construiu seu nome estrelando um filme com Audrey Hepburn - Breakfast at Tiffany's, vencedor do Oscar em 1961 – parece cada vez mais ousada. É só ver de perto, por exemplo, o colar definido em ouro amarelo de 18 quilates. A peça energiza uma estrutura clássica composta de 124 quilates de rubélites de corte esmeralda, cada uma separada por 5 quilates de diamantes de corte quadrado, além de nove ametistas em uma sequência de pontos de exclamação violetas. Tanto os rubélites quanto as ametistas foram adquiridos em estado bruto no Brasil e cortados pela Tiffany especificamente para este projeto. "Cada pedra foi selecionada individualmente por sua cor excepcional e clareza do cristal", diz Victoria Wirth Reynolds, gemologista-chefe da Tiffany & Co. Reed Krakoff, diretor artístico da Tiffany & Co completa: "Com silhuetas mais simples e diretas, tivemos trabalho para encontrar as proporções corretas de simetria e equilíbrio. Há muita experimentação envolvida." O que quer dizer que, apesar de seu arranjo aparentemente simples, a peça levou um ano e meio para ser criada. Mas o meticuloso trabalho de design valeu a pena, combinando uma silhueta contida com pedras de alto impacto em cores doces para um colar que pode ser usado para cima ou para baixo, a qualquer hora. Até mesmo, no café da manhã. Audrey Hepburn iria adorar. Preço sob consulta.

tiffany.com.br





A United Lisbon International School é a escola internacional mais moderna de Portugal, um dos países com um dos maiores indicadores de educação do mundo

EDUCAR PARA TRANSFORMAR

Além de um empreendimento de alto padrão, o Elegant Group investe em polo educacional em Portugal

Com um dos melhores indicadores de ensino no mundo, Portugal tem índices de alfabetização superiores a 95% para maiores de 15 anos e está entre as primeiras nações no ranking do PISA (Programa Internacional de Avaliação de Alunos), órgão referência em avaliações globais para o desenvolvimento de políticas econômicas e sociais no mundo. A educação de qualidade no país pesa na decisão dos brasileiros que decidem viver em Portugal.

Isso sem contar, é claro, as vantagens como a língua próxima, as pessoas calorosas e o acesso ao Golden Visa (ou Visto Gold Portugal), programa de cidadania aos brasileiros para morar legalmente no país caso realizem algum investimento. Por tudo isso, Lisboa virou sonho de consumo, principalmente, bairros como o Parque das Nações. Nessa joia geográfica, o Elegant Group está prestes a inaugurar um dos mais imponentes residenciais de alto padrão, o Martinhal Residences, com previsão de entrega para 2022.

E é também nesse bairro que, recentemente, o mesmo grupo abriu as portas da United Lisbon International School - na capital portuguesa. Trata-se da escola internacional mais inovadora de Portugal, com ensino do Jardim de Infância até o 12º Ano de escolaridade (K-12). Nos dois últimos anos, a escola ainda dá a opção para seus alunos cursarem o Bacharelado Internacional (IB).

Inaugurada em setembro do ano passado, com projeto assinado pelo arquiteto Eduardo Capinha Lopes, a United Lisbon International School ainda oferece uma variedade de atividades extracurriculares para crianças e adolescentes explorarem seus interesses individuais. O objetivo é inspirar e capacitar os estudantes, aumentando o entendimento sobre alguns desafios que podem enfrentar ao longo da vida, sendo parte de uma sociedade global. Sustentabilidade, mudança e alteração na economia e sociedade, saúde e objetivos pessoais estão entre os temas abordados no currículo.

Mais: a escola também mantém uma parceria com a International School Services (ISS), que dá suporte à comunidade educacional ao redor do mundo, e o Sporting Clube de Portugal, que, por meio da Academia de Futebol Sporting CP ULIS, estimula a prática do esporte entre os alunos. E o melhor: a United Lisbon International School fica bem pertinho do Martinhal Residences, ou seja, para quem deseja investir nesse luxuoso empreendimento não só terá uma superexperiência de conforto, como levará o pacote completo ao ter total acesso à educação de qualidade para seus filhos.

O residencial, assim como o polo educacional, também é projetado por Eduardo Capinha Lopes, com estúdios a partir de 38m² e apartamentos de 196m² mobiliados. Na área externa, o residencial tem piscina, clube para as crianças, restaurantes, lavanderias, espaço de trabalho, concierge 24h, seviço de informática e de manutenção.

O empreendimento faz parte da rede de hotéis e resorts Martinhal, que conta com unidades em Sagres, Quinta do Lago, Chiado e Cascais. O complexo do Elegant Group foi fundado pelo casal Chitra e Roman Stern. Ganhou prêmios importantes como o World Travel Awards Portugal's Leading Family Resort 2019, o World Travel Awards – Europe's Leading Villa Resort e o Trip Advisor Travellers' Choice.

https://www.martinhalresidences.com/br
https://www.martinhal.com/pt/



Museu Privé

Arte e Coleções

A língua viva ressurge das cinzas

Seis anos após incêndio, Museu da Língua Portuguesa reabre em São Paulo, com espaços totalmente restaurados, exposições e conteúdo audiovisual adaptados tecnologicamente para evitar o toque e proporcionar novas experiências

POR POR LANA BONETT

"A língua portuguesa é um verdadeiro desafio para quem escreve. Sobretudo para quem escreve tirando das coisas e das pessoas a primeira capa de superficialismo". Neste trecho de "A Descoberta do Mundo", Clarice Lispector aponta uma das maiores características da Língua Portuguesa: sua complexidade. Não é difícil escutarmos que "é a língua mais difícil do mundo" ou que se "trata de uma língua viva" pelas inúmeras palavras que possui e que incorpora com frequência – sem contar aquelas que nem temos ideia, que existem. Fernando Pessoa resume: "Minha pátria é a Língua Portuguesa". De tão múltipla, heterogênea, variada e bela, ganhou um Museu só para ela. Inaugurado em 2006, o Museu da Língua Portuguesa – iniciativa do Governo do Estado de São Paulo, por meio da Secretaria de Cultura e Economia Criativa, concebido e realizado em parceria com a Fundação Roberto Marinho – foi construído na Estação da Luz, em São Paulo, com a intenção de







valorizar sua diversidade e celebrá-la como elemento fundamental da cultura brasileira. Desde então, o prédio histórico de 1902, tombado pelo Condephaat (Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico) e projetado por Paulo e Pedro Mendes da Rocha, recebeu mais de 3 milhões de pessoas e homenageou grandes escritores e poetas como Machado de Assis, Cora Coralina, Oswald de Andrade, Rubem Braga, Jorge Amado, Guimarães Rosa, Gilberto Freyre, Agustina Bessa-Luís, Cazuza, além, é claro, de Fernando Pessoa e Clarice Lispector, em exposições temporárias até dezembro de 2015, quando teve que fechar suas portas por conta de um incêndio, que destruiu o segundo e o terceiro andares e causou a morte de um bombeiro civil.
Seis anos depois, em 31 de julho de 2021, o museu reabre após uma reforma de R$ 84 milhões, divididos entre a iniciativa privada, o Governo de São Paulo e a seguradora, e, pela primeira vez, conta com o alvará do corpo de bombeiros, o AVCB (Auto de Vistoria do Corpos de Bombeiros). Entre as novidades, a conexão direta com a Estação da Luz, ampliação de áreas e a abertura do mirante, na parte superior – onde está o relógio com vista para o Parque da Luz – um espaço totalmente reformado e transformado em café. Conhecido por abrigar exposições imersivas, que propõem interação das pessoas com as obras, o museu agora traz experiências e conteúdo audiovisual inéditos que, após passarem por adaptações tecnológicas, serão ativados por comando de voz no intuito de ampliar a acessibilidade dos frequentadores às obras antes interativas por meio de toque. Na exposição permanente, destaque para os conteúdos "Línguas do Mundo", com 20 das mais de 7 mil línguas faladas hoje no mundo; "Falares", que ressalta os diferentes sotaques e expressões do idioma no Brasil; e "Nós da Língua Portuguesa", que apresenta o português no mundo, com os laços, embaraços e diversidade cultural da Comunidade de Países de Língua Portuguesa (CPLP). As principais experiências são a instalação "Palavras Cruzadas", que mostra as línguas que influenciaram o português no Brasil e a "Praça da Língua", espécie de 'planetário do idioma' que homenageia a língua portuguesa escrita, falada e cantada, em um espetáculo imersivo de som e luz foram mantidas. Na "Língua Solta", exposição temporária que reabre o museu e vai até outubro, uma relação entre obras de arte e a língua portuguesa com objetos de artistas como Arthur Bispo do Rosário, Leonilson, Rosângela Rennó, Jac Leirner, Rivane Neuenschwander, Marcelo Silveira, Vânia Mignone, Emmanuel Nassar e Jonathas de Andrade, que baseiam seus significados no uso das palavras. Os valores dos ingressos são R$ 10 e R$ 20. O museu é gratuito aos sábados.

Acima, a instalação Linha do Tempo. No alto à esq., a obra Onda, de Guto Lacaz, localizada na Rua da Língua. No alto à dir., a fachada restaurada do museu

museudalinguaportuguesa.org.br



Expoentes da Semana de 22 da esq. para a dir.: Couto de Barros, Manuel Bandeira, Mário de Andrade, Cândido Mota Filho, Sampaio Vidal, Francesco Pettinati, Paulo Prado, Flamínio Ferreira, Graça Aranha, René Thiollier, Manuel Villaboim e Gofredo da Silva Teles. Sentados: Rubens Borba de Moraes, Luis Aranha, Oswald de Andrade e Tácito de Almeida

100 ANOS PARA MEDITAR...

Vasta programação de exposições, homenagens e concursos marcam o centenário da Semana de Arte Moderna de 1922, movimento artístico, cultural e literário que mudou definitivamente a forma de fazer e entender a arte no Brasil

POR LANA BONETT

Começou pelo desejo de liberdade de expressão. Um movimento artístico, cultural e literário para criar identidade, rompendo com o tradicionalismo e se libertando das regras que dominavam aquele período pós-guerra. Um tempo em que a política e a sociedade modificavam seus sistemas e São Paulo firmava-se como uma capital progressista, de economia crescente e influências futuristas. Neste contexto, e por ocasião do Centenário da Independência, um grupo de artistas e intelectuais – os modernistas – organizaram a Semana de Arte Moderna, com diversas apresentações de dança, música, poesia, exposições e palestras no Theatro Municipal de São Paulo, entre os dias 13 e 18 de fevereiro de 1922 (na verdade, três dias alternados). Foi um divisor de águas na cultura brasileira pela total renovação da linguagem artístico-cultural do país. "O passado é lição para se meditar, não para se reproduzir", escreveu Mario de Andrade, um dos seus idealizadores.

Entre as obras e artistas, destaque para a pintura art nouveau de Di Cavalcanti, as esculturas de Victor Brecheret e a poesia de Mário de Andrade. Outros expoentes da época incluíam Candido Portinari, Anita Malfatti, Menotti del Picchia, Oswald de Andrade e Tarsila do Amaral – namorados, na época – além dos que tiveram papel decisivo no movimento, como o músico Villa-Lobos, os escritores Guilherme de

Almeida e Graça Aranha, o arquiteto John Graz, os mecenas de arte José de Freitas Valle e Paulo Prado, entre outros.

Mesmo com todas essas novidades, porém, a Semana de Arte Moderna de 1922 não foi bem vista pela crítica - que defendia o parnasianismo, escola literária que pregava a volta aos conceitos clássicos - e pelo público, que torceu o nariz para as pinturas e esculturas de formas esquisitas. Os poemas foram vaiados, incluindo "Os Sapos", de Manuel Bandeira, que não apareceu no evento por estar doente. Tarsila do Amaral, talvez a pintora mais conhecida do modernismo, ironicamente também não deu as caras: estava em Paris. E até a apresentação musical de Villa-Lobos, no dia 17 de fevereiro, foi alvo de reprovação pelo artista ter aparecido no palco calçando um sapato em um pé e chinelo no outro, atitude considerada desrespeitosa (depois, foi dito que ele estava com um calo no pé). Por isso, em um primeiro momento, o movimento não foi considerado importante e sucumbiu às críticas do conservador Monteiro Lobato. Mas, nos anos seguintes, foi reconhecido como o marco de inauguração do Modernismo brasileiro, e agora, 100 anos depois, é visto como a mais relevante revolução no cenário cultural do país.

SÃO PAULO EM FESTA

Para celebrar o centenário da Semana de Arte Moderna de 1922, o Governo de São Paulo tem uma extensa programação. Ao longo de 18 meses, a Secretaria de Cultura e Economia Criativa e a Secretaria estadual de Turismo promovem mais de 100 eventos em parceria com as prefeituras e instituições privadas. Trata-se do projeto "Modernismo Hoje", que teve início em julho e vai até dezembro de 2022. "Nosso objetivo é debater a cultura contemporânea e o novo modernismo do século 21, destacando o papel dos nossos artistas e integrando-os aos espaços do Governo Estadual", diz Sérgio Sá Leitão, secretário de Cultura e Economia Criativa do Estado.

Na programação, destaque para as mostras imersivas e interativas "Portinari Por Todos", no MIS Experience e "A Semana que Durou um Século", no Memorial da América Latina. Entre as várias exposições, estão "100 Anos Modernos", no MIS-SP; "A Arte Sacra dos Modernistas", no Museu de Arte Sacra de São Paulo; "De 1822 a 1922: Brasilidades em Campo", no Museu do Futebol; "SP Vinte e Dois" no Museu da Língua Portuguesa; "A Máquina do Mundo", na Pinacoteca; "O Atelier de Brecheret", no Museu Catavento; "O Modernismo de John Graz", no Museu da Casa Brasileira e "Candido Portinari, um mestre da pintura - Coletânea virtual", no Museu Casa de Portinari, em Brodowski. Ainda nos Museus, um passeio educativo intitulado "A Semana de 22 Passou por Aqui" visita os principais endereços ligados à memória daquela semana, terminando com uma projeção mapeada na Casa Mário de Andrade, Casa Guilherme de Almeida e Casa das Rosas.

A SP Companhia de Dança estreia a Temporada "Pau Brasil – Inspirações Modernistas", acompanhada pela Orquestra do Theatro São Pedro e coreografias inspiradas em Villa-Lobos; a OSESP executa um ciclo de concertos "Clássicos Modernistas", na Sala São Paulo; a SP Escola de Teatro aposta em apresentações chamadas de Festim Antropofágico Revisitado", na Praça Roosevelt; as bandas sinfônicas do Conservatório de Tatuí e do Projeto Guri apresentam o musical "A Banda do Villa", com obras inéditas recriadas a partir de partituras de Villa-Lobos e a Oficina Cultural Oswald de Andrade realiza o festival "Teatro de Vanguarda" sobre a diversidade do teatro contemporâneo. Nos espaços culturais, o seminário "100 Anos da Semana de 22", do Teatro Sérgio Cardoso em parceria com a Academia Paulista de Letras; a festa literária "Língua SP", no Museu da Língua Portuguesa e o espetáculo "Brasil 1922 a 2022" com repertório musical ao vivo no Memorial da América Latina. A TV Cultura exibe da animação "22 Cem Anos Depois" e a série documental "A Semana que ninguém viu, mas o Brasil jamais esqueceu", ambas inéditas. A Prefeitura de São Paulo criou dois concursos: um para a criação de um monumento definitivo que será instalado na Praça das Artes, na esquina da Avenida São João com a Rua Formosa, em frente ao reformado Vale do Anhangabaú; e o "Centenário da Semana de Arte Moderna de 1922 - Modernismo 22+100", coordenado pelo Departamento de Patrimônio Histórico (DPH) da Secretaria Municipal de Cultura, que vai escolher um cartaz para simbolizar as festividades da capital paulista, como aconteceu há 100 anos atrás, no famoso cartaz feito por Di Cavalcanti.



Divisor de águas na cultura brasileira, a Semana de 22 revolucionou a linguagem artística-cultural do país. Abaixo, da esq. para dir., Pagu, Anita Malfatti, Tarsila do Amaral, Elsie Housten e Eugênia Alvaro Moreira. Atrás, da dir. para esq: Benjamim Peret, Oswald de Andrade e Alvaro Moreira

Arquivo Pessoal



NA PELE DE MÃE

Após mais um sucesso como empreendedora e sócia de uma marca de skincare, Helena Bordon vive as descobertas da gravidez. Em casa, a influenciadora de um milhão de seguidores elege preferências, como a cadeirinha da infância que convive com uma Wiggle, peça de Frank Ghery, e sapatos que resumem sua herança fashion

POR GISELE VITÓRIA FOTOS MARCELO NAVARRO

Na casa de Helena Bordon em São Paulo, uma cadeirinha de palhinha, daquelas típicas para criança, bem conservada, presente de sua avó Donatinha quando ela tinha quatro anos, tem o mesmo destaque na sala do amplo apartamento que a cadeira Wiggle Side, da série Easy Edges, de móveis concebidos em 1972 pelo arquiteto Frank Ghery. Convivem também, no mesmo ambiente, quadros de Vick Muniz, presente de casamento do artista, em 2016.

O brinquedo da infância correu o mundo. Passou pela casa de Donata Meirelles e Nizan Guanaes, quando Helena ainda morava com a família, e mudou de endereço algumas vezes. Foi e voltou de Nova York, quando ela e o marido, Humberto Meirelles, sócio do fundo de investimentos Vinland Capital, moraram por um ano e meio nos Estados Unidos. Na última mudança, ela achou que havia perdido a sua relíquia afetiva, mas foi um alívio quando recuperou o que já é praticamente um amuleto. “Minha avó adora. Quando ela vem aqui fica orgulhosa da cadeirinha e lembra que a bebê Neninha era cuidadosa ou essa palhinha de Tatuí era muito boa”, sorri Helena, enquanto Bento, seu Lulu-da-Pomerânia sobe no sofá e faz festa para as visitas.

A cadeirinha tem novos destinos à vista. Possivelmente será herdada. Semanas depois da conversa com a Robb Report Brasil, a gravidez de Helena foi anunciada com euforia no instagram da mãe, a consultora de moda Donata Meirelles, e a vida da empresária e influenciadora digital ganhou novas cores. Afase plena da influenciadora coincide com o sucesso de sua marca de skincare Hela Beauty, agora vendida no disputado e-comerce da Sephora. A marca foi criada há pouco mais de seis meses em parceria com a dermatologista Alessandra Fraga, diretora científica do projeto, e ganhou forte projeção. Na pele de mãe, Helena protagniza cenas de beleza e felicidade explícitas para seus mais de um milhão de seguidores, enquanto a barriga da gestação cresce.

A ideia de criar a marca de beleza nasceu a partir de um telefonema de sua médica e amiga no começo da quarentena, quando Helena passava dias em Trancoso, e se concretizou no fim de 2020. ″A pandemia foi o período de tirar todos os desejos antigos do papel. O projeto Hela nasceu em março quando sentamos juntas e em dezembro lançamos a marca″, conta. ″Hela é um nome maravilhoso. Foi minha cunhada que deu, acredita? Nizan disse: ′Tem que ser Helena, ou HB′. Mas eu já tinha minha marca de roupa Helena Bordon com outro sócio. Minha cunhada, Maria Melzer, que estava na piscina enquanto falávamos, virou e disse: Hela. Um duplo sentido maravilhoso.″





Helena veste alfaiataria de sua marca Helena Bordon. Ao fundo, o quadro de Daniel Muller, de Amsterdã; em viagem, com a barriga crescida. A cadeirinha da infância, que convive com a Wiggle, de Frank Ghery, será herdada em breve

Arquivo Pessoal


1


2

1 Ela é Hela
Helena na campanha da marca Hela Beauty

2 Na sua sala
Conforto, design, flores, artes e fotografias

3 No Closet
Botas Dior com as quais foi em seus primeiros desfiles parisienses


3




4



A beleza se une ao seu DNA fashion. "Sempre quis juntar o mundo da moda com o mundo da beleza. Criamos uma estética bem clean para a marca, com direção criativa do Fernando Araújo, que me ajudou a por no papel as ideias, como as bolhas", conta Helena. O Henrique Martins fez a make, o Pedro Salles o stylling, a Gabriela Schmidt as fotos. Queriamos enfatizar a clean beauty."

Há 10 anos influenciadora digital, Helena estudou marketing em Londres, e acumulou experiências como o estágio na maison Valentino e a sociedade na marca 2 8 4, com Luciana, Dinho e Marcela Tranchesi. Ela lembra do furor da estreia da marca com uma campanha com Naomi Campbell. "Minha mãe e a tia Eliana (Tranchesi) eram amigas da Naomi quando lançamos a coleção cápsula para a Daslu. Éramos muito jovens. Imagina você o que foi estrear uma marca com a Naomi? Uma loucura", diverte-se, recordando.

Memórias dessa raiz fashion brotam quando entramos em seu closet e Helena abre um dos seus oito armários de sapatos. "Essas botas Dior usei nos primeiros desfiles que assisti profissionalmente nas semanas de moda de Paris." Não que ela não tenha acompanhado sua mãe, Donata, ainda criança, à Paris Fashion Week, mas, em 2013, Helena estreou como influenciadora e foi notícia na semana de moda parisiense. "Essas botas são de 2015, da coleção de Raf Simons para a Dior", relembra Helena, ao abrir mais um armário de sapatos e rir de si mesma. "Sou viciada em sapatos, mas nunca mais usei salto, desde o início da pandemia", conta, brincando com suas próprias manias. "Meu marido vai ficando louco. Ele fala: 'Não dá, todo lugar que abro nessa casa tem coisa sua, que desespero...' "

A ideia de diversificar suas atividades, expandindo os negócios, se abre ainda mais com a maternidade. E com a convicção de que seu trabalho não deve depender exclusivamente da sua imagem. "Sei do meu poder de marketing no meu Instagram, mas eu vou ter filho, vou estar mais com a família, vou querer não precisar ter que mostrar meu look do dia todos os dias...", diz ela. "Então, vou poder ter a minha empresa andando sozinha e em algum momento vamos vender para um grupo grande." Nos meses em que a gravidez muda a sua vida, Helena diz estar amando a pele, que por sinal, nunca teve espinhas e conta a genética a seu favor. A beleza da musa fashion e da business woman ganha uma face a mais de profunda felicidade e novas descobertas. Que a herdeira ou o herdeiro da cadeirinha de palhinha, seu amuleto da sorte, traga ainda mais luz e plenitude a Helena Bordon.

4 Skincare
Os produtos Hella têm uma linguagem clean. O vidro é uma opção sustentável

5 Qualidade
Facemist e foco no autocuidado: cores e qualidade

6 Tratamento
Skin oil, hidratante e antioxidante, Hydra Serum e Hyalo Booster

7 As sócias
Helena com a médica e sócia, a dermatologista Alessandra Fraga

8 Arte
Série de moda de Vik Muniz, com uso de clips, presente de casamento do artista para Helena







A fantástica fábrica de Guto Requena

Prestes a estrear como apresentador da versão brasileira do reality show Queer Eye, da Netflix, o arquiteto paulista não para de conceber novos projetos em que a tecnologia é a principal ferramenta para turbinar suas ideias sustentáveis de arquitetura, design e urbanismo

por SILVIANE NENO

fotos MARCELO NAVARRO



O QG DE GUTO REQUENA, um dos profissionais mais multifacetados da nova geração de gênios da arquitetura e do design, quem diria, fica num casarão em ruínas, datado de 1911. Quer dizer, não exatamente em ruínas, já que ele teve toda a sua estrutura hidráulica, elétrica e fundação inteiramente restauradas por seu proprietário, o empresário Houssein Jarouche, outro nome referência quando se fala em mobiliário de design em São Paulo. Mas a atmosfera é de um grande laboratório cercado de verde, onde se vê extraordinárias peças de design, mobiliário arrojado, estações de trabalho compostas por pequenos e grande ambientes, equipados de alta tecnologia e, sobretudo, habitados por uma trupe de criativos liderados pelo cabeça das maiores ideias. Guto Requena, 41 anos, dá nó em trilho, não sem antes desenhar o trem capaz de desviar de qualquer obstáculo.

À frente do estúdio que leva seu nome, e comandando uma equipe de 40 pessoas, ele cria de papéis de parede a









1 SENTA OU ADMIRA?
A cadeira Nóize, uma das criações de Requena, é obra de arte no escritório. Através de plataforma digital 3D, ele recriou a cadeira Girafa, um ícone do design brasileiro, de Lina Bo Bardi

2 MESA DE TRABALHO
A sala do arquiteto na mansão de 1911. É dessa mesa que brotam as criações mais mirabolantes, de aplicativos de joias a residências totalmente sustentáveis.

3 MAQUETES OU ARTE?
A Wikihouse para Casa Cor 2021. Um projeto open-source para projetar e construir casas. Guto quer democratizar e simplificar a construção sustentável de habitações. Também na foto, a maquete oval é do projeto Empatias Mapeadas

projetos urbanísticos de novas cidades, passando por mobiliário urbano, design de produtos, até conteúdo de programas para TV, além de ele mesmo ser estrela de realitys de transformações, como a versão brasileira do Queer Eye, que vai estrear em breve na Netflix.

Em tudo o que coloca a mão, está a preocupação com a sustentabilidade. "Meu desafio é investigar novas tecnologias de uma maneira mais afetiva. Usar tecnologia para aquecer, para aproximar", diz Guto. "Como vamos continuar construindo sem poluir? Como tem que ser a casa do futuro?". Ele lança a pergunta ao mesmo tempo em que pretende fazer da própria casa, em construção, um case de sustentabilidade assim como o projeto, já em execução, da gigantesca sede da XP Investimentos. Ao lado de outro grande escritório paulista, do arquiteto Marcio Kogan, Guto trabalha na construção de 75 mil metros do que será um tesouro da arquitetura sustentável, sua melhor visão de futuro.

AMOR NA PONTA DOS DEDOS

A loja Pop Up da Hermès, no CJ Shops, é outro exemplo bem-sucedido do uso de tecnologia, design de produto e arquitetura, tudo feito pelo mesmo estúdio, o de Guto Requena.

Dos 70 projetos em andamento, um deles, contudo, faz seu coração bater mais forte. O do Aura Pendent é resultado de dois anos de pesquisas até chegar a um aplicativo que é puro amor. Por meio dele, é possível capturar emoções e transformar em dados para esculpir uma joia única, impressa em ouro ou prata.

Como? Basta baixar o aplicativo no celular, ir para um lugar calmo, cobrir a câmera do aparelho com o dedo indicador, colocar o fone de ouvido e contar uma grande história de amor. O aplicativo vai capturar as emoções da sua voz e seu batimento cardíaco através do pulso no seu dedo. Os dados captados vão ser usados para moldar o design de uma mandala, impressa em 3D e transformada em joia. Porque anel de casamento é coisa do passado. Provas de amor podem vir da ponta dos dedos. Coisa de gênio.



Robb à mesa

por ***CELIA POMPÉIA***



Os pães do Tartaruga Panifício também são encontrados na Casa Santa Luzia

O pão nosso de cada dia

O chef Gustavo Young, do Tartaruga Panifício, põe a mão na massa e oferece fornadas de um dos melhores pães de São Paulo

Tudo que é único é mais caro? Tudo que é exclusivo é melhor? Será? Foi assim, com esta reflexão e em busca da exclusividade, que encontramos algo muito diferente. Um lugar que fabrica um único tipo de pão, com sabor inigualável. Um luxo para ser degustado.

Ingredientes mais simples, porém de alta qualidade, como água mineral, sal marinho, farinha orgânica e fermentação natural, combinados à habilidade de um grande chef, o forno com lastro de pedra e o tempo preciso de fornada, se transformam em uma riqueza de sabor, que vai para mesa dos melhores restaurantes. É apreciado pelos chefs Bel Coelho, Gustavo Maeda, Carol Albuquerque, Claude Troigros e, ainda, pode chegar na sua casa com dia marcado.

Você não escolhe tamanho, nem recheio, nada... mas para que complicar? Se o menos é mais, o mais





Os pães com crosta crocante e alvéolos perfeitos de Gustavo Young: respeito ao tempo e forno com lastro de pedra



fica por sua conta. Ao escolher o dia da fornada, pode degustá-lo quentinho com azeite, harmonizado com uma taça de vinho e uma boa companhia.

Ou ainda na tostadeira, vendo a manteiga derreter, tocando a textura dessa iguaria e observando a deliciosa autenticidade do nosso pão com manteiga. Mas não para por aí. Em brusquetas, acompanhando a fondue, ou com massa italiana, para raspar o molho do prato, é possível criar inúmeras maneiras de se deliciar com este pão, que tem até nome, Tartaruga, pelo seu formato característico e crocância da casca.

Seu criador, o chef Gustavo Young, é um profissional diferenciado. Filho de um chinês com uma austríaca, engenheiro mecânico pela Politécnica da USP, se realizou mesmo ao estagiar com a chef Bel Coelho no Sabuji. Voou para Girona, até o El Celler de Can Roca. Foi também chef do Finger Garden, em Milão. Pousou aqui em São Paulo, no Bagatelle, e teve uma participação brilhante no programa Mestre do Sabor. Hoje tem seu próprio restaurante, o Bacuri.

Mas foi com o amigo e atualmente sócio, Pedro Ribeiro Braga, que nasceu o Tartaruga Panifício, em que agora Gustavo literalmente põe a mão na massa.

A amizade, o afeto e o cuidado em fazer um único produto, sem pressa, são os ingredientes finais que completam este pão, com personalidade.

#Cadapãoeumpão como eles dizem. Cabe a nós o privilégio de saboreá-lo vagarosamente. Este pão, com certeza, terá vida longa, tal como a Tartaruga.

Você deve conferir! RR

Tartaruga Panificio
@tartaruga_panificio e também na @casasamtaluzia
Delivery Whatzapp +55 11 95687-8122



Primeiro fotógrafo a ter contato com os Zo'é, uma pequena comunidade indígena que permanece isolada no interior da Floresta Amazônica, o paraense Rogério Assis tornou-se um especialista em desbravar com suas lentes a parte da Amazônia que resiste, e a que virou cinzas e memória para os livros de história

por SILVIANE NENO

"TUDO É VIDA"



Vista aérea do rio Jamanxim e de uma estrada clandestina aberta na floresta. Esse díptico faz parte do livro "MATO?"que discute a questão ambiental através de imagens antagônicas



Léo descansando na canoa em um igapó do Rio Pagão, na comunidade Boa Esperança, município de Curralinho, Ilha do Marajó-PA



A trajetória de Rogério Assis, de 56 anos, um dos grandes fotógrafos documentaristas brasileiros, pode ser dividida entre antes e depois do dia em que pisou pela primeira vez nas entranhas da Floresta Amazônica, na região do Pará, entre os rios Cuminapanema, Erepecuru e Urucuriana, a uma hora de avião de Santarém. Era 1989 e Rogério chegou lá dois anos depois do primeiro contato dos Zo'é com o mundo exterior, por meio de um grupo de missionários. Depois dos acenos iniciais, veio Rogério, acompanhando o presidente da Funai e sua arma pacífica, uma câmera Nikon F2 35mm.

Desde a década de 1940, a pequena tribo tinha conhecimento da presença do homem branco em seu território. Passaram-se quatro décadas, contudo, para que ocorresse um encontro. O saldo da aproximação foi trágico para o povo da floresta e seu frágil sistema imunológico. Um dos missionários acabou levando o vírus da gripe e houve quase 100 mortes. Quando Rogério chegou restavam apenas 147 índios, muitos dos quais doentes.

As fotos rodaram o mundo. E com elas, Rogério. Depois da revelação inédita, viajou, estudou nos Estados Unidos, trabalhou como fotojornalista do Estadão e da Folha de S. Paulo, abriu uma agência de fotografia digital, criou uma revista, participou de inúmeras exposições, salões de arte, até que um novo convite da Funai e a ideia de um livro o levaram ao reencontro com os Zo'é, 20 anos depois.

O cenário parecia mais animador. A intervenção da Funai, depois da visita inaugural dos missionários, restabeleceu o isolamento da tribo, com rigoroso controle de doenças. Havia 246 indígenas vivendo na aldeia, com boa saúde graças às ações da Frente de Proteção Etnoambiental. Hoje, a população é de cerca de 250 pessoas.

Nas duas imersões, Rogério usou filme preto e branco para manter a mesma linguagem estética. Teve respeito e zelo, em doses iguais. "Eu punha a câmera à vista, em cima da bolsa num canto, para que eles vissem que não iria fotografar", diz. Era uma forma deles irem se acostumando com a minha presença". O belo livro, assim como todo o trabalho documental de Rogério por meio da fotografia, é o mais completo resgate já feito sobre uma tribo que faz questão de se manter isolada.
Vivendo em São Paulo, o fotógrafo segue se dedicando a projetos de documentação na área sócio-ambiental em parcerias com o Greenpeace e o Instituto Sócio Ambiental. De tudo o que viu e viveu, de mãos dadas com os povos da floresta desde 1989, ele costuma dizer que aprendeu um outro modo de viver: "A gente trata como exótico o que parece exótico para nós. Não existe exotismo em lugar nenhum, tudo é vida".

ROGÉRIO ASSIS É AUTOR DOS LIVROS, "ZO'É", "MATO?" E "VIAGEM AO SUL DO REAL".



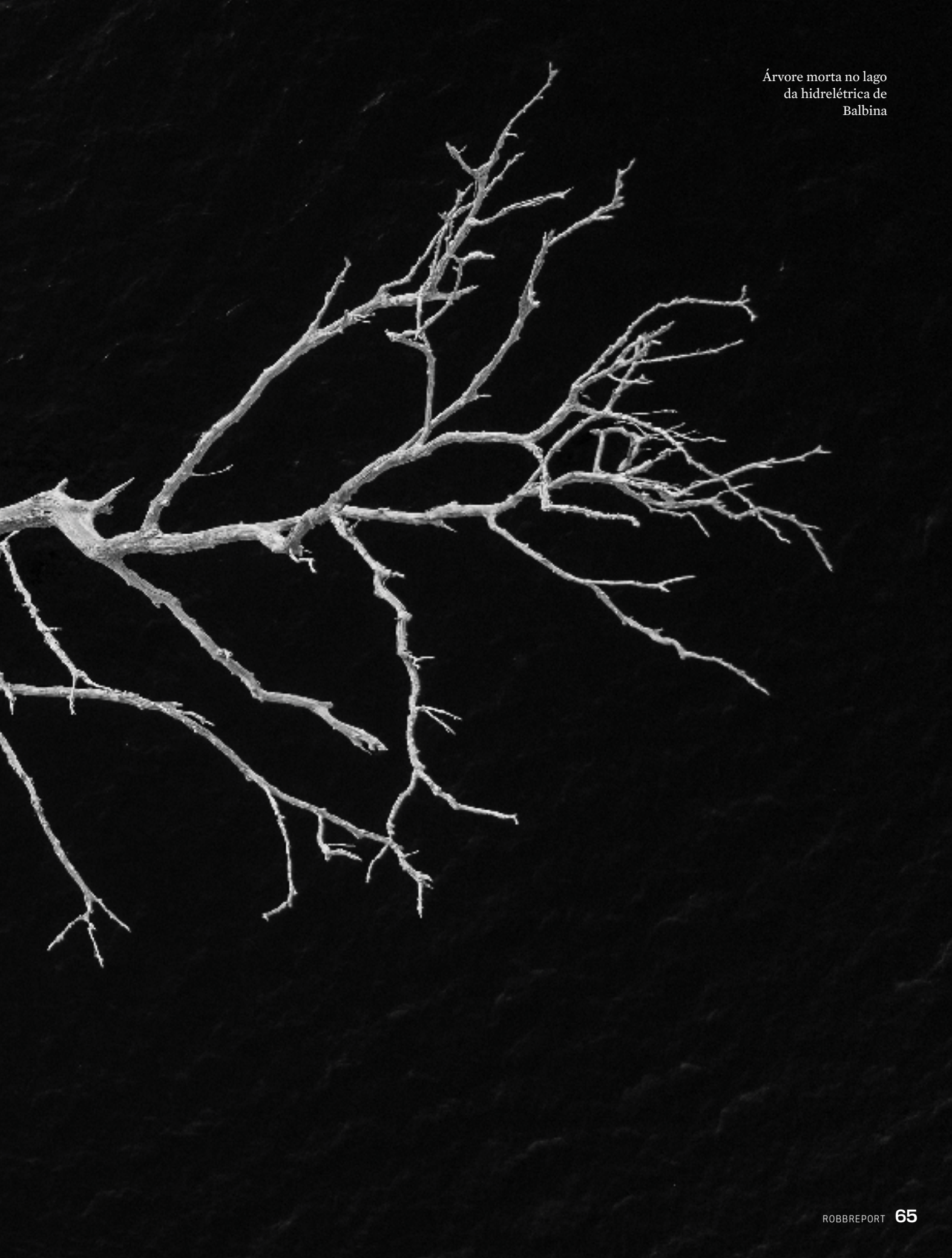
Foto aérea de um pasto ilegal na terra indígena Waiwai. Mãe da etnia Zo'é cuidando do filho

"Não existe exotismo em lugar nenhum, tudo é vida."









Árvore morta no lago da hidrelétrica de Balbina



Homens da etnia Zo'é testando flechas usadas na caça. Criança da etnia Zo'é, com cocar feito de pena de urubu rei, adereço tradicional da identidade da etnia





“Eu punha a câmera num canto, para que eles vissem que não iria fotografar. Era uma forma deles irem se acostumando com a minha presença”.

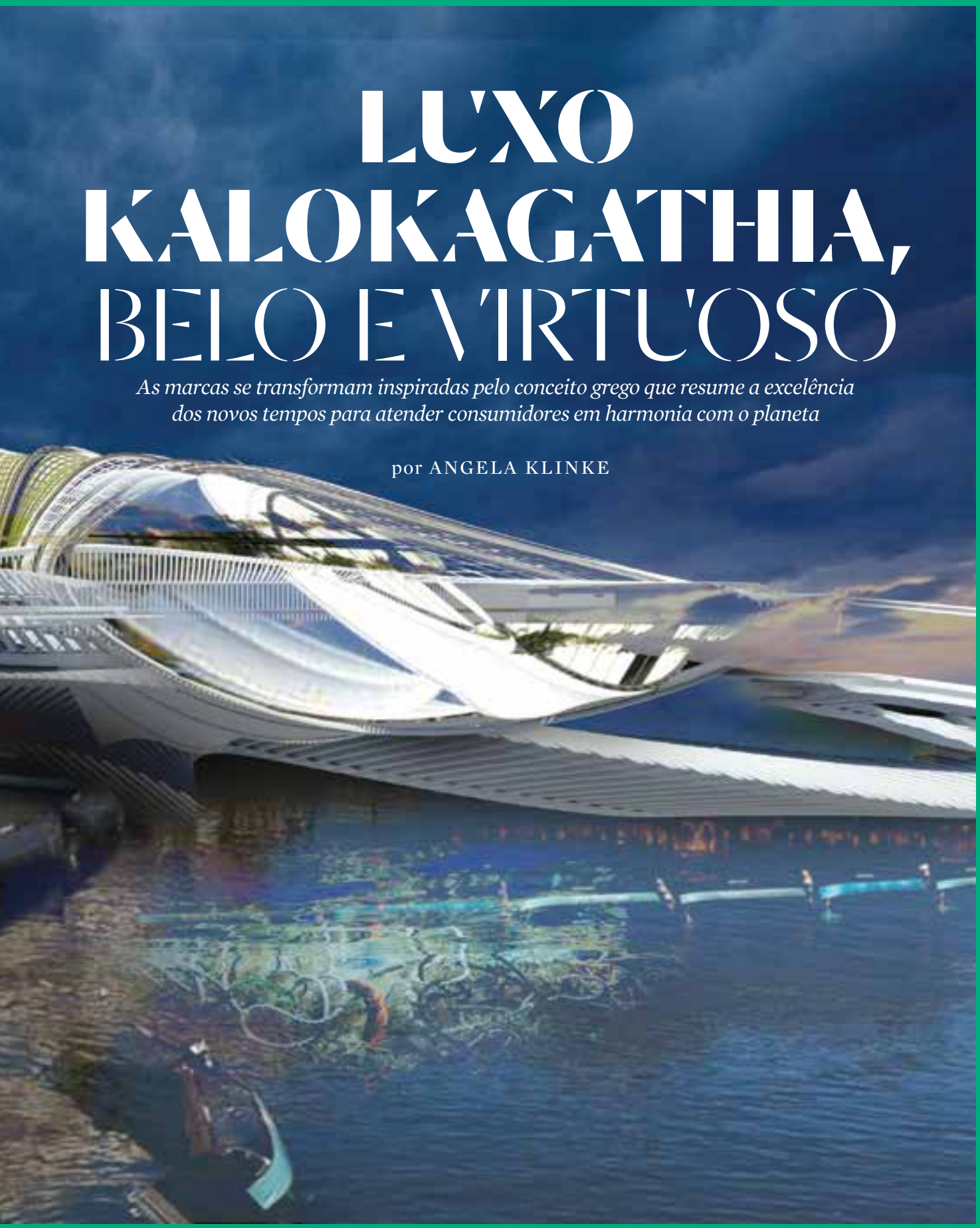


O Recycled Ocean Plastic Resort (na Austrália) será feito a partir de plástico e lixo retirado do mar.

LUXO KALOKAGATHIA, BELO E VIRTUOSO

As marcas se transformam inspiradas pelo conceito grego que resume a excelência dos novos tempos para atender consumidores em harmonia com o planeta

por ANGELA KLINKE





SEASE
A Sease, (sea +ease), marca italiana masculina criada em 2018 pelos irmãos Franco e Giacomo Loro Piana, tem na sustentabilidade um de seus pilares. As coleções usam tecidos de bases renováveis, fibras naturais e orgânicas. A primeira loja na América Latina foi aberta este ano no CJ Shops Jardins.

PANERAI
O Submersível eLAB-ID é um relógio conceito que tem 98,6% de sua composição formada por materiais recicláveis. O relógio com tiragem limitada de 30 exemplares segue as práticas de "relojoaria circular", reutilizando materiais em sua confecção. Outro exemplar da marca com o mesmo princípio é o Luminor Marina eSteel com 89 gramas de materiais reciclados, o que corresponde a 58,4% do peso do relógio. A caixa e o mostrador tem a liga de aço reciclado.



O

Os caminhos para o futuro passam por Glasglow. Será na cidade escocesa que em novembro se realizará a COP-26, que precisou ser adiada no ano passado em função da pandemia. Esta cúpula do clima é definida pelos cientistas como a "última esperança" para se limitar o aumento da temperatura média global em até 1,5 ºC. A partir desse patamar de aquecimento, afirmam os especialistas, o impacto no planeta será irreversível.

É por isso que governos signatários do Acordo de Paris, investidores, empresas e organizações da sociedade civil estarão debruçados na negociação de um compromisso efetivo de redução da emissão dos gases de efeito estufa de forma a estancar uma mudança climática incontrolável. Um dos temas mais controversos é a regulamentação do mercado internacional de crédito de carbono e seus mecanismos de fiscalização, questões que transpassam as formas de produção e a preservação da biodiversidade.

O momento torna-se ainda mais crítico quando se desenha no horizonte pós-pandemia uma retomada econômica e uma aceleração do consumo. Muitas empresas que já entrelaçaram sua jornada com o desenvolvimento sustentável estarão mais preparadas para as exigências que virão dos governos, dos investidores e dos consumidores.

Os setores que tradicionalmente impactam o ambiente estão sob escrutínio maior. Recentemente uma empresa de mineração sul-africana, cujo nome não foi divulgado, mas já a título de reparação de suas atividades, financiou um projeto de um resort de luxo a partir do lixo do oceano. A concepção inovadora da arquiteta britânica Margot Krasojevic, que tem se notabilizado por trabalhos focados em energias renováveis, e que integrou escritório de Zaha Hadid, ganhou projeção internacional.

Ainda em fase de estudos, o Recycled Ocean Plastic Resort, com 75 quartos, ficará próximo à



ZEGNA

#UseTheExisting é o compromisso da Zegna de repensar a cadeia de suprimentos, adotando materiais preexistentes e / ou pós-consumo e lhes dando vida nova. Esta foi a maneira encontrada pela marca italiana para fazer "algo sobre o fato de mais de 30% das matérias-primas serem descartadas na produção de uma peça de roupa". A Ermegildo Zegna é o laboratório de experimentações do diretor artístico Alexandre Sartori na coleção SS21.



LOUIS VUITTON

O novo LV Trainer segue a filosofia de Upcycling de Virgil Abloh. Ele é uma releitura e reformulação do icônico tênis lançado em 2019. Os detalhes únicos foram deixados aparentes propositalmente pelos artesãos da Maison: riscos referentes à construção do modelo e fios de costura visíveis, que podem ser cortados ou não.

Ilha de Cocos, em território australiano, montado em uma estrutura de plástico leve e flutuante. Sob passarelas de madeira que se conectarão com a terra firme, serão instaladas redes para captação de mais lixo. Esse material poderá ser compactado com uma espécie de cimento biodegradável e funcionará como base para novas passarelas ou até mesmo para uma expansão da ilha. O corpo do hotel será de madeira sustentável e fibra de carbono e só irá operar com energia solar. E a água será do mar, dessalinizada.

Do setor de luxo se espera, claro, a mesma ousadia de quem sempre surpreendeu e encantou gerações por décadas. Estaríamos no rumo do luxo sustentável? Ou a sigla ESG (Environmental, Social and Corporate e Governance) seria só mais um monograma da estação?

No último mês, a Gucci fez um anúncio muito promissor. A grife antecipou em quatro anos suas metas do programa Equilibrium Impact. A redução da pegada ambiental teria sido de 40% em 2020 em comparação a 2015, assim como a emissão de gases de efeito estufa retrocederam em 47%. Em seu sistema produtivo, utilizaria hoje 93% de energias renováveis e pretende completar 100% no próximo ano. Numa decisão que abraça a economia circular, fechou uma parceria com o e-commerce The RealReal para a venda de itens de segunda mão, uma frente de negócios que recentemente o conglomerado LVMH descartou como possibilidade. Além de práticas reativas, a marca também deu um passo a mais se propondo a restaurar e regenerar 1,9 milhão de hectares de florestas pelo mundo.

"As marcas de luxo estão mudando, mas ainda sem a velocidade necessária. Pós - covid, como as perspectivas de negócios permanecem incertas, elas estão lutando com uma mudança fundamental no que significa 'luxo', já que as pessoas se tornaram mais conscientes ambiental e socialmente e esperam que os negócios dos quais compram sejam tão progressistas quanto eles são", diz Diana Verde Nieto, CEO do Positive Luxury, uma consultoria britânica que desde 2011 se dedica a apoiar as marcas de luxo de vários países na adaptação da "nova economia climática".

"No passado, o pioneirismo do luxo se concentrava no design e no desejo. Hoje, está se criando um luxo mais atento, que trabalha para minimizar seu impacto sobre o meio ambiente enquanto maximiza seu impacto social sem comprometer a qualidade, o serviço e o design", completa.

Para Diana, a pandemia "antecipou o futuro



O Mirante do Madadá, no rio Negro, segue a arquitetura biomimética, e se integra a Floresta Amazônica: sala de cura com teto inspirado na vitória-régia e as suítes com formas de semente





TURISMO PARA REGENERAR O EU E A FLORESTA

Um hotel com suítes em forma de sementes, uma casa de cura (para terapias corporais) com um teto que mimetiza a vitória régia, uma casa coletiva para apreciar o pôr do sol e a mata fechada. Uma concepção "ancestral e futurista", uma criação inspirada na tipologia indígena que se integra à paisagem da Floresta Amazônica. As estruturas do Mirante do Madadá, localizado às margens do rio Negro, em frente ao Parque Nacional de Anavilhanas, funcionam como metáforas que transfiguram as formas da natureza. O projeto, exposto este ano na Bienal de Arquitetura de Veneza, é um exemplar da arquitetura biomimética exercida por Marko Brajovic.

"O maior luxo é a conexão com a natureza e o bem-estar", diz ele. É uma nova proposta de experiência sustentável, que valoriza a integração com as comunidades e a biodiversidade. Muito distante, portanto, daquela ideia de quartos rústicos e passeios para a focagem de jacaré. "A arquitetura proporciona a sensação de plenitude, a consciência de presença, um bem-estar inestimável. Na Amazônia, ela funciona como sua segunda pele."

O Mirante, em fase de construção, terá 12 quartos com áreas entre 120 e 180 m², para um público que valoriza o conforto e o contexto natural. É uma expansão do já incensado Mirante do Gavião Lodge. Para Brajovic, a proposta é de turismo regenerativo tanto externamente, quanto internamente. "O que significa viajar? O que você traz de uma viagem? O impacto pessoal precisa ser maior que seu deslocamento até o local para que você atue positivamente."

Para Marko, estaríamos diante de grandes transformações do clima e do estilo de vida, uma oportunidade para a evolução da espécie humana e a "Amazônia é o lugar para fazer essa consciência florescer." É quando se tem a noção, segundo ele, de "pertencimento, de quanto é valioso a floresta ficar de pé."

em uma década". A COP26, por sua vez, com seu foco no carbono "significará que as empresas eventualmente precisarão prestar contas de todo o impacto de sua cadeia de suprimentos, mesmo que a estejam terceirizando. Isto levará a uma enorme mudança sistêmica."



Essa transformação é uma jornada de longo prazo em que cada empresa se encontra em um estágio diferente de compromisso com o desenvolvimento sustentável.

Foi por essa razão que a consultoria Bain & Co em parceria com a Positive Luxury elaborou um relatório prevendo quais mudanças uma empresa de luxo deveria implantar para ser campeã em sustentabilidade em uma década. Para tanto, criaram um plano de negócio para uma empresa fictícia, a LuxCo.

Por gerações, o objetivo da LuxCo teria sido "fornecer produtos e serviços cujo artesanato e escassez disparavam a imaginação e a aspiração dos consumidores". Mas de 2020 a 2030, o humor do consumidor teria mudado, e assim ela teria redefinido a ideia luxo exclusivo em "algo mais parecido com o antigo conceito grego de kalokagathia, traduzido como 'o que é belo e bom' tanto para as pessoas quanto para o planeta, neste caso", diz o report.

Durante a década, a LuxCo definiu o propósito da marca e "dissociou o crescimento do volume, tornou sua cadeia de fornecimento totalmente transparente e rastreável, maximizou seus compromissos ambientais e sociais e criou arrojadamente valor econômico a partir da sustentabilidade."

Crescer reduzindo a produção significou que a LuxCo aumentou o ciclo de vida útil do produto assumindo a revenda e o aluguel com parte do negócio. Ela também passou a fazer mais produtos sob encomenda, com mais personalização, reduzindo o estoque. Por meio da inteligência artificial conseguiu prever com mais precisão as demandas cidade por cidade, evitando a superprodução. Também recuperou tecidos antigos e lançou coleções com edições limitadas e valores mais altos.

A LuxCo direcionou seus esforços para que em 2030 o consumidor, pudesse acompanhar

CONSUMO CONSCIENTE DE LUXO CRESCE NO BRASIL

A Farfetch acaba de lançar seu primeiro relatório anual de tendências de luxo consciente. O estudo mostra que a venda de produtos que levam em conta práticas sustentáveis cresceu numa velocidade 3,4 vezes maior que a média do mercado em 2020, e audiência nas páginas que trazem esses itens quadruplicou com a pandemia. No Brasil, a plataforma tem mais de mil marcas nacionais e internacionais com o selo Positively Farfetch. Por aqui, registrou no último ano aumento de 24% da receita e de 12% do tíquete médio destas peças "positivas".

O setor de luxo de segunda mão, por sua vez, também foi impactado pela pandemia. A expectativa é, contudo, que até 2030 ele supere as vendas das cadeias de fast fashion. A butique de resale Troca de Luxo, em São Paulo, conquistou um crescimento de 318% com o pioneirismo das "live shops" de acessórios e relógios de alta gama. Em sua página no Instagram promoveu o desapego de influenciadoras como Tassia Naves, Grazi Massafera, Nati Vozza entre outras. O plano é que, com a expansão ainda maior da consciência sustentável, a empresa possa vislumbrar um IPO, como tem acontecido nos EUA com players semelhantes.

Para estimular a economia circular, o grupo JHSF incluiu a Take Me Vintage no e-commerce CJFashion, do shopping Cidade Jardim, ainda em 2020. Assim, quem navega pelo espaço tem a experiência inusitada de comprar num mesmo canal uma peça nova ou pr-owned da Balmain, por exemplo. A proposta pioneira é uma parceria com Ana Piva e Melissa Moraes, que cuidam da curadoria, e tem um ponto físico no CJ Shops Jardins.





IWC
A IWC, uma das marcas de relojoaria reconhecida por seu compromisso sustentável que conta com o selo Butterfly Mark, lançou novas pulseiras de relógios de papel feitas em Timbertex. A criação das pulseiras inclui mais de 60 etapas de trabalho artesanal. São resistentes à água e uma opção ao couro, sem perder estilo ou funcionalidade.



HERMÈS
A bolsa Victoria é feita de um material biotecnológico chamado Sylvânia. O ingrediente principal é o Fine Mycelium (base feita de fios da raiz do cogumelo) aprimorado pela californiana MycoWorks com suporte da Hermès. A peça deve chegar às lojas da maison até o fim do ano

online a "origem dos componentes da roupa, bolsa ou sapato, assim como o local e a data de fabricação (...) ver dados sobre o impacto ambiental e social dos fornecedores, bem como o próprio impacto ambiental ao fazer a compra (expresso em função da frequência em que ela provavelmente usará o item)."

Com o report, as consultorias puderam mostrar que ao assumir sua responsabilidade ambiental e social, reconfigurando o negócio com este propósito, a LuxCo também aumentou sua lucratividade.

"O estudo criou um cenário utópico para reforçar que a pauta ESG precisa ser vista de forma mais holística pelas marcas de luxo. Cada indústria terá de fazer suas encolhas levando em conta a questão do lixo e da redução do desperdício, a oposição entre o fast fashion e o discurso da circularidade, a logística de distribuição para o consumidor final, a transparência na cadeia produtiva, o decent work direto ou indireto e os critérios de diversidade e inclusão que não podem estar expressos só nos anúncios", diz Luciana Batista, sócia da Bain&Co no Brasil.

É evidente que a pandemia trouxe um senso de urgência na redefinição nas formas de se investir, produzir e de consumir. Em maio, por exemplo, o grupo LVMH apresentou seu "primeiro relatório social e ambiental abrangente", no qual "destaca suas iniciativas para apoiar o crescimento sustentável". O conglomerado tem adotado a prática do ecodesign, por exemplo, como no caso das bolsas Baguette e Peekaboo da Fendi que foram feitas de poliéster reciclado e algodão orgânico.

A coleção masculina primavera/verão 2021 da Louis Vuitton concebida por Virgil Abloh, por sua vez, contou com itens confeccionados com materiais excedentes e peças de coleções anteriores. O tênis LV Trainer foi feito a partir de uma versão mais antiga que foi desmontada à mão e ganhou novos acabamentos. Para o designer, "as coleções anteriores não deveriam mais sair de moda e deveriam ser transformadas em itens de assinatura que são reinterpretados de uma estação para a outra."

O desfile outono/inverno 21/22 da Chloé, grife do grupo Richemont representada no país pela JHSF, foi uma declaração por uma moda mais sustentável proposta por Gabriela Hearst



GUCCI

A Gucci lançou no mês passado o Demetra, um novo material resultado de dois anos de pesquisa e desenvolvimento pelos técnicos e artesãos da própria grife. A inovação combina processos eficientes com matérias-primas livres de origem animal que são principalmente provenientes de fontes sustentáveis, renováveis e de base ecológica. O material não teria nenhum impedimento à escalabilidade nem limitações de volume e poderá ser disponibilizado para a indústria da moda. Para mostrar a versatilidade do produto já colocou a venda três modelos de tênis em suas boutiques.



TOMMY E CALVIN KLEIN

A PVH Europe, a sede global Tommy Hilfiger, e base europeia da Calvin Klein anunciou a instalação do "maior telhado solar do mundo", em seu centro de logística e distribuição em Amsterdã. Este marco é considerado mais um passo na jornada da PVH para obter 100% de sua eletricidade de fontes renováveis para seus escritórios, armazéns e lojas, e para conduzir uma redução de 30% nas emissões de carbono da cadeia de suprimentos até 2030. Esta meta está alinhada ao nível mais ambicioso de descarbonização, de acordo com o estabelecido pelo Acordo de Paris.

em sua estreia. A estilista que já tinha a sustentabilidade como princípio em sua própria marca, trouxe para a maison francesa suas convicções em peças com jeans reciclado ou de algodão orgânico, cashmere 80% reciclado, 60% da seda vinda de produção responsável e a rejeição a fibras sintéticas. Somada a outras ações, a coleção seria assim quatro vezes mais sustentável que em sua última edição.

"Há sinalizações muito positivas como o exercício da Hermès e a bolsa feita com material orgânico a partir de cogumelos. Ou a decisão da Mercedes de também entrar no mercado de carros elétricos. Ou ainda esse movimento 'enjoei' dos jovens. Mas eu só acredito que a questão da sustentabilidade ganhe corpo no setor de luxo no Brasil e na China que são mercados menos maduros, por exemplo, na medida em que ela se tornar incontornável na economia como um todo", disse Carlos Ferreirinha, especialista-pioneiro em luxo no Brasil e sócio-fundador da consultoria da MCF.

Para o antropólogo Michel Alcoforado, da Consumoteca, a sustentabilidade vai se impor mais pela pressão do mercado financeiro do que dos consumidores. "À medida que a pauta ESG afetar cada vez mais o preço das ações, as marcas vão sendo empurradas a implantá-la. Mas não acredito que o atributo da sustentabilidade impacte na decisão de compra do consumidor de luxo. Mas pode apaziguar a culpa saber que um produto de luxo também é sustentável."

Nos últimos anos, os investidores institucionais e fundos de pensão passaram a diversificar riscos sistêmicos, forçando-os a considerar o impacto ambiental e social em suas carteiras, diz Diana Verde Nieto. Soma-se a isso o impulso a pauta climática do presidente americano Joe Biden e Green Deal europeu, diz ela, que tornaram o ESG não mais uma escolha, mas uma necessidade.

Para auxiliar o consumidor engajado a fazer suas escolhas e dar visibilidade às marcas que estão realmente colocando os pilares do desenvolvimento sustentável em prática, a Positive Luxury criou o Butterfly Mark. O selo da borboleta é dado às empresas de luxo que têm programas de impacto positivo nos pilares ambiental e social.

"Temos 201 marcas certificadas em 26 países, sendo que 83% delas se comprometeram a reduzir o trânsito de embalagens e as emissões de CO_2 até 2025, e 92% têm metas de reduzir o consumo de água em 25%", diz ela. São marcas como Louis Vuitton, Anya Hindmarch, Givenchy, Acqua di Parma, Kiehl's, Costa Brazil e até a marca de tênis brasileira Cariúma. "Nosso melhor impacto ainda está por vir", completa.



DO GRÃO AO COPO

Johnnie Walker projeta o happy hour sustentável cuidando desde o campo até o fim da festa

POR MAIRA ALCÂNTARA

Quando o mundo retornar à normalidade e as celebrações se tornarem rotina, que tal brindar em um copo feito de mandioca e não impactar o planeta com o lixo dos utensílios ao final da festa? A socialização sustentável é uma proposta acolhedora para retomar o novo normal, e ela pode estar mais próxima do que pensamos. Foi em meio à pandemia de COVID-19, que a Johnnie Walker estreou o seu terceiro século com o compromisso que talvez seja o mais audacioso da história da marca. Tornar-se sustentável em toda a jornada de produção, desenhando estratégias específicas que vão do grão ao copo, da embalagem da garrafa ao turismo verde certificado pelo Green Tourism Gold.

Já para 2021, que alcança a passos largos uma retomada, o uísque mais vendido do mundo prevê o início de um novo happy hour sustentável com a chegada ao Brasil da sua primeira garrafa 100% livre de plástico, desenvolvida em papel e totalmente reciclável. A novidade faz parte da iniciativa "Os próximos passos", plano da Johnnie Walker de compromisso ambiental com metas a serem cumpridas até 2030. Entre elas, totalizar a produção do uísque com carbono "net-zero", utilizar energia renovável em todas as destilarias da marca, transformar as embalagens dos produtos em recicláveis, reutilizáveis ou compostáveis e usar 20% menos água em sua produção.

O projeto é ousado, mas reafirma o propósito da marca em um mundo que apresenta tendência a um retorno sustentável. Afinal, segundo pesquisa da IBM em parceria com a NRF, 70% dos compradores valorizam o comprometimento e estão dispostos a pagar um valor adicional para compras sustentáveis.

Na Escócia, país de origem da bebida e que será sede, em novembro, da 26ª Conferência das Nações Unidas sobre as Mudanças Climáticas (COP-26), os esforços sustentáveis da Johnnie Walker já começaram. A marca se associou à Royal Society for the Protection of Birds (RSPB Scotland) para plantar árvores e recuperar 88 hectares de turfeiras altamente degradadas - a vegetação é essencial para a redução das emissões de carbono, já que armazena, em todo o mundo, 30% do elemento.

Por lá, a previsão é ir além dos campos ainda em 2021 com a construção de um bar amigo do meio ambiente, em um projeto que envolve no universo verde todos os processos, desde a configuração do espaço até os drinques. A promessa da experiência em solo brasileiro também está nos planos da marca, mas ainda sem previsão de implementação. "Nossa ideia é continuar liderando o caminho em termos de 'turismo verde'. Falamos de uma reinvenção da experiência de beber para deixá-la mais sustentável e engajamento com pessoas de todo o mundo sobre a importância da socialização sustentável", explica João Victor Guedes dos Santos, Head de Johnnie Walker para Paraguai, Uruguai e Brasil na Diageo.

Depois de lançar a primeira garrafa 100% livre de plástico, desenvolvida em papel e totalmente reciclável, a marca de uísque estabeleceu parceria com a startup "Já fui Mandioca", que utiliza a tecnologia nacional de fibra demandioca para fazer copos.

No país, o movimento da Johnnie Walker começou em parceria com a plataforma Innovation Latam e Fundação Dom Cabral na iniciativa "Projeto Walkers", que reuniu executivos da empresa e 10 empreendedores de startups de soluções socioambientais selecionadas na 1ª edição do Selo Impact, que premia startups inovadoras com impacto na sociedade e no meio ambiente. A ação teve apoio da Johnnie Walker e está alinhada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU (ODSs).

Entre os 10 pitches apresentados para a Diageo, detentora do uísque escocês, o vencedor foi o da startup "Já fui Mandioca". A empresa, que usa tecnologia brasileira na produção de copos feitos de fibra de mandioca passa a ser parceira oficial da Johnnie Walker no Brasil. Em território chileno, a marca fez uma parceria com a Tu Mejor Huella para proteger e restaurar 5 mil m² do Parque Nacional Torres del Paine, na Patagônia. E, já para 2025, o uísque escocês promete incluir um mínimo de 60% de vidro reciclado nas garrafas de sua linha principal, o que reduzirá 13 mil toneladas de carbono.

"A Johnnie Walker tem um plano abrangente que envolve reinventar como o whisky é feito, distribuído e saboreado", projeta João Victor Guedes dos Santos. Bom, keep walking! A bebida sustentável chegou.



CACAU NA MATA

Marcas como Q e Dengo fazem a pureza do fruto tropical ganhar projeção no país

por MAIRA ALCÂNTARA

Ter à mesa um chocolate cuja marca já teve uma edição limitada com design criado pelo arquiteto Oscar Niemeyer e degustada como um dos melhores já experimentados pela rainha Elizabeth II é uma experiência única, mas que se torna ainda mais valorizada ao ser definida como genuinamente brasileira e sustentável. Assim é o chocolate Q. Cultivada dentro da floresta tropical em Ilhéus, na Bahia, a pureza do cacau é a principal característica da marca carioca da família Aquim. A Q é comandada pela caçula Samantha Aquim, cozinheira formada pela conceituada École Lenôtre de Paris.

Tudo começou em 2008, quando ela viajou para a Fazenda Leolinda, que segue até hoje como a região de produção exclusiva da marca, feita no sistema cabruca. Nele, o cacau é cultivado entre árvores nativas da Mata Atlântica, o que preserva a floresta e os animais silvestres do local. "Nossa parceria com a Leolinda é parte indissociável da história da Q. Crescemos e prosperamos juntos. Compartilhamos a missão de divulgar a beleza do cacau brasileiro para o Brasil e para o mundo", explica Samantha. "Esse vínculo entre a marca, o campo, a natureza e, em especial, os homens, não é negociável para a Família Aquim", completa.

É ela quem seleciona pessoalmente os lotes do fruto que serão transformados nos produtos da Q. Criteriosa, a escolha não tem como base a busca por sabores específicos, mas a essência do que Samantha acredita ter sido o perfil aromático da colheita daquele ano. "Cada barra de chocolate Q é uma cápsula do tempo que registra o que aconteceu na Fazenda Leolinda durante aquela safra", comenta a chef. Os produtos, no entanto, apresentam constantemente notas mais cítricas.

Hoje, o chocolate de maior sucesso entre os consumidores da marca é o Q95, com 100% cacau. A Q reúne em seu portfólio três linhas de chocolates, todas com puro cacau e armazenadas em





Tanto a Dengo quanto a Q utilizam o sistema cabruca de cultivo do cacau, em que o manejo é feito à sombra da Mata Atlântica, no Sul da Bahia. Na loja "Fabrica De Dengo",em São Paulo, é possível conhecer o processo verde de produção, passando pela fermentação das amêndoas até a finalização do chocolate.

embalagens que carregam elementos das matas tropicais. Na pandemia, a Q interrompeu temporariamente as vendas em Lisboa, e se concentrou no mercado brasileiro, expandindo de Ipanema para São Paulo, além dos canais online. A operação paulista tem a parceria da Pazetto Events.

É também a partir do sistema cabruca em fazendas do sul da Bahia que mais uma marca nacional opera para a comercialização de um produto genuinamente brasileiro e sustentável. Fundada por Guilherme Leal, que também comanda a Natura, Body Shop e Avon, e Estevan Sartoreli, a Dengo Chocolates trabalha em parceria com 189 produtores locais de cacau em um processo que acompanha as etapas da produção e garante a compra do fruto por um valor 160% mais alto do que é pago pelo mercado comum.

"Tratamos o produtor como nosso primeiro cliente. Ele tem papel essencial no processo. Se não fosse pela rede de produtores, não existiríamos", declara Sartoreli, CEO da Dengo Chocolates. A marca compra cacau geneticamente diverso para a fabricação dos chocolates, mas geralmente adquire lotes varietais, como PH16, Parazinho, PS1319, CCN51 e Catongo. As notas têm características de frutas frescas, frutas marrons e cacau. Entre seus produtos, o carro-chefe é a criação quebra-quebra, em placas de chocolate com sabores como banana e castanha-de-caju, abacaxi com coco e biju.

Como sinal do sucesso de negócio sustentável da marca, a Dengo inaugurou em novembro de 2020 sua loja conceito na capital paulista. Formada por quatro pavimentos, a luxuosa construção "Fábrica de Dengo" permite que o visitante conheça o processo verde de produção, passando pela amêndoa ao chocolate final: em um óculos de realidade virtual, é possível se sentir nas fazendas de cacau, junto à mata nativa. O segundo andar da loja tem inspiração baiana e conta com restaurante e bar especializado com drinques feitos de ingredientes brasileiros.

Além da Fábrica de Dengo, a marca tem outras 25 lojas espalhadas pelo Brasil, nos estados do Rio de Janeiro, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Bahia, Paraná e Distrito Federal. Para o retorno a uma normalidade mais sustentável, a marca já planeja sua expansão: "Acreditamos que negócios de impacto social como a Dengo, que estejam comprometidos com alimentação mais saudável, respeito aos produtores e conservação ambiental possuem oportunidade de forte crescimento no pós pandemia", reafirma Sartoreli.

ESCÓCIA NOBRE E CONSCIENTE

Os encantos, castelos e lendas do país que sediará em Glasgow a COP26, próxima conferência mundial da ONU sobre clima, em novembro, e que vem liderando um movimento global de conscientização para alcançar a neutralidade de carbono até 2030

POR CAROLINA ANDRAUS

Castelo Crossbasket, próximo ao centro da cidade de Glasgow: majestade medieval e urbanidade, com restaurante disputado



A lendária Escócia, com suas misteriosas montanhas e cachoeiras, palco de muitas lendas celtas e histórias mitológicas, será a sede da COP26 Glasgow no próximo novembro de 2021. A conferência liderada pelas Nações Unidas, que acontece cinco anos após a assinatura do acordo de Paris, tem como pauta principal o acompanhamento das mudanças climáticas, e em especial a questão da emissão de carbono, e visa fortalecer as medidas protetivas e metas que vão sendo adotadas por diversos países na busca de um maior equilíbrio mundial.

A Escócia vem liderando um movimento global de conscientização, sendo o primeiro país a declarar uma emergência climática em 29 de abril, passando a estabelecer uma meta ambiciosa de alcançar a neutralidade de carbono até 2030. A iniciativa, chamada de Race To Zero é uma campanha global para reunir liderança e apoio de empresas, cidades, regiões, investidores para uma recuperação saudável, resiliente e zero de carbono que evite ameaças futuras, crie empregos e desbloqueie um crescimento inclusivo e sustentável.

Recentemente premiada com o status de Global Green City, Glasgow foi escolhida pelo Reino Unido para sediar a COP26 devido à sua experiência com eventos de classe mundial, compromisso com a sustentabilidade e instalações de primeira linha.

Bioma de Floresta Boreal

Localizada no norte da Europa, a Escócia compreende a metade norte da ilha da Grã-Bretanha, bem como 790 ilhas vizinhas, abrangendo os principais arquipélagos das Ilhas Shetland, Ilhas Orkney e Hébridas Internas e Exteriores. Rica em castelos antigos, áreas selvagens remotas, paisagens dramáticas e campos de golfe desafiadores, a Escócia oferece muitas experiências únicas.

As florestas nativas de pinheiros e bétulas das Terras Altas da Escócia são consideradas por muitos ecologistas e silvicultores britânicos parte do bioma de Floresta Boreal (um bioma sendo definido como a zona de vegetação global, cujas características são determinadas pelo clima e pelo solo). Para um território de extensão geográfica relativamente pequena, a Escócia é incomum por possuir tipos de florestas nativas que representam pelo menos dois, e possivelmente três, biomas florestais importantes.

Entre as particularidades do solo escocês, e sua misteriosa natureza imortalizada em livros como *As Brumas de Avalon,* não é por acaso que esse pequeno país tem como seu animal oficial o unicórnio. A cachoeira mais alta da Grã-Bretanha, chamada Eas a 'Chual Aluinn, está em solo escocês, assim como a árvore considerada a mais antiga da Europa. E Edimburgo foi, historicamente, a primeira cidade do mundo a ter uma brigada de incêndios. Com essas dicotomias, aos poucos vamos desvendando os encantos dessa parte misteriosa da ilha da Grã Bretanha.

Hospedar-se na Escócia

Nos dias de hoje, é possível se hospedar em castelos luxuosos, alguns dos quais alugados para grupos fechados, e não apenas jogar golfe nos famosos campos escoceses, onde o clima favorece as longas caminhadas ao ar livre, como também se imaginar vivendo vizinho na Escola para Mágicos de Harry Porter.

Uma estada neste castelo do século XVI nas Highlands escocesas orientais, anteriormente a casa particular do industrial Andrew Carnegie, hoje incorpora a boa vida do castelo completa com gaiteiros de fole, suítes ricamente decoradas com móveis de época, champanhe abundante acompanhando requintada gastronomia servindo mais do que qualquer pessoa sonhar em conseguir consumir. No Castelo você poderá andar livremente por mais de oito mil acres de floresta, onde também é possível experimentar falcoaria, pesca de salmão e passeios a cavalo. Esta é, sem dúvida, a experiência de castelo mais cobiçada da Escócia e tem o preço que a prova: Um fim de semana custa mais de US $ 43 mil a maioria dos quais é uma taxa robusta cobrada pelo clube privado Carnegie Club.

Castelo Crossbasket

Não é sempre que encontramos um hotel-castelo em uma cidade, mas o Castelo Crossbasket, proximo ao centro da cidade de Glasgow, é uma dicotomia perfeita de majestade medieval e urbanidade. Após uma renovação e expansão de cinco anos, o castelo do século XV foi inaugurado em maio de 2016 como um hotel de nove quartos a mais recente adição ao prestigioso portfólio Connoisseurs Scotland. Enquanto Crossbasket impressiona por toda parte (seu restaurante, por exemplo, é de primeira linha), um elemento em particular impressiona: a torre original do castelo, que foi transformada em um ninho romântico de quatro andares com uma escada em espiral de pedra ao centro.

Castelo Borthwick

Esse majestoso Castelo Borthwick, com passagens secretas, escadas em espiral,

portas em arco e masmorras que preenchem as suas dramáticas torres gêmeas, são um tesouro da história real da Escócia que data de 1430. Ricamente preservado, esse castelo fica a apenas 40 minutos de Edimburgo e foi reformado em 2013 para abrigar dez quartos, cada um com um design singular e alguns com o nome de figuras históricas que antes perambulavam por esses quartos (pense: Maria, rainha dos Escoceses e Oliver Cromwell). Embora o castelo normalmente exija aluguel exclusivo, ele é aberto ao público para reservas de quarto individual em datas pré-selecionadas ao longo do ano.

Castelo Barcaldine
Este castelo pequeno, mas poderoso, do século XVII, transformado em pousada nas margens do Loch Creran, na região de Argyll, no oeste da Escócia, é um dos sete castelos construídos por sir Duncan Campbell, sétimo Laird de Glenorchy e uma figura popular no folclore escocês. Os descendentes de Campbell "negros" restauraram o castelo em 1897; e hoje, ele mantém uma fachada não polida, mas deliciosamente autêntica, com interiores caseiros típicos de uma charmosa pousada de campo.

Escoceses ilustres
Não é coincidência que, entre os escoceses ilustres, estão J.K.Rowling que apesar de originalmente nascida na Inglaterra, mudou-se para a Escócia em 1993, onde se tornou a autora da série *Harry Potter* - a série de livros mais vendida de todos os tempos. Entre outros muitos escoceses célebres estão também ninguém menos que Alexander Fleming (1881-1955), biólogo, farmacologista e botânico que descobriu a penicilina, pelo qual recebeu o Prêmio Nobel de Medicina (1945), nascido em Darvel, East Ayrshire. Não menos importante, este o também escocês Alexander Graham Bell (1847 - 1922) nascido em Edimburgo, que inventou o telefone e trabalhou no desenvolvimento da compreensão da audição.

A pequena Escócia, apesar de seu tamanho, mostra sua enorme potência e presença mundial, sendo celeiro de grandes talentos. Entre outros tantos queridinhos dos Highlands estão o ator Sean Connery, também nascido em Edimburgo, que foi o primeiro a atuar nos filmes de James Bond. Ele ganhou o Oscar de melhor ator coadjuvante em *Os Intocáveis*. Mais recentemente, o tenista Andy Murray, nascido em Glasgow, também mostrou a força escocesa ao encantar o mundo com seu estilo nas quadras e se tornar o primeiro vencedor britânico de Wimbledon desde Fred Perry.

O povo e a cultura escoceses
Historicamente, os escoceses são bravos, teimosos e corajosos, além de práticos e muito fundamentados. Por outro lado, são independentes, e apesar de poderem ser duros e orgulhosos também são sentimentais, supersticiosos, espirituais, generosos, amigáveis e gregários.

Famosos pelas tastan e kilts, itens de vestiário masculino icônicos da cultura escocesa, são vistos sempre próximos de muita música, com a tradicional gaita de fole ouvida frequentemente em todas as cidades escocesas, além de flautistas entretendo os transeuntes, bandas de flautas em desfiles ou nos mundialmente famosos jogos das Terras Altas. Os escoceses são um povo vibrante e cheio de vida.

Na Escócia foi descoberto recentemente um campo com um imenso tesouro viking escondido, que vem sendo explorado aos poucos pelos arqueólogos. São mais de 100 objetos de ouro e prata encontrados em Galloway e Dumfries, também conhecidos como Tesouro de Dumfriesshire. A descoberta ocorreu no sudoeste da Escócia, em setembro de 2014, em terras da Igreja. O tesouro foi descrito por especialistas como "umas das mais significativas preciosidades dos vikings já encontradas na Escócia". O achado foi realizado por um entusiasta de detectores de metais, Derek McLennan, que relatou sua descoberta às autoridades.

Ali foram encontradas joias e objetos vikings de outras partes do mundo, como um broche de prata da Irlanda e seda do que hoje é Istambul. Acredita-se que o tesouro foi acumulado em algum momento entre o século IX e o X. Seu valor estimado é de £1 milhão (R$ 5 milhões). As peças deverão ser avaliadas e depois adquiridas por museus escoceses.

Efeitos das mudanças climáticas
Na Escócia, os efeitos das mudanças climáticas podem ser vistos no aumento das mudanças de temperatura, aumento da precipitação e menos cobertura de neve. Essas mudanças têm um impacto significativo nas estações de crescimento, reprodução e migração, bem como na diversidade das espécies e em riscos cada vez mais eminentes de inundações. O país tem metas anuais de emissões de gases de efeito estufa e os ministros escoceses são obrigados a apresentar relatórios regulares ao Parlamento escocês. Ações concretas incluem um sistema de transporte sustentável, inclusivo e acessível, ajudando a proporcionar uma Escócia mais saudável, próspera e justa para comunidades, negócios e visitantes com quatro temas prioritários: ajudar a economia a prosperar, melhorar a saúde e bem-estar, realizar ações climáticas e promover igualdade.

Como atores importantes no âmbito da lei das mudanças climáticas (Escócia) de 2009, as autoridades locais desempenham um papel fundamental na concretização das ambições



Carnegie Club no Castelo de Skibo, nas Higlands escocesas orientais, é a experiência mais cobiçada da Escócia: um fim de semana custa US$ 43 mil





Castelo Barcaldine, transformado em pousada na região de Argyll (acima). Castelo Borthwick, de 1430, a 40 minutos de Edimburgo



É O FIM DOS MOTORES?

Com novas promessas totalmente elétricas surgindo ao redor do globo, o motor movido a combustível parece estar prestes a entrar em combustão

POR BEN OLIVER

O Reino Unido já começou a martelar os últimos pregos do caixão do motor movido a combustível. No final do ano passado, o primeiro-ministro Boris Johnson fez um anúncio dramático sobre as vendas de carros com motores convencionais de combustão interna: seriam proibidas a partir de 2030 - 10 anos antes do inicialmente proposto - e as vendas de híbridos, banidas em 2035. O objetivo é zerar as emissões de carbono até 2050, mesma meta com a qual o presidente norte-americano Joe Biden se comprometeu. O Reino Unido, porém, não é o primeiro governo a definir esse prazo. Nos Estados Unidos, o estado da Califórnia pretende acabar com as vendas de carros com motor convencional em 2035, já que a única grande montadora de automóveis por lá é a Tesla. A Noruega também o fará daqui a quatro anos, tanto que a maioria das vendas de carros novos do país é de elétricos, e não há indústria automobilística nativa que arrisque o contrário.

No Reino Unido, o decreto do governo britânico é bastante significativo porque seus fabricantes de automóveis - especialmente marcas de luxo como Bentley, McLaren, Aston Martin e Rolls-Royce - são grandes empregadores e exportadores, ainda extremamente dependentes do combustível. Seria loucura? Acredito que não, e nem essas marcas históricas enxergam assim. Mesmo antes da proibição ser anunciada, a McLaren disse que lançará apenas híbridos para seus principais modelos a partir de 2021 e cessará o desenvolvimento de motores convencionais em 2030, esperando encerrar essas vendas em 2035.

Após essa posição da McLaren, o CEO da Bentley, Adrian Hallmark, também se pronunciou, falando que todos os seus carros serão totalmente elétricos em 2030. A mudança também se adequará muito bem a alguns fabricantes britânicos de sangue azul, especialmente à Rolls-Royce, sempre atenta a questões de refinamento, e à Bentley, para a qual o torque potente e de baixo custo faz parte de seu DNA.

Dada a prontidão dessas montadoras de luxo para esses impedimentos, me pergunto se o que parece ser a beira de um penhasco, pode ser apenas uma lombada para, finalmente, chegarmos lá? Os governos podem simplesmente colocar datas de término definidas no declínio pré-existente e gradual, mas terminal, do motor a combustão em alguns mercados desenvolvidos? Os sinais estão aí: a taxa de vendas de EV só aumenta, a frequência de lançamentos de novos modelos cresce, os aumentos na densidade de energia da bateria e os tempos de carga decrescem e, assim, apontam para uma direção clara que os políticos já reconheceram e talvez queiram se posicionar à frente. O crescimento explosivo nos preços das ações da Tesla e da Nio - e o valor implícito de fabricantes de EV ainda não listados, como a Rivian, dos Estados Unidos - podem confundir e enfurecer as montadoras estabelecidas, mas suas avaliações permitem que essas empresas acessem de forma mais barata os fundos, que precisam para realmente fazer esse futuro elétrico acontecer - uma indicação clara de como o mundo pensa sobre como tudo isso vai ocorrer.

Desses "jogadores" globais, a General Motors, por exemplo, se tornou a primeira a se comprometer, em janeiro, a substituir os motores de combustão - incluindo híbridos - em seus carros de passageiros até 2035. Algo não relacionado à proibição britânica, já que a GM não vende mais carros na Europa. E assim outros virão. Então, será que a proibição do Reino Unido em 2030, da Noruega e da Califórnia em 2035, ou da França em 2040, realmente importa? "Acho que sim, já que simplesmente não há mais como evitar", disse Arndt Ellinghorsto, analista automotivo alemão da Bernstein, instituto de pesquisa e investimento dos EUA, que fala diretamente com os CEOs dessa indústria. "No passado, quando havia apenas metas de emissão, havia maneiras de contorná-las. Mas, se você simplesmente não pode mais vender essas coisas, então é isso. A indústria precisa de clareza, de certeza. Acho que é quase uma vitória para eles, uma sensação de alívio. Mais empresas agora me dizem que não estão gastando dinheiro com motores porque as melhorias incrementais não valem a pena. Há muito pouco que podemos fazer com os motores para torná-los significativamente mais potentes ou eficientes. O motor foi projetado até o fim", completa.

Mas, obviamente, as atitudes em relação aos motores são muito diferentes fora da Europa e da Califórnia. Como meio de impulsionar um carro, o motor de combustão interna está longe de estar morto. Em partes do mundo, um motor a combustível é visto não só como um crime ambiental, mas também como um meio de autopromoção. A proibição do Reino Unido se aplica apenas às vendas domésticas, o que significa que ainda podem fabricar motores para mercados que não as proíbam. Só não seria uma boa publicidade. Pode haver um curto período em que os fabricantes de carros de luxo construam motores que não podemos comprar, mas também não vai durar muito. E, francamente, mal posso esperar. Fiz carreira dirigindo e escrevendo sobre motores de combustão interna por mais de 20 anos. A primeira letra que meu filho aprendeu foi o "M" na tampa do motor de uma BMW Motorsport de seis cilindros. Agora, faço metade da minha condução diária em veículos elétricos e, sempre que dirijo um carro convencional, sinto que voltei ao século 20. Os primeiros veículos elétricos que dirigi eram como projetos de feiras de ciências; agora são frequentes em estradas. Ainda há problemas a serem resolvidos, mas não posso acreditar que não serão corrigidos em outra década de transformação, a mais rápida de todos os tempos. Então, se você permanecer uma pessoa que acompanha motores que respiram e queimam coisas, em transmissões que você mesmo opera, sua correção não lhe será negada.

Das outras montadoras de carros de luxo da Europa, o acionamento elétrico pode ser bom o suficiente para a Pininfarina, mas a Ferrari, por exemplo, diz que não será suficiente para a maior marca da Itália até, no mínimo, 2025, o que implicaria que seus motores a combustível operem ao lado de EVs por algum tempo, até o amargo fim. Já a Porsche tratou de lançar o sensacional Taycan EV, trabalhando duro com combustíveis sintéticos neutros em carbono, que, se puderem vencer seus consideráveis desafios, podem estender a vida útil dos motores e forçar os legisladores a repensar essas proibições. Todas elas, aliás, referem-se exclusivamente à venda de carros novos: nenhuma administração está propondo tirar nossas rodas "vintage" do fim de semana. Eu esperava que os valores dos "clássicos modernos" rápidos e utilizáveis aumentassem conforme os colecionadores procurassem garantir os melhores exemplos para dirigir regularmente ao lado de seus EVs diários. Mas, se quiser ficar à frente dessa curva, é melhor comprar um carro com um motor naturalmente aspirado, caixa de câmbio manual e tração traseira, já que é quase certo que, em breve, não estaremos mais fazendo isso.

Ben Oliver é um premiado jornalista automotivo, que vive e escreve no Reino Unido.

"Pouco podemos fazer com os motores para torná-los mais potentes ou eficientes. O motor foi projetado até o fim."

ELÉTRICOS NA PASSARELA

VEJA OS MODELOS QUE JÁ ESTÃO À VENDA NO BRASIL E OS QUE AINDA ESTÃO POR VIR

por LANA BONNET





BMW i3

BMW
Potência: 170 cv
Torque: 25,5 Kgfm
Velocidade Máxima: 150 km/h
Autonomia: 335 km
Bateria: 42,2 kWh
Carregamento: Carregador doméstico ou tomada de 220 volts
Recarga: 80% em 39 minutos (carregador) ou 6 horas na tomada
Preço: a partir de R$ 304.950
bmw.com.br

O fim de motores a combustão pode não estar tão perto no Brasil. Mesmo assim, as montadoras prometem lançar novos modelos e, cada vez mais, inserir os carros elétricos procurados no mundo inteiro pelo menor impacto ambiental no mercado nacional. Apesar das dificuldades, que vão desde os altos preços dos automóveis, componentes e impostos até a própria falta de infraestrutura para carregamento, já tiveram um aumento significativo de vendas em maio de 2021. E, se depender das marcas, isso deve melhorar ainda mais. Então, aos detalhes dos elétricos que já estão no país e o que vem por aí...



Nissan Leaf

NISSAN
Potência: 149 cv
Torque: 32,6 Kgfm
Velocidade Máxima: 143 km/h
Autonomia: 389 km
Bateria: 40 kWh
Carregamento: Carregador doméstico ou tomada de 220 volts
Recarga: 80% em 40 minutos ou até 20 horas na tomada
Preço: a partir de R$ 277.990
nissan.com.br



Audi e-tron

AUDI
Potência: 408 cv
Torque: 67,7 Kgfm
Velocidade Máxima: 200km/h
Autonomia: 436 km
Bateria: 95 kWh
Carregamento: Estações de recarga de 150 kW ou tomada de 220 volts
Recarga: 80% em 30 minutos na estação ou até 46 horas na tomada
Preço: a partir de R$ 459.990
audi.com.br

Renault Zoe

RENAULT
Potência: 135 cv
Torque: 25 Kgfm
Velocidade Máxima: 140 km/h
Autonomia: 385 km
Bateria: 52 kWh
Carregamento: Carregador doméstico ou tomada de 220 volts
Recarga: 80% em 1h40 no carregador ou 8 horas na tomada
Preço: a partir de R$ 204.990
renault.com.br



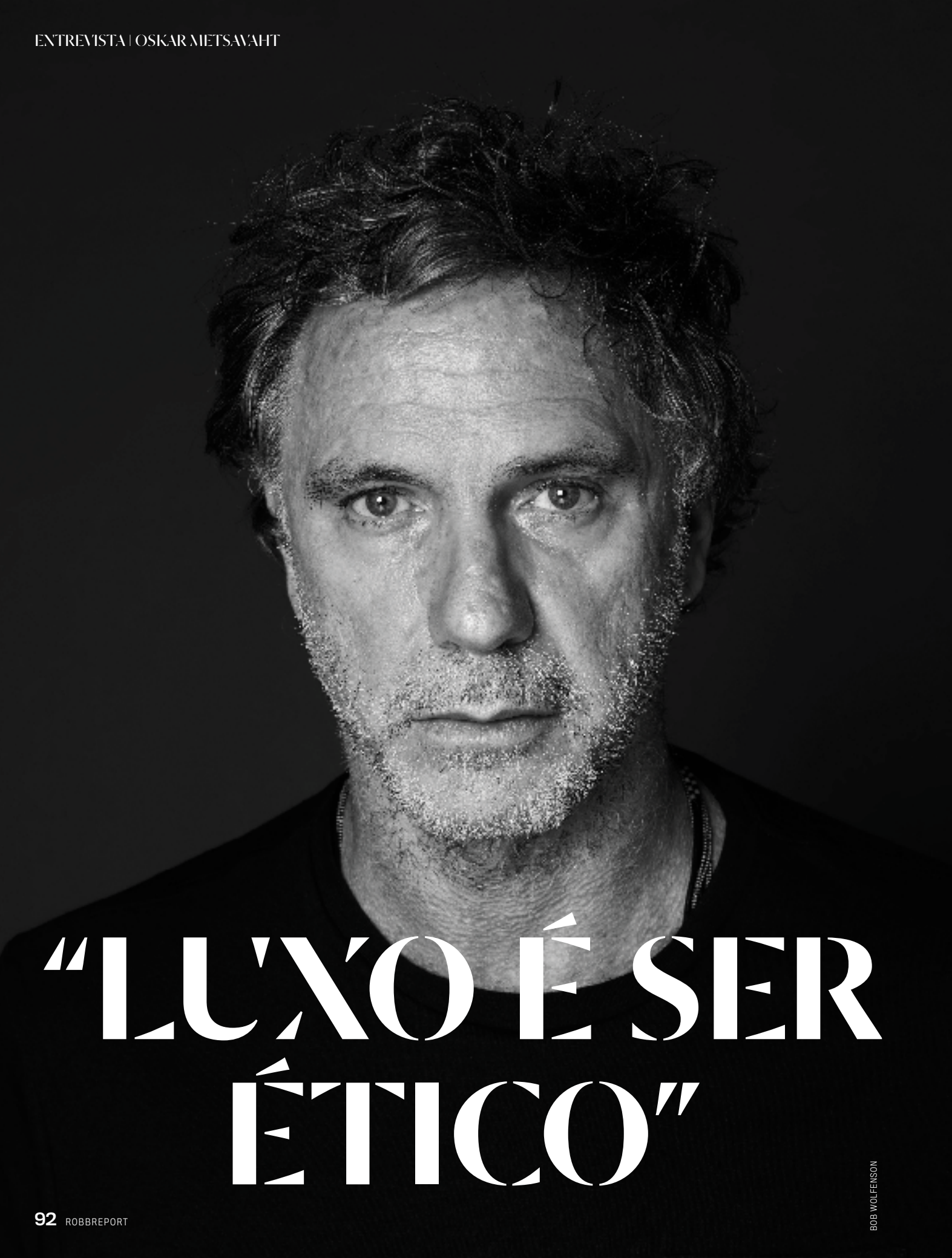
Chevrolet Bolt

CHEVROLET
Potência: 203 cv
Torque: 36,7 Kgfm
Velocidade Máxima: 148 km/h
Autonomia: 416 km
Bateria: 66 kWh
chevrolet.com.br



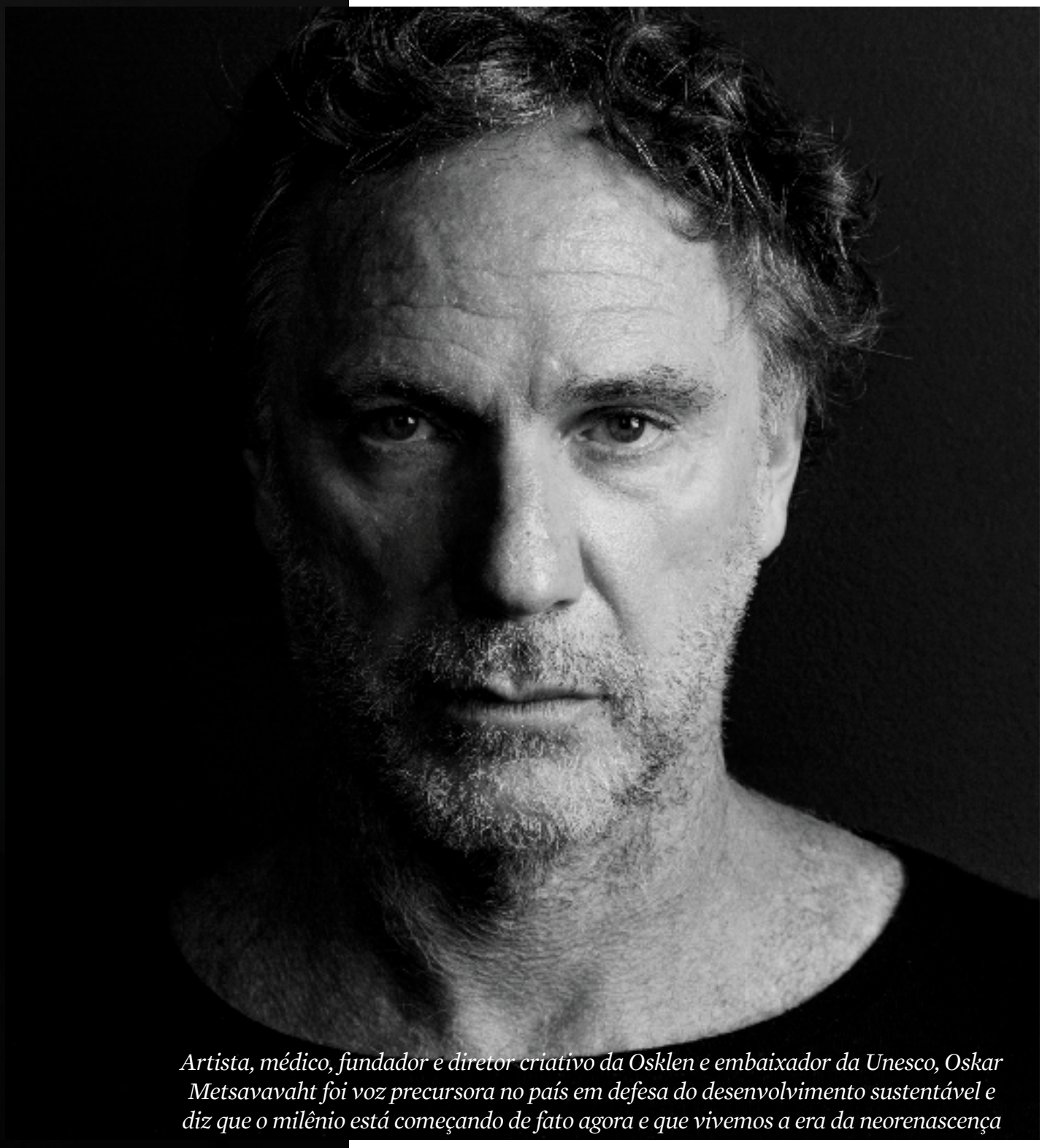
MINI Cooper SE

MINI COOPER
Potência: 184 cv
Torque: 270 Nm
Velocidade Máxima: 150 km/h
Autonomia: 234 km
Bateria: 32,6 kWh
Carregamento: Tomada doméstica ou carregador portátil
Recarga: 80% em 39 minutos (carregador) ou 6 horas na tomada
Preço: a partir de R$ 264.990
mini.com.br



"LUXO É SER ÉTICO"

BOB WOLFENSON



Artista, médico, fundador e diretor criativo da Osklen e embaixador da Unesco, Oskar Metsavavaht foi voz precursora no país em defesa do desenvolvimento sustentável e diz que o milênio está começando de fato agora e que vivemos a era da neorenascença

por GISELE VITÓRIA

Oskar Metsavaht se diz uma pessoa que passa boa parte do seu tempo imaginando. “Desde pequeno sou assim. Ensino meus filhos a imaginar, além de quem trabalha comigo”, diz. “A gente tem que ter tempo para pensar. Sempre tive essa sensibilidade de artista.” A conversa de quase três horas pela plataforma Zoom não pareceu ter durado tanto. O caminho da sua imaginação é envolvente, assim como a trajetória multifacetada. Desses momentos imaginativos ao longo de sua história, surgiu o primeiro casaco que ele desenvolveu para uma expedição ao Aconcágua, na Cordilheira dos Andes. Usou seus conhecimentos científicos de anatomia e biofísica quando ainda exercia a medicina, como ortopedista no Rio de Janeiro até os anos 90. Graças a sua visão integrada e à atenção ao meio ambiente, vieram, no fim dos anos 90, as t-shirts de algodão orgânico, então uma novidade no Brasil lançada pela Osklen, marca fundada por ele em 1989, em uma loja em Búzios. Naquela fase, seu desejo era mesclar experiências, arte, fotografias de expedições, e suas criações em forma de casacos ou camisetas. O negócio cresceu e é o que é hoje.

Não demorou para a marca lançar a malha desenvolvida a partir de fibras de garrafas PET recicladas, o couro do pirarucu, entre outras histórias e credenciais que lhe conferiram o título de embaixador da Unesco. “Desenvolvemos e fomentamos o desenvolvimento de materiais. Fui junto com técnicos ver como seria retirada a pele do pirarucu, que só consumiam a carne e jogavam o couro fora”, conta. Recentemente, a marca lançou o tênis AG (Amazon Guardian), que contempla sete cadeias de matérias-prima sustentáveis e-fabrics, como látex natural da Amazônia, couro bovino certificado e resíduos reaproveitados. Integrado à economia da floresta em pé, o projeto contribui com comunidades e povos indígenas.
Quando pouca gente falava sobre sustentabilidade, ele já era uma voz sobre o tema. “Hoje acho que virei um grande advisor do pensamento estratégico em sustentabilidade”, define-se. Oskar gosta de contar da etimologia dos Metsavath, sobrenome de seu avô, que nasceu na Estônia. Significa “guardião da floresta”. “Ouvi na Estônia que temos que nos orgulhar do nosso sobrenome, pois graças aos Metsavaht, esse é o país na Europa com maior área de florestas milenares”, conta. A genealogia e os laços ecofamiliares também incluem a amizade do avô estoniano com José Lutzenberger, considerado um dos maiores ecologistas brasileiros.

Nos anos 90, uma expedição à Amazônia acompanhando biólogos fortaleceu sua veia de ativista ambiental, assim como o envolvimento com a Rio-92, a participação na Rio+ 20, além da proximidade com o canadense Maurice Strong, secretário-geral da Rio 92 e um dos grandes nomes do desenvolvimento sustentável. Sua compreensão sobre o tema se expandiu e agregou bom senso: “Faço essa crítica na ONU: Tínhamos tantas regras que a gente acabou excluindo quem queria começar nem que fosse com 1% sustentável”.Gaúcho, Oskar nasceu em uma família de intelectuais. O pai, médico, e a mãe, filósofa, ajudaram a fundar, respectivamente, a faculdade de medicina e a faculdade de filosofia e artes da Universidade de Caxias do Sul. Ele diz que já se sentia artista antes de tornar-se médico ortopedista e ser chamado de “mão santa” por senhorinhas pacientes que atendia nos plantões do hospital público em que trabalhava no Rio de Janeiro. Medicina, moda e arte têm muito em comum, em sua visão.

Em agosto, chega às lojas da Osklen a nova coleção verão 2022, produzida durante a pandemia, quando ele releu um dos livros de James Lovelock, criador da Hipótese de Gaia (o planeta é um organismo vivo, interdependente, e o desequilíbrio o ameaça). Na coleção, Oskar vislumbra um novo ritmo da vida, uma nova onda. “Na Covid, compreendemos Gaia. O vírus colocou o planeta em perigo. Está na hora de nós, sociedade, nos curarmos. A sociedade e o planeta vão entrar numa outra onda”, diz.

Sua imaginação segue em ritmo alucinante. Como artista, Oskar fará em setembro uma expo-

“A crise da Covid é a teoria de Gaia se comprovando para nôs, cidadãos do planeta, de forma bastante aguda. Isso acelerou a sustentabilidade. Vem um novo mundo”



"Medicina e moda não são nada distantes. Médico é o profissional que mais entende do corpo humano. Moda para mim é a camada física e cultural que cobre o corpo, tanto que falamos em segunda pele", diz Oskar Metsavaht

sição no MAC (Museu de Arte Contemporânea), em Niterói. Pelo seu Instituto-E, lançará um app para ajudar costureiras. E, no fim do ano, estreia o curta "Firebird", no qual a obra de Stravinski é interpretada pelo bailarino Thiago Soares.

No começo desta entrevista à Robb Report Brasil, lembrei que havíamos nos cruzado em um dos últimos lampejos de aglomeração permitida antes do mundo fechar, no sambódromo carioca, no Carnaval de 2020. Ele emendou que nos vimos tempos antes em um saguão de aeroporto. A memória me remeteu para 11 anos atrás, quando ocasionalmente sentamos lado a lado em um avião da ponte-aérea Rio-São Paulo, pouco depois de um grande incêndio na fábrica da Osklen. O acidente gerou a coleção Fênix, fruto do seu espírito imaginativo e otimista ao descobrir "fósseis de tecidos debaixo das cinzas" enquanto inspecionava todo o estrago feito pelas chamas. À época, perguntei sobre a destruição enquanto decolávamos. Esperava ouvir um lamento. Mas, para minha surpresa, Oskar virou-se e, com olhos sinceros e ares de desabafo, disse ter sido um alívio. "O incêndio nos custou muitas perdas, mas já havia acontecido. Eu estava numa fase que pedia mudanças e senti um alívio como se tivesse limpado uma mesa de trabalho", ele relembra, contando que a fábrica destruída foi ocupada por "uma expedição arqueológica" junto com sua equipe, mais a sua máquina fotográfica, para criar a nova coleção.

A Covid-19, apesar de toda a tragédia, não lhe roubou o mesmo olhar otimista. "A crise de saúde, fruto de desequilíbrios, é a teoria de Gaia sendo comprovada de forma bastante aguda para nós, cidadãos do planeta", diz ele, convidado para ir a Glasgow para a COP26. "Isso acelerou a urgência da sustentabilidade. Vem um novo mundo."

Como você avalia a aceleração que a pandemia provocou para uma virada sustentável?

O milênio está começando de fato agora. O milênio não começou no ano 2001 porque tivemos o ataque às torres gêmeas. Acho que isso atrasou muito todo o processo. E depois veio a crise econômica de 2008. A crise da Covid é a teoria de Gaia sendo comprovada de uma forma bastante aguda para nós, cidadãos do planeta. A Covid nos fez ver o quão vulneráveis nós somos e o quanto podemos ser danosos. O século 21 começa agora. E, se você pensar, o século passado começou pra valer ali pelos anos 20, depois da Primeira Guerra Mundial. Até as manifestações artísticas, o modernismo, o feminismo vieram depois dos anos 1920. Estamos vivendo um neo-renascimento. Vivemos o iluminismo da renascença, estamos tendo revoluções muito parecidas. A síntese da renascença é que nós nos tornamos mais humanos. Esse pensamento nos levou à revolução industrial, ao pensamento científico mas também nos leva hoje a um ciclo de destruição do planeta. Estamos saindo de 200 anos de uma revolução industrial, com todas as suas vantagens e desvantagens. Estamos vivendo muito mais e há mais pessoas no planeta. Ao mesmo tempo isso



foi levando a um decréscimo da vida na questão ambiental. Nós, humanos, estamos matando o planeta. De uma forma mais ampla, não acho que vamos mudar muito como humanos. Já havia uma tendência da mudança de comportamento de consumo, de consumir menos e com mais consciência. Essa geração mais nova está vindo. Eu sou um cara otimista. É uma honra estar vivendo essa linha civilizatória humana no planeta. Nós estamos vivendo e sendo protagonistas de uma transição para um novo sistema. Vem um novo mundo. O futuro deve ser belo. Estamos vivendo um dos mais lindos momentos da aventura humana e dá para a gente vislumbrar como será o futuro. Eu me considero um renascentista.

Como você enxerga esse novo tempo?

O mindset da sociedade mudou. Se nós estamos falando disso agora é porque já mudou. Se



mudou, a gente vai colocar em prática. A Covid acelerou. Essa geração que mistura filosofia, arte e ciência, também une tecnologias com compartilhamentos e colaborações. É claro que estamos falando de algumas classes sociais. As camadas mais pobres ainda não conseguem absorver o custo do desenvolvimento sustentável. Por isso nós, sociedade mais informada e que tem mais poder aquisitivo, temos que mudar nossos hábitos de consumo. A gente não tem que ter todas as peças da coleção daquele ano. Não precisamos ter todos os vinhos do mundo. As peças e produtos de origem sustentável devem ser mais consumidas. Temos que formar a nova sociedade de consumo. Tem que entrar na nossa memória: isso aqui é sustentável? É original? A sociedade tem que entender o que é o novo luxo, o novo cool. A palavra propósito ainda não estimula muito. As pessoas devem comprar pelo valor intrínseco, pelo que é em si.

E o que virá?

Essa geração tem essa multidisciplinaridade. Os jovens fazem de tudo. Brinco que é um misto de Dexter e Leonardo da Vinci. Esse pensamento é próximo do renascentista: unir arte, ciência e filosofia. É também importante entender o conceito de desenvolvimento sustentável. Podemos mudar os recursos naturais para o desenvolvimento econômico? Ou deixamos-o iguais como o encontramos ou melhores para as gerações futuras? Há 30 anos, a Rio-92 sai do utópico para o real com o conceito de desenvolvimento sustentável. Pelo Protocolo de Kyoto, existem empresas que têm débitos com o planeta, as poluidoras. E há empresas que têm crédito e favorecem o desenvolvimento sustentável e a natureza. Por isso, o sistema financeiro criou os créditos de carbono, padrão para uma moeda. Ser 100% sustentável é difícil. Podemos usar os recursos naturais para o







O tenis AG (Amazon Guardian), que contempla sete cadeias produtivas da Amazônia: "São lindas histórias por trás"

desenvolvimento econômico na linha ASAP, *As Sustainable As Possible* e *As Soon As Possible* ("O mais sustentável possível" e "o quanto antes").

Como esse pensamento global direcionado ao meio ambiente entrou na sua vida?
Há fatores de ordem familiar e educacional. A família por parte de mãe, italianos que vieram de Milão, era toda de artistas plásticos e músicos. Nasci nos anos 60, filho de dois acadêmicos e intelectuais. O meu pai sempre teve uma relação com a natureza e a prática de esportes. Tivemos uma educação orientada, meu pai nos ensinou a nos orientar pelo sol ao caminhar por florestas, campos, coisa de gaúcho e de surfista. Ele era médico e foi um dos primeiros surfistas do sul, com aqueles pranchões. Nos anos 70, meu pai tinha uma horta para não ter agrotóxicos e leu para mim o livro Blue Sugar (1975). Depois, trabalhei como médico. Fiz residência em Paris e voltei. Fui ortopedista pela universidade federal do Rio de Janeiro. A medicina te dá uma sensibilidade, né? Ao trabalhar em hospitais públicos, o médico jovem enfrenta o borderline da miséria, da realidade do sistema público. À vezes você precisa explicar que aquilo que o paciente tem é falta de uma alimentação boa e de condições sanitárias. Fiz vários partos. Fazer uma criança nascer, salvar vidas, ou explicar a familiares que aquela pessoa faleceu ali nas suas mãos na emergência... Vivi isso com 23, 25 anos... essas coisas criam um espírito humano forte.

E como virou a chave da medicina para a moda?
A medicina é um conhecimento que se absorve para o resto da vida. A Osklen começou em 1989. O primeiro casaco que eu fiz foi em 1986, em uma expedição em que eu fui ao Aconcágua como médico e alpinista. Criei um casaco que era o meu número, uma roupa toda técnica, de altíssimo padrão. Imagina, feito fundo de quintal no Brasil para ser usado em alta montanha, a 30 graus abaixo de zero, durante 30 dias. Quando voltei de Paris, amigos pediam para fazer o casaco. Daí surge a ideia de abrir a marca, uma lojinha em Búzios. Era uma aventura. Eu nunca havia estudado administração, negócios, comércio. Sou de família de acadêmicos. A Osklen abre em 1989 e eu só fui deixar de trabalhar como médico em 1997, há 25 anos. Perguntam: como é que um médico vira designer de moda? Não é nada distante. Qual é o profissional que mais entende de corpo humano? O médico. E o que é moda? Moda para mim é uma camada física que cobre o corpo, tanto que falamos em segunda pele. O meu trabalho é a relação do corpo humano com o meio em que o humano vive e com ele mesmo. A roupa, quando não tem o objetivo de comunicação e cultural sobre ela, é só uma camada física sobre a pele. Moda não é fazer roupa, é criar uma camada cultural sobre o corpo. Moda é a nossa relação imagética com a sociedade, com os outros e conosco. É a nossa expressão individual e a nossa relação com a coletividade. Tem outros aspectos: o conhecimento, a experiência, o talento estético, a cultura, um nível de sensibilidade artística e de observação do comportamento. Moda é protagonista de mudança de uma sociedade tanto quanto o cinema, a literatura, as artes, a arquitetura. Daí se transforma em design e num projeto comercial. Meu trabalho flui assim.

"O mindset da sociedade já mudou. E se mudou, nós vamos colocar em prática"

E onde entra a sustentabilidade?
Falo para os meus filhos, que têm esse coisa de orgulho de ser guardião da floresta, que vem do meu avô na Estônia. Mas, objetivamente, essa relação nasce com a Rio-92, quando foi cunhada a expressão e o pensamento de desenvolvimento sustentável. Logo depois, em 1994, fiz minha primeira expedição à Amazônia. Não tem como sair dessa experiência sem compreender o que está em questão e sem se tornar ativista. Naquela época, era uma ideologia um pouco ingênua. Quando se chegava ao ponto da questão econômica, a gente via que não era viável. A preservação planetária era utópica. Você era um romântico que levantava cartazes e enfrentava toda a revolução industrial e econômica.
Em 1992 isso é icônico. O canadense Maurice Strong (1929-2015) era o secretário-geral da Rio-92 e cunhou esse pensamento, junto com um grupo de pensadores. Nós nos conhecemos na Rio + 20, em 2012. Nos tornamos amigos e ele se tornou meu tutor até a sua morte, há seis anos.

Como se insere o novo luxo, que você já falava há tempos, no contexto desse novo tempo?
Fala-se que exclusividade é luxo, brilho é luxo, o preco mais alto é luxo. Essas coisas levam a um status que, para mim, não são nobres. São esnobes. O termo esnobe vem de ex-nobres. Luxo vem da palavra *lux*, que é luz. Luz da criação, do pensamento. Participei do grupo que cunhou o termo novo luxo. Não que já não existisse, mas foi um grupo do IED (Instituto Europeo di Design), em Milão, que cunhou o termo. O valor mais nobre do espírito humano é ajudar o próximo. Isso é nobreza: dedicar-se ao outro. Dedicar-se no tempo, no talento, na pesquisa, no nosso bom gosto e expertise, fazendo um serviço como se fosse para si. Quando há isso, aquele produto ou serviço torna-se sofisticado. Mas estou falando de palavras que a gente torce o nariz. Sofisticação é igual a luxo. Espírito nobre é igual a luxo. O luxo só acontece quando aquele produto ou serviço foi feito com dedicação. Por isso o luxo deve ser ético, porque vem de valores nobres.



PROTETORES DOS OCEANOS

Uma turma ousada de ativistas ricos esbanja energia e muito dinheiro para salvar os mares ameaçados

POR MICHAEL VERDON, RACHEL CORMACK E BRYAN HOOD



O submersível de Victor Vescovo, Limiting Factor, retorna de um mergulho de 35.843 pés abaixo da superfície e se prepara para ser recuperado por sua nave de apoio, DSSV Pressure Drop

Como uma versão real de Os Vingadores ou da Liga da Justiça, um grupo de improváveis – e bilionários - ativistas internacionais se uniram para salvar mares ameaçados, que, segundo relatos e indicadores, se deterioram em um ritmo cada vez mais alarmante. Chamados de Operadores Filantrópicos de Navios de Pesquisa do Oceano, eles não esperam ações dos governos, e sim aplicam seus conhecimentos em negócios – e muito dinheiro - para estudar os mares. Assim, desenvolvem projetos de conservação e combate à devastação provocada pelas mudanças climáticas, à pesca predatória e o despejo de plástico nos oceanos. Wendy e Eric Schmidt, Kjell Inge Rokke, Andrew e Nicola Forrest, Victor Vescovo e Agnès Troublé estão entre as pessoas que formaram essa coligação composta principalmente por instituições de financiamento privado, para promover essa abordagem mais coordenada à pesquisa oceânica. Seus esforços, descritos nas próximas páginas, variam: com Vescovo e o Instituto Schmidt Ocean mapeando vastos territórios subaquáticos; a Fundação Tara Ocean, de Troublé concentrando-se no sequenciamento de DNA de plâncton e bactérias no microbioma; a Fundação Minderoo, dos Forrests, com uma campanha de incentivo para reduzir a produção de plástico; e a REV Ocean, de Røkke, com planos de assumir um papel mais diplomático, reunindo líderes mundiais e interesses concorrentes (por exemplo, pesca comercial x biólogos marinhos) a bordo de seu iate explorador Pesquise, a fim de criar um consenso sobre as melhores maneiras de restaurar a saúde dos mares. “Somos um pequeno número de pessoas que entendem os enormes custos que essa proteção envolve, mas que estão dispostas a pagar”, afirma Romain Troublé, CEO da Tara, sobre seu grupo que nos últimos dez anos já investiu cerca de US$ 100 milhões em pesquisa. “O lado positivo é que temos a liberdade de agir à vontade, sem esperar”. Vescovo, por exemplo, gastou mais de US$ 50 milhões de seus fundos pessoais para construir seus navios de pesquisa e subsidiar missões de exploração nas profundezas do oceano. Gastar milhões, aliás, é o preço de entrada para esta nova geração de conservacionistas. Mas Nina Jensen, CEO da REV Ocean, diz que ainda não é suficiente. “Menos de 1% da filantropia global vai para a conservação dos oceanos. Isso é para uma parte do planeta que alimenta dois bilhões de pessoas, fornece milhões de empregos e nos dá 50% do nosso oxigênio. Talvez não tenhamos sido capazes de trazer isso tão perto do coração das pessoas como deveria ser. Mas espero ser nosso próximo passo.”

REV OCEAN

O industrial norueguês Kjell Inge Røkke, que acumulou bilhões extraindo recursos do mar, e a ativista marítima Nina Jensen, que passou sua carreira defendendo-o, formam uma improvável equipe. Os dois estão juntos desde 2017, quando Røkke decidiu fazer algo para frear a deterioração dos mares. “Sua carreira tinha tudo a ver com o oceano, e ele está alarmado com o que está vendo”, comenta Jensen, ex-CEO do Fundo Mundial para a Natureza, na Noruega. “Agora, ele quer usar seu tempo para inverter essa situação.” Røkke tornou-se o segundo indivíduo mais rico da Noruega, com um patrimônio líquido estimado em US$ 5,6 bilhões, graças ao seu negócio de pesca global, que o fez, em seguida, tornar-se sócio majoritário da Aker, um conglomerado de navegação e perfuração offshore – que prioriza a costa – e que, desde então, se expandiu. Seu projeto filantrópico mais ambicioso é a REV Ocean, uma fundação que conta com um navio homônimo de 600 pés projetado para ser um iate de expedição e pesquisa. Com lançamento previsto para o final de 2022, ou início de 2023, possui um helicóptero, um submarino que pode mergulhar a 7.500 pés, seis laboratórios e acomodações para 54 cientistas e 36 tripulantes. Também foi projetado como um barco fretado, com espaço para 28 pessoas. Assim que estiver funcionando, o objetivo é fazer com que esses convidados financiem as iniciativas de pesquisa por meio da fundação. Na World WideLife Fund – organização não governamental de conservação, investigação e recuperação ambiental - Jensen colaborou com Røkke em seus planos iniciais para criar um sofisticado laboratório flutuante. “A avançada tecnologia de bombeamento a vácuo permite que as amostras sejam trazidas vivas a bordo, sem serem danificadas”, explica ela, acrescentando ainda que a equipe explora a tecnologia de reconhecimento facial. “Se estivermos procurando por uma espécie de peixe, por exemplo, isso significa que obteríamos apenas aquele tipo e não outros.” A REV Ocean também poderá fazer transmissões ao vivo do fundo do oceano em qualquer lugar do mundo. A combinação da experiência de Jensen como bióloga marinha e o compromisso bem financiado de RøKke para restaurar os oceanos resultou em uma nova forma de ativismo

Quando o titã corporativo ofereceu a ela o



1

1 O bilionário Kjell Inge Røkke e a ativista Nina Jensen se uniram para a REV Ocean.

2 O iate em construção.



2



2




1


3



2

1. Navio de pesquisa da Tara Ocean Foundation e sua benfeitora, a estilista Agnès B.

2. VIctor Vescovo embarca no Limiting Factor, que ele mesmo pilota, para um mergulho em Challenger Deep, o ponto mais fundo do oceano.

3. Um olhar mais atento sobre o submarino, único veículo certificado para toda a profundidade do oceano

cargo de CEO da REV Ocean, Jensen relutou. Røkke insistiu. “Eventualmente, eu vi o potencial para me associar a um industrial que teve sucesso com todas as metas que ele definiu”, diz Jensen, que acabou cedendo. “Nós, ativistas, há décadas tentamos resolver esses problemas, com resultados limitados. Precisamos de pessoas com poder e capital, que influenciem em decisões globais.” Outras iniciativas de Røkke incluem o Plastic REVolution, um esforço para tornar lucrativa a reciclagem de plástico, e a Sede Mundial do Oceano, que servirá como um centro para políticas e pesquisas oceânicas. “Não queremos apenas financiar um número X de missões”, diz Jensen. “Daqui a uma década, não queremos somente soluções para o problema do plástico, mas sim formas de mitigar o impacto negativo que os humanos têm no mar. Promoveremos a colaboração entre vários interesses para fazer o oceano avançar. ”

TARA OCEAN FOUNDATION

Quando Agnès Troublé, estilista francesa conhecida como Agnès B., lançou a Fundação Tara Ocean, em 2003, não tinha ideia sobre como funcionava uma pesquisa marinha. O que ela sabia era que um de seus principais ativistas, o velejador e iatista Sir Peter Blake, morrera recentemente em uma expedição a bordo de seu veleiro de pesquisa de 117 pés, o Seamaster, morto por piratas no rio Amazonas enquanto avaliava mudanças ambientais. Vinda de uma família apaixonada pelo mar, Troublé e seu filho Etienne Bourgeois compraram o Seamaster e o renomearam como Tara, dando o chute inicial para a primeira fundação da França dedicada aos oceanos do mundo. “Minha tia conhecia a moda, mas nada sabia sobre como operar a logística de um navio de pesquisa, então me tornei o chefe de operações”, diz Romain Troublé, biólogo molecular e ex-marinheiro, sobrinho de Agnès e atual CEO da Tara. “Eu sabia que seria necessária uma abordagem mais holística para entender as muitas conexões que acontecem na água.” Com recursos financeiros menores do que os outros Protetores dos Oceanos, ele compara a fundação com “Davi X Golias”. Como o Davi bíblico, Tara realizou grandes feitos nos últimos 18 anos, incluindo expedições de pesquisa à Groenlândia, Antártica, Ártico, Mediterrâneo e Pacífico. Mas, ao contrário de outros navios de pesquisa, o iate conduz estudos há quatro anos para compreender melhor as nuances das mudanças microambientais.

“Para a profundidade da pesquisa, isso faz sentido”, afirma. “Nos permite comparar sistemas locais menores com o que temos em mãos.” Seu projeto mais recente é estudar o microbioma do oceano, micróbios que compõem cerca de 70% da biomassa da água. “É muito maior do que a soma de suas partes - o plâncton, vírus e bactérias e outros micro-organismos. É um ser vivo completo. Queremos entender como ele funciona como um todo e se é sensível à poluição do plástico ou ao aquecimento contínuo do oceano.” Tara já gastou 10 anos e quase US$ 100 milhões estudando vírus, bactérias e plâncton, e graças à fundação, tem esse projeto do microbioma cada vez mais aprofundado, ela o cargo de CEO da REV Ocean,Jensen relutou. Røkke insistiu. “Eventualmente, eu vi o potencial para me associar a um industrial que teve sucesso com todas as metas que ele definiu”, diz Jensen, que acabou envolvendo sequenciamento e imagens de DNA e uma medição rigorosa de parâmetros ambientais.

Em suas expedições, o iate reúne cientistas de até 25 laboratórios em 10 países; e até colaborou com a NASA. A entidade também tem o status de Observador Especial das Nações Unidas, e com um toque bem francês, hospeda 10 artistas para pintar, desenhar e fotografar em cada expedição no Tara. “É como os grandes exploradores do século 17, que navegaram os oceanos para ‘descobrir novos mundos ’”, diz Romain. “Agora estamos desbravando novos mundos abaixo da superfície.”

VICTOR VESCOVO

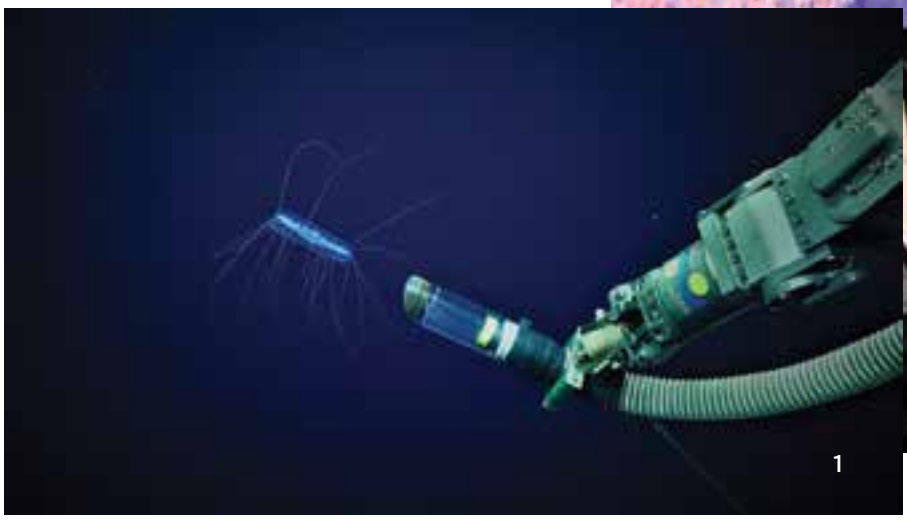
Em 2015, Victor Vescovo, gestor de fundos de investimento, alpinista e ex-oficial de inteligência naval, descobriu mais uma vocação: explorador de mares profundos. “Os oceanos estão fortemente conectados à vida na Terra, mas 90% do fundo permanecem inexplorados.

Ninguém parecia estar se esforçando para promover a tecnologia e o mergulho em toda a profundidade do oceano, incluindo o governo e a comunidade científica marinha. Então eu fui lá e fiz”, diz ele, que relançou, em 2018, o DSSV Pressure Drop, um navio da Marinha dos Estados Unidos convertido em 224 pés, junto com seu novo submarino Triton, Limiting Factor.

O objetivo era explorar os pontos subaquáticos mais profundos do mundo, mapear territórios anteriormente desconhecidos e permitir que os cientistas estudassem novas formas de vida marinha em profundidades extremas. O navio de expedição foi projetado com laboratórios úmidos e secos, e acomodações para 49 pessoas, incluindo 15 cientistas, especialistas técnicos e de mídia, enquanto o Limiting Factor se tornou o primeiro submersível do mundo, para duas pessoas, capaz de mergulhar nas trincheiras mais profundas dos oceanos. Tendo conquistado as Sete Cimeiras, Vescovo passou a explorar os mares por razões altruístas e pessoais. “O que estamos fazendo é como uma missão lunar tripulada, com a empolgação que costumava gerar, ao invés de apenas lançar robôs ao espaço”, comenta. “Há algo de especial em poder interagir com um ambiente de difícil acesso.” Durante a experiência Five Deeps Expedition, de 10 meses, em que Vescovo pilotou o Limiting Factor para os pontos mais baixos de cinco oceanos, a pesquisa floresceu. “Na verdade, é bastante pacífico lá embaixo”, conta ele, que







desceu 35.843 pés até as profundezas do Oceano Pacífico, o ponto mais baixo do planeta, em uma área conhecida como Fossa das Marianas. "Mesmo a 11 km de profundidade, o fundo está repleto de vida, de vírus e bactérias às formas mais robustas." A equipe coletou em torno de 300.000 amostras e identificou cerca de 40 novas espécies ao mapear 694 mil metros quadrados de território subaquático. Em 2020, a expedição Anel de Fogo explorou trincheiras do Japão ao Mar Vermelho. A segunda parte, iniciada em fevereiro, voltou à Mariana, ao mesmo tempo que fazia seu primeiro mergulho na trincheira filipina. Como os outros Protetores dos Oceanos, Vescovo acredita em sistemas abertos e torna suas descobertas disponíveis para a comunidade científica global. Ele diz que as fundações com financiamento individual desempenham um papel essencial na pesquisa e restauração dos oceanos. "Como é 100% autofinanciado, eu sabia que poderíamos fazer as coisas acontecerem de forma relativamente rápida e eficiente. Os governos têm tantos regulamentos que leva muito mais tempo para realizar qualquer coisa. 'Velocidade' é a palavra-chave. "

INSTITUTO SCHMIDT OCEAN

"É a nossa despensa, nossa farmácia e nosso parque de diversões", diz a filantropa Wendy Schmidt sobre o oceano. A ex-empresária do Vale do Silício, que por acaso também é marinheira de competição, sempre teve uma sede aparentemente insaciável de aprender mais sobre os mares. Embora ela tenha liderado várias organizações sem fins lucrativos para lidar com outras grandes questões, de direitos humanos a energia renovável, o foco principal de seu trabalho tem sido o azul profundo. Em 2009, ela fundou o Instituto Schmidt Ocean ao lado do marido Eric, ex-CEO do Google, para promover uma pesquisa gráfica dos oceanos. "A ideia do instituto foi realmente uma combinação da minha paixão pelo oceano e o desejo de Eric de ver a evolução das tecnologias terrestres e espaciais acelerando nosso entendimento sobre isso", conta Wendy. A entidade foi uma das primeiras organizações a disponibilizar gratuitamente à comunidade científica um sofisticado navio de expedição em troca da disponibilização gratuitados resultados. "[Os Schmidts] perceberam que um dos obstáculos para realmente conhecernosso oceano era a despesa de ir para o mar", diz Jyotika Virmani, famosa oceanógrafa e diretora executiva do instituto. Na última década, o R / V Falkor de 272 pés realizou 75 expedições, enquanto o veículo operado remotamente (ROV) SuBastian completou mais de 400 mergulhos em quatro anos. Como resultado, mais de dois milhões de metros quadrados do fundo do oceano foram

1 Robô subaquático do Schmidt Ocean Institute, SuBastian, coletando um espécime no Mar de Coral da Austrália

2 Um sifonóforo de 45 metros, recentemente descoberto, que se acredita ser a criatura marinha mais longa do mundo

3 Wendy Schmidt, a bordo do navio de pesquisa Falkor, vendo imagens raras da vida marinha.


3

mapeados e uma miríade de notáveis descobertas feitas. Pegue, por exemplo, um novo recife de coral mais alto que o Empire State Building, ou um sifonóforo – espécie de invertebrado - de 45 metros, agora considerada a criatura marinha mais longa conhecida. O Falkor também é um dos únicos navios científicos que continuaram as pesquisas no mar durante a pandemia. Ao mesmo tempo, Schmidt ainda investe em promissoras tecnologias destinadas a melhorar a saúde dos oceanos, por meio da organização sem fins lucrativos Schmidt Marine Technology Partners, que apoiou, por exemplo, a Saildrone, empresa que projeta drones movidos a energia eólica e solar para coletar dados oceânicos sem emissões. "Você realmente tem uma oportunidade de liderar. É capaz de colocar o investimento em uma prova de conceito, em algo para demonstrar um novo caminho aseguir," explica Schmidt.

Por outro lado, ela diz que os governos não podem correr esses riscose a indústria está invariavelmente mais preocupada com o retorno dos investimentos. Mais um motivo para ela defender uma visão mais abrangente do mundo sob as ondas, vital para a humanidade. "Sabemos mais sobre a parte posterior da lua do que sobre o oceano. Eu não acho que você pode resolver qualquer questão ambiental em terra sem entender o que está acontecendo no mar", opina. Virmani acrescenta que, sem esse conhecimento fundamental, "é como se estivéssemos morando em uma casa de três andares sem saber o que há no primeiro".

MINDEROO

Andrew Forrest sempre foi arrebatado pelo oceano. Tanto que há cinco anos atrás, depois de construir uma fortuna multibilionária, voltou à escola para estudá-lo. A segunda pessoa mais rica da Austrália matriculou-se novamente na Universidade de Western em busca de um Ph.D. em ecologia marinha. O empresário e filantropo, que deve muito de seu dinheiro à mineração, não achou que a pós-graduação seria fácil, mas não estava tão preparado para a quantidade de trabalho que acabou tendo. "Não houve equilíbrio entre vida pessoal e profissional naquele período de quatro anos", conta. Mesmo assim não desistiu: em 2019, ele ganhou o título de "doutor", e embora afirme que seus estudos tenham sido cansativos, também iluminaram as complexidades dos problemas dos mares. Sob a orientação da professora Jessica Meeuwig, chefe do Laboratório de Futuros Marinhos da Universidade, Forrest se concentrou na área pelágica offshore – situada ao largo da costa. "É onde a maior parte dos danos foi feita", diz ele, que começou a realmente entender a devastadora poluição dos mares, a pesca predatória e as mudanças climáticas que afetam o mundo marinho. Em 2001, bem antes de retornar aos estudos, Forrest e sua esposa, Nicola, inauguraram a Fundação Minderoo, que busca soluções progressivas para os maiores problemas que a Austrália e o planeta enfrentam. Seus estudos ajudaram a orientar essa iniciativa de conservação dos oceanos, incluindo dois principais programas.

O primeiro é o Sea the Future, que visa reduzir a poluição dos oceanos pressionando os governos a obrigar as empresas a reduzir sua dependência da nova produçãode plástico e, em seu lugar, usar plástico reciclado - ou ainda pagar as "taxas de responsabilidade do produtor" (infelizmente, as crateras do mercado de combustíveis fósseis provocadas pela Covid-19 dificultaram o esforço em fazer um novo plástico ainda mais barato, mas a fundação continua pressionando pelo uso do plástico reciclado). E o segundo, o OceanOmics, que coleta e analisa DNA ambiental (eDNA) em águas oceânicas para obter uma medida mais precisa da vida marinha e desenvolver melhores proteções. Embora Forrest esteja confiante de que as pessoas agora percebam como a situação é terrível, ele acredita que deixar de agir de forma rápida e decisiva será catastrófico. É sua esperança que a fundação de sua família, uma das maiores filantrópicas da Austrália, com mais de US$ 1,5 bilhão comprometido com suas várias iniciativas, possa desempenhar um papel na mudança dessa maré. "Nossos oceanos estão doentes. Acho que temos menos de cinco anos para salvá-los da destruição selvagem do lixo plástico. E temos menos de 10 anos para salvá-los das repercussões selvagens da pesca predatória. Esta é a década que vai entrar para a história. "



Vestido em tricoline vinho com acabamento empapelado | Cinto em couro com fivela de latão e marchetaria em madeira

O NOVO ETERNO



Anos depois de fechar a marca que levava seu nome, André Lima está de volta. Ao lançar sua segunda coleção, feita a partir de materiais guardados do próprio acervo, ele apresenta neste ensaio a sua moda Upcycling totalmente em sintonia com os novos tempos

POR SILVIANE NENO





Vestido em tricoline verde limão com acabamento chintz



Macacão pierrô em
jacquard de algodão



Vestido em tricoline changeant risca de giz, cetim de seda estampado e jacquard de algodão



Vestido em tricoline
barro com acabamento
empapelado



Vestido em tafetá
de seda changeant



Blusa em tricoline
de branca



Vestido em tricoline branca

Modelo Eduarda Bretas (MEGA) **Fotógrafo** Gustavo Ipolito **Assistente fotógrafo** Rafael Monteiro **Styling** Davi Ramos e Flávia Pommianoski **Beleza** Max Weber **Assistentes** Rose Lunna e Uacaly **Tratamento de Imagem** 2labstudio



"Minha moda é a minha resposta ao tempo"

Para o estilista André Lima, o momento pede respostas, posicionamentos das marcas, dos artistas, estilistas. Ele explica por que decidiu fazer de seu baú um museu de grandes novidades

POR SILVIANE NENO FOTO DEBBY GRAM

Foi numa das arrumações no seu apartamento nos Jardins, em São Paulo, no início da pandemia, que André Lima se deparou com caixas e mais caixas de coisas que havia comprado em muitas viagens a Londres, ao Panamá, amostras de coleções antigas, testes de estampas, sobras de tecidos. Virginiano, tudo estava guardado, em perfeitas condições, como se esperasse por um novo voo criativo do dono do acervo.

Foi aí que o termo Upcycling, essa nova maneira de fazer e consumir moda, veio forte, quase como uma resposta para suas inquietações. Desde que fechou sua marca, em 2014, e deixou de fazer os desfiles mais apoteóticos das semanas de moda de São Paulo, André se dedicou a consultorias de marcas como a Hope e a Iorane, deu cursos de moda em Belém, onde nasceu, viajou, se recolheu, leu muito, pesquisou, participou de dezenas de lives, palestras, discussões sobre o rumo da moda, até que a vontade de criar de novo, de maneira 100% autoral, voltou com força naquele mergulho nas suas caixas pretas.

No fim do ano passado ele lançou a primeira coleção, a AL01, com poucas peças, de um tamanho adaptável com pequenos ajustes, e que podem ser usadas de diversas maneiras, algumas são peças únicas, como obras de arte.

No início de 2021 ele abriu um pequeno atelier para receber os compradores de todo o Brasil, órfãos de suas criações, que nunca saíram de moda, seja pela qualidade dos materiais, da costura bem feita, seja pelo estilo atemporal. André fazia moda sustentável antes do termo virar um norte dos criadores e labels mais antenadas com os novos tempos.

Na recém-lançada coleção AL2, André Lima prova porque nunca deixou de ser um dos maiores nomes da moda nacional, mesmo quando pareceu sair de cena. Como disse o estilista Halston (1932-1990), em frase repetida na recente série no Netflix: "Homens como nós vêm de lugares distantes para se reinventar".

Como se deu esse seu processo de voltar a fazer moda 100 % autoral a partir de materiais guardados?

Sabia que eu comecei assim lá em 1999? A memória é irmã da autoria, e esse app já veio baixado em mim, de construir pontes, possíveis ou não, visíveis ou não, mas que são para mim um forte fator de sobrevivência artística. Eu gosto de garimpar, escavar, e de misturar coisas, ideias, imagens. Meu veículo é a moda, meu canal de comunicação são as roupas que crio, as pontes que eu proponho. O isolamento me cobrou isso e essa coleção é uma resposta.

Qual a diferença entre a moda que fazia antes e a que faz agora? Seu DNA continua lá.

A complexidade, as possibilidades de uso, a modelagem já nascer democrática, naturalmente possível a diversos corpos. O compromisso de trabalhar com materiais que a indústria já tem em seus estoques, a necessidade de dar a minha contribuição ao mundo que estamos reconstruindo. O nosso tempo pede respostas, posicionamentos das marcas, dos artistas, estilistas. Meu ofício é fazer isso com autoria e verdade, como na música de Aldir Blanc e do Cristovão Bastos, minha moda é a minha "Resposta ao Tempo".

Como você vê a moda hoje?

Reavaliando seu papel na sociedade de consumo, seu impacto para o planeta e sua responsabilidade na luta por inclusão e visibilidade para todes.

De onde tem saído a inspiração para essas duas últimas coleções?

Dos tecidos que eu encontro, reencontro. Das imagens que eu coleciono, do desejo de trabalhar com algodão, estampar algodão, misturar tudo, gerar beleza, criar imagens e estranhamento.

Que criador ou estilista você admira?

Vários! Amo estilistas, suas vidas, suas identidades, seu domínio técnico, estilístico, suas casas. Nós somos os figurinistas da história, vestimos o que um dia será memória de uma civilização. Nós vestimos a história.

A pandemia mudou a forma de consumir moda?

Quando todos estivermos vacinados nas ruas, festas, e restaurantes a gente vai poder falar com mais propriedade sobre isso. A pandemia impulsionou a revolução do comércio digital, mas qualquer mudança no consumo de moda só poderá ser avaliada quando acabar o isolamento.



O fundador da Reserva e CEO da AR & CO é casado há quase 10 anos com Anny Meisler, empreendedora do setor de decoração



25 PERGUNTAS PARA Rony Meisler

Em 2004, Rony Meisler deixou uma promissora carreira de engenheiro para apostar em um universo completamente diferente – e desconhecido para ele: a moda. Graças ao seu espírito empreendedor e à vontade de transformar desafios em oportunidades, não só fundou a Reserva, inicialmente uma marca de moda masculina, como a colocou em uma posição de destaque no mercado fashion, abraçando também o público feminino e infantil. Hoje, o Grupo Reserva tem 78 lojas próprias, 32 franquias espalhadas pelo Brasil e está em cerca de 1500 estabelecimentos multimarcas, com faturamento em torno de R$ 400 milhões por ano. Rony também é CEO da AR & CO, que, além da própria Reserva, engloba o Grupo Arezzo, com as marcas Arezzo, Schutz, Anacapri, Alexandre Birman, Fiever, Alme e Vans. Palestrante, membro do conselho do movimento Capitalismo Consciente no Brasil, do conselho do Instituto de Desenvolvimento do Varejo (IDV) e do conselho consultivo da Associação Brasileira da Indústria Têxtil (ABIT), é ainda um dos nomes da moda carioca mais ativos em questões como sustentabilidade e consciência ambiental. Tem sido um incentivador de atitudes sustentáveis dentro de suas marcas, como a ação Camiseta Simples, que retorna as camisetas usadas em troca de uma assinatura em que o cliente receberá outras, causando o menor dano possível ao meio ambiente; ou ações sociais como o 1P 5P, que, em cinco anos, conseguiu complementar quase 54 milhões de refeições por meio das vendas das lojas e showrooms. "Sustentabilidade ambiental é a nossa vocação", diz o empresário. Casado com a empreendedora Anny Meisler, dona da empresa de decoração LZ Studio e da loja infantil LZ Mini, e pai de três filhos, ele leva essa ideia de consciência e atitude para dentro de casa. "Eu disse ao meu filho Nic: o que importa na vida não é a nota, e sim o mindset, a preparação, o caminho, a vontade e o esforço que você faz para que as coisas deem certo". A seguir, 25 perguntas ao empresário.



Um toy art de Brian Danelly, o Kaws, é o item de coleção mais recente de Rony Meisler. "Kaws é um artista plástico que eu amo. O toy art aparece em todas as minhas lives", diz ele, que tem "Let My People go Surfing", de Yvon Chouinard, como livro preferido

Como ajudar o mundo a ser mais sustentável?
Partindo da premissa de que é impossível ser 100% sustentável, falar que um negócio é sustentável é mentira. Hoje você não tem controle de todos os seus processos de maneira a conseguir esse feito. Nem tudo é verticalizado, de forma a conseguir que seu projeto seja completamente sustentável. O que você tem que fazer é tentar. E ter essa consciência em tudo que faz para causar o menor dano possível à sociedade e ao meio ambiente. É importante que as empresas compreendam que elas têm que entregar valor não só para o shareholder ou o investidor, mas para todos os stakeholders: consumidores, colaboradores, fornecedores, comunidade, Estado etc. Se podemos fazer as coisas de um jeito que cause o menor dano possível à sociedade a ao meio ambiente, se fizermos a nossa parte, a consequência será excelente.

Qual foi a sua melhor experiência sustentável?
Vou citar duas. Lançamos a Camiseta Simples, feita de malha orgânica e que usa tecnologia para causar o menor dano possível ao meio ambiente. Você paga uma subscription para depois retornar as camisetas. Com quase R$ 25 por mês você recebe três camisetas por ano e, no final, as devolve com um crédito para renovar sua assinatura. Esse é um produto de sustentabilidade da marca. A gente tritura essa camiseta para fazer novas, fechando o ciclo do produto e causando o menor dano possível ao meio ambiente. A segunda é social: o nosso 1P 5P foi fundado em 2016. Em maio, somamos cinco anos com quase 54 milhões de refeições complementadas através das vendas das nossas lojas. A cada peça de roupa vendida, a gente complementa cinco refeições para quem tem fome, através de dois bancos de alimento.

Qual é o melhor exemplo de luxo verde e consciente para você?
Um país que faz a sua parte, que cuida das suas florestas, da sua mata, da sua vegetação. É o que a gente deseja que o Brasil seja. Aqui está a maior floresta do mundo. Então sustentabilidade ambiental é a nossa vocação.

A primeira coisa que você faz de manhã?
Desligar o alarme.

Último conselho que você deu a alguém?
Dias atrás, aconselhei meu filho Nic a sempre se esforçar ao máximo, independente das notas na escola. Disse a ele: "Se a nota não for tão boa, mas você sentir se se esforçou ao máximo, está ótimo. Caso contrário, se achar que a nota não foi tão boa porque faltou esforço, tem que se esforçar mais. O que importa na vida não é a nota, e sim o *mindset*, a preparação, o caminho, a vontade e o esforço que você faz para que as coisas deem certo".

Algo recente que fez recentemente pela primeira vez?
Passei um ano em casa com a minha família, e nada, absolutamente nada no mundo é melhor do que isso.

Você tem algum ritual pessoal?
Sim, sou devorador de biografias. Sou viciado e leio muitas biografias. Amo a história das pessoas,



A Camiseta Simples, da Reserva, feita de malha orgânica: "Usamos tecnologia para causar o menor dano possível ao meio ambiente", diz o empresário

adoro tentar compreendê-las, em especial, emocionalmente. Eu amo o ser humano.

Qual seu livro preferido?
Let My People Go Surfing, de Yvon Chouniard.

O que você costuma fazer, que ainda é analógico?
Beijo, abraço, carinho, exercícios físicos, cuidados com o corpo, cuidados com a alma. A tecnologia nunca vai conseguir substituir as características únicas, afetivas e emocionais de um ser humano, a convivência com amigos, o viver a vida.

O que você usa com mais frequência no seu guarda-roupa?
Camiseta preta, camiseta preta, camiseta preta.

Qual seu item de coleção mais recente?
Um toy art do Kaws, artista plástico que eu amo. Ele aparece em todas as minhas lives.

Como você mantém a calma?
Nada me deixa mais calmo do que preparar o almoço de domingo para minha família. Ficar na piscina, conversar, escutar boa música, só nós cinco.

O que se arrepende de não ter comprado?
Uma casa na serra. Deveria ter aproveitado a quarentena para comprar. Mas vamos resolver isso.

O que você mais deseja no final do dia?
Um pássaro vermelho, que alguns chamam de pica-pau da Reserva, mas que, na verdade, é um bichinho amarelo, preto e branco, cheio de boas energias, que nós pintamos de vermelho e, desde então, gera um ciclo virtuoso e de crescimento.

Qual o produto mais interessante que já criou?
O pica-pau vermelho.

O que você gosta de comer? Como cuida da sua alimentação?
Eu me alimento muito bem. Amo salada e vegetais com uma carne magra no jantar. Na hora do almoço, posso pegar uma proteína um pouco mais gorda, obviamente, duas vezes por semana. E quando saio dessa rotina, é impossível não comer um sushi: sou viciado no tradicional, Nagayama, em São Paulo, e Haru Sushi, no Rio de Janeiro.

Se pudesse aprender uma nova habilidade, qual seria?
Ainda vou aprender a surfar. Um sonho que eu tenho e vou realizar.

O que é sucesso para você?
Sucesso é viver a vida que se deseja, todo o resto é fracasso.

Quais os apps que usa?
O app da Reserva.

Dirigir ou ser dirigido?
Dirigir.

Qual foi a última vez que você conseguiu se desconectar completamente?
Me desligar completamente? Não vou fazer aqui uma demagogia barata (risos). Não me lembro qual foi a última vez.

Última da Netflix?
"Como se Tornar um Tirano", uma série fantástica que conta a história de como os tiranos, os ditadores da história moderna se criaram. Parece que está falando sobre o passado, mas é impressionante como, dada a realidade em que vivemos, fala-se do presente.

Pelo que vale a pena pagar?
Pela convivência, pelo amor e pelo afeto da família. Também pela saúde e pelos amigos.

O que aprendeu com a pandemia?
Nada, absolutamente nada. É mais importante ou vale mais do que cuidar de você ou de quem você ama. Vale qualquer esforço.

O que você espera para o futuro?
Um mundo mais consciente, mais preparado para cuidar de si, das pessoas, do planeta. Tudo que a gente passou não foi à toa. Serviu para deixar na iniciativa privada, nos CPFs e CNPJs, um legado de consciência maior do que poderia acontecer por conta de uma pandemia, de uma guerra civil ou desastre natural causado pela inconsequência humana. O que desejo para o futuro: consciência, capitalismo e vida social mais consciente, para pessoa física e para pessoa jurídica. RR

EM PONTO DE BALA

Nova Ferrari Roma, melhor 'carro de entrada' do mundo, chama atenção pela elegância, tecnologia e preço de R$ 3,3 milhões

Uma Ferrari é sempre uma Ferrari. Imagine um supercarro com um motor V8 3.9 biturbo de 720 cv, 77,4 kgfm de torque e câmbio de dupla embreagem com 8 marchas. É assim a nova Ferrari Roma 2021, sofisticado modelo de entrada para o portfólio da montadora italiana. Cupê 2+ , com apenas dois lugares na cabine, o automóvel tem uma traseira curta, com quatro lanternas de LED cortadas por uma faixa horizontal, para-brisa inclinado e para-choque traseiro com quatro saídas de escape. A Ferrari Roma 2021 tem mecânica similar ao SF90 Stradale, híbrido da Ferrari de mil cavalos de potência. Por conta deste equipamento e da relação peso/potência, o carro realiza 0-100 km/h em 3,4 segundos. Eis as dimensões: são 4,65 m de comprimento, 1,97 m de largura, 1,30 m de altura e distância entre-eixos de 2,67 m; e a velocidade máxima de 320 km/h.

Mas o que chama muita atenção nesta Ferrari é a tecnologia. O painel digital e configurável com 10,5 polegadas traz uma inovadora tela central vertical, com praticamente todos os comandos do automóvel, desde a central multimídia até o ar-condicionado. A maçaneta embutida, o volante multifuncional e o botão nas portas para sair do carro também são inéditos. Assim como a tela sensível ao toque com velocímetro, vendida como item opcional. Além de toda essa parte tecnológica, a Ferrari se torna mais valiosa pelos materiais nobres em seu interior, como couro e alumínio. Quem já dirigiu diz que vale os R$ 3,3 milhões. Mas quem quiser ter uma, vai ter que esperar um pouquinho. Vendida com exclusividade pela Vila Itália, estão programadas mais unidades da Ferrari Roma para o Brasil, mas as encomendas dependem da entrega da fábrica italiana de Maranello: fala-se em, pelo menos, seis meses. Por enquanto, só desembarcaram duas unidades no país. Além dos automóveis, 99% dos opcionais estarão disponíveis, ou seja, o felizardo que comprar o carro poderá optar por uma das 26 cores para a carroceria, e outro acabamento para a grade frontal, rodas e freios. Sem contar os detalhes e revestimentos de fibra de carbono no exterior, cores e materiais para cobertura de bancos e painéis. Uma joia motorizada







Luvas de boxe
píton ELISABETH
WEINSTOCK - US$ 1.450



ESPORTE COM ESTILO

Em clima olímpico, elegância e consistência são uma combinação vencedora

Fotos Joshua Scott **Estilo** Kareem Rashed



Bola de basquete com suporte de arnês de náilon PRADA - US$ 725



Skate de madeira folheada a ouro YVES SAINT LAURENT RIVE DROITE - US$ 3.025



Bicicleta em couro, lona e acabamento em madeira LOUIS VUITTON - US$ 28.900


LOUIS VUITTON



Halteres de 5kg em aço inoxidável e nogueira HOCK DESIGN - US$ 1.020



Saco de golfe de pele
de bezerro VALIGERIA
GRIGNOLA - US$ 14.160

1



2



O HOTEL É REAL

Concebido dentro do Palácio mais importante da França, o novíssimo Le Grand Contrôle, em Versalhes, é um presente da realeza no verão em que o país volta a receber turistas do mundo todo, depois de vacinados

POR MARCIO GARCÊS

O momento é solene. Quando o relógio marca pontualmente 20h30, o sino toca para avisar que o banquete está servido. O jantar no Le Grand Contrôle não é apenas uma refeição requintada em um hotel de luxo. É um acontecimento. Da cozinha, o chef Alain Ducaisse, do alto de suas duas dezenas de estrelas Michelin, dá a senha para que o espetáculo comece. Garçons vestidos com trajes de época vão servindo os cinco pratos, seguindo rigorosamente os protocolos de etiqueta real. Afinal, estamos em Versalhes. O ano é 2021, mas, ao atravessar a entrada principal do novo hotel do grupo francês Les Aireless, a sensação é de voltar no tempo. E mais, de pertencer à corte, no caso de ser um dos hóspedes dos 14 quartos do primeiro hotel instalado dentro de um dos pontos turísticos mais famosos da França. Todas as suítes têm vista deslumbrante para os 800 hectares do jardim mais fotografado da Europa. O edifício Le Grand Contrôle, que já hospedou diplomatas, embaixadores, artistas entre outras personalidades durante









1 Recém-inaugurado, o hotel Le Grand Contrôle está pronto para receber os turistas no verão

2 O hotel conta com um restaurante exclusivo do estrelado chef Alain Ducaisse

3 No novo hotel do grupo francês Les Aireless, a sensação é de voltar no tempo

5 Lustres, obras de arte, artefatos, móveis e tecidos autênticos da época compõem a decoração

5 As suítes têm vista deslumbrante para os 800 hectares do jardim de Versalhes

o período do Iluminismo, construído em 1681, foi inteiro restaurado e reformado para refletir seu esplendor do século XVIII seguindo as características impostas por Luís XVI e Maria Antonieta. Cada quarto recebeu o nome de notáveis aristocratas com laços estreitos com Versalhes, como o Barão de Staël Holstein, embaixador sueco na França durante a Revolução Francesa, e Jules Hardouin-Mansart, um arquiteto francês que projetou o Grande Trianon, outro château local.

O arquiteto e designer de interiores responsável pela restauração, Christophe Tollemer, trabalhou junto com um especialista em arte e herança francesa, para encontrar lustres, obras de arte, artefatos, móveis e tecidos autênticos da época.

Artesãos locais foram contratados para recriar o piso de parquet histórico, o trabalho em pedra e as tapeçarias autênticas encontradas nos arquivos de Versalhes. Nos quartos há registros históricos e delicadezas, como uma carta de amor de Madame De Staël (a teórica política cujo pai serviu como ministro das finanças de Luís XVI) para seu amante, o conde de Narbonne-Lara, um soldado francês. O passado encontra o presente em confortos como luzes de LED, aquecimento, piscina, spa e restaurante com equipamentos modernos. O menu de experiências inclui a hora do chá com chocolate quente perfumado com flor de laranjeira (a bebida preferida de Maria Antonieta) e o dia temático evocando a personagem, quando os hóspedes vivenciam as atividades favoritas da rainha, desde a montagem de suas próprias fantasias até assistir a uma ópera e o jantar com um quarteto de cordas.

Entre as opções mais, digamos, plebeias, há o Valmont Spa e sua enorme piscina coberta de 15 metros de comprimento, um hammam e uma lista de tratamentos que a própria Antoinette aprovaria. As diárias custam a partir de R$ 10 mil. O tratamento real completo inclui um mordomo, acesso privado a partes dos jardins e edifícios palacianos que geralmente são fechados para visitantes, e uma frota de barcos elétricos para navegar no Grande Canal.

And last, but not least, há brioches no café da manhã.



1



2

EXPERIÊNCIAS PRINCIPESCAS NO NORTE DA ITÁLIA

Voo de helicóptero sobre os Alpes, degustações privativas em vinícolas, visitas a instituições culturais depois do fechamento para o público. O grand hotel Principe di Savoia, que possui a suíte presidencial mais famosa de Milão, oferece uma seleção de experiências para seus hóspedes em todo o norte da Itália

POR SHOICHI IWASHITA





Qual a tradução de um dia perfeito na Itália? Ele talvez possa começar com um passeio num Aquarama vintage, a mítica lancha de madeira e de linhas irresistíveis da Riva, a Ferrari das embarcações, no mesmo lago d'Iseo onde a companhia foi fundada, em 1842. Esse é um dos programas exclusivos que o hotel Principe di Savoia, instituição da hotelaria milanesa desde os anos 1920, oferece a seus hóspedes. A deliciosa aventura inclui um almoço às margens do lago e uma visita a uma coleção particular de barcos Riva. Dos grandes lagos à beira dos Alpes do norte da Itália – como o Maggiore, Garda–o lago d'Iseo, a 90 quilômetros de Milão, é o menor e mais pitoresco. No meio desse lago sinuoso em formato de "S", três ilhas deixam o cenário ainda mais deslumbrante: a Montisola, que é possível acessar de barco, com suas igrejas e castelo construídos entre os séculos 15 e 17, e as fotogênicas microilhas de San Paolo e Loreto, ambas particulares, com suas villas elegantes rodeadas de verde. Na margem sul do Iseo está Franciacorta, região famosa por produzir os melhores vinhos espumantes do mundo depois da Champagne. A bebida é feita pelo método champenoise (em que a segunda fermentação acontece na garrafa) e praticamente as mesmas uvas são usadas: chardonnay, pinot noir (na Itália, pinot nero), e pinot bianco, no lugar da mais tradicional pinot meunier.

Nesta segunda experiência, o Principe di Savoia propõe uma visita guiada seguida de degustação com o proprietário de uma vinícola, com direito a almoço na adega ou aperitivo, o happy hour italiano. Para os fãs da uva nebbiolo, que deslumbra o mundo através dos Barolo e Barbaresco, um carro com motorista particular leva os convidados à Alba, a capital mundial das trufas brancas. Ali, pertinho daquelas joias em forma de iguaria, a ideia é provar uma série de vinhos de exceção. E que tal fazer o trajeto dirigindo uma Ferrari F430 ou uma Lamborghini Murcielago Roadster? Sim, se não for a bordo de uma supermáquina é melhor nem ir, diriam os mais exigentes.

De volta a Milão, outras opções sedutoras incluem visitar o teatro La Scala e o Castelo Sforzesco de forma privativa, e a cereja do bolo: apreciar, sozinho, A Última Ceia. Enquanto grande parte dos turistas precisa reservar o ingresso com meses de antecedência e depois ficar apenas 20 minutos na sala do convento de Santa Maria delle Grazie, onde está o afresco pintado por Leonardo da Vinci em 1490, os hóspedes do Savoia têm direito a mais tempo, mais emoção e o melhor, privacidade. O pacote custa €3.400 e inclui guia e carro particulares.

1 Pizza com massa de fermentação natural alla napoletana com abobrinha e camarão no restaurante do hotel

2 Salão do Acanto, o restaurante do Principe di Savoia, que, junto com Il Salotto, o Principe Bar e o Club 10 Fitness & Spa, é frequentado também por milaneses elegantes

3 Vinhedos em Franciacorta, na Lombardia, região que produz os melhores espumantes do mundo depois da Champagne

4 Piscina privativa com teto de afrescos na suíte presidencial do décimo e último andar do hotel Principe di Savoia

O preferido da nobreza

Instalado em um edifício neoclássico construído em 1896, o Principe di Savoia abriu suas portas em 1927, distante do coração de Milão e perto da zona industrial. O hotel, que leva o nome da Casa de Savoia, uma das mais antigas dinastias europeias, foi erguido para atender os magnatas que chegavam pela estação de trem central, a vizinha Stazione Centrale, quando a capital da Lombardia se tornava o mais importante polo econômico da Itália. Mas, logo o hotel se tornou o endereço dos nobres e ricos que iam ao Scala em suas carruagens; um trajeto que durava dez minutos.

Ao longo das décadas, o Principe passou por ampliações, ganhou novos andares, incluindo o décimo e último, onde está a mais incrível academia e spa de Milão (aberta para hóspedes e sócios), com 800 metros quadrados, piscina interna aquecida e terraço com solário. A suíte presidencial também tem uma piscina privativa. Desde 2003, o hotel faz parte da Dorchester Collection. O Principe di Savoia tem 301 acomodações, entre 257 quartos e 44 suítes (a Royal é a mais linda), decoradas em estilo que lembra o déco, e muito veludo em cores quentes. O menor quarto tem 27 metros quadrados e as diárias custam a partir de €350. Para as experiências descritas acima, calcule entre €700 e €3.400 para duas pessoas. E extasie-se.

https://www.dorchestercollection.com/en/milan/hotel-principe-di- savoia/





O FASANO BIG APPLE

A grife sinônimo de elegância e boa gastronomia chega a Nova York, levando oconceito da exclusividade ao pé da letra. Somente sócios do Private Members Club Residence vão se hospedar num dos luxuosos apartamentos do Fasano Fifth Avenue

por SILVIANE NENO





Os apartamentos residência têm 335 metros quadrados e as clubhouse suítes, tamanhos variados. "Os membros do Fasano Fifth Avenue irão encontrar a essência da marca Fasano na melhor localização de Nova York", diz Andrea Natal, gerente-geral do Fasano Fifth Avenue

Quem conhece bem aquela quadra da Fifth Avenue, entre as ruas 62 e 63, no coração do Upper East Side, sabe que há pelo menos 100 anos nenhum prédio residencial era construído ali. Mas foi exatamente um grupo brasileiro que mudou esse cenário. Em 2012, a JHSF comprou um sobrado geminado do século XVIII, com cinco andares, situado entre dois edifícios de 17 andares. Foram necessários quase quatro anos entre o processo de aprovação do projeto até que começasse a construção de um edifício residencial de 17 andares, totalmente novo, sob a visão do aclamado arquiteto Thierry Despont. Houve, depois, outros quatro anos de obras até que o Fasano Fifth Avenue virasse realidade e um marco internacional para o grupo brasileiro.

Localizado em um dos quarteirões mais exclusivos do mundo, o caçula é chique e discreto. Fica praticamente escondido entre as lojas de luxo da área de Gold Coast de Manhattan e traz um novo conceito ao grupo. O Fasano Fifth Avenue é um clube exclusivo e privativo, acessível apenas aos sócios e a um seleto grupo de parceiros locais e internacionais. O conceito combina as comodidades de um hotel cinco-estrelas com um lugar exclusivo para jantar, beber, trabalhar e relaxar.

São 17 andares divididos em Hotel Residences e Clubhouse Suites, além do Baretto, que vai funcionar como bar e restaurante exclusivo para os sócios e seus convidados. Os apartamentos residência têm 335 metros quadrados e as Clubhouse Suites, nas categorias Garden Suites, Park Suites e Central Park Suites, têm tamanhos variados. A maioria com ofegantes vistas panorâmicas para o Central Park e para o horizonte de Manhattan.

O projeto de interiores de Despont faz homenagem às raízes brasileiras de Fasano. Desde o lobby com painéis de madeira até os móveis personalizados e de designers brasileiros contemporâneos. Destaque-se, ainda, a coleção de arte espalhada nos ambientes comuns, além de cenas de impressões vintage em preto e branco da cidade de Nova York nas elegantes paredes do Baretto.

Os Hotel Residences e Clubhouse Suítes estão disponíveis somente para estadas de longo prazo. O Baretto New York, idealizado por Rogério Fasano e por Thierry Despont tem uma área de jantar intimista com apenas 45 lugares, e também terá a opção de servir a todos os hóspedes na privacidade de seus apartamentos por 24 horas. As quatro residências duplex com vista panorâmica do Central Park e do horizonte da cidade, têm três quartos, três banheiros um lavabo e coleção exclusiva de obras de arte, ao preço de US $ 100 mil por mês. Mas há os outros benefícios, claro. Os membros terão acesso a academia e sauna; a convites para eventos especiais no Baretto New York; acesso ilimitado a concierge 24 horas por dia; e serviços locais e internacionais de encomendas e entregas, além de ingresso nos principais leilões e eventos de pré-venda da Christie's. "Os membros do Fasano Fitth Avenue irão encontrar a essência da marca Fasano em meio à melhor localização da cidade. Todo o serviço, a atenção aos detalhes e à gastronomia estão presentes, além de uma vista deslumbrante do Central Park", diz Andrea Natal, gerente-geral do hotel.

E haverá sempre o sabor inigualável da carta exclusiva de vinhos e destilados. E quando se trata de uma seleção como a do Fasano, trata-se de diamante lapidado. RR



ALL THE JAZZ

Prestes a abrir as portas, o novo Four Seasons Hotel and Private Residences em New Orleans marca o retorno do turismo, pós-pandemia, na cidade mais musical dos Estados Unidos

por SILVIANE NENO

Que outra cidade nos Estados Unidos poderia ser apelidada de *Big Easy,* se não New Orleans? Também pudera, é lá que o jazz ferve nas ruas, nos bares, nos pubs, a vida noturna é animadíssima, tem até Carnaval. A arquitetura também é marcante, com influências francesas e espanholas, e a comida, ah, a comida, apimentada e cheia de personalidade, é única. O destino, no estado da Louisiana, é considerado um dos mais originais do mundo. Então o que faltava para ser também um destino de luxo? Um Four Seasons, claro.

O lugar escolhido para o primeiro hotel do grupo na cidade é bastante emblemático, o prédio do World Trade Center.

Praticamente vazio desde 2011, o inconfundível, e antigo (construído em 1967), prédio comercial em forma de xis situado na orla da cidade, passou por uma imensa reforma e agora terá novos espaços públicos, além da hospedagem refinada com 341 acomodações e 99 private







residences nos últimos andares.

O projeto, do arquiteto modernista Edward Durell Stone, custou US$ 530 milhões, o maior investimento privado na história de New Orleans.

Pensando nos executivos que não vão à cidade a passeio, o hotel também contará com espaços para reuniões e eventos, quatro restaurantes e bares, lojas, spa e uma piscina na cobertura, com uma vista de tirar o fôlego para o rio Mississipi. Tanto os espaços públicos quanto os privados são banhados com luz natural e também olham o rio de frente.

O hotel ocupará do 6º ao 18º andar. Os apartamentos dos andares superiores estão avaliados entre US$ 2 milhões e US$ 10 milhões. Drew Brees, quarterback do New Orleans Saints, já comprou um.

No rooftop haverá um observatório, aberto ao público, com a melhor vista da cidade, onde vai funcionar o Chandelier bar.

Se a ideia for explorar experiências exclusivas, a equipe de concierge pode planejar um show privativo no Preservation Hall, o lendário clube de jazz no French Quarter, ou organizar uma aula individual de música com uma lenda do jazz local.

O projeto do arquiteto modernista Edward Durell Stone custou US$ 530 milhões. É o maior investimento privado na história de New Orleans

A cozinha do restaurante do Four Seasons Hotel and Private Residences New Orleans, a Miss River, será comandada pelo israelense Alon Shaya, o chef celebridade de Louisiana.

"New Orleans é um mercado relevante e há anos estávamos aguardando a oportunidade certa para a estreia na cidade", diz John Davidson, presidente e CEO, do Four Seasons Hotel and Resorts.

O novo hotel terá como gerente-geral Mali Carow, veterano do Four Seasons há quase 20 anos. Mais do que a presença de um poderoso hotel na cidade, a chegada da lendária marca a New Orleans representa o retorno triunfal do turismo no pós-pandemia. Para que se possa voltar a assobiar, pelas ruas charmosas, entre uma noite de sono e outra no Four Seasons, as canções que remetam ao cotidiano da *Big Easy*.

Ver e Ler

FILMES, SÉRIES, LIVROS





Ícone Fashion

Pense em modelões absurdos e em cenas de glamour e ousadia. Estes são os elementos do filme **Cruella**, uma releitura dos clássicos da Disney, que está em cartaz na plataforma Disney Plus. Dirigido pelo diretor Craig Gillespie, o filme é ambientado na Londres dos anos 70, em meio à revolução do punk rock e retrata os primeiros dias de rebeldia de uma das vilãs mais notórias no cinema e na moda, a lendária Cruella de Vil. A personagem, que no filme se chama Estella, é interpretada pela atriz Emma Stone - vencedora do Oscar por sua atuação em La La Land. Para entender um pouco a história, Estella faz amizade com um par de jovens ladrões que apreciam seu prazer por travessuras e, juntos, eles se viram sozinhos nas ruas de Londres. Um dia, o talento de Estella para a moda chama a atenção da baronesa von Hellman, uma lenda fashion, devastadoramente chique e assustadora, interpretada por Emma Thompson, vencedora de dois Oscars. Porém, o relacionamento das duas desencadeia acontecimentos e revelações que farão com que Estella abrace seu lado perverso e se torne a maligna, elegante e vingativa Cruella. Cruella é um prato cheio para os amantes de moda. É notável em algumas cenas do filme fatos corriqueiros que acontecem na vida real do mundo fashion. E qualquer semelhança com o Diabo Veste Prada é mera coincidência.

O Poder Feminino em ação

Viúva Negra, um dos filmes mais esperados de todos os tempos, finalmente chegou aos cinemas com Scarlett Johansson no papel principal. A atriz norte-americana, que está no ranking das mulheres com o maior salário da história, dá vida a Natasha Romanoff, a heroína sexy, com seu uniforme preto, amada e admirada pelo público que acompanhou a sua saga nas histórias em quadrinhos. Viúva Negra é uma superprodução do Universo Cinematográfico Marvel (MCU) e promete prender os telespectadores nas poltronas dos cinemas e nas salas de TV do início ao fim. A trama vai revelar o passado pouco explorado da vingadora: a infância e os seus familiares poderão ser vistos durante o filme, o que será fundamental para entender a importância que Natasha Romanoff teve para os Vingadores e no combate à extinção da humanidade. Além disso, a versão da história para as telas também vai contar com novos personagens. Uma delas é Yelena Belova (Florence Pugh) e o Guardião Vermelho (David Harbour) que são duas peças importantes para Natasha. Yelena é a sua irmã adotiva, juntas elas vão à procura do ex-agente russo, o Guardião Vermelho. Apesar de Natasha não ter nenhum super poder como os outros vingadores, a diretora Cate Shortland não poupou nas cenas de ação.



Para os amantes de suspense

Viver em uma cidade pacata, onde nada acontece, pode ser um ótimo refúgio para quem está em busca de paz. Mas nem sempre a fórmula para este tipo de lifestyle pode dar certo. Na série **Mare of Easttown**, estrelada pela oscarizada Kate Winslet, o mundo da pequena East Town virou de cabeça para baixo com o desaparecimento da jovem Katie Bailey (Caitlin Houlahan) e o assassinato da mãe adolescente Erin McMenamin (Cailee Spaeny). Coube à detetive Mare Sheehan, a personagem de Kate, buscar o desfecho para solucionar o crime. Mare of Easttown é a escolha perfeita para os amantes de suspense. Na série de sete capítulos, Mare Sheehan tem que se desdobrar entre os ossos do ofício e a sua vida pessoal que, aliás, estava bem tranquila antes de tais acontecimentos. Se depender da audiência, a série já chegou a atrair 1 milhão de telespectadores no HBO, Mare of East Town já é considerada uma das produções de maior sucesso nos últimos tempos.

Livros

Churchill em ficção

Erik Larson, autor e jornalista responsável por grandes sucessos como O demônio na Cidade Branca e No Jardim das Feras, lançou **O Esplêndido e o Vil** - que retrata a saga de Churchill e sua família durante o período mais sombrio da Segunda Guerra Mundial. O livro, publicado no Brasil pela editora Intrínseca, é um best-seller internacional e figura na lista dos mais vendidos. Na obra, o escritor baseia-se em documentos originais de arquivos e relatórios de espionagem secretos. Assim que Winston Churchill assumiu como primeiro-ministro do Reino Unido, Hitler invadiu a Holanda e a Bélgica. O Esplêndido e o Vil é uma ficção que transporta o leitor parao universo da política.

Dolce Vita

Na Itália, arte e vida se entrelaçam. E este clima pode ser perfeito se depender do livro de fotografias **Great Escapes Italy** - O livro de hotéis, da Editora Taschen. Prepare-se para encher os olhos com imagens lindíssimas de paisagens rurais, alta cultura, comida divina, refúgios e propriedades de Veneza à Sicília. Tudo espionado através das portas e janelas dos hotéis mais deslumbrantes do país. Um brinde ao delicioso estilo dolce vita.

Império Global

A trajetória da Amazon, comandada durante 27 anos por Jeff Bezos, é marcada por sucessos e erros que a colocaram no topo da lista de companhias mais valiosas e controversas do mundo. Em **Amazon sem Limites**, além de traçar a ascensão da empresa, Stone também investiga a evolução do próprio Bezos, um tecnólogo geek totalmente dedicado a seu empreendimento que se transformaria em bilionário disciplinado, com ambições globais, comandando um império com mão de ferro, mesmo quando sua vida pessoal passou a ser escrutinada pelos tablóides. O livro analisa o afastamento gradual de Bezos do dia a dia da companhia para focar em seus muitos outros interesses, bem como o momento em que seu império se expande.

Item de colecionador

Relógios icônicos, incluindo o Breitling Navitimer, IWC Big Pilot; Watch, Breguet Type XX e Rolex GMT-Master, até relógios da categoria atual, como nas coleções de Bell & Ross, Longines, Bremont, Patek Philippe, Hamilton e Zenith estão presentes neste livro: **Air Time: Watches Inspired by Aviation, Aeronautics, and Pilots** (Relógios Inspirados na Aviação, Aeronáutica e Pilotos - Editora Rizzoli). Em suas 240 páginas, Mark Bernardo - editor da WatchTime - lança um olhar atento a mais de noventa modelos de relógios que personificam o espírito do voo e que se tornaram famosos por homens e mulheres, usados por pilotos de jato de guerra, jet-setters e astronautas. Os capítulos mostram marcos históricos como o desenvolvimento da Cartier e o primeiro relógio de pulso masculino para Alberto Santos-Dumont. Informativo e atraente, este guia fascinante é o presente perfeito para os conhecedores de relógios, aviação e viagens globais.

100 anos de Helmut Newton

A editora Taschen lançou **Helmut Newton's Baby Sumo**, criado para marcar o centenário de nascimento do fotógrafo e celebrar os 20 anos do extravagante e pesado Sumo - resultado de um projeto concebido por Newton em 1999, com imagens do tamanho de uma exposição particular e mais de 35 quilos. A nova edição, que marca também os 40 anos da Taschen, foi revisada por June Newton e reúne 464 imagens, em formato menor, com preço na faixa de R$ 900. Filho de um judeu fabricante de botões, Newton nasceu em Berlim em 1920 e iniciou a sua carreira como fotógrafo nas páginas da Vogue nos anos 50. Em 1970 já era aclamado como um dos criadores visuais de maior impacto de seu tempo. Suas imagens definiram a maneira como as mulheres eram retratadas em editoriais e campanhas de moda. "Eu amo mulheres. Não há nada que eu ame mais", resumiu Newton. RR.



1. Esplêndido e Vil, Winston Churchill em ficção
2. Great Escapes Italy, da Taschen
3. Amazon Sem limites, a vida de Jeff Bezos
4. Air Time, para quem ama relógios
5. Helmut Newton e o grandioso Sumo em formato menor

First class

POR DENTRO DAS SALAS VIP E DO CONFORTO A BORDO



Chef a bordo

Na classe executiva da Turkish Airlines, o melhor da hospitalidade turca está impresso nas refeições servidas a bordo por um chef particular e muita segurança na era pandêmica

POR SILVIANE NENO

"Piano piano si va lontano", lentamente o turismo de luxo vai voltando a um patamar mais próximo do retorno ao prazer de viajar. A Turkish Airlines retomou os serviços em junho de 2020 com uma lista de novas diretrizes para uma viagem segura, além de novos serviços a bordo para proteger a saúde dos passageiros de forma permanente.

A companhia continua distribuindo "Kits de higiene" contendo máscara facial, desinfetante e tecido anti-séptico para todos os passageiros, enquanto as tripulações de cabine, nomeados como "Especialistas em higiene", aplicam todos os cuidados a bordo, que incluem distanciamento social para uma viagem saudável. Os voos do Brasil para a Turquia são operados a partir de agora pelo novo Airbus A350-900, três vezes por semana saindo de São Paulo.

O Airbus A350-900 Wide Body é um modelo projetado com tecnologia sustentável e inspirado na natureza. A estrutura da aeronave é mais leve e aerodinâmica por conta da composição de fibra de carbono, e os motores Rolls-Royce Trent XWB de nova geração são silenciosos e consomem menos combustível em comparação a modelos anteriores.

O sistema de ventilação de última geração com filtrosHEPA permite a total renovação do ar a cada 2 minutos, garantindo um ar limpo e seguro na cabine.







A Turkish Airlines retomou os serviços em junho de 2020 com uma lista de novas diretrizes para uma viagem segura, além de novos serviços a bordo para proteger a saúde dos passageiros permanentemente

Mesmo assim é exigido o uso de máscaras.

Os 32 assentos na Classe Executiva são dispostos em um corredor duplo, com amplo espaço para as pernas em configuração 1-2-1. Com um único toque, os assentos se convertem em camas, sobra conforto para os passageiros. As poltronas têm ainda uma área de armazenamento protegida por senha.

Os kits de Amenity, especialmente concebidos pela marca Versace, são um luxo à parte.

Mas a experiência de viagem perfeita responde pelo nome de "Conjunto Flow Sleeping". Trata-se de um cobertor com estampa dupla-face e textura suave, com a incrível capacidade de suportar o fluxo de ar e mantém a temperatura ideal durante as quatro estações do ano. Já a "almofada de dormir" possui uma superfície ortopédica para o sono e, o seu robusto enchimento, arremata o conforto. Os fones de ouvido têm cancelamento de ruído ativo da Denon.

O que mais? A clássica bebida de boas-vindas, um bar exclusivo, serviço de abertura de cama e kit de dormir, lanchinhos para o intervalo, café e delícias turcas, serviço de toalhas quentes e lavatório, além, claro, de um cardápio especial com refeições gourmet.

FLYING CHEFS

Mundialmente conhecida por sua premiada culinária e hospitalidade, a Turkish Airlines também retornou com o serviço exclusivo de chef a bordo. Desde o dia 1º de maio, os passageiros em voos de longa distância, com 8 horas ou mais de duração, podem desfrutar dos pratos gourmet preparados pelos dedicados Flying Chefs. Os chefs são cuidadosamente selecionados com base, claro, nas habilidades culinárias, mas também são responsáveis por supervisionar a preparação dos alimentos usando apenas ingredientes frescos e da mais alta qualidade.

Os pratos servidos pelos Flying Chefs já garantiram muitos prêmios para a companhia aérea, incluindo o título de "Melhor Serviço de Catering a Bordo no Mundo".

O Presidente do Conselho e do Comitê Executivo da Turkish Airlines, M. Ilker Ayci, comemora: "Durante o ano passado, tivemos que fazer muitos ajustes em nossas ofertas de produtos e serviços para proteger a saúde e a segurança de nossos passageiros e funcionários. Nosso premiado serviço de jantar e o programa Flying Chefs são aspectos emblemáticos da companhia aérea e estamos felizes em reintroduzi-los aos nossos passageiros em todo o mundo, tornando assim a experiência de voo a mais confortável e agradável possível. "

A Turkish Airlines hoje voa para mais países e destinos internacionais do que qualquer outra companhia aérea do mundo. A companhia voa para 269 destinos internacionais e 50 domésticos, totalizando 321 destinos em 127 países nos cinco continentes, com uma frota de 365 aviões.

Desde o dia 1º de junho, os brasileiros que viajam em voos diretos do Brasil para a Turquia, precisam apresentar um teste PCR negativo para a Covid realizado até 72 horas antes do embarque e deverão fazer uma quarentena de 14 dias em hotéis determinados pelo governo assim que desembarcarem. Após esse período deverá ser feito um novo teste PCR para a Covid-19, que negativo libera o visitante para iniciar sua viagem pela Turquia.

Não é o ideal, mas já é um grande avanço.

Piano, piano...

LINHA DO TEMPO: AVIADOR

“O Aviator da Ray Ban é o modelo mais copiado do mundo por outras marcas. Pela forma universal, que fica bem em qualquer rosto, além de ter sido eternizado pelo cinema, tv e séries. “

MANU CARVALHO, STYLIST

Era 1929 e a aviação militar estava a pleno vapor, no entanto, o céu não era de brigadeiro para os pilotos, afinal, com a claridade acima das nuvens, eles mal podiam enxergar. Foi quando entrou em cena o Coronel da Força Aérea dos Estados Unidos, Jonh A. Macready. Ele encomendou à tradicional empresa ótica Bausch & Lomb óculos que protegessem os olhos dos raios solares, mas que também tivessem um estilo único. Assim nasceu o primeiro protótipo dos famosíssimos óculos Aviator. O modelo foi inspirado nas primeiras máscaras criadas para pilotos e pesava apenas 150 gramas. Tinha armações de metal banhadas a ouro, e lentes de cristal mineral para minimizar a neblina. E o mais importante: elas conseguiam bloquear a luz do sol. Este modelo é considerado o primeiro estilo popular de óculos de sol a ser desenvolvido. Em 7 de maio, a Bausch & Lomb registrou os óculos como Ray Ban Aviator. A origem do nome Ray Ban explica o complemento da história. Ray significa raio, e ban, as três primeiras letras da palavra “banish”, que significa banir, eliminar.

Os óculos, claro, foram um sucesso entre os pilotos da Força Aérea americana. Durante a Segunda Grande Guerra, bastou o General Douglas MacArhur ser fotografado usando um par nas Filipinas e a coisa explodiu. A partir daí, todo mundo queria usar o Aviator, não apenas para se proteger do sol, mas por questão de estilo. Ao longo dos anos, os óculos Ray Ban também se tornaram reconhecidos pela qualidade. Eles são inspecionados cerca de 20 vezes durante o processo de fabricação. Tudo para certificar que eles absorvam cerca de 65% dos raios solares. Outra curiosidade: a Ray Ban foi a primeira empresa a fabricar estojos para proteger os óculos. Hoje, todas as marcas fazem isso. Em 1970, a Ray Ban já tinha mais de 50 modelos diferentes de óculos de sol e de grau, e também ganhou as telas do cinema e o show business. De Marilyn Monroe, passando por Audrey Hepburn, Tom Cruise, Michael Jackson, Bob Dylan e até John F. Kennedy, surgiram usando seus Ray Ban. O Aviator é, sem dúvida, o pretinho básico que nunca, jamais, será moda passageira.

LINHA DO TEMPO

1. **1936:** nasciam os óculos de sol aviador
2. **1937:** A Bausch & Lomb registrou os óculos como Ray Ban Aviator
3. **1938:** O general Douglas MacArthur chega nas Filipinas usando o modelo
4. **1970:** A Ray Ban alcança a marca de mais de 50 modelos lançados
5. **1986:** As vendas aumentam 40% depois que Tom Cruise aparece usando um em Top Gun
6. **1987:** O general MacArthur é homenageado com uma linha de óculos de sol com seu nome
7. **2000 até hoje:** Os óculos Aviator Ray Ban permanecem sendo um clássico



Ray Ban Aviator: o pretinho básico dos óculos de sol

Negócios/Gestão/ Investimento/ Economia/



ACESSE
LÍDER.INC
Textos, fotos, vídeos e podcasts.
Conteúdo para quem é líder_

GUTTER CREDITS

sdaed_

U.sk

COSMECEUTICALS



U.SK Cleanser

Sabonete líquido facial para todos os tipos de pele, com exclusivo sensorial de hidratação pós-enxágue.

U.SK Booster

Sérum antioxidante multibenefícios, para prevenção e recuperação da pele contra os danos ambientais.

U.SK Dual Eyes

Cuidado completo para a área dos olhos, bolsas, olheiras e linhas de expressão.

U.sk
under skin

SCIENCE BEHIND THE BEAUTY
Designed by Monteresearch® in Italy

0800 728 9700 | underskin.com.br | @USK