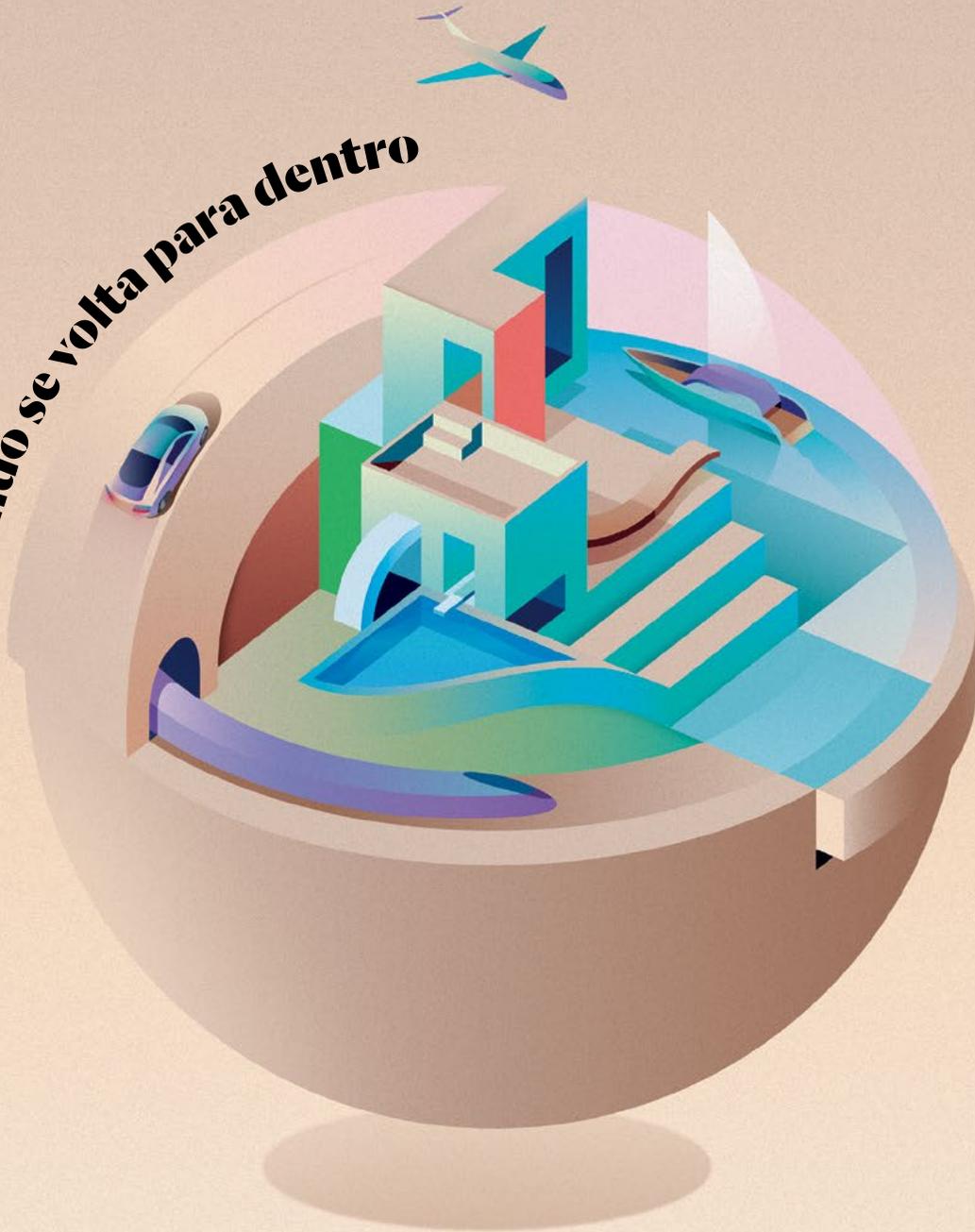


LUXO SEM COMPROMISSO

Brasil

# Robb Report

**O mundo se volta para dentro**



A VALORIZAÇÃO DA CASA NA PANDEMIA  
E A FORÇA DO DESIGN BRASILEIRO



EDIÇÃO 13  
R\$22

# Hyundai Azera: o futuro da mobilidade passa por aqui.

havas+



Faróis de LED com acendimento e nivelamento automáticos.



Sistema multimídia de 8" com Apple CarPlay™ e Android Auto™.



Teto solar panorâmico e bancos com ventilação e ajuste elétrico.

Hyundai All New  
**AZERA**

**CAOA**

Hyundai | CAO A

[www.caoa.com.br](http://www.caoa.com.br)

caohyundaibr

Atendimento digital. Fale com a gente: 0800 055 1271

Consulte condições em [www.caoa.com.br/ofertas](http://www.caoa.com.br/ofertas)

**HYUNDAI**

**HYUNDAI | CAO A. SEMPRE A MELHOR OFERTA.**

**CAOA** 30 anos de tradição e confiança.  
consórcios **0800 333 9745**  
[WWW.CAOACONSORCIOS.COM.BR](http://WWW.CAOACONSORCIOS.COM.BR)

**5 ANOS** Garantia  
Sem limite de quilometragem



No trânsito, dê sentido à vida.

Imagens meramente ilustrativas. 1. New Azera gasolina, 2019/2020, catálogo G319, por R\$ 269.900,00 à vista. 2. Documentação grátis (não incluso IPVA). As promoções uso particular, sem limite de quilometragem. Uso comercial: garantia de 5 anos ou 100.000 km, o que ocorrer primeiro. Termos e condições da Garantia Hyundai para as Concessionárias CAO A. A linha Hyundai está em conformidade com o Programa de Controle de Poluição do Ar por Veículos Automotores – PROCONVE.

constantemente este anúncio não são cumulativas entre si nem com nenhuma outra promoção que vier a ser veiculada no mesmo período. Garantia Hyundai 5 anos: estão estabelecidos no Manual de Garantia do veículo, assim como no Manual do Proprietário. Não aplicável na modalidade Troca com Troco e válida somente Mais informações: [www.caoa.com.br/ofertas](http://www.caoa.com.br/ofertas). Promoções válidas até 30/04/2021 ou enquanto durarem os estoques.

# NÃO VIVA A VIDA SEM OLHAR PARA DENTRO.

Da aula de yoga online até a ração do pet. Se importa para você, conte com o Cartão American Express®. Use diariamente e acumule pontos que nunca expiram. Isso mesmo, nunca. Ainda não tem Amex? Calma, respire fundo, é só pedir o seu em: [amex.com.br](http://amex.com.br)

# AMERICAN EXPRESS



SIGA AMEX NO INSTAGRAM PARA NOVIDADES E OFERTAS.

NÃO viva a vida SEM O SEU™



[amex.com.br](http://amex.com.br) | Instagram: @amexbr

American Express é uma marca registrada da American Express.

**JHSF**

apresenta

UM EMPREENDIMENTO ÚNICO  
PENSADO PARA SUA FAMÍLIA, REUNINDO  
APARTAMENTOS, CLUBE E HOTEL.

# FASANO

CIDADE JARDIM

FASANO RESIDENCES

*Apartamentos de 2 a 5 suítes, de 200 a 700 metros quadrados.*

AS MELHORES OPÇÕES DE PLANTAS PERSONALIZADAS,  
COM ARQUITETURA TRIPTYQUE, DECORAÇÃO POR CAROLINA PROTO,  
DO ESTUDIO OBRA PRIMA, E PAISAGISMO DE MARIA JOÃO D'OREY.



*Vista do Fasano Residences*

## FASANO CLUB

ACESSO AO FASANO CLUB, COM PISCINAS COBERTAS E AO AR LIVRE PARA CRIANÇAS E ADULTOS, ESPAÇO KIDS COM BRINQUEDOTECA, SALA DE JOGOS, SPA INTERNACIONAL, BEAUTY CENTER, ACADEMIA DE ÚLTIMA GERAÇÃO E SIMULADOR DE GOLF.



*Fasano Club*



*Shopping Cidade Jardim*

## SHOPPING CIDADE JARDIM E HOTEL FASANO CIDADE JARDIM

MODA, CULTURA, LAZER E SERVIÇOS,  
INTEGRADOS POR UMA PASSARELA QUE É AO  
MESMO TEMPO UMA INSTALAÇÃO DE ARTE.



UM EMPREENDIMENTO ÚNICO PENSADO PARA SUA FAMÍLIA.

VENDAS: (11) 3702-2121 | (11) 97202-3702 [FASANOCIDADEJARDIM.COM.BR](http://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.

**JHSF**

CASTELO

# SAINT ANDREWS

NA MAIS ENCANTADORA CIDADE TURÍSTICA DO BRASIL - GRAMADO/RS

Imagine um lugar perfeito, onde design, bem-estar, gastronomia e entretenimento se harmonizam de maneira integrada. Assim é o Castelo Saint Andrews, um Exclusive House no centro de Gramado, envolto pelo clima intimista da Serra Gaúcha e o esplendor do Vale do Quilombo. Vivencie experiências inesquecíveis e únicas com tranquilidade e segurança.

Jardins Encantadores • Maravilhosa Vista para o Vale do Quilombo • Suítes Luxuosas • Serviço Exclusivo de Mordomo/Chofer  
Experiências Gastronômicas Únicas • Premiado Restaurante Primrose • Adega Gourmet com Excelente Carta de Vinhos  
Menus Personalizados • Boulangerie • Cigar Lounge • Academia • Piscina Aquecida • Sauna • Spa



## FESTIVAL OUTONO/ INVERNO NO CASTELO

A ÉPOCA MAIS ESPERADA DO ANO EM GRAMADO. VOCÊ NÃO PODE PERDER!



FÉRIAS DE INVERNO NO CASTELO - TEMOS PROGRAMAÇÕES PARA VOCÊ APROVEITAR AO SEU MODO!

### HOSPEDE-SE POR 7 NOITES (Dom. a Dom.)

Para esta programação incluímos:

- Traslado aeroporto/hotel/aeroporto em carro Privativo
- Recepção com "Welcome drink" de boas-vindas!
- Hospedagem em Suíte Luxuosa com serviço de mordomia
- 7 tradicionais Cafés da Manhã (menu degustação)
- Geo Museu - Passeio pela fascinante história natural da Terra
- Visita a charmosa Vinícola com degustação de vinhos
- Serviço de Concierge

- Serviço de mordomo durante toda sua estadia (7h às 23h)
- Terapia Relaxante para o casal
- Royal Afternoon Tea (chá da tarde inglês)
- Picnic Romântico nos jardins do Castelo
- Noite de Pizzas Gourmet em nossa Boulangerie
- Jantar Especial da programação Weekend Experience
- Jantar Especial elaborado por nosso Chef ou delícias gastronômicas como fondues, cremes ou churrasco gaúcho

### Hospede-se por 4 Noites (Dom. a 5ª) ou 3 Noites (5ª a Dom.) ou 2 Noites (6ª a Dom.)

Para estas programações incluímos:

- Traslado aeroporto/hotel/aeroporto em carro Privativo
- Recepção com "Welcome drink" de boas-vindas!
- Hospedagem em Suíte Luxuosa com serviço de mordomia
- Cafés da Manhã com Menu Degustação
- Serviço de Concierge
- Serviço de mordomo durante toda sua estadia (7h às 23h)

- Visita a charmosa Vinícola com degustação de vinhos\*
- Terapia Relaxante para o casal\*
- Royal Afternoon Tea (chá da tarde inglês)\*
- Jantar Especial da programação Weekend Experience\*\*
- Jantar do premiado Chef Fernando Becker
- Geo Museu - Passeio pela fascinante história natural da Terra

\* Apenas na programação 4 Noites

\*\* Apenas nas programações 3 e 2 Noites

### WeekendExperience



Toda semana um jantar temático diferente aos sábados, harmonizado com os melhores vinhos do mundo.

#### OUTONO ROMÂNTICO NO CASTELO

- Festival Ibérico Pata Negra (1º de maio)
- Frutos do Mar Experience (08 de maio)
- Ruinart Experience (15 de maio)
- Festival de Fondues do Castelo (22 de maio)
- Especial Macallan e Cohiba (29 de maio)

#### JUNHO - MÊS DOS NAMORADOS NO CASTELO

- Fondue Experience (05 de junho)
- Moët & Chandon Experience (12 de junho)
- Especial Vinhos Argentinos (19 de junho)
- Experience Vinhos do Velho Mundo (26 de junho)

#### FÉRIAS DE INVERNO NO CASTELO

- Festival Fondue Suisse (03 de julho)
- Krug Experience (10 de julho)
- Noite Alemã no Castelo (17 de julho)
- Sabores do Brasil (24 de julho)
- Chandon Experience (31 de julho)
- Festival Dia dos Pais (08 Agosto)
- Festival Catena Zapata (15 Agosto)
- Pata Negra Experience (21 de Agosto)
- Festival Brunello di Montalcino (28 de agosto)

VEJA O LINK EXPERIÊNCIAS NO SITE E SAIBA TUDO O QUE INCLUÍMOS EM CADA PROGRAMAÇÃO!

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



RESERVAS E INFORMAÇÕES:  
[www.saintandrews.com.br](http://www.saintandrews.com.br)

(54) 3295-7700 (54) 99957-4220





*Para todo mal,  
imagine a cura.*

Para você imaginar sempre o melhor, a EMS, a maior indústria farmacêutica do Brasil, realiza pesquisas inovadoras, investe em tecnologia e desenvolve novos medicamentos que cuidam da sua saúde.



Sua saúde merece

A ARTE INSPIRADA NA NATUREZA



ESCULTURA ABSTRATA  
PÓ DE MÁRMORE  
94 x 100 x 60 cm



Rua Brás Melilo, 91  
São Paulo- SP  
55 11 3842-7994  
[www.biadoria.com.br](http://www.biadoria.com.br)  
@artebiadoria  
ateliebiadoria

# Hotel Carroção

O MELHOR HOTEL DO BRASIL  
PARA VIAJAR COM CRIANÇAS



Em aconchegantes lounges, agradáveis shows musicais.

## Empreendendo durante a pandemia

Um *case* de sucesso com dia e hora para terminar

Que a pandemia pegou todos de surpresa, já é sabido. Adaptação tem sido a chave dos negócios e a crise de saúde enfrentada em todo o mundo teve fortes reflexos na economia, exigindo ações rápidas de diversos setores. Entre eles, os ramos hoteleiro e de turismo foram, sem dúvida, os mais abalados.

A crise da COVID-19 trouxe muitos desafios, mas também revelou outra faceta de muitas empresas. Todas precisaram, de uma forma ou de outra, buscar novos nichos de mercado, propiciando novas oportunidades de negócios. Para isso, mudaram seu público-alvo, seu *modus operandi*.

Numa época em que inúmeros hotéis fecharam permanentemente, uma empresa no interior de São Paulo foi em direção contrária: abriu um novo hotel em meio à pandemia e mostrou ser possível fazer hotelaria de sucesso e reconhecimento, mesmo em meio ao caos. Uma saída temporária criativa e ousada diante de um cenário de incerteza, em que muitos se deixaram tomar pela inércia.

Foi o caso do Sítio do Carroção, um acampamento localizado em Tatuí/SP. Acostumado a receber 400 alunos por dia para atividades extracurriculares, durante a pandemia, não recebeu nenhum. Em pouco tempo, com investimentos baixos e pontuais, o acampamento que já possui uma incrível infraestrutura se adaptou para receber famílias e operar como hotel.

Começou aí o esboço de uma reinvenção certa!

*“Eleito pelo Discovery Channel como  
melhor destino para viajar com  
crianças na América Latina”.*

Quando se vai a um hotel, há um conjunto de fatores a serem analisados. E, normalmente, até o menos criterioso dos hóspedes não daria nota 10 em todos os quesitos. Isso porque todos os hotéis têm seus serviços de menor ou maior destaque e cada hóspede tem um gosto diferente.

Dessa forma, como justificar este sucesso de quem não atuava genuinamente na hotelaria? Com mão de obra qualificada e já acostumados a atender os mais variados eventos, bastaram algumas inspirações em outros consagrados meios de hospedagem para criarem sua identidade única.

Reconhecido por sua gastronomia, o Fasano motivou a criação do Restaurante Carroção. O seu menu remete aos sabores do Brasil, da Itália e do Mediterrâneo, enquanto uma selecionada adega inclui premiados rótulos das principais vinícolas do mundo. O restaurante possui somente notas máximas nas avaliações dos clientes no TripAdvisor,



Antes restrita apenas às crianças, agora recebe adultos, servindo os drinks mais famosos do mundo.



Tiranossauro Rex: esse encontro ficará na memória para sempre.

algo notável para quem tem pouco tempo de funcionamento e atende um público extremamente exigente.

Da luxuosa marca Belmond vieram importantes influências no aprimoramento do atendimento e em proporcionar experiências únicas aos hóspedes (algo muito parecido com o que o acampamento sempre fez, mas com crianças e adolescentes). A opção por operar com apenas 25 quartos, por exemplo, remete ao padrão encontrado na exclusiva rede One & Only.

Dos tradicionais parques da Disney, veio a ideia de adaptar sua estrutura de entretenimento ao conceito do Fast-pass, não por conta de filas, lentidão ou excesso de pessoas, mas para garantir o distanciamento social e um aproveitamento único.

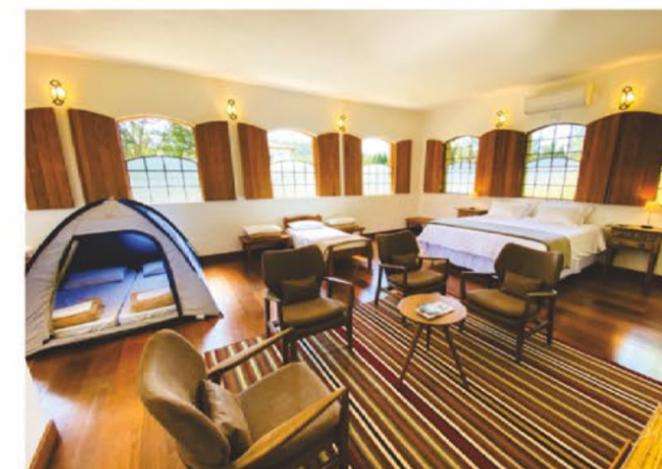
Esse *case* de sucesso veio da necessidade de preservar os mais de 150 colaboradores diretos, além dos incontáveis indiretos, após o cancelamento das mais de 500 escolas que anualmente visitavam o acampamento.

E, mesmo com tamanha repercussão positiva do novo hotel, tudo isso já está com seu final decretado. Isto porque o acampamento não pretende perder sua essência e já definiu que retornará às origens, quando tudo voltar à normalidade.

A partir daí, quem terá vez novamente serão os acampantes, os "verdadeiros donos do pedaço" do resort que existe desde 1971 e foi projetado exclusivamente para eles.



Do buffet ao à la carte com pratos gourmet, a equipe ajustou-se em tempo recorde.



Experiências que fogem da hotelaria tradicional.



[www.carrocao.com/hotel](http://www.carrocao.com/hotel)

Tel.: (15) 3305-2000

# Robb Report

REPORTAGENS

## 86 CAPA

Cada vez mais o mundo se volta para dentro. A casa se impõe como centro do universo particular de cada um. E o design brasileiro vira protagonista em cenários de elegância, aconchego e bossa nacional.

## 54 PORTFÓLIO

O trabalho de Luciano Candisani, tema do documentário *Haenyeo, a Força do Mar*, da cineasta Lygia Barbosa, revela a cultura das mergulhadoras da ilha de Jeju, na Coreia do Sul.

## 72 JANTAR COM PRINCE PHILIP

Carolina Andraus relembra a extraordinária experiência de sentar-se ao lado do marido da rainha Elizabeth em um banquete no Palácio de Buckingham

## 96 OS MELHORES CARROS DE 2020

Em um ano bastante incomum, nosso ranking anual se mostrou mais desafiador e surpreendentemente competitivo

O MUNDO  
É SUA CASA  
pág. 88

U.SK  
COSMECEUTICALS



### U.S.K. Cleanser

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



### U.S.K. Booster

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



### U.S.K. Dual Eyes

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

U.S.K.  
under skin

SCIENCE BEHIND THE BEAUTY  
Designed by Monteresearch® in Italy

0800 728 9700 | [underskin.com.br](http://underskin.com.br) | @USK

# Robb Report

SEÇÕES

## 20 CARTA DA EDITORA

## 24 OBJETO DIRETO

Achados e lançamentos pinçados pelo time RR. As bolsas criadas pelos irmãos Campana e a exclusiva da Goyard para o Royal Mansour, o hotel mais luxuoso do Marrocos.

## 36 MUSEU PRIVÉ

A nova exposição de Mario Cravo Neto, no MIS, e a revolução no mundo da arte provocada pelos NFTs. O que é isso? Vem saber.

## 31 ROBB EM CASA

Sugestões de nossos editores para incrementar o lugar mais importante dos últimos tempos: a sua casa. Soluções e invenções tecnológicas como o vaso para banheiros com luz de LED.

## 48 ARQUIVO PESSOAL

Os tesouros do antiquário Arnaldo Danenberg, agora com endereço também em São Paulo.

## 50 GÊNIOS EM AÇÃO

Os bastidores de um dos ícones da Cartier: a Pantera.

## 66 ENTREVISTA

Silvia Braz além do Instagram. O que pensa a ex-promotora pública que se tornou uma das mais requisitadas influencers do Brasil.

## 84 ROBB À MESA

A estreia da coluna **Robb à mesa**, que vai desvendar o melhor da gastronomia visto de cima e de perto. Nesta edição, as delícias do chef Diego Lozano, do Casaria, em São Paulo.

## 142 FIRST CLASS

O mais longo, e mais caro, cruzeiro do mundo já aceita reservas para 2023, pós-pandemia.

## 146 LINHA DO TEMPO

O Dry Martini e suas múltiplas versões e origens

SILVIA BRAZ  
pág. 88



## 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](http://www.martinhalresidences.com)

MARTINHAL  
RESIDENCES



Gisele Vitória  
EDITORA-CHEFE

# A bolsa e a vida

A notícia abalou Paris, pouco antes desta edição ir para a gráfica. Não fosse isso, estaria em detalhes no corpo da edição. Abalou positivamente, o que tem sido raro em meio a tanta tragédia, perdas humanas e incertezas no decorrer de um ano e no recrudescimento da pandemia da Covid-19. Foi a alta da bolsa. Bolsas Louis Vuitton e Dior, mas não diretamente das últimas coleções de Nicolas Ghesquière e Virgil Abloh ou de Maria Grazia Chiuri. A alta foi na bolsa de valores francesa. A ação da LVMH, maior conglomerado de luxo do mundo, fechou o pregão parisiense em 14 de abril ao maior valor negociado nos últimos 12 meses: 611 euros, uma alta acumulada de 79,5% nesse período. A título de últimas notícias, o fato é relevante para o mercado de luxo, que resiste firme à pandemia. E traz um dado a mais para compor o tema central desta edição: o mundo se voltando para dentro em consequência da maior crise sanitária da história recente.

O otimismo em torno dos papéis da holding do luxo, que abarca marcas como Louis Vuitton e Christian Dior, tem uma razão de ser. No primeiro trimestre de 2021 - em resultados anunciados pouco antes, e que fez as ações orbitarem, as vendas de bolsas e roupas e itens diversos no grupo subiram 30% em relação ao mesmo período no devastador 2020. A quarentena é uma das explicações para esse indicador. Ficar em casa, voltar-se mais para dentro, poupar forçadamente com menos viagens e jantares sugerem o aumento do consumo do mercado de luxo, em itens específicos. Também foi observada a migração para o varejo on line e, além de bolsas e roupas, compras de objetos de design, barcos e bebidas ainda que as restrições de ocasiões sociais perdurem. Dados da consultoria internacional Euromonitor, publicados em 15 de abril no jornal *Valor Econômico* sobre a surpreendente alta das ações da LVMH, mostram que o mercado de luxo no Brasil teve uma queda menor do que o restante do mundo.

Esses movimentos dialogam com a valorização da casa e a força do design brasileiro. E, ainda que seja difícil prever quando se normalizarão as ocasiões sociais para o uso de roupas espetaculares, bolsas



Louis Vuitton no pregão de Paris: ação da LVMH teve alta acumulada de 79,5% em 12 meses após vendas subirem 30%; nossa vice-presidente executiva Celia Pompeia estreia a coluna Robb à Mesa; Silvia Braz com Gisele Vitória e Bia Cruz; Luciano Candisani e Lygia Barbosa na Coreia do Sul

e clutches, é curioso perceber por onde o desejo por consumo tem trafegado. A bolsa ou a vida? Melhor a bolsa e a vida, como resumiu em título o poeta Carlos Drummond de Andrade. Num olhar generoso, podemos interpretar que o crescimento do consumo no mercado de luxo traduz a confiança de que, após a vacina, a vida voltará a ser como antes.

E enquanto sonhamos (ou compramos), ficamos com a reflexão do psicanalista Jorge Forbes sobre a pauta de capa desta edição de Robb Report Brasil: "Estamos diante de um mundo em que se começa a associar o prazer com a sua invenção singular".

Esta edição traz uma nova colunista: Celia Pompeia, economista formada pela FEA-USP. Vice-presidente executiva do Grupo Doria há 24 anos e nossa querida publisher, que ama gastronomia. Em reunião de pauta, Bia Cruz, diretora-geral de publicidade, deu a ideia de

uma coluna para Celia. Bingo. Ninguém melhor do que ela para esta curadoria sobre sabores, restaurantes e chefs. Começamos a coluna Robb à Mesa sobre as doçuras da Casarã SP.

Temos ainda um papo reto e sincero com a digital influencer Silvia Braz, muito além do Instagram, assim como o portfólio do fotógrafo Luciano Candisani sobre as Haenyos, mulheres da Coreia do Sul. É tema do documentário da cineasta Lygia Barbosa, que aponta para a força da mulher, a longevidade e a sustentabilidade, temas caros ao nosso tempo. Desvendamos, com a art advisor Bianca Cutait, como será o futuro da arte com o advento do NTF, com direito a uma experiência de realidade aumentada nas obras das páginas do artigo. Como tributo ao príncipe Philip, que morreu aos 99 anos, Carolina Andraus relembra seu jantar com o duque de Edimburgo. A edição está imperdível. Boa leitura!

## COPACABANA PALACE

A BELMOND HOTEL  
RIO DE JANEIRO

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





VICE-PRESIDENTE EXECUTIVA

**Célia Pompéia**

DIRETOR EXECUTIVO

**João Doria Neto**

DIRETORA DE CONTEÚDO

**Ana Lúcia Ventrorm**

DIRETORA-GERAL DE PUBLICIDADE

**Beatriz Cruz**

Brasil

# Robb Report

PUBLISHER

**Célia Pompéia**

CONSELHO EDITORIAL

**Célia Pompéia, João Doria Neto, Beatriz Cruz, Ana Lúcia Ventrorm e Gisele Vitória**

EDITORA-CHEFE

**Gisele Vitória**

EDITORA-EXECUTIVA

**Silviane Neno**

DIRETOR DE ARTE

**Fernando Saraiva**

DESIGNER

**Daniel Arsky**

COLABORADORES: Bianca Cutait, Carolina Andraus, Jorge Forbes, Shoichi Iwashita, Ziggy Quinete (Texto), Marcelo Navarro (Fotografia), Lourdes Rivera (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



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

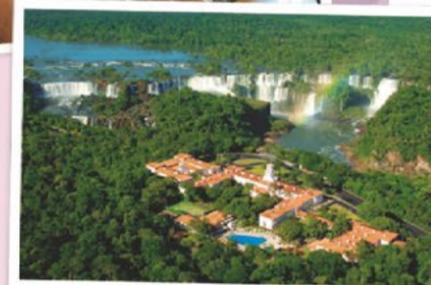
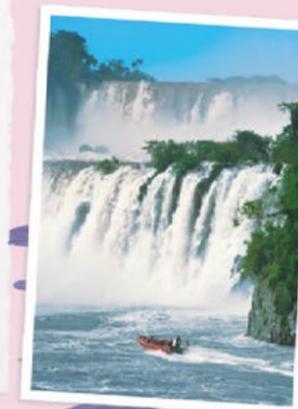
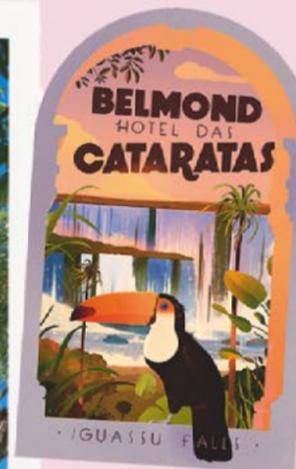
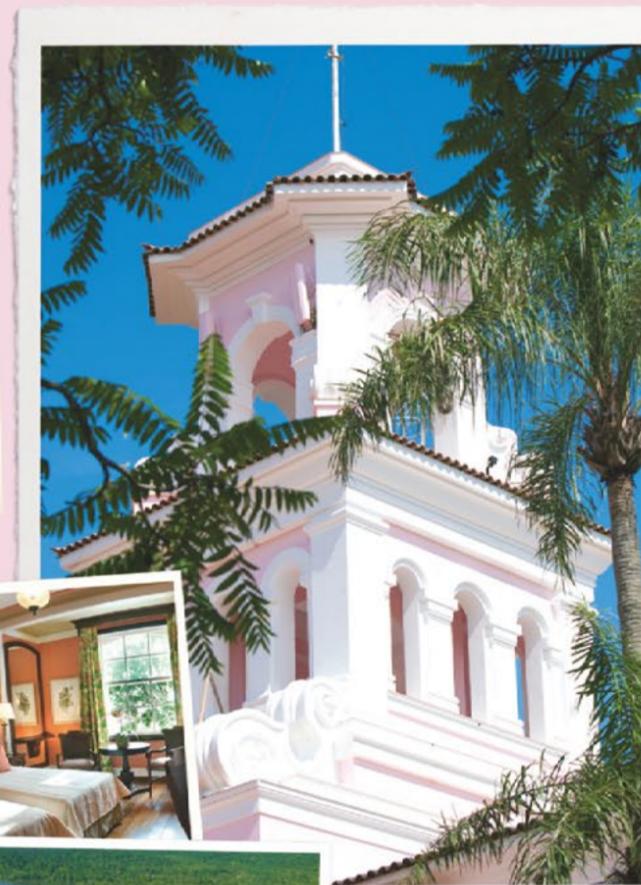
NEW YORK OFFICE  
475 Fifth Avenue  
New York, NY 10017  
212.213.1900

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

# 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?*



# Objeto direto

MÁQUINAS, GADGETS, ACHADOS E PEÇAS DOS SONHOS

## Bracelete Vênus

Criada pelas designers Luciana Narciso e Yasmim Passos, a peça faz parte da *Marble Meets Gems*, coleção inspirada nas pinturas memoráveis da Renascença Italiana tendo como símbolo principal o encontro do mármore com as pedras naturais.

A joia, da marca Luciana & Yasmim, é elaborada em ouro com escultura de mármore e pedras de esmeralda, água-marinha, morganita, turmalina rosa, safira amarela, peridoto, ágata laranja, apatita e espessartita.

Valor: R\$ 29.940

[www.lucianayasmim.com](http://www.lucianayasmim.com)



### Álcool gel de luxo

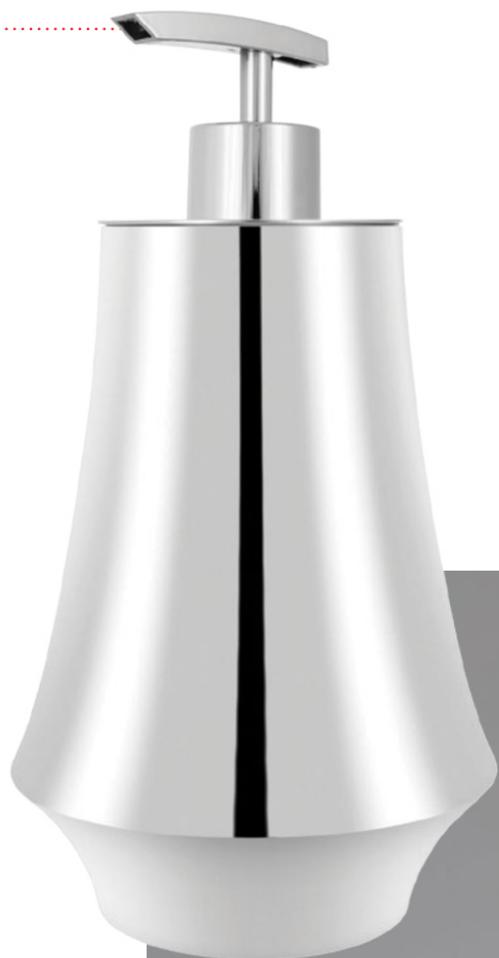
A St. James reuniu lifestyle, moda e decoração na Coleção Femme, assinada por Anna Carolina Bassi. O porta-álcool Gel Femme Prata acompanha álcool gel 70% produzido pela Herbo, com ação antisséptica e hidratante. A peça recebeu banho de prata previamente abrílhantada e endurecida, garantindo maior durabilidade e facilidade na manutenção.  
**Preço:** R\$ 1.109  
[shop.saintjames.com.br](http://shop.saintjames.com.br)

### Fez-se a luz

O estilista Jay Boggo resolveu traduzir seu olhar cheio de personalidade em peças exclusivas para casa. O resultado é uma coleção de pequenos tesouros, como o castiçal feito à mão em argila vermelha de Canelinha, SC. A peça é produzida com queima em forno a lenha e queima de raku.  
**Peça única.**  
**Valor:** R\$ 530  
[www.jboggo.com](http://www.jboggo.com)

### Feito à mão

Sem dispensar a tradição italiana do fatto a mano, Fernando e Humberto Campana, os Irmãos Campana, desenharam, em colaboração com a marca italiana NC, as bolsas Wanda e Raízes. Convidados pelas sócias da NC, Consuelo e Nadia (ambas arquitetas, sendo a primeira brasileira e a outra italiana), os irmãos deram o start no projeto *Andar com Arte*, uma forma de fazer com que a arte possa ser transportada e vista por muita gente. O resultado é uma coleção limitada, 100% fatto a mano, e produzida a partir de matéria-prima sustentável.  
**Edição de 50**  
**Preço:** US\$ 2.900

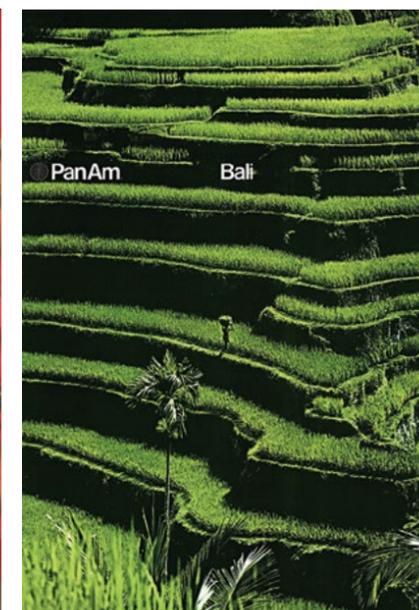
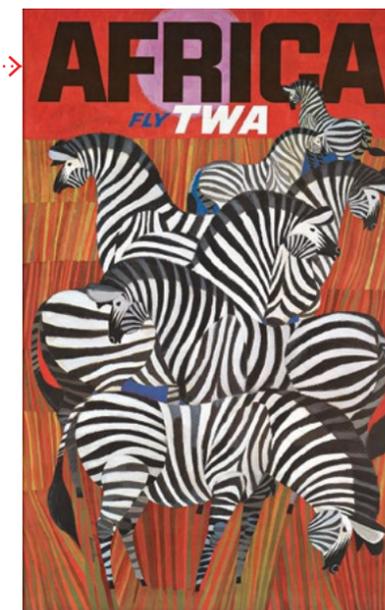


# Hawaii



### Design nas alturas

Matthias Hühne sem querer começou o que se tornaria uma coleção de mais de 500 peças de arte relacionadas à aviação, com um cartaz da Air France dos anos 1950. O autor então começou a juntar outras obras do período e lançou um livro sobre o assunto, *Airline Visual Identity, 1945-1975*, uma coletânea de pôsteres, logos e desenhos da era de ouro das linhas aéreas. A edição, limitada para colecionadores e disponível pela Callisto Publishers, vem com cores especiais e acabamentos metálicos.  
**US\$ 1.100**  
[callisto-publishers.com](http://callisto-publishers.com)



# Robb

high tech

## Para nunca perder

Sabe aquele desespero quando você perde o celular dentro de casa? Pois é, essa é uma das funções do Aya Pitaya. Pense num case para celular com alça fixa ou removível sempre juntinho de você, e o melhor, super trendy. Por ter a alça ajustável em comprimento, elas se adaptam perfeitamente para qualquer pessoa ou situação, seja usando na transversal, pendurada no ombro ou no pescoço, amarrada na cintura, como quiser. A ideia é deixar suas mãos livres para curtir a vida fora da telinha. Trata-se de uma marca brasileira, que prioriza fornecedores e mão de obra local. Com cores vibrantes, design inovador e responsabilidade socioambiental, é certamente a marca de acessórios indispensável para você acompanhar e ser acompanhado.

**R\$ 179**  
[ayapitaya.com.br](http://ayapitaya.com.br)



## O chuveiro que canta

Isso mesmo. O chuveiro Moxie é uma inovação da marca, que toca música simultaneamente ao banho. A caixa de som sem fio é acoplada facilmente à ducha acionada via tecnologia bluetooth. Os jatos em silicone reproduzem o efeito relaxante de uma hidromassagem e graças à sua tecnologia de indução de ar, as gotas são mais espessas e precisas.

**R\$ 956,54**  
[www.br.kohler.com](http://www.br.kohler.com)



## Espelho, espelho meu

O Verdera é tudo o que as mulheres sempre pediram a Deus depois da juventude eterna: um espelho com iluminação embutida. Produzido em alumínio anodizado e com acabamento durável e resistente a ferrugem ou lascas, o produto possui uma abertura frontal, com interior totalmente espelhado, contendo três prateleiras ajustáveis e um outro de aumento embutido.

**R\$ 3.819,03**  
[www.br.kohler.com](http://www.br.kohler.com)

## Senta e liga o som

O sofá Moscow já vem com carregador por indução e entrada USB. Além de bonito e com confortos embutidos, é retrátil e tem inclinação para o encosto e pés. Outro luxo é o sistema de iluminação e mesas centrais que regulam a altura e posição.

**R\$ 10.152,50**  
[@bretonoficial](https://www.instagram.com/bretonoficial)





#### Pipi luminoso

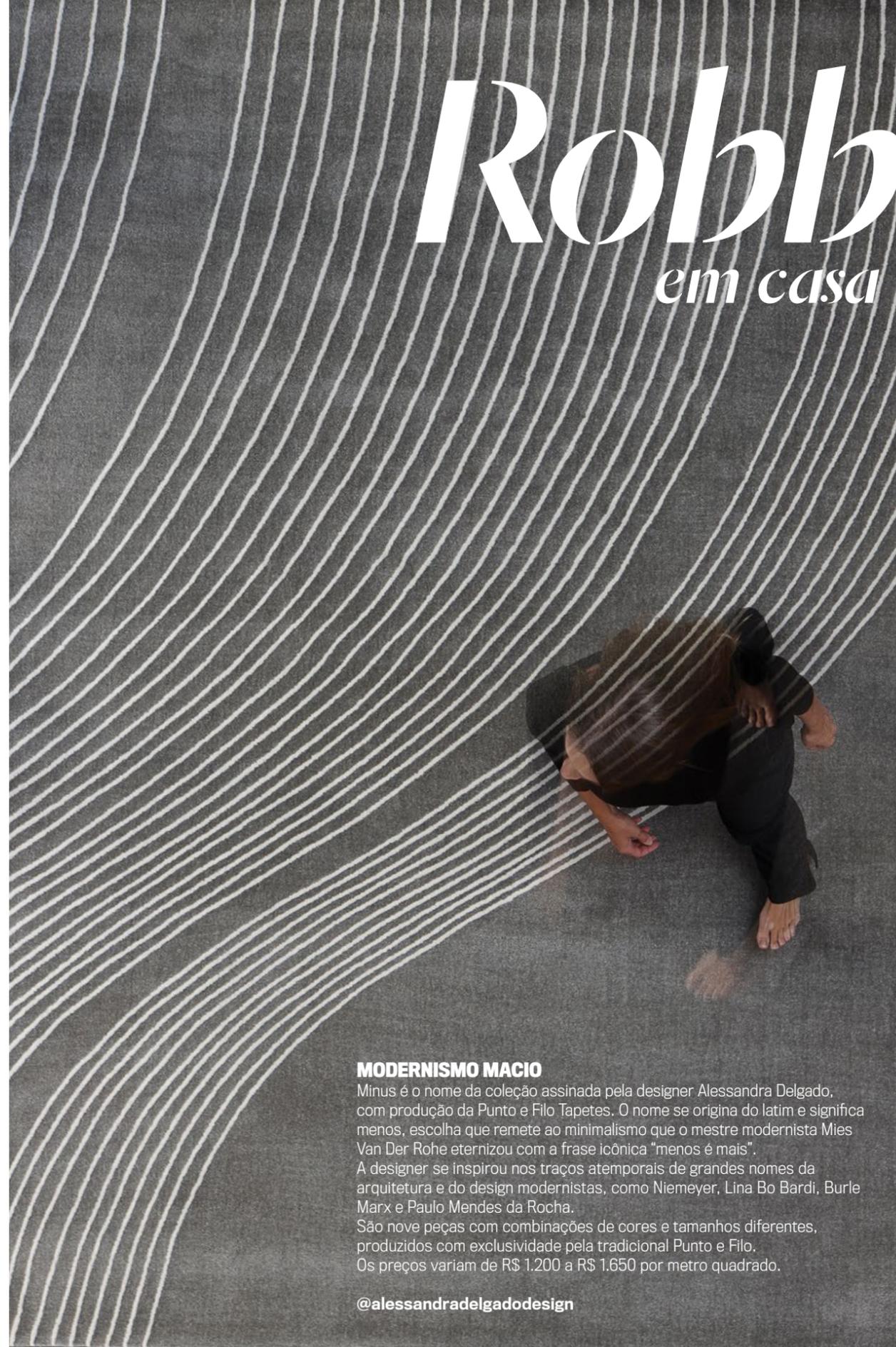
Sucesso nos hotéis de luxo mais antenados, a bacia inteligente Veil permite o comando de diversas funções em apenas um clique – através do controle remoto com touch screen. O produto regula a temperatura do assento e a intensidade da água, além de promover a desodorização automática do ambiente. Além disso, ela possui um acionamento de iluminação de LED para quando o ambiente está escuro, não havendo a necessidade de acender a luz do banheiro.

**R\$ 32.902,07**  
[www.br.kohler.com](http://www.br.kohler.com)

#### Cinema em casa

Alimentado por 13 drivers de alta qualidade, o Ambeo Soundbar, da Sennheiser, marca de áudio alemã especializada no design, proporciona uma experiência de som imersiva 5.1.4 em sua casa. Graças à sua calibração avançada, ele produz o mergulho numa experiência sonora com qualidade de cinema, adaptando seus ajustes aos detalhes de sua sala de estar para uma audição 3D inesquecível. O exterior de alumínio escovado com detalhes minimalistas oferece uma opção viável para quem procura design e desempenho em uma única peça.

**R\$ 19.666,99**  
[www.sennheiser.com](http://www.sennheiser.com)



# Robb

em casa

#### MODERNISMO MACIO

Minus é o nome da coleção assinada pela designer Alessandra Delgado, com produção da Punto e Filo Tapetes. O nome se origina do latim e significa menos, escolha que remete ao minimalismo que o mestre modernista Mies Van Der Rohe eternizou com a frase icônica "menos é mais". A designer se inspirou nos traços atemporais de grandes nomes da arquitetura e do design modernistas, como Niemeyer, Lina Bo Bardi, Burle Marx e Paulo Mendes da Rocha. São nove peças com combinações de cores e tamanhos diferentes, produzidos com exclusividade pela tradicional Punto e Filo. Os preços variam de R\$ 1.200 a R\$ 1.650 por metro quadrado.

@alessandradelgadodesign

### COZINHAR COM COR

Le Creuset, a Ferrari das panelas, lançou uma nova tonalidade de cor em seu portfólio. A Sea Salt, é uma cor serena, inspirada no mineral mais precioso do oceano. Da releitura de elementos naturais nasceu um bellissimo tom acinzentado que traz um toque fresh na cozinha, além de realçar qualquer decoração e possibilitar combinações de cores com outros tons de Le Creuset como Meringue e Ultra Violet, por exemplo. Sea Salt foi lançada em fevereiro por período limitado, ou enquanto durarem os estoques, para as lojas Le Creuset de todo o Brasil e também para o e-commerce da marca. R\$ 1.027,90

[www.lecreuset.com.br](http://www.lecreuset.com.br)



### SENTADO E EXERCITADO

A F.W. Way trouxe com exclusividade para o Brasil a cadeira Ing em parceria com a empresa japonesa Kokuyo, umas das líderes mundiais em mobiliário corporativo. Segundo estudos da marca, utilizar o produto por quatro horas trabalhando equivale ao gasto calórico de andar por 1,5 km.

Isso acontece porque a Ing possui por baixo da superfície do assento um mecanismo de deslizamento que se move livremente em 360 graus, acompanhando cada sutil movimento do corpo humano. A peça distribui a pressão corporal com movimentos naturais e não necessita de ajuste, já que apresenta uma inclinação livre, na qual a parte frontal da superfície do assento é dobrada de acordo com o tamanho e a postura da pessoa sentada.

A partir de R\$ 9.800

[fkgrupo.com](http://fkgrupo.com)



B R E T O N  
2 0 2 1



Sofá Agogô  
Por Lilly e  
Renata Sarti

[www.breton.com.br](http://www.breton.com.br) | @bretonoficial | [www.bretoncasa.com.br](http://www.bretoncasa.com.br)

desde 1967

**BRETON**

São Paulo | Campinas | São José dos Campos | Brasília | Rio de Janeiro  
Salvador | Roraima | Manaus | Em Breve Balneário Camboriú e Porto Alegre



**POLTRONA BUBBLE**

A simplicidade exuberante das bolhas de sabão é o ponto de partida para a criação da coleção Bubble. As linhas puras e arredondadas proporcionam conforto visual, despertando curiosidade ao toque e uma irresistível vontade de sentar. As peças são compostas por módulos que permitem várias possibilidades de montagem, criando um efeito de movimento. Enquanto a aplicação de cor em degradê lembra a iridescência das bolhas de sabão, a malha que reveste as peças foi desenvolvida a partir de técnicas clássicas de tricô conectadas a sistemas tecnológicos inteligentes, criando texturas e relevos. R\$ 21.276

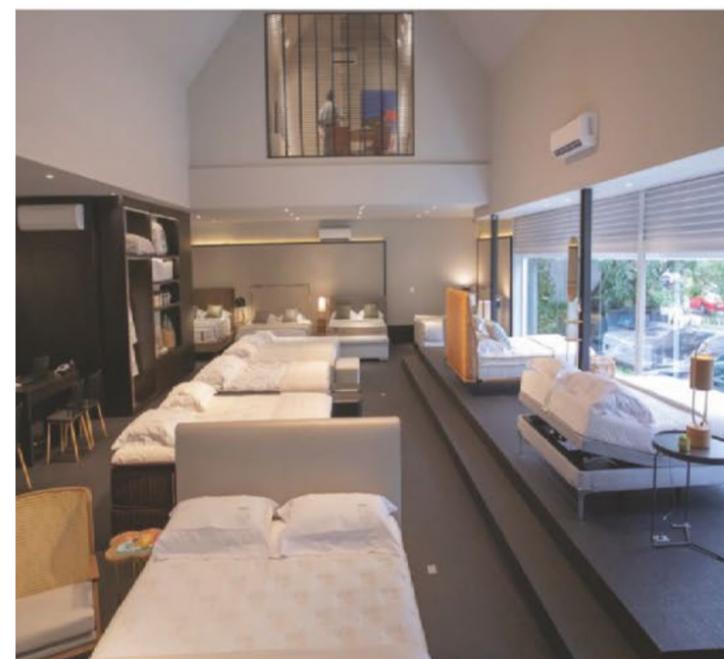
[www.saccaro.com.br](http://www.saccaro.com.br)



**PARA FICAR ODARA**

Com design que remete ao estilo escandinavo, as formas arredondadas do sofá Gráfico trazem ainda estruturas finas e uma combinação de cores entre tons que variam do sóbrio ao pastel. A forma deriva de duas formas circulares, uma sendo o prolongamento da outras. A peça é uma criação da designer paulistana Bia Rezende para a Odara Casa. Acabamentos: veludo rosa, veludo cinza/metal. R\$ 12.644

[www.odara.casa](http://www.odara.casa)



**A ARTE DO SONO PERFEITO**



- Alameda Gabriel Monteiro da Silva, 1768 – Jd. América – SP  
Fone: (11) 5505-9452  
Whats: (11) 94443-3222

- Shopping D&D Avenida das Nações Unidas, 12,555 – loja 302  
Piso Superior – Brooklin – SP  
Fone: (11) 3043-9066  
Whats: (11) 94205-3222

# Museu Privé

Arte e Coleções



ACERVO INSTITUTO MARIO CRAVO NETO/INSTITUTO MOREIRA SALLES

The Eternal  
Now,  
Salvador,  
1989

## Cravo Neto no IMS paulista

*O instituto se prepara para a  
apresentação da mostra Espíritos  
sem nome, uma das mais  
completas sobre a vida e a obra do  
fotógrafo baiano*



Fotógrafo, escultor, desenhista e cineasta, Mario Cravo Neto (1947-2009) é um dos mais representativos nomes da arte brasileira do século XX. Nascido em Salvador, Cravo Neto pertence a uma família de artistas, sendo seu pai, Mario Cravo Jr., um escultor consagrado. Desde muito jovem, Mariozinho, como era chamado, conviveu com ícones da intelectualidade que frequentavam a casa dos Cravo, como Carybé, Jorge Amado, Lina Bo Bardi, Marcel Camus e Pierre Verger. Por influência do pai, começou a atuar como escultor. Com o tempo, passou a se dedicar à fotografia, e foi ali que explodiu o artista que sempre foi.

Com curadoria de Luiz Camillo Osorio, professor da PUC-Rio e crítico de arte, a seleção no Instituto Moreira Salles (IMS), em São Paulo, reúne cerca de

ACIMA  
Salvador,  
década  
de 1970

322 itens, entre fotografias, vídeos, desenhos, álbuns, documentos e instalações.

Sem seguir um formato cronológico, a exposição mostra o processo de desenvolvimento da linguagem e da poética de Cravo Neto, cujo arquivo fotográfico integral de negativos e cromos está sob a guarda do Instituto, em regime de comodato.

Concebida em parceria com o Instituto Mario Cravo Neto, a mostra se concentra na produção fotográfica do artista, linguagem que o consagrou como um dos maiores da cena brasileira. A seleção apresenta as principais séries produzidas ao longo de sua trajetória, entre as décadas de 1960 e 1990. Cravo Neto é autor de imagens vibrantes, nas quais mergulhou em temas como a religiosidade, a natureza, o gesto e o sagrado.

ACERVO INSTITUTO MARIO CRAVO NETO/INSTITUTO MOREIRA SALLES

# touch

Essa novidade vai  
tocar seu coração



CAFÉS ESPRESSOS  
E MULTIBEBIDAS



Saiba mais em:

MC MERCAFE mercafe.com.br/escolhatres

@escolha\_tres



Na mostra, destaque para as séries *Eternal Now* e *Laróyé*, feitas a partir da década de 1980, quando seu trabalho ganhou ainda mais fôlego. A primeira reúne imagens em preto e branco feitas em seu estúdio, em um fundo infinito. São retratos de modelos com elementos que remetem ao universo simbólico de Salvador e do Candomblé, religião na qual foi iniciado no começo dos anos 2000.

Na série *Laróyé*, publicada em livro em 2000, Cravo percorreu as ruas de uma Salvador barroca, em busca do espírito oculto que habita nela, transitando entre o sagrado e o profano. Nessas imagens, a cor é um elemento central, revelando a potência cênica da capital baiana: “A cor, que já estava presente nas aquarelas e em algumas fotografias de Nova York, ganharia nas ruas de Salvador uma vibração única. Ao mesmo tempo exasperada e contida, a cor é corpo, é arquitetura, é natureza. Ela atíça os contrastes, mas segura a intensidade luminosa”, diz o curador Luiz Camillo Osorio.

A influência do etnógrafo Pierre Verger, provocou em Cravo Neto a busca pela espiritualidade e o sincretismo de sua cidade natal, de forma narrativa, não documental. A mostra traz desde uma série de fotos,



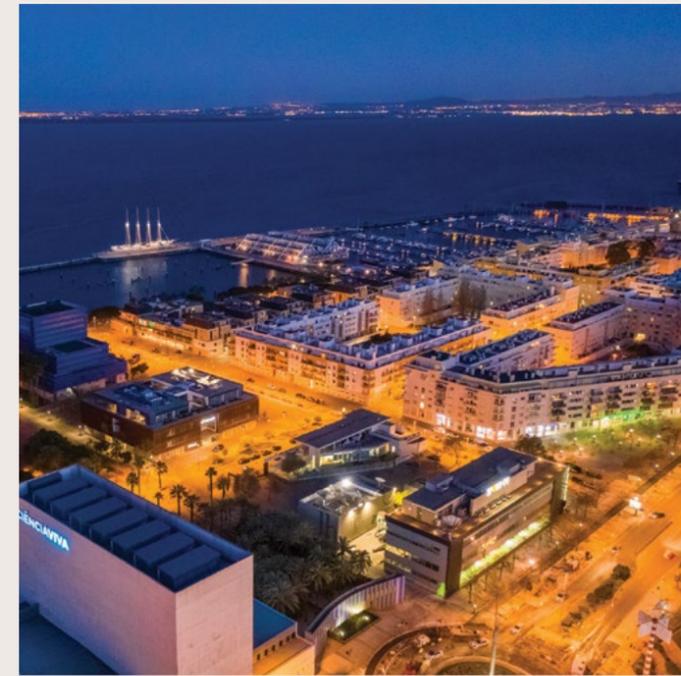
ACIMA  
*Laróyé*,  
Salvador,  
década de  
1990,  
e Nova York,  
1969-1970

nas quais o artista registra ex-votos e esculturas devocionais em madeira, até imagens dos rituais do Candomblé, que ele frequentava.

Na exposição há ainda objetos pessoais de Cravo Neto, como câmeras e álbuns, e dois cadernos de collages, nos quais o artista reunia fotos, anotações, folhetos, cartas, recortes de revista e outros itens, numa espécie de diário visual do seu cotidiano de criação.

Para visitar a mostra, será preciso realizar agendamento prévio no site [www.sympla.com.br/lmspaulista](http://www.sympla.com.br/lmspaulista).

ACERVO INSTITUTO MARIO CRAVO NETO/INSTITUTO MOREIRA SALLES



## RUMO À TERRINHA

Novo empreendimento da luxuosa rede de hotéis Martinhal quer atrair brasileiros para viver, estudar e investir em Lisboa

**Martinhal Residences: “Queremos avançar com um empreendimento de alto luxo no bairro mais moderno de Lisboa”, diz Chitra Stern, fundadora do Martinhal Family Hotels & Resorts**

Nos últimos anos, Portugal virou um destino para os brasileiros. Não apenas para passear, mas também para viver. A mesma língua, os cenários e a gastronomia são um plus para curtir lugares únicos do país como a capital, Lisboa. Quem deseja escolher Portugal para viver a experiência de morar fora do Brasil pode ser beneficiado pelo Golden Visa (ou Visto Gold Portugal), programa de cidadania por investimento ou residência aos brasileiros para morar legalmente no país, caso realizem algum investimento. Lisboa passou por uma modernização e virou sonho de consumo internacional, com destaque para bairros nobres como o Parque das Nações. Ali, estão os mais luxuosos prédios para quem quer viver na capital portuguesa. O destaque vai para o projeto Martinhal Residences, empreendimento de alto luxo com dois terrenos que somam 13 mil metros quadrados. Um dos edifícios tem 12 andares, e será a sede da empresa Ageas Seguros. E o outro, com 14 andares, é um branded hotel residences de alto padrão.

“Esse é o produto mais luxuoso que já desenvolvemos. Queremos muito avançar aqui com um empreendimento de luxo no bairro mais moderno de Lisboa”, comemora Chitra Stern, proprietária e fundadora do Martinhal Family Hotels & Resorts, além de presidente do EO Portugal e membro do Comité de Portugal IN, grupo de trabalho

especial criado pelo Gabinete do Primeiro Ministro para reforçar ainda mais o investimento estrangeiro em Portugal ([www.portugalin.gov.pt](http://www.portugalin.gov.pt)).

Projetado pelo arquiteto português Eduardo Capinha Lopes, o empreendimento tem apartamentos, residenciais e turísticos, com estúdios a partir de 38m<sup>2</sup> e apartamentos de 196m<sup>2</sup>. A área externa conta com piscina, clube para as crianças, restaurantes, lavanderias, espaço de trabalho, concierge 24h, serviço de limpeza e informática. Com previsão de inauguração para o início de 2022, o projeto faz parte da rede de hotéis e resorts Martinhal, que possui unidades em Sagres, Quinta do Lago, Chiado e Cascais. O complexo hoteleiro integra o Elegant Group, fundado pelo casal Chitra e Roman Stern. Os resorts têm prêmios 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.

Além de oferecer uma experiência de exclusividade e conforto aos seus hóspedes, o projeto Martinhal Residences busca estimular a vivência e despertar o interesse de quem deseja se mudar para o país. Por isso, o grupo também aposta na tendência long term rental para que as pessoas passem temporadas no hotel e literalmente “experimentem o país” quando o projeto estiver inaugurado. O casal Murilo Rosa e Fernanda Tavares fez algo parecido em 2018. O ator e a modelo passaram 30 dias em Portugal no Martinhal Sagres. Martinhal Cascais e Martinhal Chiado e, após essa experiência, decidiram investir no Martinhal Residences no Parque das Nações, em Lisboa, pensando no futuro dos filhos. Compraram uma unidade com vista para o Rio Tejo. O Elegant Group também tem um EduHub, polo educacional de fomentação de negócios para startups e coworking, que ainda inclui a escola United International School of Lisbon, a mais inovadora de Portugal, com capacidade para mais de mil alunos e ensino dos três aos 12 anos. A ideia é oferecer um ensino de qualidade para que as pessoas se estabeleçam em Lisboa, o que é interessante não só pela história, a gastronomia e a hotelaria, mas por ser uma cidade de braços abertos para o investimento estrangeiro, em especial os brasileiros.

[www.martinhalresidences.com/br](http://www.martinhalresidences.com/br)  
[www.martinhal.com/pt/](http://www.martinhal.com/pt/)



Aponte a câmera do celular aqui para ver a obra em realidade aumentada

## O futuro para o futuro da arte

*NFT, a nova criptomoeda que pode revolucionar a arte digital. Veja com seu próprio celular como é a experiência da realidade aumentada nas duas obras desta página*

POR BIANCA CUTAIT, art advisor em Miami



Aponte a câmera do celular aqui e baixe o app 4th Wall para interagir com as obras de Nancy Cahill

**E**m tempos de ininterruptas e inevitáveis inconstâncias, o mercado de arte se encontra no turbilhão financeiro do momento. A alta instabilidade num momento de incertezas vem trazendo questionamentos. Há alguns meses, clientes, amigos, artistas, parceiros e até mesmo colecionadores veteranos vêm perguntando minha opinião sobre esta grande novidade no mundo atual pandêmico: NFT. Confesso que de início demorei um pouco para compreender quem estava comprando arte digital e fazendo tamanho estardalhaço, mas logo vi que seria mais importante entender profundamente o que é realmente NFT antes de entender quem está pagando para tê-los em mãos. NFT é a sigla de Non-Fungible Token, ou simplesmente um novo tipo de ativo digital único, uma espécie de certificado digital, estabelecido via blockchain, que define originalidade e exclusividade a bens digitais. E, numa interminável investigação, entendi que na realidade, NFT não é nada novo – desde 2016 as criptomoedas já abrangem o mercado de arte. Porém ainda é tudo muito experimental, e eu não me atreveria a especular nem dar conselhos financeiros, e provavelmente tudo o que eu disser a partir de agora irá se transformar e transmutar em poucas unidades de tempo instáveis. Com esse certificado digital, tudo torna-se negociável. Num mercado já estabelecido em criptomoedas, as transações são feitas dentro desse próprio sistema no qual um registro de transações feitas é mantido em vários computadores conectados e utilizando a mesma tecnologia.

Por exemplo, uma figurinha de futebol pode ser considerada colecionável, mas a partir do momento em que existem figurinhas únicas, especialmente criadas com imagens geradas por computador (CGIs), um novo valor é atribuído e a forma de transação

À DIREITA  
Obra de Rubem  
Robierb, em  
realidade  
aumentada

ACIMA  
Instalação virtual  
de Nancy Cahill,  
no deserto da  
Califórnia

passa a ser toda feita através de blockchain, e o novo dono daquela figurinha única consegue então traçar a proveniência de seu ativo. Para a arte, o conceito é o mesmo. As tecnologias de Realidade Aumentada e Realidade Virtual vêm tomando espaço a cada dia, e novos artistas surgem utilizando esses meios, enquanto alguns artistas veteranos passaram a se adaptar à nova factualidade. Em 2016, o aplicativo Acute Art já havia sido lançado integrando alguns artistas importantes, como Kaws e Olafur Eliasson. Navegando entre VR e AR (Realidade Virtual e Realidade Aumentada, respectivamente), o usuário pode escolher entre a versão grátis e algumas obras digitais pagas. Já em 2018, o próprio Google lançou sua plataforma de AR, em que a única coisa que o usuário deve ter para adquirir seu próprio leão virtual é conexão de internet e uma conta do Google. E mais recentemente a Sotheby's lançou seu leilão virtual, acompanhado de uma plataforma de realidade aumentada. "A mais antiga casa de leilões, fundada em 1744, é aquela que está na vanguarda das inovações, como pioneira dos leilões híbridos em live streaming e do uso da ferramenta AR", explica Katia Mindlin, presidente da Sotheby's Brasil. Com a plataforma, o cliente pode visualizar os lotes do leilão em sua parede em perspectiva, e pode sonhar ter a posse lúdica dos derivativos das novas ferramentas. Realidade Virtual é a simulação gerada por computador de uma imagem tridimensional que pode interagir de uma forma aparente por uma pessoa usando algum dispositivo equipamento, como uma tela de celular. Realidade Aumentada, por sua vez, é uma tecnologia que permite sobrepor conteúdo digital (imagens, sons ou mesmo texto) em cenas da vida real, como no caso das obras apresentadas pela Sotheby's durante os leilões.

REPRODUÇÃO

Então para que servem aplicativos de realidade aumentada e de realidade virtual com obras de arte prontas para serem instragramizadas? Nos anos 60, uma inovadora vanguarda surgiu nos EUA com base na atitude mental dos artistas: a Arte Conceitual – uma expressão artística pautada nos conceitos, reflexões e ideias, e não na estética. Para muitos, esse foi o início de uma revolução que organicamente chegou para a arte digital. Esse paralelo me parece o mais relevante, pois a diferença encontra-se nada mais, nada menos do que na técnica aplicada, e mais recentemente no público comprador. Busco então o conceito de arte conceitual e traço o paralelo, e a obra de um artista visual é apresentada para o público que antes poderia comprar a obra real e ter em sua posse, mas hoje pode simplesmente tê-la de forma virtual em seu dispositivo. Com os NFT, o que inicialmente poderia ser utilizado para divulgar a obra comercializável dos artistas já está ali, ao meu próprio alcance de comprar e ter um certificado digital pela minha compra. Por exemplo, na exposição DesertX na Califórnia conheci o trabalho digital da artista Nancy Cahill. Com um aplicativo em mãos, conseguimos colocar alguma de suas obras em qualquer lugar, qualquer situação, e simplesmente fazer uma foto. E a expedição da arte digital era inevitável, assim como as câmeras digitais que substituíram as analógicas com filmes que deveriam ser revelados e impressos em papéis especiais. Como fotógrafa, eu vivi essa transição e foram meses de estudo, reaprendendo a trabalhar com novos instrumentos que se modernizavam mais rápido que a

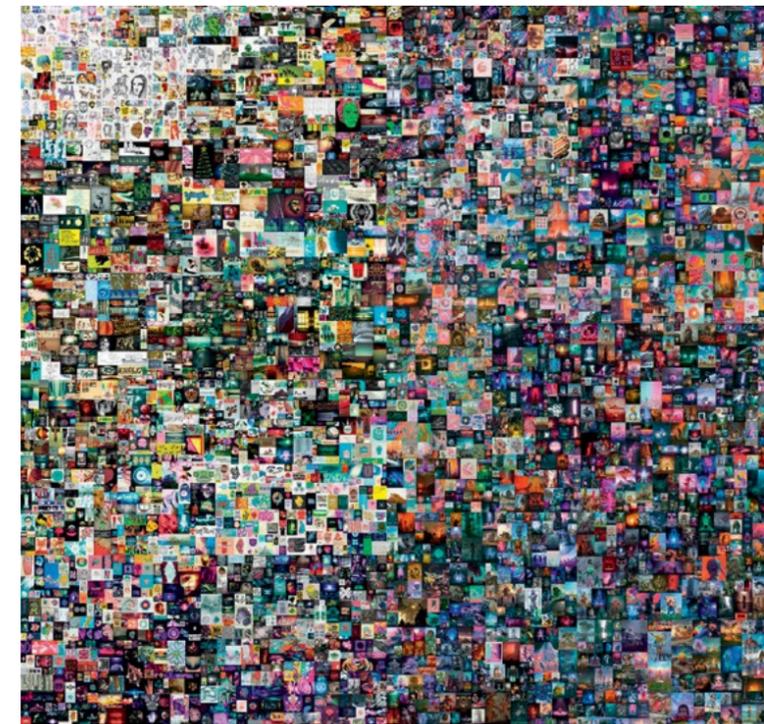
minha capacidade de absorver novas mudanças. As diferentes técnicas e a produção de artes visuais vieram se modificando ao longo dos anos e se moldando de acordo com as novas realidades. Assim como acontece com todos os meios, existem alguns casos de sucesso raros e outros que passam anos tentando provar sua existência no mercado. Mas o que valida um artista?

Eu passei os primeiros muitos anos de minha carreira como artista e, conseqüentemente, como art advisor escutando que arte se compra por afeição, que o colecionador tem que amar o que vai comprar. Por outro lado, eu sempre percebia o interesse financeiro acoplado às transações que eu participava, mesmo quando até recusado pelo próprio comprador. Os dois grandes fatores em comum em todos os processos de compra de obra de arte são autenticidade e proveniência. Em arte contemporânea é infinitamente mais simples podermos comprovar a autenticidade, enquanto as novas tecnologias de Blockchain vem sendo usadas para validar ambos os fatores, dificultando (ou impossibilitando) voltar atrás e falsificar informação. A grande verdade é que os NFT foram criados por artistas para poderem validar suas carreiras sem ter que passar pelo processo de validação mais universal do mercado de arte: passar de mão. A realidade é que a tecnologia Blockchain muda a maneira como fazemos, comercializamos e apreciamos a arte. Com a proveniência registrada e armazenada, o poder de mercado está voltando aos criadores. Os NFT ajudarão sim a disseminação de arte digital a

decolar, mas não eliminarão o intermediário, o fator validador. “A dinâmica da informática leva o mercado de arte a mais uma porta de atendimento, mas não nega as anteriores”, explica o veterano artista Gilberto Salvador. A câmera digital não inviabilizou a fotografia, apenas adicionou mais uma técnica para os artistas trabalharem. Fotógrafos experientes utilizam ambas as técnicas de fotografar e mantêm a impecabilidade dos seus resultados finais.

O que a nova tecnologia está trazendo é uma auto-seleção de público, mas com alguma parcela considerável do mercado correndo atrás para acompanhar a mudança e tentar engajar suas práticas. “Uma das áreas mais empolgantes e inovadoras é a mudança para a possibilidade de coletar mais arte nas telas”, diz Clare McAndrew, economista de arte e responsável pelo prestigiado UBS Art Report em parceria com a feira Art Basel. Historicamente, o mercado de arte segue a moeda, conseqüentemente se os novos colecionadores querem comprar arte para colocar unicamente em seus dispositivos, todas as frações do mercado têm que se adaptar. E isso é inevitavelmente maravilhoso. Apresento-lhes a obra Peace-Makers do artista Rubem Robierb. Peguem agora seus celulares e apontem suas câmeras para o código QR, em seguida apontem para a foto da escultura. Seu instagram automaticamente criou um filtro para que você possa, através da revista, ter a experiência da mesma forma que valida o NFT. A relevância atual que essas novas tecnologias possuem funcionam porque os artistas profissionais têm em seu entorno galerias, agentes, marchands e pessoas capacitadas para aplicar a tecnologia como um fator corriqueiro da vida real.

Porém ao mesmo tempo que os artistas desse meio encontraram a chance de monetizar seus trabalhos, os compradores (coleccionadores) ainda são poucos e restritos, mas com alto poder monetário e viabilização de transferência de fundos. Conseqüentemente, isso deu a abertura necessária para esta bolha dos NFT, e os raros casos de sucesso começaram a aparecer. Beeple foi até agora o mais evidente. Em outubro de 2020, o colecionador Pablo Rodriguez-Fraile gastou quase US\$ 67 mil em um vídeo de 10 segundos que ele poderia ter assistido gratuitamente online. Quatro meses depois, revendeu a “obra” por US\$ 6,6 milhões. O vídeo do artista digital Beeple, cujo nome verdadeiro é Mike Winkelmann, foi autenticado por Blockchain, que serve como uma assinatura digital para certificar quem possui a obra e que se trata da obra original. Beeple diz em uma entrevista: “Não gosto que me chamem de artista, me parece muito pretencioso”. A pandemia tornou-se um portal para novas ideias, mas todas essas transformações já haviam sido iniciadas em diferentes momentos, talvez sem tanta presença internacional e midiática. Em março deste ano, a mesma obra de Beeple foi lei-



ACIMA  
Obra do artista digital Beeple, que teve o NFT arrematado por US\$ 67 milhões

loada por cerca de US\$ 67 milhões, em que mais de 90% dos licitantes eram clientes novos para a Christie's, segundo o portal Artnet. Enquanto isso, alguns artistas estão criando caos para poderem se sobressair. Banksy, por exemplo, queimou uma obra de sua própria autoria e a revendeu como NFT. Como profissionais, devemos saber distinguir o que pode ser benéfico para nossos clientes do que pode ser mera especulação. Temos que escalar e engajar o público para podermos sobressair. O próprio Banksy colocou da melhor forma, quando disse que no futuro, todos ficarão anônimos por 15 minutos. E para quem acha que agora é tudo digital e que acredita que o mundo real vai ser extinto, SPOILER ALERT: Beeple emite um certificado físico, que vem dentro de uma caixa de papel extraído de árvores plantadas e extraídas de solo bem real, e avisa: “isso você não consegue no instagram, e é o que faz tudo mudar instantaneamente. Você nem precisa entender a parte do NFT, porque você está comprando isso”, enquanto segura uma caixa de acrílico feita de fibras sintéticas feitas de polímero (poliacrilonitrila) com um peso molecular médio de -100.000, cerca de 1.900 unidades de plástico monômero. E não posso deixar de fora o SPOILER ALERT da década, pois Maurizio Cattelan já tinha pregado a mesma peça na multidão enfurecida pela banana na parede: a obra de arte era, na realidade, o certificado de autenticidade e o manual de instrução propositalmente colocados abaixo da linha dos olhos, onde poucos sequer se deram ao trabalho de olhar. Não se preocupe, caro leitor, caso você continue perplexo sobre NFT, Blockchains, AR e VR. Estamos todos.

Bianca Cutait é art advisor, diretora da galeria Arte Fundamental, em Miami

## O QUE É BLOCKCHAIN?



É um banco de dados que mantém um registro de todas as transações acontecendo em uma rede peer-to-peer



Toda a informação transferida na rede blockchain é encriptada e cada ocorrência é registrada, impossibilitando alterações



É um sistema descentralizado, não há necessidade de um autoridade central certificadora, como um Banco Central

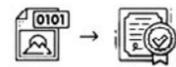


Pode ser usada para outros fins além de transferência de moeda digital; contratos, arquivos e outros tipos de dados podem ser compartilhados



Informação encriptada pode ser compartilhada através de múltiplos provedores sem risco à privacidade do usuário

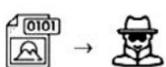
## COMO FUNCIONA UM NFT?



Transforma uma arte digital em um artigo único



Faz com que uma edição limitada digital seja possível

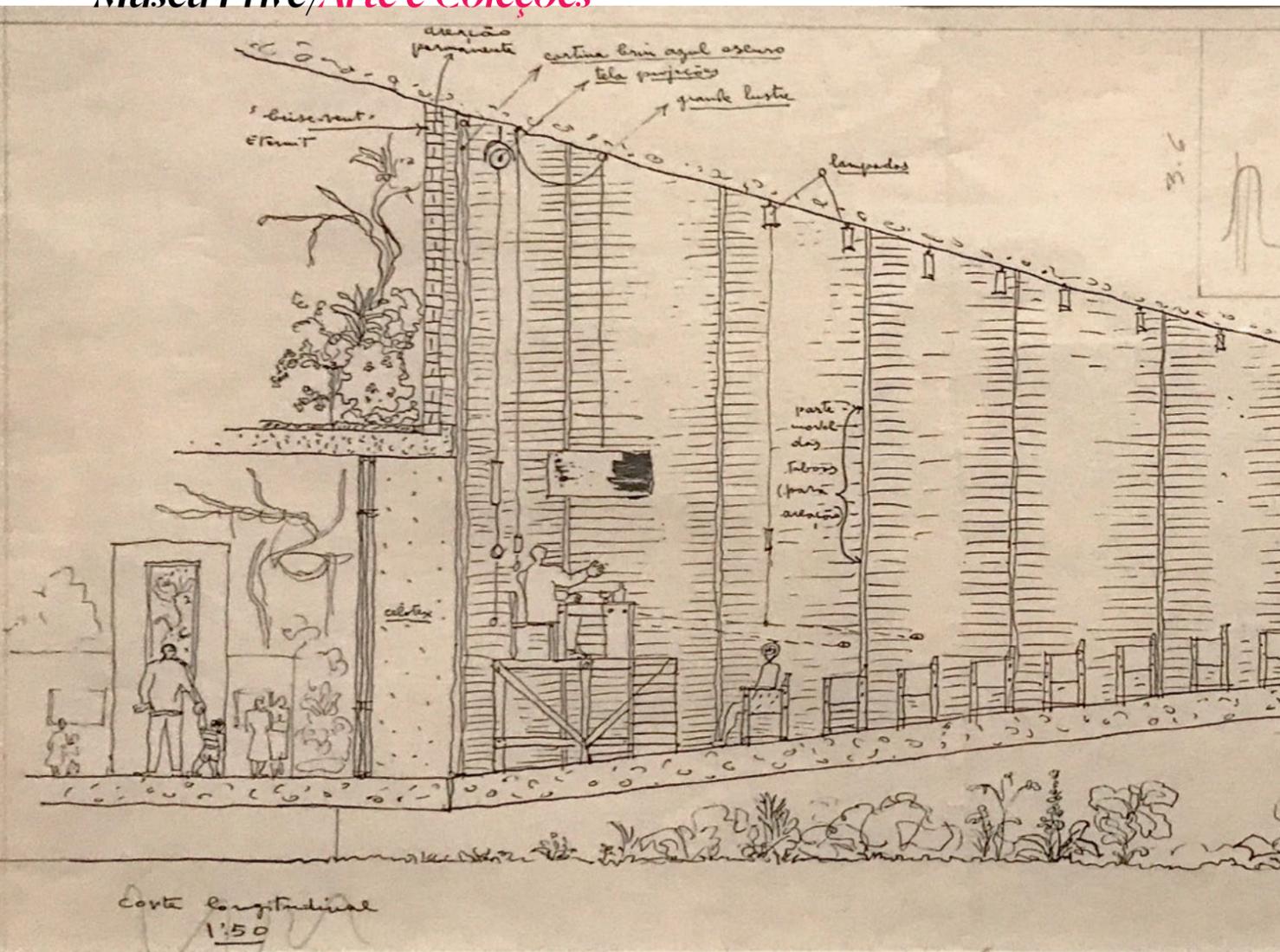


É impossível de falsificar ou roubar porque o criador fica ligado ao arquivo para sempre



... e ganha uma compensação por vendas futuras

REPRODUÇÃO



# Como viveremos juntos?

Esse é o tema da 17ª Bienal de Veneza, que traz como sua principal homenageada Lina Bo Bardi, a arquiteta italiana que fez sua carreira no Brasil e marcou a arquitetura como uma “construtora de visões coletivas”

**N**aturalizada brasileira, a arquiteta italiana Lina Bo Bardi receberá uma merecida homenagem póstuma por sua trajetória e conjunto de sua obra. Trata-se do Leão de Ouro Especial durante a 17ª Mostra Internacional da Bienal de Arquitetura de Veneza. Sob o tema How will live together? (Como viveremos juntos?), ela é vista como a arquiteta mais representativa já que “sua carreira como designer, editora, curadora e ativista nos lembra o papel do arquiteto como construtor de visões coletivas. Ela também exemplifica a perseverança da arquiteta em tempos difíceis, sejam guerras, conflitos políticos ou imigração, e sua capacidade de permanecer criativa, generosa e otimista o tempo todo”, como explicou o arquiteto libanês e curador da Bienal 2021, Hashim Sarkis.

Prevista para maio de 2020, a Bienal de Veneza foi adiada pela pandemia do coronavírus, mas ganhou nova data presencial entre 22 de maio e 21 de novembro, em Veneza. Parte da programação, porém, será transmitida online. Na ocasião, 63 países estarão representados, mas o grande destaque é Lina Bo



Bardi que, não por acaso, marcou a arquitetura como uma arte social, em que as pessoas devem viver em comunidade, mensagem muito propícia ao momento pandêmico que vivemos hoje, e os desafios são grandes para moradia e convivência, e as pessoas devem entender, por força das circunstâncias, a importância de se olhar para dentro, para o próximo, para sua casa, para sua comunidade. “Acima de tudo, são os seus edifícios poderosos que se destacam pelo design e pela forma como unem arquitetura, natureza, vida e comunidade. Em suas mãos, a arquitetura se torna verdadeiramente uma arte social que convoca à vida em comum”, diz Sarkis, também professor e decano da Escola de Arquitetura e Planejamento do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT) e diretor fundador do Hashim Sarkis Studios.

Para ele, Lina Bo Bardi representa a arquitetura do compromisso comunitário, da arquitetura entendida como um serviço coletivo, livre das amarras de qualquer escola de pensamento. “Uma arquiteta moderna e antiga ao mesmo tempo, popular, vernácula e culta, artesanal e não industrial, respeitadora da tradição, mas também inovadora”. Desde sua morte, em 1992, a memória e o reconhecimento de seu trabalho são promovidos pelo Instituto Bardi, sediado na Casa de Vidro, através do acesso ao seu acervo e a promoção de atividades culturais. “O Leão de Ouro especial pelo conjunto de sua obra e trajetória é um reconhecimento há muito tempo postergado por uma carreira ilustre que se estendeu entre a Itália e o Brasil, por reviver o papel do arquiteto como um facilitador da sociedade e por uma mulher que simplesmente representa o arquiteto em seu melhor papel.”

INSTITUTO BARDI/CASA DE VIDRO

À ESQUERDA  
Croquis do Museu de Arte Moderna da Bahia, em Salvador

ACIMA  
Lina, no canteiro de obras do Masp, em São Paulo



## LINA BO BARDI: NUNCA TE VI, SEMPRE TE AMEI

Por CARLOS AUGUSTO MATTEI FAGGIN  
Arquiteto e presidente do Condephaat (Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico do Estado de São Paulo)

Ao logo da minha vida de arquiteto, observei com mais atenção a obra e analisei com mais cuidado a personalidade de alguns arquitetos que admiro. É uma forma silenciosa de estudar. Foi assim com Lina Bo Bardi, algo que incluiu algumas tangências e sobreposições interessantes. Lina estudou na Facoltà di Architettura em Roma: lá estive algumas vezes a assistir aulas de Bruno Zevi, historiador da arquitetura do século XX. Lina trabalhou com Gio Ponti, editor da *Revista Domus*, que assinei durante algum tempo. Em São Paulo, onde estudei arquitetura, Lina decidiu viver, e ensinou por um pouco tempo na USP. Já naturalizada fixou residência na cidade onde nasci e viveu na Casa de Vidro (1951) cujo projeto estrutural de Pier Luigi Nervi foi revisto pelo engenheiro Tulio Stucchi, pai de dois amigos meus de juventude. José Carlos Figueiredo Ferraz, foi meu professor de cálculo estrutural e calculista do projeto do Masp (1958): falava com gosto desse projeto e da convivência com Lina. Nas viagens a Salvador pude visitar com curiosidade o Museu de Arte instalado no Solar do Unhão (1963) e a Casa do Benin (1969). Por questão profissional tive como trabalho a reconversão em um edifício tombado, coisa na época muito rara. Por isso estudei com dedicação o projeto do Sesc Pompeia (1977), sem dúvida, uma lição sobre o assunto da mudança de uso em arquitetura. Na minha vida profissional, me envolvi com desenho industrial, como ela também fez, com maestria. *Tempos de grossura: o design no impasse*, deu uma luz para a convivência entre a vanguarda estética e a tradição popular. Parece que a conheci e com ela convivi, sem nunca tê-la visto.



## O antiquário e suas viagens

Dono do sobrenome sinônimo de mobiliário de resposta, ARNALDO DANEMBERG abre seu baú de preciosidades e revela algumas das histórias do seu tesouro de memórias

Por SILVIANE NENO Fotos MARCELO NAVARRO

“Fisicamente habitamos um espaço, mas, sentimentalmente, somos habitados por uma memória.” A instigante e bela frase, do escritor português José Saramago (1922-2010), se encaixa como luva para iluminar o cotidiano de um personagem que respira memória 24 horas por dia, 24 mesmo, porque até quando dorme, dorme em uma cama cuja cabeceira é um fragmento português do século XIX. Arnaldo Danemberg, nascido sob o signo de peixes, há 65 anos, vive entre relíquias desde menino. Filho de um conhecido antiquário, cuja loja, na rua do Lavradio, no Rio, fazia parte do mapa dos melhores endereços quando o assunto era mobiliário de época, também era neto do gerente-geral do Copacabana Palace. Danemberg frequen-

tava as dependências do mítico hotel com a desenvoltura e os sonhos de um connoisseur mirim. Foi na biblioteca do Copa que, aos 5 anos de idade, ele encontrou seu herói sem capa, o ator Gene Barry, que fazia o inesquecível Bat Masterson, do seriado de televisão, sucesso nos anos 1960 – e quem há de escapar de cantarolar o restante da canção, “... no velho Oeste ele nasceu, e entre os ...”? Mais de 50 anos depois, a biblioteca do hotel foi o cenário da comemoração de seus 60 anos. Cercado de amigos e de memórias, uns se misturando com os outros. Exatamente como ele gosta.

### A PAIXÃO POR LEILÕES

Foi com o pai que Danemberg descobriu o mundo dos leilões numa viagem a Londres. Decidiu

largar o emprego no escritório de advocacia Pinheiro Neto e se dedicar ao antiquariato, um mercado onde ele é conhecido como sinônimo de qualidade e bom gosto. Esse olhar, que ele imprime em tudo o que garimpa em muitas viagens pelo interior da França a bordo de um caminhão, também reflete em suas escolhas pessoais – um estilo de vida sem ostentação, mais elegante do que luxuoso. E, sim, ele gosta de joias. Mas em

seus dedos nada soa exagerado. A maioria delas, como o anel de esmeralda e ouro branco, foi presente da mulher, a psicanalista Katia Danemberg, uma apreciadora de pedras, como ele. Ambos sabem que pedras rolantes não criam musgo. Por isso viajam, por isso aproveitam a vida, por isso Arnaldo faz de suas coleções um permanente aceno à história. Refinado até na máscara que o protege do novo coronavírus, bordada com suas iniciais, A.D., Danemberg enquadrou numa caixa de acrílico quatro colarinhos das camisas que mais gostava. Guarda as

abotoaduras preferidas numa caixa de madeira de nogueira francesa do século XIX.

### A JARRA E O LIVRO

A busca incessante pelo raro, também o levou a um reencontro permeado de afeto. Certo dia, ao visitar uma cliente, ele se deparou com uma jarra que pertencera ao seu pai. A peça havia sido vendida há mais de 25 anos, mas Danemberg nunca se esqueceu dela. Fez uma oferta para a cliente e arrematou a peça de volta. Para a sua surpresa, dentro do objeto encontrou papéis de bala toffe, bitucas de cigarro Hollywood e areia da praia de Copacabana. Tudo guardado ali, desde a época em que a jarra aparecia nas fotos de família. A jarra, e tantos outros relatos, estão no livro de crônicas que acaba de lançar. A obra é dividida em dois volumes: *O Viajante* e *O Antiquário*. Como se fosse possível separar as duas coisas da trajetória de um homem raro. **RS**

Abaixo, a caixa de nogueira onde guarda sua coleção de abotoaduras. Ao lado, algumas das joias, presentes da mulher, Katia.



Ao lado, os colarinhos de quatro de suas camisas preferidas ganharam uma vitrine de acrílico. A jarra, que pertencera ao seu pai foi resgatada depois de 25 anos

Gênios  
em Ação

# Chamado da Natureza

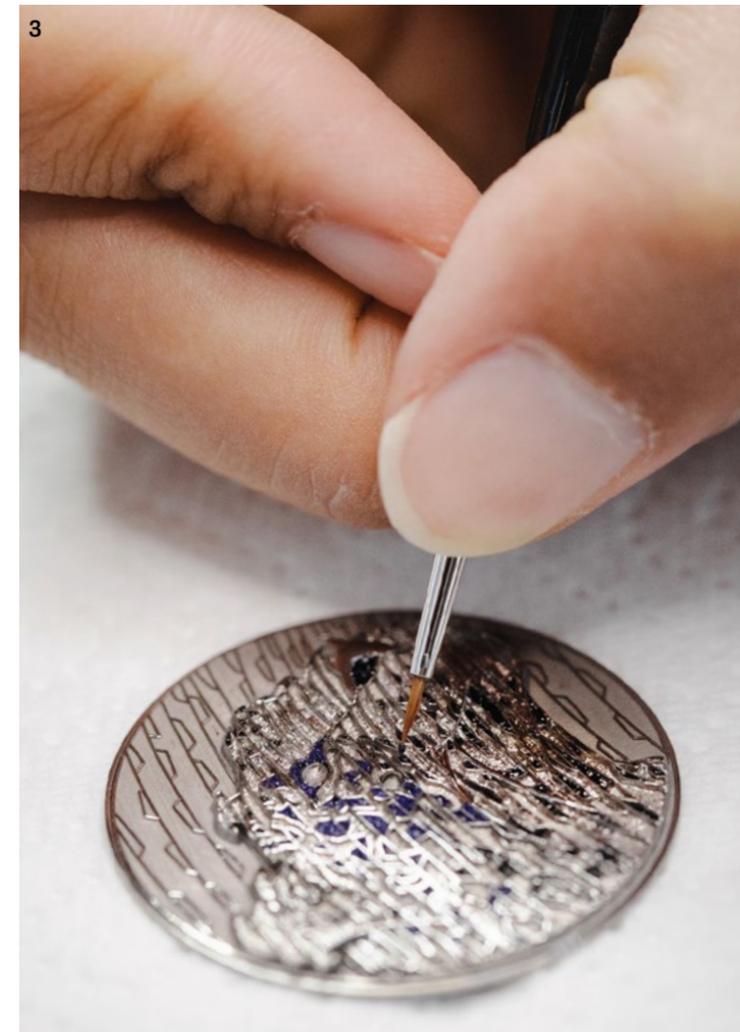
Cartier dá nova vida a sua pantera ícone  
com traço mais sofisticado por PAIGE REDDINGER

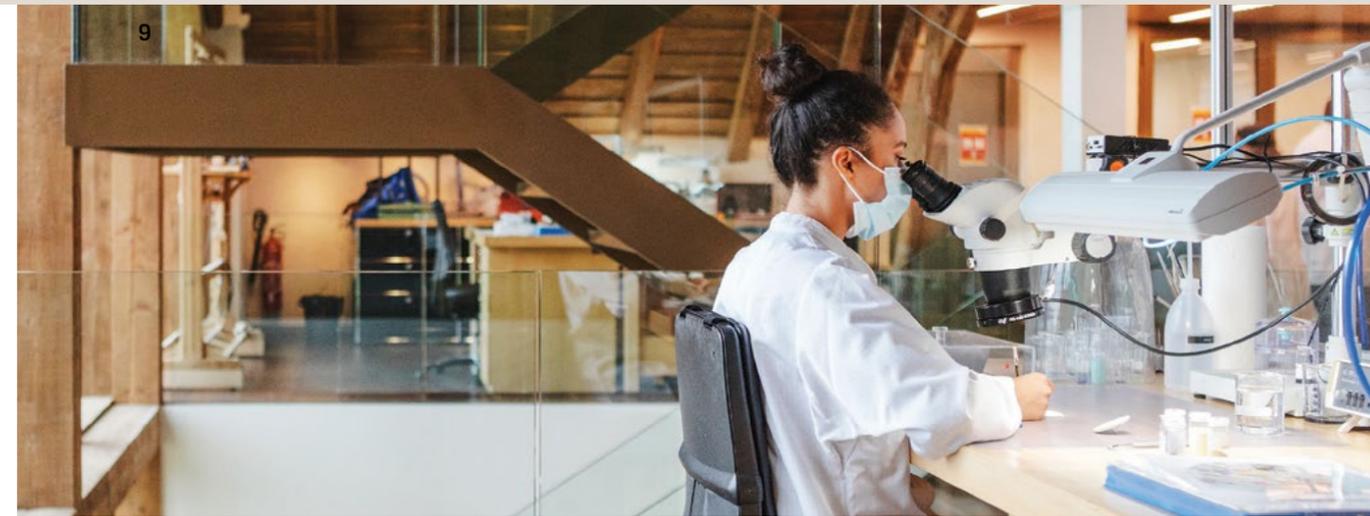
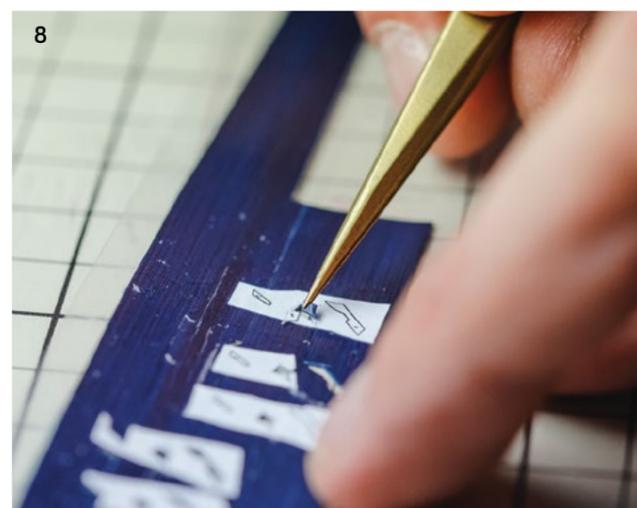
## A PANTERA VIROU SINÔNIMO

de Cartier. Tanto que qualquer joia com o majestoso animal fora da maison parisiense parece mera cópia. Na década de 1920, Jeanne Toussaint, a famosa diretora de joias da marca e ex-amante de Louis Cartier, a quem ele chamava carinhosamente de "PanPan, fez do furtivo felino uma inspiração perene. Mas o crédito de transformar o animal em um símbolo da moda é de Wallis, duquesa de Windsor, que em 1949 foi fotografada usando uma das primeiras criações 3D do Panthère: um broche colocado sobre uma safira de Caxemira de 152,35 quilates, dada a ela por seu marido, o ex-rei Eduardo VIII. Em 2010, uma versão em forma de pulseira da figura felina usada pela socialite foi vendida na Sotheby's de Londres por US\$ 7,23 milhões. Um século depois, o elegante gato ainda faz os clientes de Cartier ronronarem. A mais recente homenagem da marca a seu ícone vem encapsulada em um relógio Ronde Louis Cartier de 42 mm em ouro branco, numerado individualmente e limitado a 30 unidades. Fatias de marchetaria de palha, ouro e esmalte, feitas à mão por artesãos no ateliê especializado da empresa Métiers d'Art na Suíça, foram reunidas em um quadro colorido para formar o rosto de uma das feras mais bonitas e preciosas do mundo.



- 1 Art House**  
A Cartier transformou uma fazenda na Maison des Métiers d'Art na região relojoeira de La Chaux-de-Fonds, na Suíça. No interior, cerca de 1.500 metros quadrados de espaço são dedicados a combinar artesanato antigo com experiência em relojoaria.
- 2 Em cores vivas**  
Esta parede destaca os vários tons de esmalte para mostrar como as cores ficarão quando tomarem forma no mostrador.
- 3 Uma linha tênue**  
Pincéis minúsculos, do tamanho de fios de cabelo, são usados para pintar o esmalte do mostrador.
- 4 O gato em si**  
Setenta e cinco lâminas de palha, em diversos tamanhos e 11 cores, compõem a cara do gato.





## 5 Uma bela fatia

A palha usada na marchetaria deve ser finamente cortada no comprimento antes de ser desdobrada com uma ferramenta de osso. As fibras são então aplainadas, embebidas e amolecidas em água fria, morna e quente. Depois, cada uma é passada a ferro.

## 6 Metamorfose

A marchetaria de ouro é criada por meio de peças cortadas a laser em formas específicas para replicar as nuances da pantera. Cada parte deve ser limpa, polida e curvada manualmente antes de ser colocada no mostrador.

## 7 Copiar e colar

Um artesão usa um contorno de papel para combinar o canudo colorido com as especificações exatas de cada forma de ouro cortada a laser para formar um efeito 3D colorido.

## 8 Ferramentas elétricas

Vários instrumentos, como uma pinça e um bisturi, são usados para aparar e colocar no mostrador os pedaços de palha colorida.

## 9 Miniaturas perfeitas

É necessário um microscópio para permitir que os detalhes em miniatura do mostrador sejam aperfeiçoados. Cada peça requer mais de 100 horas de trabalho, das quais 97 são exclusivamente para o mostrador.

## 10 Em foco

O desenho da pantera começa a ganhar forma à medida que o artesão aplica o pó de esmalte misturado com água nos buracos requeridos com a mão e um pincel muito fino.

## 11 Fator de sombra

As gavetas contêm 500 cores de pó usadas para criar os elementos de esmalte do mostrador. Para esta peça, foram usados seis tons para dar vida ao olho da pantera e às manchas pretas.

## 12 Calor do momento

Para fixar o esmalte no mostrador, ele deve primeiro ser queimado em um forno a cerca de 798 graus Celsius. A temperatura é então ajustada para obter as colorações corretas para cada uma das configurações de esmalte separadas. Deve ser "cozido" 10 vezes para obter o resultado final.

## 13 Tampa de rosca

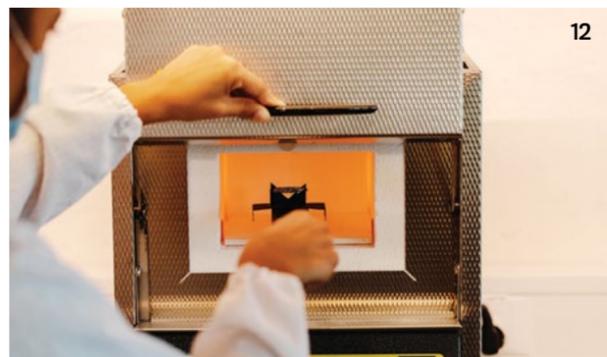
Um relojoeiro espia através de uma lupa para montar o movimento manual extra-plano na caixa.

## 14 Imagem perfeita

O culminar de muitas horas de trabalho árduo: a obra-prima está finalmente pronta para terminar o mecanismo do relógio.

## 15 Caso encerrado

O toque final, antes de adicionar a pulseira, é a caixa protetora em ouro branco de 18 quilates, que preservará esta obra de arte de vestir.





# SENHORAS DO MAR

*As fotos de Luciano Candisani, tema do documentário HAENYEO, A FORÇA DO MAR, da cineasta Lygia Barbosa — e que ganham em breve livro e caixa de coleção — revelam a cultura das mergulhadoras da ilha de Jeju, na Coreia do Sul, retratos poéticos das mulheres coreanas de até 90 anos que dedicam suas vidas ao trabalho nas profundezas do Pacífico, um ofício em extinção*

por GISELE VITÓRIA



Mergulhadora com mais de 80 anos captura polvo no mar da ilha de Jeju

**A**r nos pulmões era essencial para acompanhá-las, assim como um senhor fôlego para prender a respiração debaixo d'água. As Haenyeo, cerca de 4,5 mil mergulhadoras entre 65 e 92 anos, moradoras da ilha de Jeju, na Coreia do Sul, mergulham até 12 metros de profundidade, com capacidade de ficar apenas dois minutos e meio sem respirar nas profundezas do Pacífico. Assim elas trabalham mais de cinco horas por dia, encontrando mariscos, polvos, peixes e frutos do mar. O desafio do fotógrafo Luciano Candisani para captar essas fantásticas imagens — subaquáticas ou em terra firme — foi sugerido pela cineasta e documentarista Lygia Barbosa. A busca fotográfica e o olhar de Candisani sobre as mergulhadoras seria o tema que encadearia a narrativa de retratar poeticamente as senhoras das águas no filme *Haenyeo, a Força do Mar*. Reconhecidas como Patrimônio Imaterial da Humanidade pela Unesco, as Haenyeo somavam 30 mil mulheres no pós-Guerra, mas a atividade está em vias de desaparecer com a última geração de uma comunidade feminina que surgiu no século XVII. A ideia de Lygia Barbosa, que dirigiu o documentário *Laerte-se* (Netflix), juntamente com a jornalista Eliane Brum, encantou Luciano Candisani, fotógrafo com uma longa trajetória ambiental. Candisani escolheu mergulhar como as Haenyeo, dispensando o cilindro de oxigênio, para registrá-las em seus mágicos retratos. Ele e Lygia partiram de São Paulo para a Coreia ao encontro delas.

O primeiro grande ensaio em preto e branco de Candisani forma um tema dentro do tema no documentário (NatGeo e TV Cultura). Lygia e Candisani, parceiros de anos, já haviam trabalhado juntos em outros projetos e a cineasta conhecia a fundo como o fotógrafo trabalha em campo, inquieto em busca da melhor imagem. O trabalho foi possível após convite do documentarista sul-coreano Kim Jin Huk para Lygia participar de um edital de intercâmbio cultural na Coreia. As pesquisas começaram, juntamente com o roteirista Raphael Scire. Candisani, com farta expertise em imagens subaquáticas, seria o fio condutor da narrativa. “O mergulho dele no tema

As mulheres do mar são uma população que surgiu no século XVII, com o êxodo masculino na região. Elas precisavam alimentar as famílias



*“O mergulho de Luciano Candisani no tema para mostrar a vida dessas mulheres do mar geraria um filme inspirador. Acreditei nisso e enxerguei o entrelaçamento das duas histórias”*

LYGIA BARBOSA, CINEASTA

Haenyeo de 68 anos toma fôlego para o mergulho em apneia, uma atividade que enfrenta correntes fortes, pouca visibilidade e águas geladas no inverno



Há senhoras  
mergulhadoras  
de até 92 anos,  
que ficam no  
mar trabalhando  
por horas



e o olhar, nos dois sentidos, para mostrar a vida dessas mulheres do mar certamente gerariam um filme inspirador. Acreditei nisso e enxerguei o entrelaçamento das duas histórias”, diz Lygia Barbosa.

Candisani sempre se interessou pelo tema das populações tradicionais que tiram o sustento do mar. “São comunidades que têm a vida ligada ao ritmo dos elementos do mar: o vento, as marés”, diz ele, que trabalhou com o assunto também no Brasil, nas Filipinas, na América Central e na África. “Lygia já conhecia o meu interesse. E ela própria tinha o interesse de fazer um filme mostrando a motivação criativa e os esforços na busca de uma história empreendidos pelos fotógrafos documentais. Em 2017 surgiu essa oportunidade de ela filmar qualquer tema na Coreia do Sul. Quando se deparou com as mulheres do mar, uniu os dois desejos: contar essa história e contar a minha história com a fotografia e essa busca.” Lygia costurou uma forma inovadora ao fazer esse longa-metragem documental. “O filme não é um making off de um fotógrafo fazendo um determinado trabalho. Foi um documentário sobre as mulheres do mar por meio do olhar de um fotógrafo. Lygia se apropriou dos meus movimentos e do meu esforço em busca da foto, contando a história, para levar o espectador para dentro da história das mulheres do mar. O que conduziu o espectador para dentro da história foram esses meus movimentos enquanto eu fazia as fotografias das senhoras”, relata Candisani, que tem mais de 20 anos dedicados à fotografia.

A relevância internacional da obra de Candisani o levou a integrar o júri de alguns dos mais respeitados prêmios de fotografia, como o World Press Photo, na Holanda, e o Wildlife Photographer of the Year, na Inglaterra. Ele também compõe coletivos fotográficos como o Internacional League of Conservation Photographers (ILCP), o Sea Legacy e o The Photo Society, que reúne fotógrafos colaboradores da edição principal da *National Geographic*. Desde o início do projeto, as fotografias seriam muito importantes para o filme, porque eram o ponto de partida e uma espécie de conclusão. “O que eu estava buscando, por que eu me movimentava daquele jeito e os resultados finais: as imagens. Eu me coloquei ali em campo como se tivesse produzindo alguns dos meus livros,

As Haenyeo  
chegaram a ser  
30 mil mulheres  
no pós-Guerra.  
Hoje são  
4,5 mil, e a  
cultura tende  
a desaparecer  
com as novas  
gerações





*“É uma história específica,  
mas que carrega conceitos globais caros  
à humanidade: a sustentabilidade,  
a longevidade, a saúde na maturidade  
e a força da mulher”*

LUCIANO CANDISANI

ou uma reportagem para a *National Geographic*, que eu estava acostumado a fazer. Foi assim que a Lygia me dirigiu”, detalha o fotógrafo. Na narrativa visual, a sensação é de fazer parte de uma reportagem fotográfica. “Eu fui atrás disso e as câmeras vieram atrás de mim, para contar a história das mulheres do mar. As fotografias que eu fiz para o filme estão no filme, e depois, em 2019, eu voltei para Jeju para complementar a documentação sobre o tema para uma exposição no MIS (Museu da Imagem e do Som) de São Paulo, junto com a editora Vento Leste.”

Agora é a vez do livro, em fase de captação de patrocínios e a caixa de coleção. Candisani reforça que o trabalho trata de uma história singular, mas carrega conceitos globais caros à humanidade: sustentabilidade, longevidade, saúde na maturidade e força da mulher. “São temas atuais e fonte de interesse a todos nós”, diz. “*Mulheres do Mar* é a minha coleção mais bem-sucedida. Tem uma procura grande de colecionador. É o papel da fotografia que se consolida no seu reconhecimento como obra de arte, além de todo potencial enquanto documento intrínseco dessa arte visual.”

A coleção fotográfica tem esse conceito universal. “É o nome de uma cultura, exclusivamente feminina, que não tem homem envolvido, e surgiu na ilha de Jeju, a 100 quilômetros do sul da Coreia do Sul”, explica ele. “E nessa ilha, por uma combinação de fatores não muito bem compreendida, que levou a um êxodo masculino, que obrigou as mulheres a irem para o mar em busca do sustento das famílias.” O estilo de vida ligado ao extrativismo marinho, que surgiu por pura necessidade, se tornou uma cultura coesa, com códigos de conduta e até com um dialeto próprio das Haenyeo. A cultura começou no século XVII e chegou a 30 mil mulheres, no pós-Guerra. Hoje, até pelo crescimento econômico dos Tigres Asiáticos e interesses diversos de novas gerações, a cultura Haenyeo está ameaçada, ou em extinção, e tende a desaparecer com as últimas senhoras do mar.

[www.lucianocandisani.com](http://www.lucianocandisani.com)  
[lygiabarbosa.com](http://lygiabarbosa.com)

**SILVIA BRAZ****“É preciso entender que as pessoas podem ser o que quiserem”**

*Ela desistiu de ser promotora pública e, enquanto vivia a maternidade das três filhas em Muriaé (MG), gestou o talento que a tornou, 10 anos depois, uma das mais requisitadas digital influencer, na flor dos 40 anos, e voz que fez diferença na pandemia*

por GISELE VITÓRIA fotos HICK DUARTE

**S**ilvia Braz desce do carro e apressa o passo para entrar no hall do Hotel Fasano, em São Paulo. Com o rosto protegido por uma máscara preta, em harmonia monocromática com o look black tomara-que-caia, ela abaixa momentaneamente a EPI, sorri e, antes de desculpar-se, diz enfaticamente com os olhos fixos, num tom quase

solene: “Eu nunca me atraso”. Ela era esperada para a entrevista fazia um tempinho. “Bruno Astuto mandou dizer que você é amiga dele e que iria entender. Foi ele que me segurou numa reunião no shopping Cidade Jardim e atrasei no trânsito”, emenda ela, entregando o amigo jornalista de longa data, hoje diretor de marketing do shopping da JHSF. “Ah é? Ele vai ver só...”, retruquei. Rimos e nos sentamos. Um café aquece o papo com uns biscoitinhos. Nosso encontro, às vésperas da data que marcou a fase emergencial de São Paulo em consequência do agravamento da pandemia, acabou durando uma hora e meia. Aos 40 anos, há 10 digital influencer, Silvia é uma das vozes mais fortes das redes sociais, com mais de 800 mil seguidores em sua conta no Instagram. Sua presença digital é um fenômeno.

Formada em Direito, mãe de três Marias (Maria Vitória, Maria Antônia e Maria Isabela), é casada com o empresário Glauco Braz. Vive entre Muriaé e São Paulo. Nascida em Campos (RJ), filha da pediatra Beth Bussade, irmã de duas médicas, foi criada em uma família de mulheres fortes. Herdou da avó o gosto pela moda. O pai, o advogado e militante político Jorge Freitas, fundador do PDT em Campos, morreu cedo, aos 37 anos, quando Silvia tinha 10 anos. Naquela tenra idade, Silvia tinha costume de ler Albert Camus e Machado de Assis, por obra e influência de seu pai. No começo da pandemia, em 2020, quando passou a entrevistar médicos, empresários e figuras públicas em séries de lives, Silvia leu, com a filha caçula no colo, um dos textos preferidos de seu pai, um poema de Camus, autor de



*A Peste*: “No meio do ódio descobri que havia em mim um amor invencível. No meio das lágrimas descobri que havia em mim um sorriso invencível. No meio do caos, descobri que havia em mim uma calma invencível. E finalmente descobri, no meio do inverno, que havia dentro de mim um verão invencível. Isso faz-me feliz. Porque isso diz-me que não importa a força que o mundo se atira contra mim, pois dentro de mim há algo mais forte, algo melhor, me empurrando de volta.”

**Foi pensando no seu pai que você declamou em live o texto de Albert Camus, no auge da pandemia, em 2020?**

Meu pai era apaixonado por Camus. Eu me volvei para o meu pai na pandemia. Eu gravei umas sete vezes porque eu ameaçava chorar. Coloquei a minha filha, Maria Isabela, 6 anos, no meu colo para ler o trecho. Iria entrevistar naquele dia o psiquiatra Táki Cordás, que é meu médico. Ele lembra muito meu pai. As ideias, tudo parecido com meu pai. As coisas que ele pensa. Ele tem uma cabeça incrível. Dia de consulta com Táki é uma alegria.

**Você foi uma voz importante nas redes sociais no começo da pandemia. Como isso aconteceu?**

Foi genuíno. Não teve nada pensado, estratégico. Fiquei 5 meses em Muriaé. Tinha aquela rotina de trabalhar, milhões de eventos, viagens. E de repente estava em casa com a família. Mais de 50% do meu portfólio de clientes é moda. Mas na pandemia isso perdia o sentido, então eu pensava: o que vou falar? E eu estava com vontade de falar. Todo mundo foi pego de surpresa. Ninguém sabia o que fazer. Comecei a fazer live. As primeiras foram orgânicas. As pessoas estão nesse processo de entender esse novo momento. Ali era Silvia curiosa querendo entender. Sempre fui muito de moda, as pessoas separam: ou ela é uma mulher bonita, ou ela é uma boa mãe. É preciso entender que as pessoas podem ser o que elas quiserem. Você pode ser uma mulher muito inteligente e usar biquíni fio dental na praia. Por que não? Você pode se vestir da forma como você quiser. Fashionista, excelente mãe, e ter cultura... mas as pessoas tendem a diminuir, a encaixotar e reduzir as pessoas a uma coisa só. As pessoas preferem reduzir as outras. Não sei se por maldade ou se por uma questão cultural, mas isso acontece.

**Você perdeu seu pai com apenas 10 anos. O quanto ele é presente na sua vida até hoje?**

Meu pai era um grande advogado, muito inteligente. Ele morreu muito jovem, de cirrose hepática. Eu nunca falava disso. A vida inteira as pessoas me perguntavam do que meu pai tinha morrido. A gente tem traumas que nunca consegue superar, mas graças a Deus tem maturidade para lidar com isso. As pessoas me perguntavam do que meu pai havia morrido, e cada vez eu inventava uma coisa porque cirrose hepática está associada a alcoolismo. E isso para mim foi difícil por muito tempo. Ele tinha uma vida boe-



mia, mas ele não era alcoólatra. A minha irmã acha que ele teve uma hepatite C que não foi identificada. Mas para mim foi um tabu. Quando eu falo hoje que ele morreu de cirrose hepática parece uma libertação para mim. Morreu cedo e fez muita falta. A família toda de mulheres. Eu senti falta, em muitos momentos da minha vida, dessa referência masculina. A minha mãe foi muito forte, e conseguiu dominar aquela cena familiar, assim como a minha avó e minhas irmãs. Eu venho de uma família de mulheres extremamente fortes. As mulheres mandam na história toda.

**E, além de Camus, ele lia para você Machado de Assis, Fernando Pessoa?**

Sim, ele lia Oscar Wilde e me botava para ler. O título do meu pai tem uma frase do Oscar Wilde: “Jazer na negra terra escura enquanto andei na grama sobre a cabeça da gente. Não ter ontem, não ter amanhã. Perdoar a vida, escutar o silêncio e andar em paz”. Meu pai era apaixonado por Oscar Wilde, Fernando Pessoa, e ele obrigava a gente a ler. Eu me lembro novinha lendo essas coisas. Meu pai era de esquerda, a minha família paterna teve exilados políticos. Minha mãe conta que na lua de mel, eles foram para a Argentina de carro, porque todos os primos estavam lá e não podiam voltar por causa da ditadura, eram militantes. Política sempre foi um assunto presente na minha casa, e o meu pai colocava a gente pra fazer isso. Chegava o (Leonel) Brizola em Campos, não esqueço disso: Brizola chegou em Campos! Vamos recebê-lo. Meu pai fundou o PDT em Campos. Quando o Brizola morreu, minhas irmãs foram ao enterro dele. Aquilo estava tão enraizado na nossa família, e a gente cresce tanto com a referência e os olhos dos nossos pais.

**De que você mais lembra?**

Muita coisa eu apaguei. Foi traumática a morte do meu pai. Foi só comigo. Estava eu e ele. Eu tinha 10 anos. A gente tinha casa em Guarapari, no Espírito Santo. Era perto do Réveillon, minha mãe só poderia ir dia 30. Eu já estava de férias, meu pai e eu fomos antes. Chegamos lá, mas não ficamos na nossa casa, que não estava pronta. E eu pedi para ficarmos em

**“Meu pai lia Oscar Wilde e me obrigava a ler aos 10 anos. Eu lembro, novinha, lendo Camus, Fernando Pessoa, Machado de Assis”**

hotel, eu adorava ficar em hotel. Achava o máximo, sinto até hoje o cheiro do frigobar, que não podia pegar tudo porque era caro. À noite ele começou a passar muito mal. Eu não entendi nada, e liguei na recepção para pedir ajuda. Eu lembro que chegaram, pegaram ele e levaram para o hospital. Ele morreu dois dias depois, em Vitória. A gente bloqueia algumas coisas para seguir em frente.

**E como você foi viver em Muriaé?**

Casei aos 20 anos. O Glauco, meu marido, foi estudar em Campos. Eu o conheci, casei e fui para Muriaé. Começamos lá a vida e ficamos. Mesmo ele trabalhando muito em São Paulo e depois eu. Aí compramos casa em São Paulo, começamos a vir muito. Até que a Maria Vitória fez 15 anos, e a gente a trouxe para morar aqui. Aí eu ficava indo e voltando, porque eu tinha mais duas filhas que ficavam na casa de Muriaé. As duas casas que funcionam normalmente. Muriaé é a cidade do meu marido, que obviamente fez sentido nessa fase nossa do casamento até chegar aqui. O Glauco é empresário de transporte e concessionária.

**Sua mãe é pediatra...**

Sim, ela segue clinicando. Foi assim a vida inteira. Tenho muito da minha mãe em mim. Ela sempre falava que precisava trabalhar. Trabalho traz vida para a gente, nos sentimos ativos. Ela nunca parou de trabalhar, tem 69 anos.

**Nunca pensou em ser médica?**

Nunca. O meu pai era advogado. Eu fiz Direito.

**E o Direito na sua vida?**

O Direito está na minha veia combativa, argumentativa, veia de promotora... sempre fui assim. No Direito consegui fazer isso de uma forma mais contundente. Eu me reconheço com essa capacidade de argumentar. O Direito é rico culturalmente. Adorava estudar Direito Romano e Filosofia do Direito. Isso enriquece a gente. Na época eu estagiei no Ministério Público em Campos. Eu me realizei ali. Achei que faria aquilo para o resto da minha vida. Eu me imaginava estudando para o concurso. O que dificultou eu continuar na área é que quando você faz um concurso público é mandado para cidades aleatoriamente. E para mim não dava por causa das meninas, por causa do meu casamento. Por isso que parei.

**O escritor português Valter Hugo Mãe, que defendia vítimas de violência doméstica, já contou que deixou o Direito e a advocacia porque não conseguia ter distanciamento, chorava junto com suas clientes mulheres agredidas ... algum caso lhe marcou como estagiária na promotoria?**

Você me fala disso e lembro: eu numa sala de audiência da defensoria pública. Era uma separação. Pareciam dois estranhos se falando. Fiquei assustada com a frieza. A indiferença de um com o outro. Aquilo me chocou. Parecia aquele filme *História de um casamento*.

Eu tinha 20 e poucos anos. Tinha acabado de casar. Fiquei impressionada com aquela estranheza de marido e mulher, como se nunca tivessem se conhecido e sido felizes juntos. É algo que acontece, mas quando você tem 21, 22 anos, não tem a menor noção do que é o mundo. E percebe como tudo vai se desenrolando. Foi essa a sensação que eu tive. Fui vendo que não era para mim. A gente vai mudando. Aquilo que me fazia feliz já não faz mais. O Direito fez parte da minha vida. Foi interessante. Só que em determinado momento já não me encantava.

#### **E elas deviam adorar acompanhar?**

Filho gosta de ver mãe e pai feliz. Elas me veem como eu me realizo fazendo o que eu faço.

#### **E a sua trajetória como influenciadora digital tem mais ou menos 10 anos. Agora você se define como comunicadora... como você está construindo a sua trajetória?**

Isso, 10 anos. Sim. Abri o meu blog deitada na minha cama, com minha filha Maria Vitória, aos 10 aninhos, me estimulando: “Mãe, tanta gente compra roupas iguais às suas. Por que você não abre um blog?”. Começamos a escrever. O blog se chamava Maria Sofia e foi assim por algum tempo. Postava textos, fotos, viagens, looks. Aos poucos, algumas marcas começaram a me procurar e descobri que eu tinha um negócio.

#### **Nesse período em que você se ocupou com a sua maternidade...**

Eu fiquei uns cinco anos entre finalizar a faculdade de Direito e começar o meu blog, que foi 2010. Fiquei cinco anos sendo mãe, sem trabalhar... eu vivi a maternidade, mas era uma sensação de uma Silvia mais adormecida, sabe quando você está num torpor? Eu tenho essa sensação minha dessa época. A maternidade me faz muito bem, me deixa feliz, mas eu sei que poderia ir além, ela não me satisfaz completamente. Eu gosto muito de trabalhar, de produzir, de estar conectada com pessoas. Vivendo só a maternidade, eu era um pouco adormecida. É uma fase difícil, às vezes, para as mulheres. Tem gente que consegue ser feliz assim e eu acho bacana e legítimo se realizar na maternidade. Mas comigo não acontecia isso. Eu queria ir além. Achava que eu poderia fazer outras coisas,

#### **Como você se imagina nos próximos anos?**

Tenho feito alguns trabalhos onde atuo não como uma garota propaganda e sim como uma coautora. A gente define a estratégia de comunicação, a estratégia de venda, e o produto em si, que trago muito meu olhar. Isso começou a acontecer naturalmente porque eu tenho uma relação próxima com determinadas marcas que eu trabalho, com os donos, com a direção criativa deles. Começou de uma forma natural e a gente percebeu que o resultado de vendas quando eu realmente participava era infinitamente maior. Hoje a gente já tem proposta. Eu tenho vontade de abrir uma marca em meu nome, nada de moda.

## **“Se o diálogo fosse uma pessoa seria mulher. O diálogo tem alma feminina. É a capacidade de ouvir o outro”**

#### **Do que seria?**

Seria uma coisa que ninguém imagina. Não posso falar ainda, mas seria algo na área de saúde da mulher. E quero ter, de alguma forma, uma marca que impacte a vida das pessoas. Penso nessa linha de uma empresa de impacto, que eu reconheça quem sou hoje. Espero conseguir movimentar determinadas áreas do comércio, da comunicação. Tenho vontade de usar a minha voz para poder movimentar áreas. Penso numa empresa de impacto que eu consiga conectar as artesãs do Nordeste, por exemplo. Há pessoas que estão numa cidadezinha do interior e fazem um trabalho lindíssimo e que ninguém daqui conhece. Quero trazer isso de alguma forma e colocar para ser visto, para ser vendido, comprado. Estou nessa vibração de empresa de impacto para poder usar o que eu construí até aqui, que é a capacidade de me comunicar. Quero me comunicar com pessoas em lugares do Brasil, e ajudar pessoas, cidades. Hoje percebo que consigo fazer isso. Tenho esse feedback de trabalhar com marcas. Eles me falam: olha, Silvia, você postou isso daqui e você vendeu tudo. Você fez essa coleção e está totalmente sold out. Tenho um feedback muito bom.

#### **Sem abandonar a moda, certo?**

De forma nenhuma. Quero sempre fazer coisas a mais, com a comunicação e a moda. Estou crescendo, no sentido de aumentar minha equipe, me estruturar cada vez mais, me organizar. Hoje a Silvia Braz é uma empresa. É uma marca, e por trás é uma empresa com metas a serem batidas, agenda, equipe, com uma organização. Graças a Deus chegou o momento que posso fazer escolhas, as narrativas que quero ter, onde quero aportar a minha influência, onde a marca Silvia Braz deve estar.

#### **Como você observa o período difícil em que vivemos e as transformações?**

Tenho me preocupado com a saúde mental na sociedade. Nesse momento difícil, o impacto é grande e as pessoas acabam sucumbindo a determinadas situações. A nossa sociedade foi ensinada a cuidar da saúde física. Você tem febre, toma remédio. Gripou,



vai tomar seu antigripal. Mas se começa a ficar muito ansioso, fala: é bobeira. A gente passou muito tempo sem cuidar da saúde mental. É algo de que precisamos falar cada vez mais, e tomar mais cuidado, cuidar da saúde. Falei sobre o doutor Táki Cordás, psiquiatra. Eu percebi que precisava. Estou muito exposta, trabalho muito, não durmo direito. Chegou um momento que pensei: preciso cuidar da minha saúde mental para conseguir seguir adiante. Você precisa estar em paz e buscar recursos para enfrentar as adversidades. É uma oportunidade para gente repensar a nossa vida, mas não acho que é algo que vá mudar a vida de todo mundo. Vejo pessoas querendo voltar à vida que elas tinham. É uma questão subjetiva, íntima.

#### **Acha que vai ser a mesma Silvia, depois da pandemia?**

Não. Virou uma chave dentro de mim nessa pandemia. Só não sei explicar exatamente o que que foi. Mas teve mudanças, é uma questão de maturidade. Fiz 40 anos durante a pandemia. Dá uma virada de chave. O que vou fazer com meus próximos 40? Eu mudei, mas não vejo as pessoas dispostas a mudar profundamente, mesmo depois de tudo que a gente está vivendo. Pessoas irão mudar porque tinham esse desejo e foram forçadas a se transformar.

#### **Em que mundo você acha que suas filhas vão viver?**

É impressionante perceber que uma menina de 15 anos e a de 6 anos já falam da situação da mulher, do feminismo, de sororidade. Venho de uma família de mulheres e isso é uma constante desde a minha época, uma mulher apoiando a outra mesmo, mas é uma geração mais evoluída, que não tem essa diferenciação de sexo, de escolhas, de companheiros, é uma aceitação maior, generosidade maior. Admiro isso nelas. Mas é uma geração que não aceita ser contrariada. A gente vê nas redes sociais, eles não gostam muito de dialogar. “Minha opinião é essa, é isso.” Se não der certo vão brigar. É a política que temos hoje no Brasil. E uma geração que não consegue dialogar,

#### **Então você trabalharia pelo diálogo?**

Sim, falta diálogo no Brasil. As pessoas não querem se entender. Só querem expor suas próprias opiniões e não querem ouvir o outro. Isso faz falta em vários aspectos, principalmente na política. Por isso a gente está ladeira abaixo. É triste.

#### **Se fosse uma pessoa o diálogo seria o quê?**

Se o diálogo fosse uma pessoa seria uma mulher. Com certeza, o diálogo tem alma feminina. É a capacidade de ouvir o outro, de entender mais a situação do outro, de querer se colocar no lugar do outro, enfim.

#### **Se o futuro precisa de diálogo o futuro também é feminino?**

Acho as mulheres brilhantes. A mulher consegue ter várias atividades e tarefas. Penso numa coexistência, interessante, boa para todo mundo, entre homens e mulheres.

# Meu jantar com Prince Philip

*Com a morte do duque de Edimburgo, aos 99 anos, a empresária Carolina Andraus relembra a extraordinária experiência de sentar-se ao lado do marido da rainha Elizabeth em um banquete no Palácio de Buckingham*

por CAROLINA ANDRAUS

**R**eceber a notícia da morte, aos 99 anos, de um dos grandes homens da nossa era foi como sentir passar um sopro da vida. E uma sensação de vazio, onde não existe lugar para a tristeza. Afinal, se existiu uma vida vivida na sua plenitude foi a dele. Se eu pudesse defini-lo, diria que o príncipe Philip, ou o duque de Edimburgo, foi em sua essência um feminista. Apoiou magnificamente uma das mulheres mais poderosas de todos os tempos. Ele o fez sem perder sua força patriarcal na família. E representou o maior exemplo de que homens e mulheres são muito mais fortes quando se apoiam mutuamente. Philip mostrou ao mundo uma vida de serviço e charme, diligentemente cumprindo sua agenda ao lado da rainha Elizabeth II até os 96 anos de idade.

Senti um enorme encantamento pelo príncipe, então com 94 anos: a força mental, a voz, o discurso, a forma de ver o mundo, o carisma e a elegância. Serviu, vibrou, quebrou regras, e viveu muitas delas sem permitir que seu espírito se encaixotasse em sua posição. Viveu em privilégio, mas em grande disciplina e força do dever a ser cumprido. Teve um espírito livre e, mais do que nunca, uma essência à frente do seu tempo.

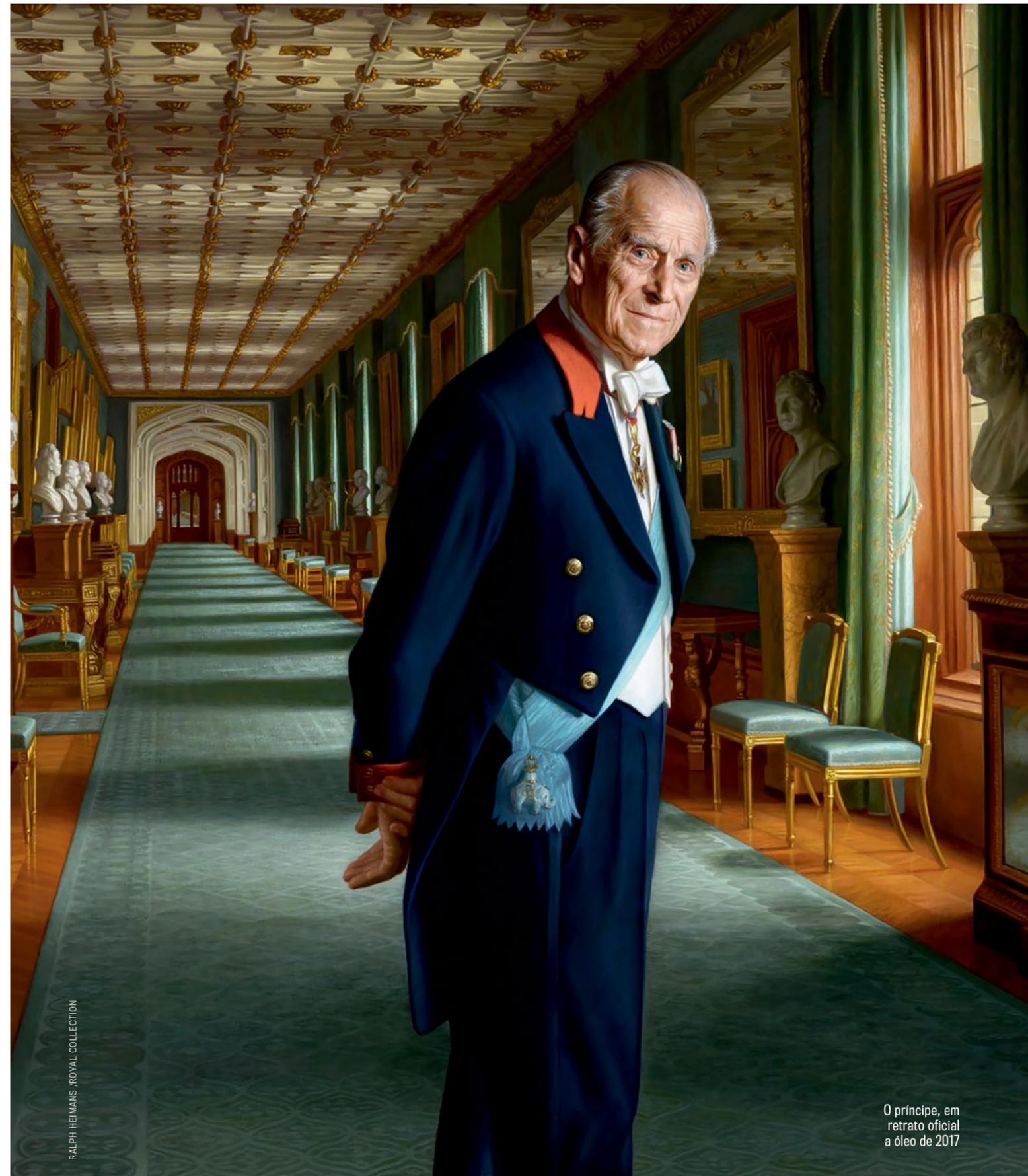
Os convites para jantar no Palácio de Buckingham aconteceram porque o príncipe aceitou ser patrono de um projeto do Museu Conservacionista idealizado por Sebastian Brooke, meu primo inglês, artista, escultor, que conquistou o apoio de Philip ao projeto de esculpir espécies em extinção na Ilha de Portland. Prince Philip, como toda a família real, tinha uma ligação forte com a natureza e o meio ambiente.

Recebi os convites com entusiasmo, voando imediatamente para Londres. Foram dois jantares no Palácio de Buckingham, dois anos seguidos, 2014 e 2015, com impacto na comunidade científica e na cena social bri-

tânica. O primeiro, quando conheci o príncipe, pouco conversamos. Já no segundo, vivi momentos inesquecíveis. Entre os convidados ilustres estavam o ator Harrison Ford, a socialite Jemima Khan, além de cientistas, empresários e filantropistas ligados ao conservacionismo, sentados em uma magnífica mesa para 80 pessoas, *placé* meticulosamente, e com a mais linda prataria, flores e arranjos de frutas, em um salão com paredes e cortinas de seda brocada vermelha, com retratos lindíssimos de reis e rainhas, em tamanho natural. Agora imagine-se sentar à direita dele: his royal highness.

A chegada ao Palácio exige estudo do protocolo real, passado aos convidados. Qualquer tipo de foto ou celular é proibido. Entramos pela mesma entrada que assistimos à Família Real no casamento de William & Kate. Subimos uma escadaria, com tapetes vermelhos, até a galeria do andar superior. Chegamos a uma sala mais intimista, onde interagimos com os outros convidados. Depois de 15 minutos, quando já estávamos bebendo champanhe, chega sua alteza real, prince Philip.

O príncipe conversou com cada um dos convidados, sorrindo com perguntas assertivas, tendo claramente recebido um briefing de cada convidado. Fazia-se interessado por cada um, olhos nos olhos. Sinal de grandeza, e dica para pessoas que acham que a superioridade as faz intocáveis. Quando o príncipe se dirigiu a mim, tive a grata surpresa de receber um caloroso aperto de mãos. Já tínhamos nos conhecido no jantar no ano anterior, quando do lançamento do projeto do museu. Como entusiasta das artes, eu, a prima brasileira, sempre estive ligada à minha família british e em especial ao meu primo Dan Brooke, que idealizou e liderou a estruturação e o levantamento de fundos do projeto, além de organizar os jantares no Palácio. De família tradicional inglesa, o pai deles foi ministro



RALPH HEIMANS / ROYAL COLLECTION

O príncipe, em retrato oficial a óleo de 2017

da Defesa da Irlanda do Norte na era de Margaret Thatcher, além de ter sido membro da House of Lords por muitas décadas, o que trouxe uma proximidade com a família real. Daí os generosos convites, me trazendo mais um pedacinho do mundo europeu e das tradições old school.

Depois do aperto de mão, um sorriso cheio de carisma e alguns minutos de conversa sobre o projeto, o príncipe continuou em seu protocolo de conversar com todos os presentes. Após 30 minutos, e todos serem devidamente cumprimentados, os salões se abriram para a magnífica mesa de jantar. Tive uma enorme surpresa quando percebi que o Palácio havia decidido me colocar sentada do lado direito do príncipe. Oh my God!!! Para aqueles que não conhecem as rígidas regras de etiqueta, o lado direito dos hosts, ou donos da casa, é o lugar de maior importância da mesa, seguido do lugar à esquerda, o segundo mais importante na hierarquia de “placement”.

Sou levada à cadeira ao lado do príncipe, e todos ficamos parados em frente aos nossos lugares até que o duque de Edimburgo puxa a minha cadeira e faz um gesto para que todos se sentem. Todos à mesa, com os copeiros circulando, ou alguns dos homens mais cavalheiros e atentos, puxando as cadeiras das mulheres presentes. O príncipe se levanta, e todos se levantam respectivamente. Em respeito à rainha é feito um brinde e uma menção honrosa de agradecimento seguido de um coletivo “long live the queen!”.

Eu usava um vestido Lanvin de um ombro, de seda lavada cor champanhe com toque rosé, que remetia a uma veste grega. Escolhi o traje pensando no príncipe, que, de família real grega e dinamarquesa, imaginei que apreciaria. Ao me sentar, coloco a minha clutch feita da mesma seda na parte de trás do assento da minha cadeira. Respiro sem acreditar onde estou. E em poucos segundos a minha bolsa cai no chão, fazendo um barulho que chamou a atenção do príncipe e o fez virar imediatamente o olhar.

Pensei: minha primeira gafe real! Não sabia o que fazer. Mas a sensação durou pouco. O príncipe fez sinal para pegarem a minha bolsa, entregue nas minhas mãos por um copeiro usando luvas brancas impecáveis. O príncipe imediatamente olha para mim, faz um gesto, esticando seu braço para a frente do meu lugar, entre copos e flores, e diz: “Leave it here”, com um sorriso que só os grandes homens acostumados a apoiar grandes mulheres sabem dar. Comecei a enxergar além do título e do protocolo. Vi a pessoa. E dei partida à minha viagem a uma nova profundidade de entendimento daquele homem fascinante. Iniciamos uma conversa cheia de charme, discussões geopolíticas, e troca de visão de mundo. O tempo, com sua relatividade, me levou a outro espaço, como se as pessoas em torno deixassem de existir.

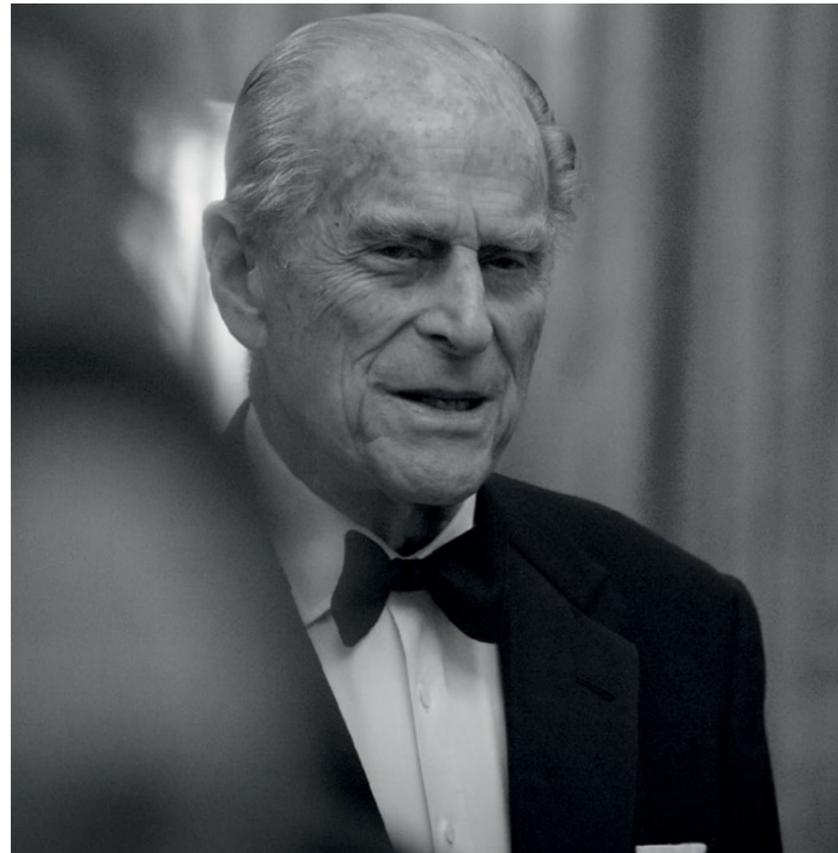
O príncipe começou contando da viagem oficial que ele e a rainha fizeram à América do Sul no fim dos anos 60 (A vinda ao Brasil foi em novembro de 1968, um mês antes do país entrar na fase mais dura da ditadura militar com o decreto do AI-5, em dezembro



A recepção no Palácio de Buckingham: entre os convidados, o ator Harrison Ford. À direita, o duque de Edimburgo e Carolina na noite do jantar

daquele ano. Em visita de 11 dias, Elizabeth II e Philip conheceram o Maracanã, homenagearam Pelé e foram recebidos em jantar pelo presidente Costa e Silva): “É um pedaço muito bonito e exótico do mundo, com uma natureza exuberante”, ele definiu. Relatou que visitaram nessa época todos os países da região. Fui percebendo a riqueza de ter acesso a tantas informações e líderes mundiais em mais de 70 anos ao lado da rainha da Inglaterra, e como a família real construiu um trabalho de diplomacia internacional na história. Os pratos eram servidos: salada de caranguejo, seguida por três raviólis. E o prato principal: carne com legumes, delicioso e sem ostentação. Os quatro jogos de talheres, que poderiam ser assustadores, deixavam a mesa mais imponente. Cada prato, da entrada à sobremesa, foi servido com um vinho especial. Na sobremesa, frutas que serviam de decoração para a mesa foram passadas pelos copeiros, e um doce delicado, com creme inglês feito com baunilha fresca.

Os gestos, a forma de falar e olhar, impressionavam. Estávamos em um jantar formal, black-tie, mas a conversa fluía com leveza. Falamos de política mundial, do perfil político com viés socialista que vinha crescendo na América do Sul em especial, da falta d’água que vinha, pela primeira vez, causando o desconforto dos racionamentos no estado de São Paulo em 2014. Falamos da seca no Nordeste e sobre o programa Bolsa Família, que em certo momento, sete anos atrás, chegou a beneficiar direta ou indiretamente 120 milhões de pessoas, o dobro da população inglesa. “Bem, é insustentável uma política social que mantém uma população desse tamanho. O



que um país precisa para crescer é educação e infraestrutura”, ele comentou. Opiniões à parte, falamos animadamente durante o jantar, interrompidos quando protocolarmente o príncipe, na troca de pratos, conversava com um importante geneticista sentado à sua esquerda. O duque de Edimburgo parecia também impressionado e surpreso, conversando de igual para igual com a improvável sobrinha brasileira do lord Peter Brooke, trocando ideias sobre estatísticas e dados geopolíticos. Tive a sensação de que sua altura usou de toda empatia e gentileza para demonstrar aprovação à minha inusitada companhia. E estava, sim, se divertindo. Antes da sobremesa, o príncipe se levanta e discursa sobre o projeto do museu que meu primo encabeça. Falou sobre a Ilha de Portland, onde o projeto seria desenvolvido e de onde saiu Portland Stone, as pedras das fachadas históricas de Londres. Destacou a seriedade de deixarmos um legado para as novas gerações onde espécies em extinção sejam conhecidas e lembradas, que possamos perceber a riqueza perdida e, assim, atentarmos para espécies em situação delicada de sobrevivência. O discurso terminou com uma provocação: “There are too many people in the planet”. Na sua visão, isso seria uma das fontes do desequilíbrio. Todos riram do senso de humor de Philip, que dominava a arte de quebrar protocolos. Dizia o que pensava, sem desestabilizar a instituição da monarquia. Para finalizar, um cafezinho. E Philip, aos 94 anos, tomou seu café. Não resisti e perguntei se realmente ele tomaria café e conseguiria dormir bem à noite. Com elegância, ele não pensou nem um segundo: “But of course”. Minutos depois,

**“Sentei à sua direita. Minha clutch cai no chão, o que chama a atenção do príncipe. Minha primeira gafe real! Ele faz sinal para pegarem a bolsa, entregue a mim. Ele me olha, estica o braço para a mesa, entre copos e flores, e diz: ‘Leave it here’”**

com o jantar cronometrado, o príncipe se levanta, faz o último brinde à rainha, e se retira.

Com a sua morte, termina uma era de homens de grande elegância e força. Philip, como poucos homens na história, soube fortalecer uma grande mulher. E dar apoio, sem se deixar diminuir, para que ela exercesse o seu poder em plenitude. Sendo mais nobre que a própria rainha, Philip nasceu e cresceu no exílio depois de a família real grega ter sido expulsa e perdido a monarquia na Grécia. Conheceu o privilégio e a perda desde criança. Isso ajudou a formar um homem interessantíssimo, que sabia como se conectar com as pessoas com sagacidade. O duque de Edimburgo soube ocupar o seu espaço. Sem ele, a rainha provavelmente não teria conseguido ser essa fortaleza ao longo do maior reinado da história de um monarca. Deixo aqui a homenagem ao grande homem que tive o privilégio de conhecer, reforçando a crença de que podemos ser mulheres fortes e acreditar que grandes homens podem ser parte importante de nossas vidas, com cavalheirismo, força, carisma e senso de humor.

ARQUIVO PESSOAL



# ***Because I'm happy***

*The Goodtime, o novo sucesso do cantor Pharrell Williams em parceria com o rei da noite David Grutman, é um novo hotel de luxo em Miami Beach e já está aberto para reservas*  
por MÁRCIO GARCÊS



**B**ata palmas se você sente que a felicidade é de verdade. Ou no inglês original: “Clap along if you feel like happiness is the truth...”. O contagiante hit *Happy*, do astro Pharrell Williams, bem que podia ser o pano de fundo para inspirar um novo tempo bom. The Goodtime, nome que batiza o novo empreendimento do cantor e produtor americano em parceria com o amigo David Grutman, considerado o rei da noite de Miami e CEO da Groot Hospitality, talvez seja a expressão máxima desse desejo. “Queremos que The Goodtime Hotel transmita uma sensação de revitalização e desperte aquela rara emoção quando você descobre algo especial”, diz o empreendedor Pharrell Williams, no astral de sua canção famosa, como se estivesse num espaço sem teto, e numa pausa para a luz do sol. O empreendimento já está aberto para reservas em Miami Beach. É o primeiro hotel de luxo colaborativo de Williams e Grutman, entre a Washington Avenue e 6th Street. Com uma estética art déco reinventada, o hotel tem 266 quartos e é um refúgio de 100 mil metros quadrados para levar os hóspedes a um respiro escapista e uma deliciosa aventura.

O hotel The Goodtime possui sete andares e foi arquitetado em uma série de colunas brancas, e um corredor com telhado de vidro decorado com vegetação verde, assinada pelo arquiteto Raymond Jungles. O seu interior foi ambientado pelo design de interiores Ken Fulk, que criou uma ilusão de um edifício centenário, com um mix de La Dolce Vita, meados do século e uma dose de otimismo anos 80. “Meu primeiro hotel precisava romper o padrão,” disse David Grutman. “Eu queria oferecer a experiência de hospitalidade, mas também queria ir

Inaugurado recentemente, o hotel já está entre os maiores do segmento de hotelaria de Miami Beach e as reservas, feitas através do site, contam com diárias a partir de US\$ 260

além. Trata-se de proporcionar uma escapada dentro de uma cidade que já é conhecida como um local de férias”, diz o empresário.

Com um aporte de investimento de US\$ 200 milhões, o projeto demorou três anos para ser concluído. A principal atração é o Strawberry Moon, uma combinação de restaurante, bar e deque com uma piscina panorâmica de 30 mil metros quadrados. Localizado no terceiro andar, o restaurante servirá culinária mediterrânea no almoço e jantar, além de um menu de coquetéis de especialidades originais. “Usaremos flores e frutas exóticas que nunca foram oferecidas antes, para que as pessoas tenham desejo por coquetéis. Também vamos mudar constantemente a música na piscina, e com Pharrell e meus contatos, não se surpreenda em esbarrar com grandes artistas”, diz Grutman. Anitta já esteve lá, com toda a sua bossa carioca.

Cada quarto do hotel The Goodtime tem uma paleta de cores: rosas, beges e brancos se mesclam perfeitamente. A vista é para a Baía de Biscayne ou para o Atlântico, proporcionando visões magníficas do amanhecer e do entardecer. As acomodações têm cama queen. A delicadeza das roupas de cama personalizadas, as cortinas sob medida e amenities da marca siciliana Ortigia tornam o ambiente especial. O hotel tem amplas instalações, como butikques, uma academia lúdica, com equipamentos MyBeast e Peloton. Há ainda uma biblioteca em tons de pêssego, revestida de carvalho natural. Lá, além de livros, o hóspede tem à disposição café e coquetéis para encontros de negócios casuais. Bata palmas porque a felicidade é para você, como cantarolamos em *Happy*. [www.thegoodtimehotel.com](http://www.thegoodtimehotel.com)

DIVULGAÇÃO





VALENTINA SOMMARIVATHE

25

## PERGUNTAS PARA Massimo Bottura

**Q**uando o chef Massimo Bottura abriu o Osteria Francescana, seu restaurante em Modena, Itália, ele apresentou um cardápio em que ousou reescrever pratos tradicionais e clássicos italianos. Era 1995 e o menu experimental era lúdico e cerebral: os pratos seriam inspirados no grande pianista e compositor de jazz americano Thelonious Monk e evocariam a criatividade de Damien Hirst, criando uma ponte entre os mundos da arte e da música através da comida. Inicialmente, o restaurante servia os moradores locais e, sem dúvida, incomodou os mais poderosos da culinária italiana, que se irritaram com a quebra de antigas tradições alimentares. Mas as coisas mudam. Desde que ganhou três estrelas Michelin, e duas vezes liderou a lista dos 50 melhores restaurantes do mundo – em 2016 e 2018 –, Bottura tornou-se conhecido como um pioneiro da cozinha italiana moderna. Nos últimos anos, foi contratado por seu amigo de infância Marco Bizzarri, CEO da Gucci, para supervisionar restaurantes da maison em Florença e Beverly Hills. Como amante da arte contemporânea, jazz antigo e alta-costura, Bottura é conhecido por seu gosto refinado. Também é respeitado pelo seu trabalho filantrópico. Por meio de sua fundação, Food for Soul, Bottura atua no combate ao desperdício de alimentos e no atendimento a pessoas carentes de cidades como Paris, Londres, Rio de Janeiro, Milão e, claro, Modena. Por aqui, 25 perguntas para o chef.

AO LADO  
Massimo  
Bottura  
fotografado  
na Casa  
Maria Luigia.  
Poltrona  
Proust, de  
Alessandro  
Mellini para  
Cappellini;  
Tapete I Love  
You, de Robert  
Blake.



**Algo recente que fez pela primeira vez?**

Minha família e eu criamos um programa de culinária ao vivo no Instagram chamado “Kitchen Quarantine” durante o lockdown em nossa casa em Modena, Itália. E, para a surpresa de todos, ganhamos um prêmio Webby por mensagens positivas.

**Quais aplicativos você mais usa?**

Instagram, WhatsApp e Facebook.

**Primeira coisa que você faz de manhã?**

Coloco um disco e preparo uma xícara de café no fogão, bem old school.

**Você tem algum ritual pessoal?**

Música pela manhã: sem falar, apenas ouvir. E almoços com a minha equipe do restaurante, aí sim com muita conversa! À noite, idas e vindas entre a “Osteria Francescana” e “Francescana na Casa Maria Luigia”, para explicar nossa filosofia culinária aos clientes. É muito importante para me conectar com eles todas as noites.

**Que conselho você gostaria de ter seguido?**

Na década de 1990, o galerista de arte contemporânea Emilio Mazzoli me aconselhou a contratar o pintor Alex Katz para fazer um retrato da minha esposa, Lara. Na época, eu não tinha meios econômicos, mas agora realmente gostaria de seguir seu conselho.

**Último conselho que você deu?**

Lave as mãos.

**O que costuma fazer, que ainda é analógico?**

Ouvir discos, fazer anotações no caderno, cozinhar no forno a lenha e usar sobras para fazer refeições deliciosas.

1 Em 2019, Bottura e sua esposa, Lara Gilmore, abriram a Casa Maria Luigia, uma pousada de 12 quartos em uma casa de campo do século XVIII. A pousada é decorada com a coleção de arte contemporânea do casal e móveis vintage, além de possuir uma sala de discos, piscina e quadra de tênis.

2 Bottura batizou seu cachorro em homenagem ao grande pianista e compositor de jazz americano. A música é uma paixão séria; quando a Osteria Francescana reabriu em junho após a quarentena, o novo menu foi inspirado nos Beatles.



**O que você usa com mais frequência no seu guarda-roupa?**

Suéteres Gucci em azul e preto, com minhas iniciais, e uma abelha bordada na manga esquerda.

**Qual seu item de coleção mais recente?**

Um Maserati Mistral 1965 preto.

**Como você mantém a calma?**

Dirigindo meu carro pelas colinas de Emilian, ouvindo música no aparelho de som ou brincando com meu cachorro, Thelonious Monk<sup>2</sup>. Essas são as coisas que me afastam do cotidiano.

**O que se arrepende de não ter comprado?**

Um disco de Robert Johnson.<sup>3</sup>

**Qual é o seu coquetel favorito e como você o prepara?**

O gim tônica. Primeiro, muito gelo. Em segundo lugar, gim de boa qualidade. Em seguida, torções duplas de casca de limão sobre o gelo e uma excelente água tônica com um toque de casca de limão.

**O que você mais deseja no final do dia?**

Um lanche da meia-noite antes de ir para a cama. Pode ser um pedaço de queijo Parmigiano-Reggiano ou um gelato com cerejas Amarena por cima.

**Qual é o prato mais impressionante que você já preparou?**



Espaguete com molho de tomate fresco, usando quatro tomates diferentes.

**Onde compra ingredientes?**

De agricultores locais, fabricantes de queijo, artesãos e pescadores. Tenho um relacionamento forte e duradouro com todos eles. Crescemos junto com o meu restaurante, e são eles que nos permitem transmitir emoções aos nossos clientes através dos ingredientes que nos entregam todos os dias.

**Se você pudesse aprender uma nova habilidade, qual seria?**

Tocar guitarra.

**O que é sucesso para você?**

Sucesso é ter uma equipe incrível, uma grande família e ter a sorte de continuar fazendo o que amo todos os dias. Eu acordo de manhã, ouço alguns blues e deixo as palavras me levarem em uma jornada da minha alma. Eu trabalho o dia todo e vou para casa com um sorriso no rosto.

**Sites favoritos?**

Os jornais me mantêm atualizado onde quer que eu esteja. Leio The New York Times, The Wall Street Journal e Il Sole 24 Ore.

**Dirigir ou ser dirigido?**

Dirigir, dirigir, dirigir.



3 Johnson era um artista de blues americano que morreu em 1938, aos 27 anos. Suas habilidades de canto, composição e guitarra influenciariam desde os Rolling Stones a Eric Clapton e Led Zeppelin.

ACIMA: Bottura com sua Maserati Indy 4900, sua Ducati Diavel 1260 S e Francesco Clemente's The Skull; uma fatia de Parmigiano Reggiano; a vista da cozinha da Casa Maria Luigia.

**Quando foi a última vez que você conseguiu se desconectar completamente?**

Eu desligo todas as segundas-feiras na Emilian na Casa Maria Luigia. Fica a apenas 15 minutos de carro da Osteria Francescana, mas longe o suficiente, com campos agrícolas, vinhas, uma piscina e um grande gramado verde onde posso relaxar, desfrutar do silêncio e me reconectar com a natureza.

**E quem você mais admira e por quê?**

Pessoas criativas que correm riscos para trazer luz aos cantos escuros do mundo. Aqueles que levam justiça, orgulho e dignidade aos necessitados.

**Pelo que vale a pena pagar?**

Uma obra-prima – música, arte, carros, relógios, imóveis – algo único. Se você comprar, é seu.

**Você ainda escreve cartas?**

Não cartas, mas notas escritas à mão em meu caderno, sim.

**Última da Netflix?**

O documentário da ESPN Michael Jordan, The Last Dance.

**Bowie ou Dylan?**

Dylan. Um amigo meu organizou um show de Bob Dylan no verão de 2000. Fui convidado a ir aos bastidores para encontrar Bob, mas era muito tímido.

VALENTINA SOMMARIATHE

# Robb à mesa

por CELIA POMPÉIA



O delicioso bolo de brigadeiro



## Doce lar

*Os segredos e doçuras da Casaria SP, nova boulangerie, escola e restaurante paulistano que tem à frente o chef Diego Lozano*

**Q**uantas vezes voltaríamos ao mesmo lugar para comer o mesmo prato? Ou quantas vezes voltaríamos para experimentar pratos diferentes? Imagine um ambiente onde você tem a sensação de que tudo é único, e que pode ser cada vez melhor? Começando pelo nome: Confeitaria? Casa? Padaria? Não. CASARIA.

Algo especial em tudo, um lindo casarão, com espaços aconchegantes e diferenciados, que durante o dia incorpora uma atmosfera que provoca diversas inspirações. Assim é esse elegante multiespaço recém-inaugurado no coração dos Jardins, em São Paulo.

Que tal ler as notícias matinais saboreando um croissant fresquinho, que acabou de sair do forno, acompanhado de uma manteiga especial, antes de ir para o trabalho? Ou passar ótimos momentos em um café da manhã com a família durante o fim de semana, com aquele sentimento de que esta primeira refeição já seja o bom presságio das próximas horas?

Mas não para por aí. Pratos rápidos e leves, saladas ou, se preferir, um maravilhoso nhoque trufado. E para não dar aquela “molezinha” porque o dia é longo,

escolha a área aberta e fique admirando o movimento da Haddock Lobo.

Mas, se preferir, há áreas mais reservadas. Claro que pode ir só, mas se tiver companhia, compartilhe os pratos, que são delicados e na medida certa e ainda assim podem ser compartilhados, porque o sabor daquela burrata com tomatinhos queimados e torradas de pão de azeitonas é arrasador demais para dar chance ao egoísmo de comer sozinho.

O Casaria veio para exacerbar o lado bom das coisas. Mesmo aquele que não é admirador de açúcar ou quer manter sua dieta, não resiste. A começar pelas cores, texturas e delicadeza das formas. Desfilam, como em uma passarela da melhor gastronomia, a tortinha de maçã com crumble ou o *Irrestível* (sim, este é o nome desta maravilha) com ganache de chocolate amargo, sem esquecer ainda do premiado internacionalmente Belém, criado com produtos bem brasileiros, como a castanha-do-pará, cupuaçu e cumaru.

Quero voltar para apreciar, quando a pandemia passar, um champanhe com uma generosa fatia de cheesecake em um final de tarde. Afinal, quem disse que em São Paulo não se pode fazer isso em um dia

ACIMA  
O chef Diego Lozano, croissant de salmão com guacamole, nhoque com fonduta de parmesão e trufa e o simpático ambiente externo

de semana? Basta querer e, com certeza, você vai se inspirar a voltar mais vezes.

Diego Lozano é um empreendedor, confeitiro, considerado o melhor chef chocolatier do Brasil e com experiência e vivência em vários países. Além de assinar esse delicioso menu, repassa também seus conhecimentos para os alunos na escola de confeitaria que funciona no mesmo espaço.

Na padaria, que fica no térreo, é possível comprar pães variados, como pão de milho, baguetes ou levíssimos croissants. Surpresas neste lugar não faltam, como a sala para pequenos encontros que, se você der sorte, poderá encontrar uma talentosa pianista. Ela faz com que cada nota seja acompanhada pelo sabor criado por Lozano, tornando o espaço ainda mais aconchegante.

Eu tenho certeza que em sua visita você pedirá bis. Mas será da música ou de toda essa magia criada por Diego Lozano.

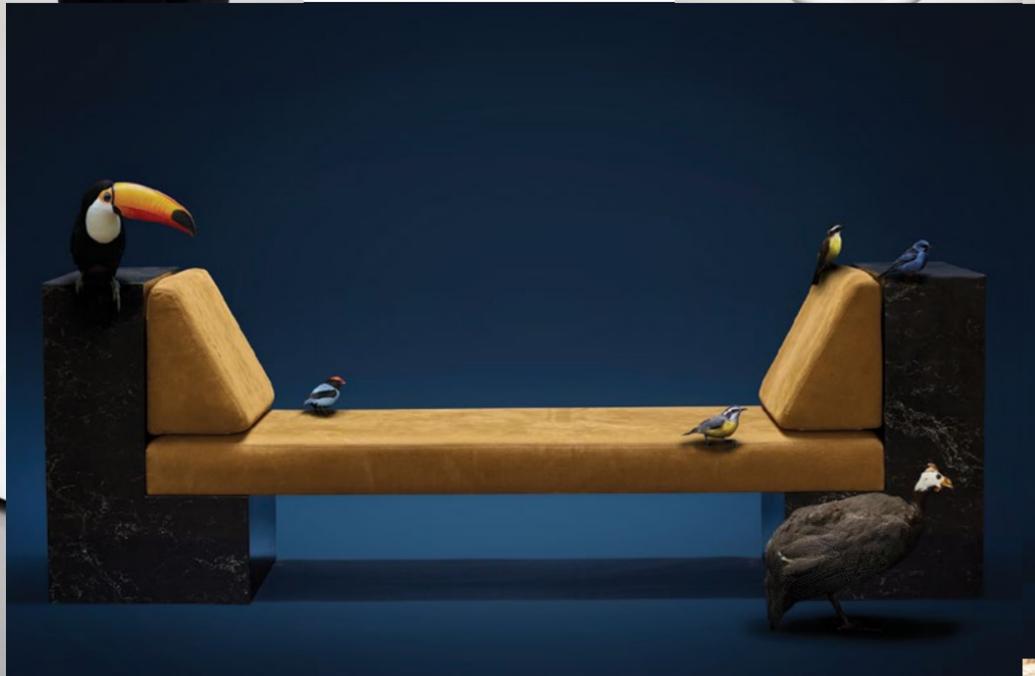
Confira!

**Casaria SP:** Alameda Franca, 1.243, Jardim Paulista, São Paulo-SP. @casariasp e @chefdiegolozano

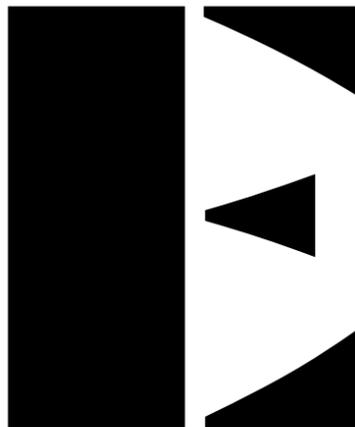


# O mundo é Sua casa

*Em tempos de pandemia, em que o planeta se volta para dentro, designers contemporâneos mostram como a tradição modernista do Brasil prospera nas mãos de uma nova geração de talentos criativos*



EM SENTIDO HORÁRIO,  
DO ALTO À ESQUERDA:  
Peças de Jacqueline  
Terpins, MoBu Atelier,  
Lattoog, Noemi Saga,  
Terpins, Saga, Lattoog,  
Zanini de Zanine;  
outra de Zanine, Saga,  
Lattoog e Terpins.



Era 2002 quando os irmãos Humberto e Fernando Campana tiveram a ideia de costurar bichos de pelúcia comprados de um camelô em uma cadeira com pernas de aço inoxidável. Algo alegre e levemente surreal, que gerou inúmeras edições e se tornou um dos objetos mais reconhecidos do design contemporâneo, com fãs que vão de Kylie Jenner ao artista KAWS. Mais do que lançar o Estúdio Campana à fama, essa audácia inovadora abriu caminho para uma nova geração de designers brasileiros, dando-lhes um destaque global que o país não tinha desde Joaquim Tenreiro e Lina Bo Bardi, de quem herdaram a afinidade com o modernismo e a devoção aos materiais. Cartão de visita da velha guarda, o jacarandá escuro é um exemplo de origem local, mas extraído quase à extinção, tem sua exportação altamente restrita, até porque o desmatamento da Amazônia atingiu sua máxima potência nos últimos 12 anos. “A situação é péssima”, diz Virgílio Viana, diretor-geral da Fundação Amazonas para a Sustentabilidade e um dos maiores especialistas em preservação ambiental do país. “Estamos chegando muito perto de um ponto de inflexão sem volta, além do qual a floresta pode desmoronar.” Mas os brasileiros do século 21 aqui apresentados respondem a essa crise experimentando de tudo, desde vidro e corda até madeira recuperada. Em vez de um material de assinatura, eles vivem em constante invenção. Assim, em um país onde nasceu o mestre Sergio Rodrigues e criadores independentes ainda conduzem as conversas sobre design, essa abordagem produz alguns dos móveis mais idiossincráticos e atraentes do mundo.



FOTOS TOMAS ARTHUZZI; MARCOS CIMARDI; GABRIELA NAMIE; CARLOS PIRATININGAG26.



## NOEMI SAGA

Noemi Saga descreve sua infância como um universo de mundos paralelos. “Eu nasci no Paraná, no sul do Brasil. Mas meu avô era um cavaleiro da Guarda Imperial no Japão, que tocava shamisen, instrumento de três cordas cujo som transmite muita emoção, enquanto minha avó dançava em um vestido tradicional japonês. Lembro-me dele tocando e as lágrimas escorrendo, talvez se lembrando de sua vida no Japão”, conta. Ela credits essas e outras diversas experiências distintas - por exemplo, ir a escolas brasileiras onde o catolicismo era regra enquanto praticava o budismo com sua família em casa - como as faíscas que iluminaram sua imaginação e a inspiraram a criar. Após anos trabalhando para uma marca, ela decidiu abrir um ateliê em 2013. A ideia era simples: criar peças multifuncionais que se adaptassem a diversos estilos de vida. Como a lâmpada Eremita, uma pequena luz que pode ser colocada em sua mesa ou mesinha de cabeceira, pendurar em um gancho na parede ou carregar como um velho lampião a óleo. Ou o cabide da Girafa, para ser utilizado como uma pequena escada ou simplesmente para pendurar seu casaco. Fora outras peças que derivam de materiais incomuns como a luminária Nuno, projetada por Fernando Ikeda, arquiteto da Saga, que passou anos estudando yakisugi - técnica japonesa de queima e preser-

A obra multifuncional de Noemi Saga utiliza uma variedade de matérias-primas brasileiras.

NO SENTIDO HORÁRIO, DE CIMA À ESQUERDA: O sofá Ini, Saga, o abajur Nuno 2, o tapete Moon, a mesa de jantar Tepacé e a cadeira Madeleine.



vação da madeira - para adaptá-la ao pinho, que vem do sul do Brasil, e não da Amazônia, proveniente de terras administradas de forma responsável. Aqueles familiarizados com o yakisugi irão reconhecê-lo imediatamente, enquanto outros podem simplesmente se encantar com as rachaduras e sulcos da madeira enegrecida. “Sou entusiasta da multiplicidade que existe em meu país”, diz Saga, referindo-se aos recursos disponíveis. “Há uma grande variedade que naturalmente inspira e resulta em produtos muito novos, mas carregados de identidade. Temos as fibras das palmeiras, rochas ornamentais da Bahia, Espírito Santo e Ceará e a pedra-sabão de Minas Gerais”. Empenhada em “respeitar a matéria-prima”, a designer observa que não existem duas peças idênticas. “Porque elas se manifestam de maneiras diferentes. E tais ‘imperfeições’ são bem-vindas”, finaliza.

## JACQUELINE TERPINS

Antes mesmo de saber sobre vidro soprado, Jacqueline Terpins queria ser artista. Enquanto estudava comunicação visual na faculdade, fez um curso independente com Ivan Serpa, pintor brasileiro conhecido por suas obras de abstração geométrica, e que a apresentou à essa técnica conhecida como Glassblowing por meio de um curta-metragem feito por ele sobre vidreiros na Polônia. “Fiquei muito comovida”, diz ela. “É um meio absolutamente orgânico, que se move com altas temperaturas. Parecia lava de um vulcão.” A partir daí começou a investigar como aprender, mas não foi fácil. Não havia escolas profissionalizantes no Brasil que ensinassem esse tipo de artesanato e o único lugar que poderia conseguir era em uma indústria de vidro onde, nos anos 70, mulheres não eram bem-vindas na área de produção, relegadas ao polimento e gravação. Terpins, então, propôs um acordo: em troca de um treinamento informal, ela deu aos trabalhadores da fábrica camisetas autografadas do Corinthians, clube ao qual seu marido era ligado. Mais tarde, estudou o ofício profissionalmente nos Esta-

Jacqueline Terpins (abaixo) depende do calor para dar formas inesperadas aos materiais.

À ESQUERDA: a mesa lateral Besame Mucho; Conjunto de vasos Tuiuí I e II.

dos Unidos, e desde então, o glassblowing domina seus projetos. Hoje, Terpins é reconhecida por seus objetos de vidro, em especial, por uma técnica que cria pequenas e grandes “bolhas” dentro de copos, dando a cada peça a aparência de gelo sólido. É uma espécie de paradoxo material: para dar esse “ar congelado”, o vidro deve ser aquecido a mais de 1.370 graus Celsius. Mas vidro não é a única coisa que derrete e molda o talento de Terpins. Ela também trabalha com aquecimento de metal e Corian, material de engenharia de bancadas, para torná-las maleáveis. Um de seus mais famosos objetos de parede, por exemplo, é justamente um painel de metal que evita a aparência rígida do material a favor de uma forma mais fluida. Chamado de Epicentro, mostra seu eixo central como o respingo de uma gota d’água ao cair em um lago, efeito obtido ao aquecer o metal e, em seguida, moldá-lo cuidadosamente como uma escultura. “Admiro materiais que têm essa qualidade de se transformar”.



## LATTOOG

Para Lattoog, design é pura e simples matemática. Uma cadeira Panton, de Verner Panton, mais uma cadeira Willow, de Charles Rennie Mackintosh, por exemplo, resulta na cadeira Pantosh, peça que funde a silhueta curva da primeira com as linhas retas e rígidas da segunda. O assento torcido de madeira é da série Fusions, de Lattoog, híbridos que combinam duas obras-primas distintas - tanto no nome quanto no design - para criar novos diálogos. Já a poltrona Temes combina a La Chaise, de Charles e Ray Eames, com a Curva, de Joaquim Tenreiro; e Netoia mescla peças de Harry Bertóia e George Nelson. “Não queremos apenas móveis confortáveis ou bonitos. Queremos desenhar peças que tenham uma história por trás, uma certa narrativa”, diz Leonardo Lattavo, cofundador e diretor da Lattoog, cuja denominação também vem da mistura dos nomes de seus fundadores: o arquiteto Lattavo e o designer Pedro Moog. Amigos de muitos anos, os dois construíam móveis para se divertir antes de decidirem abrir um negócio em 2004. Embora agora operem em uma escala muito maior, a ideia de fazer design em seus próprios termos e para seu prazer permanece uma parte importante de sua prática. “Quando começamos, pensávamos em nos especializar em algum tipo de material. Mas no Brasil, é muito comum que designers se especializem em marcenaria, por exemplo. E a gente não queria isso”, conta Lattavo, que em suas criações com Mogg, têm desde um sofá estofado em forma de nó até uma série de mesas laterais de vidro geométricas. Eles reconhecem, porém, que muitos colecionadores ainda ligam o design brasileiro ao jacarandá e matérias-primas do gênero. Quando começaram a expor no exterior, lembra Lattavo, “percebemos que as peças que possuem mais madeira e mais fibras naturais têm melhor desempenho. O mundo olha para o Brasil e o relaciona com a natureza”. Os designers responderam com peças como a cadeira tátil Vidigal, com uma parte traseira que lembra um telhado de palha e coberta por junco de fibra natural - planta aquática indígena considerada erva daninha em alguns locais - tecida à mão. Peça que não sacrifica nem um pingo de estilo e, por isso, ganhou o prêmio de sustentabilidade do Planeta Casa, em São Paulo.

FOTOS: TOMÁS ARTHUZZI, MARCOS CIMARDI, GABRIELA NAMIE, CARLOS PRATININGAGZG.



A obra de Lattoog frequentemente joga com clássicos modernos.

DA PARTE SUPERIOR À ESQUERDA: Fundadores Leonardo Lattavo (à esquerda) e Pedro Moog; a versão externa da poltrona Drop; e a poltrona Flow com mesa lateral suspensa.



## MOBU ATELIER

Com grandes ideias - e algumas duvidosas também - as origens do MoBu Atelier começaram em um jogo de pôquer semanal. No mesmo grupo, os fundadores Gabriel Bueno e Gustavo Moreau se viam todas as terças-feiras à noite, e uma coisa levou à outra. Bueno, que acabara de concluir um mestrado de design de interiores no Royal College of Art de Londres, se ofereceu para construir um estúdio de marcenaria para o ex-chef Moreau. Por um tempo, os dois - e, na época, mais um terceiro sócio Fabio Bueno Santos - dividiram o trabalho, no início, bem lento. "Nós tínhamos clientes, mas vendíamos uma mesa para um cara, e dois banquinhos para outra pessoa. Não estávamos fazendo nada diferente", diz Bueno. Voltaram para a prancheta. Em vez de seguir o que outros designers estavam fazendo, decidiram se basear em suas próprias experiências - em particular, a formação de Moreau em gastronomia. "Decidimos fundir culinária e design. Pensamos em uma daquelas mesas italianas em que você serve polenta com salsicha, todos dividem e comem sem prato", conta Bueno.

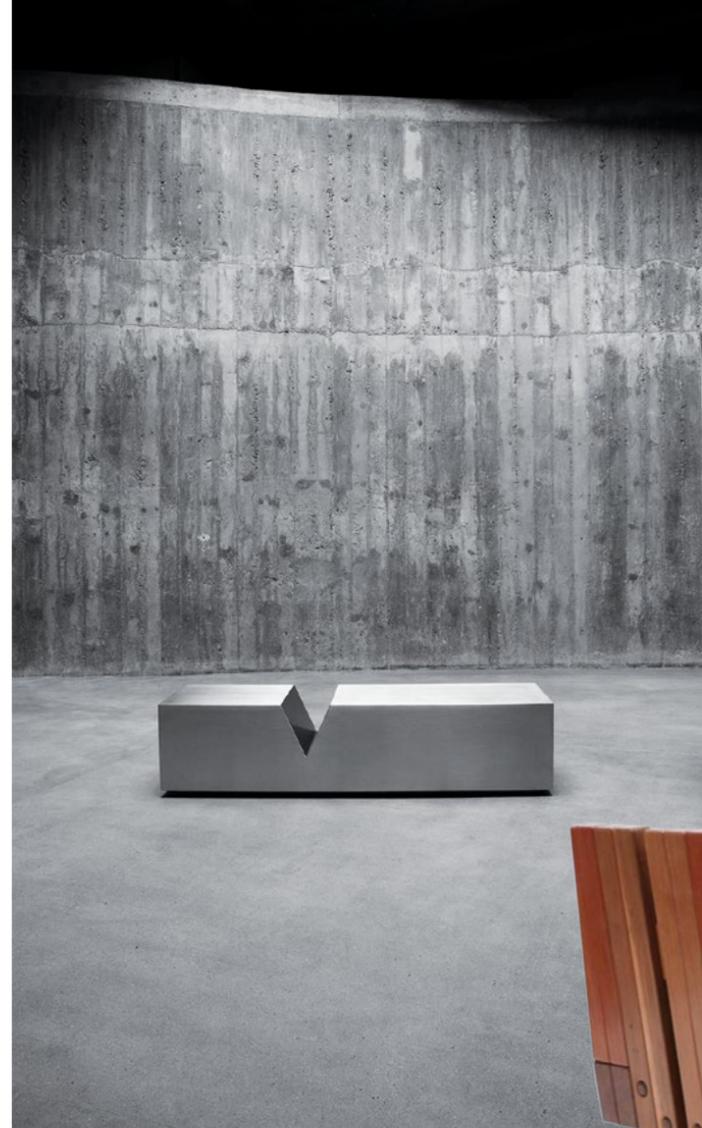


O Atelier MoBu trabalha principalmente com madeira para criar peças conceituais e práticas.

**NO SENTIDO HORÁRIO:**  
A garrafa de envelhecimento e = mc³; a Mesa +; os fundadores Gabriel Bueno (à esquerda) e Gustavo Moreau; o banco Marítimo.



Assim nasceu a Mesa +, peça com um pequeno círculo côncavo no meio, projetado para conter uma poça de azeite para molhar o pão. A ideia era eliminar o barulho de pratos e talheres, criando maior intimidade entre as pessoas que compartilham a comida, e após servir, poder espalhar o óleo na própria mesa, ajudando a manter a qualidade da madeira. Os sócios a consideraram mais uma peça conceitual ou de conversa do que puramente comercial, o que ajudou a focar e entender a proposta do ateliê. Logo depois veio o banco Marítimo, inspirado em uma pequena jangada, unido inteiramente por cordas - sem cola ou parafusos - usando uma técnica de tecelagem dinamarquesa. Outra peça em que Bueno e Moreau colocam uma forte ênfase em materiais de origem ética com o objetivo de criar um objeto "que extraísse sua tensão de si mesmo". E assim eles continuamente ajustam e aperfeiçoam seu trabalho. Tanto que a versão vendida atualmente é a quinta iteração, e não deve ser a última. "O desenvolvimento de uma peça vive eternamente".



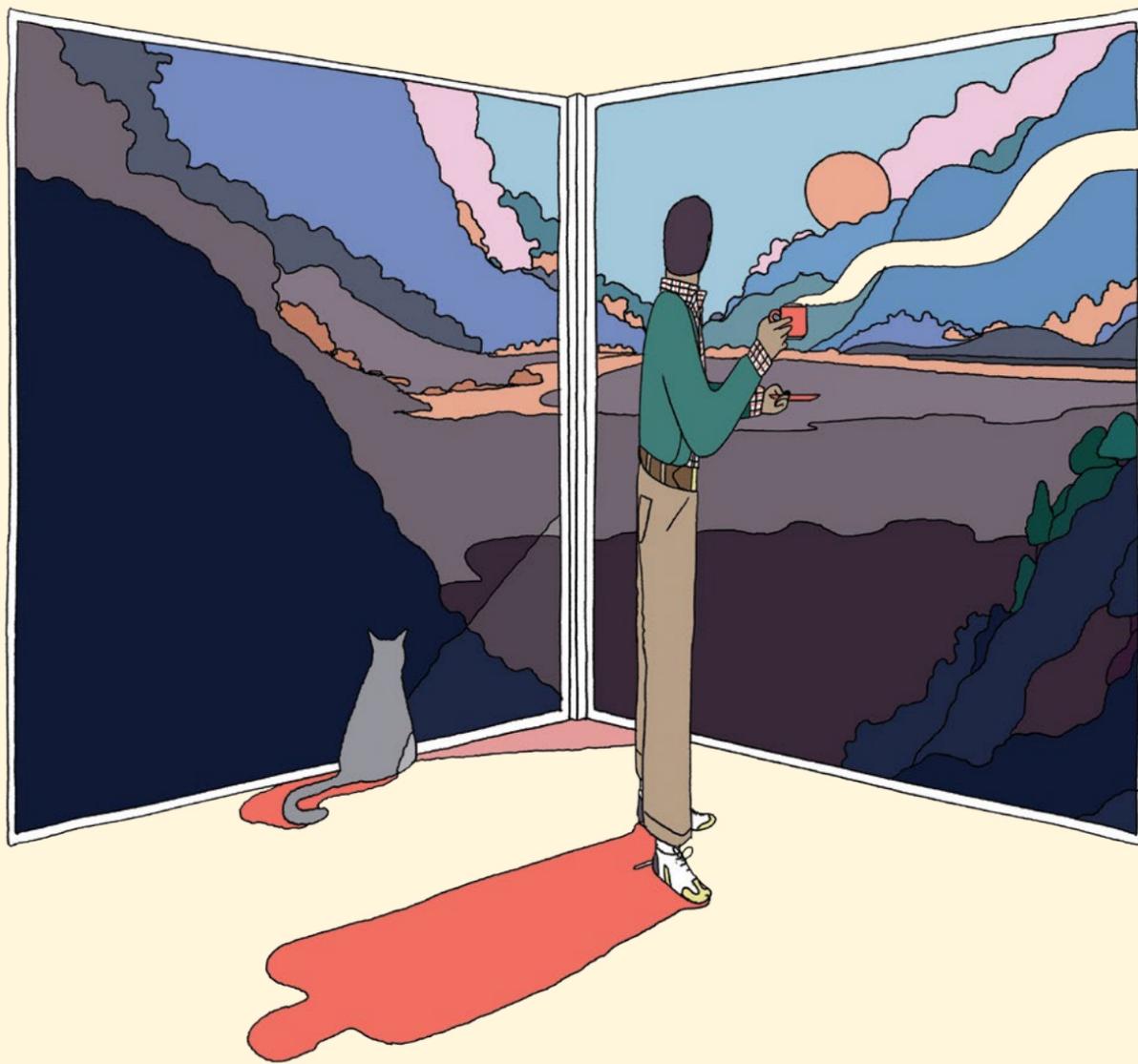
## ZANINI DE ZANINE

Alguns artistas contemporâneos tentam se desviar da rica história do design do Brasil. Mas para outros, esse legado é impossível de ignorar. É o caso de Zanini de Zanine. Filho de José Zanine Caldas, um dos mais reverenciados designers brasileiros, ele dá continuidade à tradição familiar como um dos talentos mais elogiados do país, tendo recebido o prêmio de Designer do Ano na Maison & Objet Americas em 2015. Ao contrário de muitos de seus colegas, Zanine Caldas sempre investiu muito na questão ambiental. Até apelidou algumas de suas peças de "móvel de protesto", alegando serem uma forma de queixa silenciosa contra a destruição da floresta tropical. E transmitiu a seu filho esse princípio de usar apenas madeira recuperada. "Desde muito jovem aprendi com meu pai que o respeito com a madeira é a parte mais importante de um projeto", afirma o designer. "Esse fator está sempre presente, de uma forma ou de outra, em tudo que produzimos", diz Zanine, que opera duas práticas distintas de design. A primeira é seu ateliê, que cria peças de edição limitada e parecem uma evolução direta da obra de seu pai. Algumas até usam madeira recuperada do antigo estúdio de

O mobiliário de Zanini de Zanine celebra o passado e inova.

**NO SENTIDO HORÁRIO:** O Banco V, Zanine e um par de cadeiras Vão.

Zanine Caldas, e outras são feitas de madeira de origem local, a maioria recuperada de antigas fazendas e casas demolidas. Graças ao seu DNA modernista, elas têm um incrível desempenho internacional em leilões em Nova York, Chicago e outros lugares. Tanto que a galeria de design R & Company planeja uma mostra individual de suas obras em Manhattan. No extremo oposto, está o Studio Zanini, em que o designer e sua equipe fazem objetos de mobiliário para grandes marcas, criando conceitos de design produzidos em série em fábricas no exterior. Sua lâmpada Flora, por exemplo, se inspira em Monstera Deliciosa (Costela-de-Adão), uma planta tropical nativa da América Central, com uma esfera de dezenas de "pétalas" de metal, produzido pela Slamp. Para ele, a construção europeia da Flora não ofusca sua origem brasileira. "O ponto mais importante, e que também aprendi com meu pai, foi dar importância à cultura do nosso país para que tudo seja criado com uma relação direta com as nossas raízes".



# Viagens ao redor do meu quarto

Reflexões sobre os impactos da pandemia, e a valorização da casa e do design, apontam para as invenções e impulsos criativos das solidões acompanhadas em um mundo que se volta para dentro

por JORGE FORBES em depoimento a Gisele Vitória



A horizontalização da sociedade nos últimos 40 anos, decorrente da revolução digital, fez crescer a figura do consumidor. É a preocupação que Zygmunt Bauman trabalha em sua obra, especialmente no livro *O mal estar na pós-modernidade*. Houve uma passagem do homem da tradição – que se referendava pelo seu passado e pelas suas raízes – para o homem da compra e do consumo. A onda consumista gerou e fabricou toda uma geração de pessoas emborçadas para tudo o que o mundo pudesse lhes oferecer para o seu apetite desregrado. De repente, surge uma pandemia que faz com que as pessoas passem mais tempo nas suas casas, com as suas famílias e tenham dificuldades de prosseguir no consumismo desvairado.

A experiência do estar em casa e do estar entre si, como dizem os portugueses, é penosa para um povo como o brasileiro, voltado para o espaço aberto, para o sol, para o amigo íntimo feito nos últimos dois minutos, para a amizade fácil, enfim, para aquilo que Sérgio Buarque de Hollanda chamou de homem cordial, o que não quer dizer homem bonzinho. De repente, essa pessoa voltada para fora se depara consigo mesma e com os seus. Para refletir nesse momento, vale a frase do filósofo Friedrich Nietzsche, que dizia: “O vosso mau amor de vós mesmos vos faz do isolamento um cativo”. Nietzsche, que pelo que me consta não conheceu o Brasil, parece que anteviu a dificuldade que teríamos ao nos vermos impossibilitados de nos distrair de nós. Ou o que ouvimos na frase tão habitual: “Vou sair para me distrair um pouquinho”. É aquela esparecida que o brasileiro toma como se fosse natural, esquecendo que sair pode ser também para se chatear muito, não necessariamente se distrair.

Nos acostumamos a pensar que a viagem, o estar fora, o sair é sempre bom. E ficar em casa é castigo. Ou é chato. Essa pandemia obrigou as pessoas a suportarem mais os outros, e especialmente a si próprias. E se o efeito foi ruim para aqueles que tiveram péssimas surpresas consigo e com os seus – haja vista o aumento da depressão –, houve também o oposto. Passada a barreira fantasiosa de que o bom é estar fora, muitos descobriram, como propôs em

título o autor francês Xavier de Maistre, que é possível fazer uma *Viagem ao mundo em torno do meu quarto* (no clássico de 1794, em vez de sermos apresentados a cidades ou paisagens, nos deparamos com descrições dos móveis que cercam o autor, em isolamento. Maistre dá uma dimensão metafísica aos objetos mais triviais. Celebra sua poltrona, o espelho e discorre sobre os benefícios de uma boa cama).

As pessoas que descobrem a riqueza da criatividade humana em si mesmas e nos seus próximos são tomadas por uma especial felicidade, que passa pela independência do consumo a que se viam condenadas. Começam a descobrir prazeres até então desconhecidos, senão desvalorizados. Não era engraçado chegar a uma reunião social e responder à pergunta “O que você fez no final de semana? Fiquei em casa.” Puxa que chato, o outro responderia. Essa pessoa agora pode ter orgulho de dizer “fiquei em casa”. Houve uma mudança do “oba, fui” para o “oba, não fui”. Houve quem começasse a descobrir que as pessoas que lhes são queridas não são por acaso.

Isso faz com que tenhamos dois caminhos hoje, depois do período de desconstrução dos valores anteriores. Temos um caminho que leva ao consumismo, que é também o caminho da psicologia positiva, do valor standard, que é o percurso triste do “bom para todos”, diminuidor do mais importante que o ser humano tem: a criatividade. E você tem um outro caminho, o da singularidade, que uma descoberta dos valores de estar num mundo incompleto, que não é nem o mundo da tradição nem o mundo do consumo. Estamos indo além de Bauman. Faltou a Bauman o conceito de incompletude, do meu ponto de vista.

Estamos diante de um mundo em que a pessoa começa a associar o prazer com a sua invenção singular. A vida não é mais jogo de aparência para o outro, mas é enlaçamento afetivo com o que se faz sentido. A esse aspecto, evidentemente, se associa a questão do design, tão importante para o brasileiro. Não é por acaso que temos uma relevante escola de arquitetura e conhecemos nominalmente nossos grandes arquitetos e designers. É por saber que uma abelha faz sempre a mesma casa perfeita e hexagonal mas, em milhares de anos de existência da espécie, nunca surgiu a abelha Niemeyer para dar uma sensualidade e uma afetividade própria à moradia. No momento no qual o consumo diminui por forças externas e por medo, se alevanta, como diz Camões, um novo valor, que é o prazer derivado não do comprado, mas do inventado. Esse inventado pede que até o cimento, como mostrou Niemeyer, tenha que ser trabalhado nas curvas do corpo de uma mulher.

**Jorge Forbes** é psicanalista e médico psiquiatra, fundador do Instituto de Psicanálise Lacaniana (Ipla), idealizador do programa *TerraDois*, da TV Cultura, e autor de livros como *Inconsciente e responsabilidade*, que ganhou o Prêmio Jabuti em 2013.

# PODER & GLÓRIA

*Elegância e sofisticação X velocidade e poder: qual você escolhe? Em um ano bastante incomum, nosso ranking anual se mostrou mais desafiador e surpreendentemente competitivo*

**D**esde 2003, Robb Report convida seus leitores a eleger o Carro do Ano. E toda vez a pergunta é a mesma: como comparar um sexy superesportivo com um sedã ultraluxuoso? A resposta também: não tem como. O fato é que um automóvel não pode simplesmente ser ou fazer tudo. E nossos jurados – como a maioria dos leitores de Robb Report – têm garagens preenchidas com opções de duas, quatro e cinco portas para serem utilizados em momentos completamente diferentes. Os exemplares deste ano, vindos de Alemanha, Itália, Japão e Reino Unido, renderam algumas observações criteriosas, bem como um considerável debate sobre os méritos relacionados ao desempenho e ao luxo desenfreado. Assim, pela primeira vez, um sedã ícone de luxo, o Rolls-Royce's Ghost, foi o vencedor geral da competição. Ele também impressionou os motoristas por demonstrar que o luxo e o prazer de dirigir são características mutuamente exclusivas. Já o Huracán Evo RWD Spyder, da Lamborghini, é o carro esporte favorito, prova viva de que o touro dourado de Modena continua a empolgar. Por isso, após quase duas décadas, Robb Report decidiu conferir dois prêmios em 2021: Carro Esportivo do Ano e Carro de Luxo do Ano. Ainda assim, é um eufemismo dizer que os modelos deste ano tornaram a decisão mais difícil. Não apenas por causa da proximidade entre os cavalos Maranello e os touros Sant'Agata Bolognese; ou as vitórias aladas de Goodwood e B voando de Crewe. Mas, sim, porque, no ano da Covid-19, as palavras “E se?” tomaram enormes proporções. No caso do Carro do Ano, a presença do brilhante 911 Turbo S da Porsche poderia ter virado o jogo em favor da equipe alemã e tirado o tapete vermelho do campeão italiano. Até mesmo seu Taycan Turbo elétrico, alinhado em um estágio para competir, poderia ter surpreendido algumas pessoas. Ou, em vez do elegante e bonito Roma da Ferrari, e se o F8 Spider aparecesse na festa? E se? A verdadeira lição para os editores de Robb Report (que não votam) é que todos os automóveis deste ranking têm muito a representá-los. Em uma época em que a mentalidade de troféus é frequentemente ridicularizada, podemos genuinamente considerar cada uma de nossas opções como um real vencedor.

## 11 Mercedes-AMG E 63 S Wagon

A perua da Mercedes pode facilmente superar muitos carros esportivos. Embora esse segredo muito bem guardado na Europa seja quase desconhecido nos Estados Unidos, esse automóvel pode ser a combinação definitiva de sedã e SUV de alto desempenho. Conhecido como o unicórnio da Mercedes AMG, já era familiar para alguns jurados, mas a maioria estava perplexa com sua impressionante potência e fácil manuseio. Entre ressaltar o poder absoluto e a surpreendente aderência, eles chamaram a atenção para a natureza dupla da besta: “O GL e o Roadster da Mercedes deram à luz a carroça mais legal da estrada”. No típico estilo Mercedes-Benz, o interior traz bastante

prateado, mas, neste caso, combina-o com 1.812 litros de espaço de carga. Mesmo alguns jurados achando o painel “colorido demais”, concordaram sobre a cabine ser “espetacular”, em especial o sistema de infoentretenimento expansivo, com todas as informações e gráficos em exibição.

**MOTOR:** 5,0 litros, V-8 naturalmente aspirado  
**POTÊNCIA:** 471 cv 0-60 MPH: 4,6 s  
**VELOCIDADE MÁXIMA:** 270 km/h  
**PREÇO BASE:** US\$ 101.000  
**CARRO UTILIZADO PELA ROBB REPORT:** US\$ 113.320





## 10 Lexus LC 500 Convertible

O conversível LC 500 deixa o sol entrar de uma forma tão elegante quanto o mais estiloso cupê da Lexus. Mesmo com um preço batendo os seis dígitos e torque prático, o automóvel enfrenta concorrentes difíceis, alguns muito mais poderosos. Ainda assim, o ajuste e o acabamento da Lexus continuam a definir padrões excepcionais contra os quais até os carros mais caros são avaliados. Por aqui, os jurados ressaltam o conforto dizendo que o Lexus "é como um Rolls-Royce dos carros esportivos". A atenção cuidadosa da montadora com o gerenciamento de fluxo de ar, de cima para baixo, também mereceu uma menção especial pela "cabine silenciosa para um conversível." O "design elegante e esportivo" também virou destaque entre os jurados que o descreveram como "confortável

na estrada, e com um interior simples, limpo e elegante". Alguns elogiaram seu belo design de interior e modernidade. "Este carro tem um ótimo display heads-up e tudo é intuitivo e eficiente". Mesmo que, em comparação aos outros, o LC 500 Conversível sofra com um déficit de potência - "lento para acelerar" - os jurados consideram uma descoberta bem-vinda: "um conversível que funciona no mundo real".

**MOTOR:** 5.0 litros, V8, naturalmente aspirado  
**POTÊNCIA:** 471 hp  
**VELOCIDADE MÁXIMA:** 270 km/h  
**PREÇO BASE:** US\$ 101.000  
**CARRO UTILIZADO**  
**PELA ROBB REPORT:** US\$ 113.320

## 9 McLaren GT

A montadora britânica que leva o nome do grande piloto neozelandês Bruce McLaren sempre é uma das favoritas a participar do nosso concurso e este ano está presente com o GT, considerado o primeiro grand tourer de uma marca conhecida por supercarros compactos de desempenho e agilidade alucinantes. Ele quebra esse molde com um interior ampliado e muito espaço para bagagem. Entre os jurados, os comentários davam conta de o carro "fazer se sentir jovem e no controle da vida". Outros elogios como "dirige como um sonho envolto em um arco perfeito", "o exterior é lindo" e "adoro o porta-malas" ganharam força. Mas embora a

aparência do GT seja cativante, alguns jurados não apreciaram os freios de carbono-cerâmica, inspirados no automobilismo, considerando-os "difíceis de acionar". De qualquer forma, o GT aparece em nosso ranking por sua potência de furacão.

**MOTOR:** 4,0 litros, twin turbocharged V-8  
**POTÊNCIA:** 612 cv 0-60 MPH: 3,1 seg.  
**VELOCIDADE MÁXIMA:** 326 km/h  
**PREÇO BASE:** US\$ 210.000  
**CARRO UTILIZADO**  
**PELA ROBB REPORT:** US\$ 281.185





## 8 Audi RS 7 Sportback

Em sua segunda geração, o modelo de cinco portas da Audi mostra aos rivais alemães da BMW, Mercedes-AMG e Porsche como combinar desempenho e versatilidade. Um dos jurados o chama de "uma verdadeira besta que dá aos carros AMG e [BMW] classe M uma real corrida, vencendo-os em muitos aspectos". Com tração e direção nas quatro rodas, e suspensão de ar ajustável, o RS 7 é tão rápido quanto acelera, e os freios de cerâmica de carbono, opcionais, com rodas de 22 polegadas, adicionam charme e força de frenagem. Prático e sofisticado, ele traz um pacote cheio de desempenho a um preço razoável. O embaixador da Cohiba Cigars, Sean Williams, com mais de 1,80m de altura, fez questão de ressaltar a sensação de espaço: "Um veículo de desempenho de luxo que um cara grande pode realmente apreciar!" Por dentro, o layout e os materiais bem fundamentados da Audi são discretos e de bom gosto, e as duas telas sensíveis ao toque mantêm todos entretidos

e informados. A tecnologia e os detalhes também fizeram brilhar os olhos dos jurados. "Os acabamentos internos e as telas duplas são totalmente impecáveis, um centro de comando que presta homenagem às linhas limpas e texturas modernas". Com os bancos traseiros na vertical, o Sportback ainda oferece 696 litros de espaço de carga, prova de que praticidade e potência não são companheiras tão estranhas. "Um carro perfeito para uso diário".

**MOTOR:** 4,0 litros, twin turbocharged V-8  
**POTÊNCIA:** 591 cv 0-60 MPH: 3,5 seg  
**VELOCIDADE MÁXIMA:** 249 km/h / 305 km/h com freios de carbono-cerâmico  
**PREÇO BASE:** US\$ 114.000  
**CARRO UTILIZADO PELA ROBB REPORT:** US\$ 125.140

## 7 BMW M8 Gran Coupé

Saindo da garagem de casa ou de um pit stop de pista de corrida, o BMW M8 Gran Coupé é aquele carro que podemos chamar verdadeiramente de "fora de série". Semelhante ao alter ego do Superman, Clark Kent, o Gran Coupé de cinco passageiros esconde surpreendentes potência e habilidade, graças ao seu acabamento e ajuste da divisão M da montadora alemã, responsável pelas grandes proezas do automobilismo da BMW no final do século passado. O mais notável é sua potência de 600 cv, quase a mesma do Lamborghini Huracán Evo RWD Spyder. "Parece tão inocente, mas acelera como uma fera", disse um dos jurados, ressaltando ainda o ronco do motor. "É impressionante. Até desliguei o rádio para ouvir." O modelo quatro portas também deslumbra pela mistura de potência e sofisticação. Não há nada para não gostar, a menos que você não goste de se divertir. Houve, porém, algumas

poucas vozes divergentes, alegando que o veículo tinha "a mesma aparência de uma BMW, sem pensar muito fora da caixa em seu design". A BMW entra em um espaço lotado de competição feroz: "Quem procura o respeito do manobrista em seu restaurante favorito não vai encontrar". Mas talvez seja exatamente esse o seu fascínio - imperceptível para todos, exceto para alguns poucos que conhecem a verdade. Basta perguntar a Lois Lane, a paixão eterna de Superman.

**MOTOR:** 4,4 litros, V-8 com dois turbo compressores  
**POTÊNCIA:** 600 cv 0-60 MPH: 3,1 seg  
**VELOCIDADE MÁXIMA:** 249 mph, limitada / 205 mph, opcional M  
**PREÇO BASE:** US\$ 130.000  
**CARRO UTILIZADO PELA ROBB REPORT:** US\$ 154.295



# 6 Aston Martin Vantage Roadster

Assim como a família real do Reino Unido, a marca britânica Aston Martin sempre mantém as aparências, mesmo quando há caos por trás das portas fechadas. Apesar da instabilidade financeira, a Aston continua a fabricar carros que alimentam o desejo, e seu novo Vantage Roadster não é exceção. Modelo mais acessível da marca em termos de preço, é um conversível que proporciona uma experiência visceral. "Um verdadeiro carro esporte com enorme potência e um ótimo passeio", disse um dos jurados. Descrito como rápido, elegante e sofisticado, foi aplaudido pelo excelente desempenho e

por ser bastante estiloso: "se ajusta como um terno". Também recebeu elogios pela "incrível capacidade de resposta" e seus "harmônicos deliciosos" do motor V-8 com turbo alimentação.

**MOTOR:** 4,0 litros, twinturbocharged V-8

**POTÊNCIA:** 503 cv 0-60 MPH: 3,7 seg

**VELOCIDADE MÁXIMA:** 305 km/h

**PREÇO BASE:** US\$ 147.000

**CARRO UTILIZADO**

**PELA ROBB REPORT:** US\$ 199.186



# 5 Bentley Flying Spur

Sóbrio, elegante e quase sinistro, o Flying Spur não é apenas um novo modelo da Bentley. Na verdade, é tão refinado que substitui o consagrado Mulsanne como o sedã top de linha entre os extraordinários quatro portas da Crewe. "Um automóvel de luxo com potência e classe excepcionais", avalia um dos jurados, fazendo uma reverência à "potência sem esforço" do motor W-12 do automóvel, enquanto literalmente curvava-se para entrar no carro: "a linha do teto é muito curta". Ele não estava sozinho: outro motorista convidado também considerou a entrada e a saída desafiadoras, mas deu ao grande Bentley seu voto para o "percurso mais suave com mais potência". Como é tradição da montadora, as amenidades internas definem o luxo como poucos veículos no planeta: "uma

experiência transformacional". E teve quem fizesse analogias com a aviação comparando-o a "um G6 no ar": "Como o nome sugere, é o mais próximo de voar na competição, com um interior de jato particular e um passeio incrivelmente luxuoso, sem perder a sensação de estrada". Notável também é o sistema de áudio Naim for Bentley, que chama a atenção por ser "incrivelmente bem feito".

**MOTOR:** 6,0 litros, twinturbocharged W-12

**POTÊNCIA:** 634 CV 0-60 MPH: 3,7 seg

**VELOCIDADE MÁXIMA:** 333 km/h

**PREÇO BASE:** US\$ 216.700

**CARRO UTILIZADO PELA ROBB REPORT:** US\$ 270.860



## Mercedes-AMG GT R Roadster

Quando você está ao volante do Mercedes-AMG GT R Roadster, é difícil não se sentir como os ícones de corridas Stirling Moss e Juan Manuel Fangio enquanto pilotavam seus Mercedes-Benz 300 SLRs para alcançar um recorde de primeiro ou segundo lugar. Afinal, o GT R compartilha um pouco do notável DNA de seu antecessor, incluindo o capô estendido e a capacidade de extrair cada grama de desempenho dos oito cilindros disponíveis. Com o acréscimo de mais algumas centenas de cavalos de força, o modelo atual presta homenagem às realizações passadas e presentes do fabricante alemão de automobilismo em um conversível de rua que deixou muitos jurados sorrindo à toa. "A aceleração, o torque e o rugido do motor são

espetaculares", disse um deles, já emendando em outro comentário: "O 'estalo' e o 'estouro' do escapamento na redução de marcha induzem a risadas sinistras, e a aceleração e o manuseio alucinantes vão te levar direto ao limite. É um míssil de ataque pronto para disparar - o melhor Mercedes-AMG GT até hoje".

**MOTOR:** 4,0 litros, twinturbocharged V-8  
**POTÊNCIA:** 577 cv 0 - 60 MPH: 3,5 seg  
**VELOCIDADE MÁXIMA:** 317 km/h  
**PREÇO BASE:** US\$ 189.750  
**CARRO UTILIZADO**  
**PELA ROBB REPORT:** US\$ 216.240

## 3 Ferrari Roma

O Ferrari Roma é o automóvel que a montadora de Maranello chama de "A Nova Doce Vida", uma visão contemporânea da era em que Roma exercia uma influência global na arte, música, moda e cinema. E na opinião da maioria dos jurados, acerta o alvo. "É uma Ferrari super elegante, um símbolo do luxo e da sensualidade italiana". O Roma oferece o melhor de tudo, com beleza e desempenho excepcional em um só lugar, graças a uma nova caixa de câmbio de oito velocidades retirada do SF90 Stradale. É um GT diário sólido e sexy,

com um motor incrível e uma potência que combina perfeitamente com ele: "tão fácil de dirigir e com mudanças rápidas, muito acessível e nada intimidante".

**MOTOR:** 3,9 litros, twinturbocharged V-8  
**POTÊNCIA:** 611 cv 0-62 MPH: 3,4 seg  
**VELOCIDADE MÁXIMA:** 320 km/h  
**PREÇO BASE:** US\$ 218.670  
**CARRO UTILIZADO**  
**PELA ROBB REPORT:** US\$ 316.24





## Rolls-Royce Ghost

CARRO DE LUXO DO ANO

No mundo dos esportes, aqueles que possuem uma combinação de força, estilo e agilidade são os que mudam o jogo e redefinem expectativas e percepções - pense em Serena Williams e Simone Biles. A área automotiva também conta com um desses "jogadores": o Rolls-Royce Ghost 2021. Última atualização do modelo de maior sucesso comercial da montadora, esse sedã ganhou um verdadeiro empurrão este ano. Enquanto os jurados levam em consideração a diretriz para avaliar cada veículo com base na meta do respectivo fabricante, a Rolls-Royce salta sobre sua própria barra de altura e conquista, de forma decisiva, todas as honras em uma categoria que essencialmente criou há 116 anos atrás. Com a plataforma de estrutura espacial de alumínio da marca e uma nova configuração de tração e direção nas quatro

rodas, o enigmático Ghost transforma a maioria dos jurados em verdadeiros fãs. "Um automóvel deslumbrante com poder mágico. É como dirigir uma nuvem na frente de um motor a jato. E a aceleração é incrivelmente suave - sobe sem nenhum drama." A cada passo, uma surpresa, mas a maior delas foi exatamente fazer com que ninguém quisesse mais sair do banco do motorista. Não existe um nível mais alto de luxo para um automóvel.

**MOTOR:** 6,75 litros, twinturbocharged V-12  
**POTÊNCIA:** 563 hp 0-60 MPH: 4,8 seg  
**VELOCIDADE MÁXIMA:** 249 km/h, limitado  
**PREÇO BASE:** US\$ 332.500  
**CARRO UTILIZADO PELA ROBB REPORT:** US\$ 428.250



# Lamborghini Huracán Evo RWD Spyder

CARRO ESPORTE DO ANO

Décadas após sua fundação, em 1963, a Automobili Lamborghini foi oprimida pela percepção de construir máquinas vistosas para proprietários igualmente atrevidos. É um estigma do qual a montadora agora, conscientemente, se distancia com modelos cada vez mais sofisticados como o Huracán Evo RWD Spyder. Variante do vencedor do ano passado, mantém o superprocessador que prevê a resposta do motorista e se reajusta de acordo, mas com uma configuração de roda traseira em um modelo totalmente diferente. "Suas linhas exteriores agressivas correspondem ao caos controlado por seu desempenho." A versatilidade foi o argumento decisivo para alguns jurados o elegerem como o carro esporte do ano. "No modo Strada, funciona bem para

o uso diário e, em outros modos, é um excepcional carro de corrida. Transforma todas as estradas em uma trilha, mesmo dirigindo no limite de velocidade." Nem todos, porém, estavam prontos para essa inspirada dinâmica de corrida ao ar livre. "Às vezes, é um pouco rápido demais." De qualquer forma, porém, o carro é um pacote perfeito de estímulos para mudar a mente de qualquer pessoa que o dirija. 

**MOTOR:** 5,2 litros, V-10 naturalmente aspirado  
**POTÊNCIA:** 602 cv 0-62 MPH: 3,5 seg  
**VELOCIDADE MÁXIMA:** 323 km/h  
**PREÇO BASE:** US\$ 229.428  
**CARRO UTILIZADO PELA ROBB REPORT:** US\$ 288.183



# BRISA DE LUZ

Na crista da onda, a elegância descontraída veio para ficar

fotos MARK WILLIAMS E SARA HIRAKAWA styling ALEX BADIA



1. Jaqueta de malha US\$ 1.425 e camiseta de algodão US\$ 150 **Boglioli** (bogliolimilano.com); 2. Calças de algodão **Dsquared2** US\$ 875 (dsquared2.com); 3. Alpargatas de algodão **Ralph Lauren** US\$ 395 (ralphlauren.com)

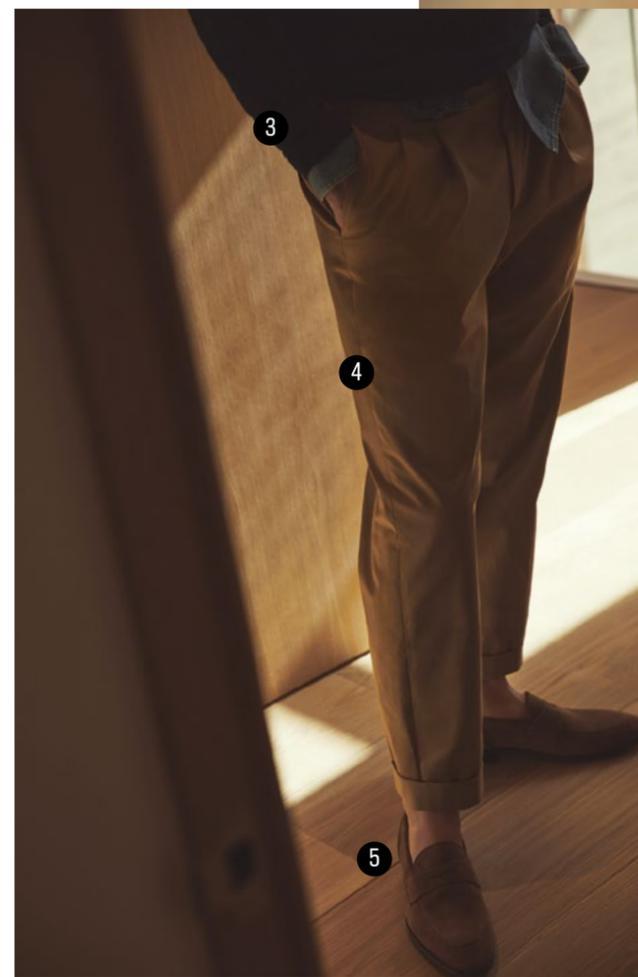


1

2

1. Suéter de cashmere e lã **Prada** US\$ 1.910 (prada.com); 2. Relógio de ouro rosa **Elite Classic Zenith** US\$ 12.600 (zenith-watches.com).

3. Camisa jeans **Hermès** (hermes.com) US\$ 780; 4. Calças de algodão **Caruso** (carusomenswear.com) US\$ 330; 5. Mocassins de camurça **Bruno Magli** (brunomagli.com) US\$ 375. 6. Casaco de linho US\$ 2.995 e polo de seda e algodão US\$ 795 **Ralph Lauren** (ralphlauren.com); 7. Calças de linho **Paul Smith** (paulsmith.com) US\$ 450; 8. Cinto de camurça **Brunello Cucinelli** (brunellocucinelli.com) US\$ 595



3

4

5



6

8

7



- 1. Óculos de sol **Ahlem** (ahlemeyewear.com) US\$ 490.
- 2. Gola alta de caxemira **Gabriela Hearst** (gabrielahearst.com) US\$ 1.490;
- 3. Camisa de algodão **Stoffa** (stoffa.co) US\$ 300;
- 4. Cinto de couro **Hermès** (hermes.com) US\$ 850;
- 5. Calças de algodão gabardine **Massimo Alba** (massimoalba.com) US\$ 375;
- 6. Parka de náilon **Herno** (herno.com) US\$ 900;
- 7. Suéter de algodão **Ermenegildo Zegna** (zegna.com) US\$ 1.190;
- 8. Colar de ouro amarelo **Tiffany & Co.** (tiffany.com.br) US\$ 2.700



1. Camiseta de camurça US\$ 11.100, camisa de algodão US\$ 890 e calças US\$ 630 **Hermès** (hermes.com); 2. Alpargatas de algodão **Ralph Lauren** (ralphlauren.com) US\$ 395; 3. Relógio Patrimony de ouro rosa **Vacheron Constantin** (vacheron-constantin.com) US\$ 27.700. 4. Suéter de caxemira **Salvatore Ferragamo** (ferragamo.com) US\$ 830; 5. Relógio Elite Classic de ouro rosa **Zenith** (zenith-watches.com) US\$ 12.600





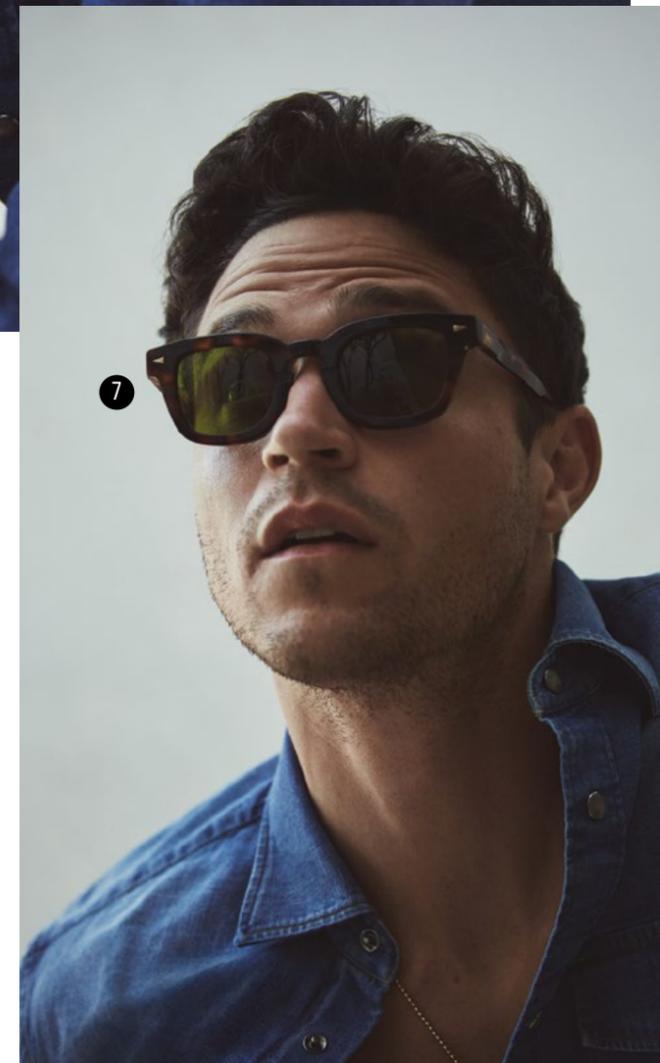
1. Jaqueta de algodão  
US\$ 715, blusa  
US\$ 425 e calças US\$  
470 Lemaire (eu.lemaire.  
fr); 2. Cinto de couro  
Hermès (hermes.com)  
US\$ 850



1. Gabardine de náilon **Stone Island** (stoneisland.com) US\$ 1.175; 2. Terno de linho **Brunello Cucinelli** (brunellocucinelli.com) US\$ 3.995; 3. Camiseta de algodão **Boglioli** (bogliolmilano.com) US\$ 150



4. Camisa jeans **Z Zegna** (zegna.com) US\$ 310; 5. Relógio Patrimony em ouro rosa **Vacheron Constantin** (vacheron-constantin.com) US\$ 27.700; 6. Colar de ouro amarelo **Tiffany & Co.** (tiffany.com.br) US\$ 2.700; 7. Óculos de sol **Ahlem** (ahlemeyewear.com) US\$ 455





**1.** Jaqueta de algodão **Officine Générale** ([officinegenerale.com](http://officinegenerale.com)) US\$ 390; **2.** Camisa de algodão US\$ 275 e gravata de cashmere US\$ 250 **Boglioli** ([bogliolmilano.com](http://bogliolmilano.com)); **3.** Calças de algodão gabardine **Massimo Alba** ([massimoalba.com](http://massimoalba.com)) US\$ 375; **4.** Cinto de camurça **Brunello Cucinelli** ([brunellocucinelli.com](http://brunellocucinelli.com)) US\$ 595

**MODELO:** Miles McMillan  
**EDITOR DE MODA:** Kareem Rashed  
**EDITOR SÊNIOR:** Luis Campuzano  
**ASSISTENTE DE MODA:** Victor Vaughns Jr.  
Editorial fotografado na 1.471 Forest Knoll, em Los Angeles, uma propriedade da Viewpoint Collection. [1471ForestKnoll.com](http://1471ForestKnoll.com) 



# ***Pra não dizer que não se falou das flores***

*As rosas resistem aos tempos difíceis e brilham em RoseDior, coleção de joias inspirada na flor preferida de Christian Dior, marcante na história da maison e do estilista que criou o new look no pós-Guerra. Para transformar o espírito de 2021, o nome da rosa é esperança*

por GISELE VITÓRIA

DIVULGAÇÃO



Dior, com a atriz Ava Gardner, em 1956

**C**hristian Dior amava as rosas desde os tempos em que corria, criança, pelos jardins de sua mãe em Granville, na Normandia, no início do século 20. A Dior decidiu falar das flores no ano em que o mundo resiste à maior crise recente da história da humanidade. Para a maison francesa as rosas falam, ao contrário da canção de Cartola (1908-1980): “Queixo-me às rosas/Que bobagem/As rosas não falam/Simplesmente as rosas exalam/O perfume que roubam de ti”. Tivessem se conhecido, Dior e Cartola poderiam ter tido um bonito debate sobre as rosas, as transformações no mundo e o olhar otimista para o espírito de um novo tempo. Poderiam até mesmo chamar para essa prosa inusitada Geraldo Vandré, em *Pra Não Dizer que Não Falei das Flores*: “Os amores na mente, as flores no chão/ A certeza na frente, a história na mão/ caminhando e cantando e seguindo a canção...” Devaneios à parte, o fato é que, para começar o ano da rosa, a designer Victoire de Castellane celebra as flores de monsieur Dior (1905-1957) para iluminar com esperança o espírito de uma época sombria.



ALAMY: DIVULGAÇÃO



Dior em seu ateliê, em 1948

O tema rosas seguirá por 2021 com novos lançamentos como o livro *Dior and Roses* sobre a influência da flor na moda e como tema das coleções Dior. A obra deve ser lançada em junho, a depender da evolução da pandemia na Europa. Juntamente com o livro, uma exposição sobre o tema das rosas acontece no Museu Christian Dior, onde era sua casa na Normandia. Não por acaso, o criador do New Look, com a estética da icônica e extravagante silhueta da corola, que evoca o formato das flores, inspirou em 1947 o necessário otimismo depois da Segunda Guerra Mundial, fazendo renascer a beleza da silhueta feminina, com o frescor dos novos tempos no pós-Guerra. Agora, sob o comedimento nos tempos de isolamento social nas árduas batalhas contra a Covid19, precisamos de rosas para sonhar com um futuro melhor. A Maison Dior entendeu que é hora de falar de flores, e o nome da rosa, poderia-se dizer, é esperança.

As 54 peças de Victoire Castellane são belíssimas. E realistas. Dez anos após a luxuosa coleção *Bal des Roses*, a diretora artística criou um colar de ouro rosa com folhas de ouro amarelo, em que uma rosa semeada com diamantes se desprende para se tornar um broche. enquanto uma riviéra de diamantes adornada com uma flor de rubi se transforma em uma pulseira. Com diamantes ou safiras cor de rosas, a rosa coroa um colar ajustável que desliza de um sautoir para uma gargantilha em um flash.

Para a coleção *RoseDior*, a diretora artística reuniu pedras preciosas finas e o efeito matiza as tonalidades com delicadeza. A montagem de espinelas rosas dá origem a uma floração parure com gemas lapidadas em pera. Uma turmalina paraíba floresce em um colar em forma de ípsilon, enquanto uma safira azul ultramarina de Madagascar, com mais de oito quilates, coroa a rosa inserida sobre uma haste de ouro branco salpicada com diamantes briolette, sugerindo gotas de orvalho.

A coleção também sugere folhas e pétalas com rubis sombreados com ouro amarelo. Esmeraldas zambianas embelezam uma flor. Brincos de gota em amarelo compõem em diamantes desenhos de pétalas. Outros diamantes também surgem em um anel evocando uma flor recém-collida, com pétalas semiabertas. Anéis parecem minibuquês, com tsavoritas verdes e esmeraldas de corte triangular com um tom azulado. Pulseiras e colares foram confeccionados em ouro, evocando uma textura semelhante a uma planta. Nas oficinas de alta joalheria parisiense, o metal precioso se transforma em haste usando diamantes intermitentes e com diâmetros diferentes, enquanto pétalas de rosa com diamantes dão graça ao relógio secreto. É o *La D* de Dior, uma profusão de diamantes ou safiras rosas em forma de flor. Há flores por todos os lados. As flores de pedras - preciosas - não morrem. Ao contrário, inspiram. E são eternas.

# SUSTENTABILIDADE ZAR É PRECISO

*Pioneira na construção de barcos de luxo ecológicos, a polonesa Sunreef Yachts mostra como ser sustentável é a aposta do futuro no iatismo. A empresa construiu uma linha de catamarãs que combina propulsão “verde”, eficiência energética e materiais sustentáveis*

*por SILVIANE NENO*



Projeto do catamarã sustentável de 60 pés da Sunreef



**D**epois de vencer o campeonato mundial de Fórmula 1 em 2016, o piloto alemão Nico Rosberg resolveu fazer uma curva radical em direção a um propósito de vida: a sustentabilidade. Aposentou-se das pistas e mergulhou nessa busca que considera fundamental e comprometida com a humanidade e o planeta.

No início do ano passado, ele se uniu ao empresário francês Francis Lapp, dono da Sunreef Yachts, que opera um estaleiro em Gdansk, no mar Báltico, num projeto ambicioso. Juntos, eles lançaram iates sustentáveis e vão promover corridas off-road Extreme E, totalmente elétricas.

Os catamarãs ecológicos, considerados mais sustentáveis que os monocascos, são equipados com sistemas de propulsão totalmente elétricos e híbridos.

“É realmente uma grande paixão minha promover aecoinovação, e essa é a paixão que compartilho com Francis”, disse Rosberg. “Temos uma paixão pela Fórmula 1, mas, ao mesmo tempo, uma paixão pelaecoinovação, e é por isso que acho tão fascinante o que Francis está fazendo agora na Sunreef.”

A nova gama de catamarãs ecológicos do estaleiro

O piloto Nico Rosberg no estaleiro da Sunreef, no mar Báltico

compreende quatro embarcações – os modelos Sunreef 50, 60, 70 e 80. Outros cinco catamarãs fazem parte do portfólio que compreende os Sunreef 60 Power, 70 Power, 80 Power, 100 Power e 40 Open Power. Todos repletos de inovação sustentável.

Um dos detalhes mais incríveis é que o casco e o convés são cobertos por painéis solares de alta tecnologia, que ajudam a atingir eficiência energética máxima. A Sunreef Yachts produz os painéis solares e usa tecnologia própria para integrá-los aos componentes estruturais para maximizar a geração de energia verde.

“Hoje, muitos fabricantes oferecem motores elétricos, mas estamos pensando no futuro”, disse Lapp. “Nossa ênfase está na qualidade de todos os modelos da linha. Isso significa que os eco-catamarãs têm a mesma qualidade. O iatismo sustentável não deve afetar a estética com painéis solares de grandes dimensões. Tentamos integrá-los perfeitamente em nossos iates.”

Os painéis solares, feitos a partir de tecnologia própria, são apenas uma das dezenas de avanços da eco-invenção. A linha de catamarãs e catamarãs à

vela também tem sistemas de propulsão elétrica que prometem economia de combustível, baixa manutenção e operação silenciosa.

O cuidado também pode ser visto na escolha dos materiais de construção — deques de teca ou cortiça de origem ética, veleiros recicláveis, tinta de fundo não tóxica e cascos feitos de linho e basalto em vez de fibra de vidro. Detalhes considerados como um grande salto na sustentabilidade.

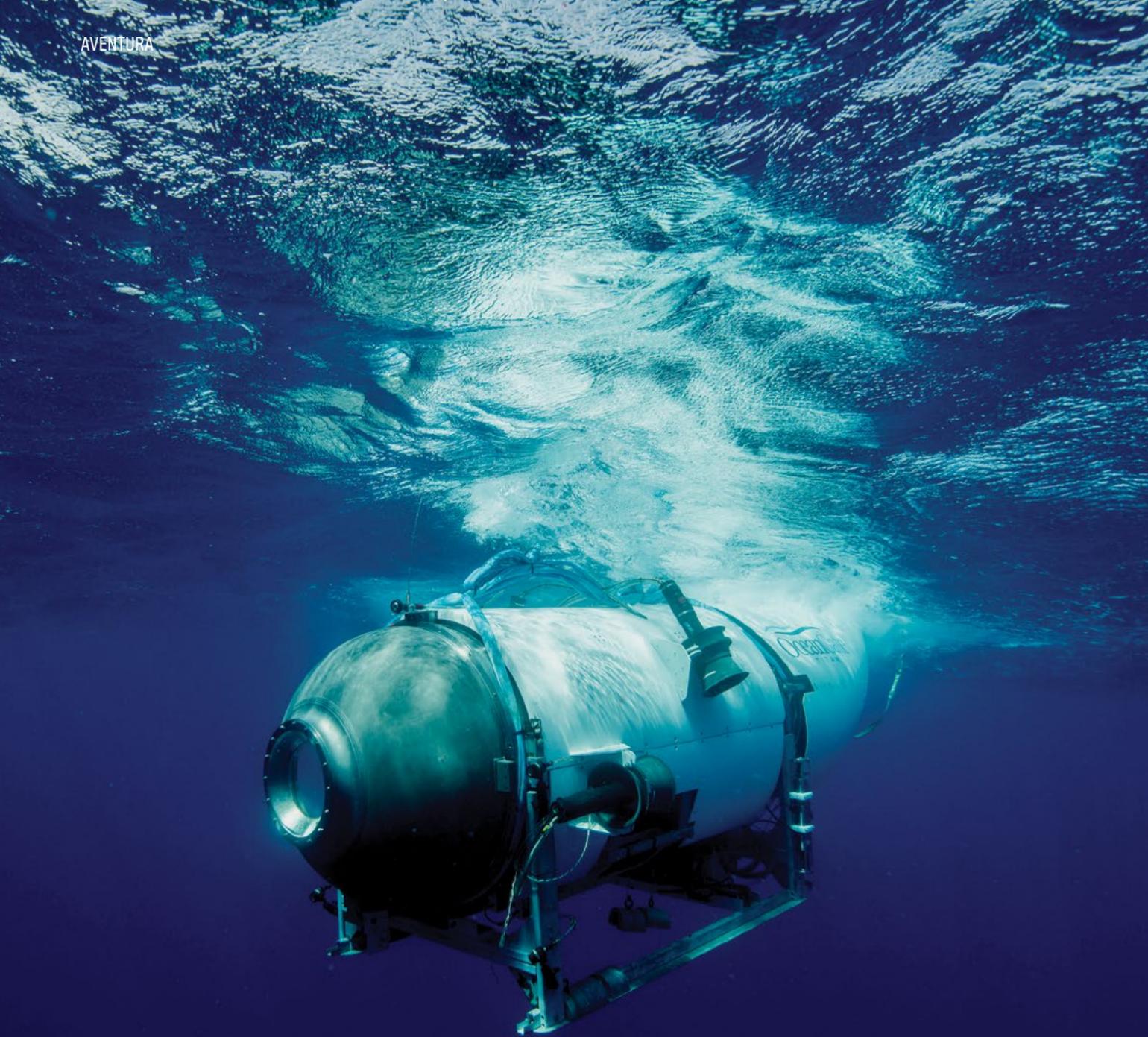
“Estamos mais do que entusiasmados com essa parceria, pois ela leva nosso compromisso com sustentabilidade a uma nova dimensão”, diz Lapp. “Eu acredito que a filosofia da Sunreef Yachts Eco pode cruzar oceanos e continentes. Ser um parceiro da Rosberg Xtreme Racing também nos dá a chance única de atrair a atenção do mundo para questões ambientais urgentes”, disse o fundador e presidente da Sunreef.

Se depender do campeão de Fórmula 1, essa onda vai longe. “Todas as indústrias no mundo precisam se tornar mais conscientes dos danos ambientais que estão sendo causados e precisam se posicionar de acordo e fazer um trabalho melhor com isso”, finaliza Rosberg.

Detalhes do casco duplo e das acomodações do catamarã Sunreef 80 Eco, um dos modelos sustentáveis da marca



DIVULGAÇÃO



# Viagem ao Titanic

*Enquanto o navio mais famoso do mundo continua se desmanchando aos poucos debaixo d'água, expedições submarinas são organizadas para ver de perto o naufrágio e toda a sua lenda*

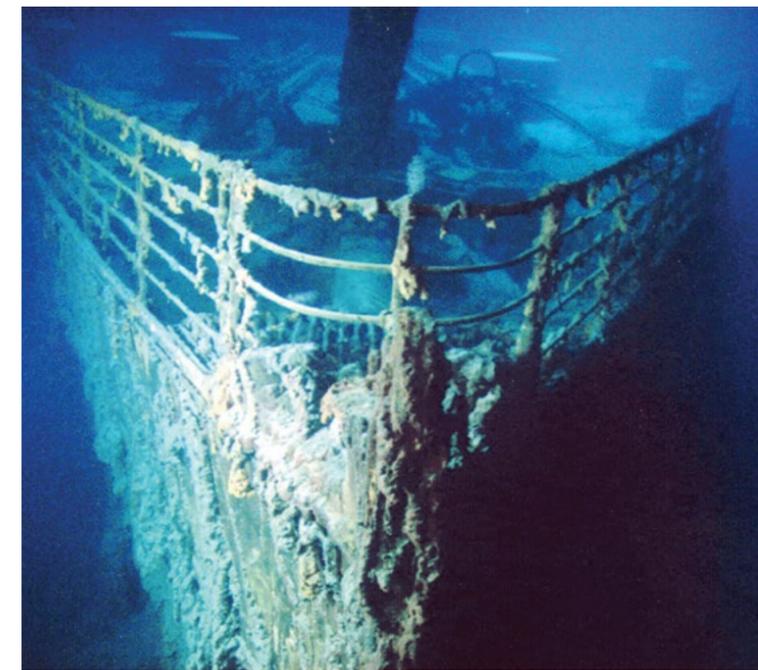
por JULIA SALTZMAN

**E**m 108 anos submerso no fundo do mar, o Titanic poderia ter ficado irreconhecível em um curto período de tempo. Mas a embarcação de 883 pés, que colidiu com um iceberg em 14 de abril de 1912 e afundou 643 km perto da costa de Newfoundland continua ali, sendo lentamente dissolvida por correntes subaquáticas e as recém-descobertas bactérias batizadas de “halomonas titanicae”. E apesar de ter sido o naufrágio mais famoso da história, ainda guarda muitos mistérios que pesquisadores não se cansam de tentar desvendar. Aí vem a boa notícia: no próximo mês de maio, uma equipe de exploradores científicos mergulhará mais de 12 mil pés até o local para mais uma vez reunir o máximo de informações possível, e o melhor: serão acompanhados por civis ou “especialistas em missões”. Como? A bordo do Titan, único submarino do mundo capaz de mergulhar a 13.123 pés que, além do piloto e de um pesquisador, levará três pessoas em expedições que podem durar de 8 a 10 horas.

É uma chance única de entrar no mundo do cineasta James Cameron, através das escuras e tenebrosas profundezas do barco afundado a mais de três quilômetros abaixo da superfície, para pairar sobre a proa esmagada onde se pode observar o convés superior que antes abrigava a grande escadaria do Titanic ou flutuar acima da área em que uma orquestra de cordas tocou até o último momento antes do naufrágio. “Mais pessoas escalarão o Everest do que viram o Titanic no fundo do oceano”, diz Stockton Rush, chefe da OceanGate Expeditions. “Então, se quiser fazer algo único que avance qualquer conhecimento humano, será agora.” E como tudo tem seu preço, os especialistas em missões não só terão que desembolsar US\$ 125 mil pelas expedições de 10 a 14 dias, como também vão trabalhar com os pesquisadores, ajudando desde a documentar tudo o que virem no Titanic até pilotar o Titan por meio de um controlador habilitado para Bluetooth.

“Todos terão um papel ativo. Preciso de pessoas que entendam que esta é uma missão com propósito científico.”, explica Rush. O Titan está equipado com várias câmeras externas, sonar multifeixe, 40 mil lúmens de luz externa, um scanner a laser e a maior janela de visualização em um submersível de mergulho profundo. Essas pessoas também terão tablets pessoais que permitirão o acesso a qualquer câmera enquanto o submarino faz um mapeamento dos destroços, da vida marinha e das espécies microbianas que se alojaram no Titanic, tornando-o quase um “recife artificial”.

O explorador do Titanic, Parks Stephenson, mergulhou pela primeira vez nos destroços em 2005. Retornou após cinco anos para inspecionar novamente, mas desta vez com um robô. E no ano passado, voltou a explorar o casco externo, quando disse ter percebido “diferenças significativas”. “Em comparação a 2005, quando o Titanic parecia uma ‘zona morta’, agora está repleto de vida marinha”,



Após 108 anos no fundo do oceano, o Titanic está se desintegrando. Observadores dizem que o processo se acelera cada vez mais

conta. Ele também notou que há erosão nos conveses superiores, inclusive em um de seus pontos turísticos mais populares: a banheira de porcelana do capitão, agora enterrada sob um teto desabado. “Uma das coisas que mais esperamos ver são sapatos e roupas”, diz Rush. “Nossos arqueólogos náuticos irão documentá-los e tentar entender mais sobre a vida das pessoas ricas na virada do século passado.” Essas missões de mergulho serão os únicos olhares permitidos no local protegido pela Unesco e fundamentais para compreender o estado do Titanic. “Atualmente, pela medida que está se dissolvendo, as estimativas variam entre mais 10 a 50 anos que o navio ainda estará lá”, projeta Rush. “Mas a maioria das pessoas espera que ele realmente acabe em 20 anos.”

Stephenson, porém, é mais otimista: acredita que o casco de aço com uma polegada de espessura permanecerá ali por muitas décadas já que se trata de uma superestrutura, feita de aço mais fino, e que somente agora está sendo realmente consumida. “Mas é bom saber que todas as características distintas do navio podem entrar em colapso em breve, tornando o naufrágio ainda mais feio. Se você quiser ver o Titanic como aparece nas fotos, quanto antes mergulhar, melhor.”

[oceangateexpeditions.com/titanic](http://oceangateexpeditions.com/titanic)

**É uma chance única de mergulhar mais de três quilômetros abaixo da superfície para explorar o navio mais famoso do mundo**

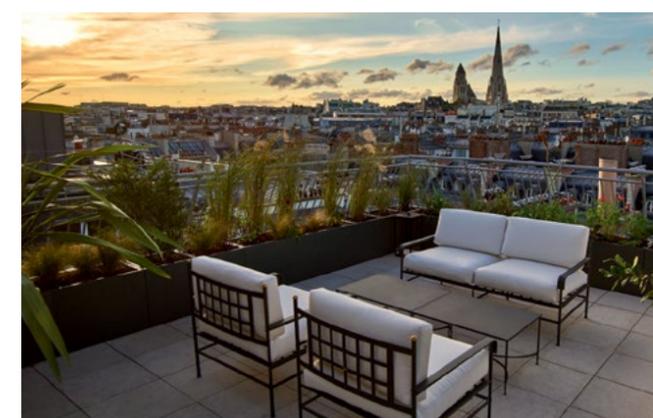


A fachada haussmanniene em pedra do Plaza Athénée e os gerânios que levam a cor-símbolo do hotel

# Déco renovado

*Sempre teremos Paris e, mesmo que seja preciso esperar, já dá para sonhar com as suítes art déco que o Plaza Athénée acaba de reformar* por SHOICHI IWASHITA

“S e queremos que as coisas permaneçam iguais, é preciso que tudo mude.” A frase mais célebre de *Il Gattopardo*, romance escrito nos anos 1950 pelo príncipe di Lampedusa, poderia ser o *motto* do Plaza Athénée. O hotel, que é um dos 12 hotéis Palace de Paris (a distinção máxima da hotelaria francesa) e parte da Dorchester Collection, acaba de atualizar todas as suítes art déco do sétimo e penúltimo andar do edifício, lançadas após a grande reforma de 1999 (todos os outros quartos do primeiro ao sexto andar são em estilo clássico). Um trabalho constante ao longo das décadas, que tem como objetivo preservar a percepção de elegância do hotel sem perder a sua identidade.



Mesmo tendo sido inaugurado em 1913 na Avenue Montaigne, no melhor estilo haussmannien do fim do século XIX, a relação do Plaza Athénée com as formas geométricas e estilizadas do art déco é de longa data. Começou em 1936 quando o hotel inaugurou o restaurante Le Relais Plaza, inspirado no salão de jantar da primeira classe do SS Normandie, um dos mais icônicos navios transatlânticos da história, e que havia feito sua viagem inaugural de Le Havre, na Normandia, a Nova York (os universos eram tão conectados que Marlene Dietrich era passageira do Normandie, hóspede do Plaza Athénée e moraria na Avenue Montaigne até o fim da vida).

A atualização dos quartos déco ficou a cargo da dupla de arquitetos Bruno Moinard e Claire Bétaillé, que, em 2014, já tinha sido responsável pela reforma do lobby do hotel, do Relais Plaza e da Galerie, uma extensão elegantíssima do lobby onde você pode tomar o chá da tarde, almoçar algo leve ou, então, tomar um drinque antes de jantar no restaurante Alain Ducasse, o coração gastronômico do hotel com suas três estrelas Michelin. Os móveis originais em linhas retas e madeiras escuras com acabamento em laca brilhante ganham agora tecidos mesclados em cores claras, assim como a companhia de um novo projeto de marcenaria e móveis em carvalho louro, mesas que combinam vidro e aço fosco, persianas em linho branco e um tecnológico

As suítes art déco ficam nos dois últimos andares do hotel, e por possuírem um pé direito menor que os outros seis andares clássicos, ganharam na reforma móveis e tecidos em cores claras e translúcidas, elementos que ampliam a sensação de espaço

sistema de iluminação (controlado pelo iPad), que tem como objetivo trazer leveza e ampliar a sensação de espaço desses quartos que possuem um pé direito menor que os quartos clássicos dos outros andares do hotel.

Além da nobreza das madeiras maciças, tecidos em fibras naturais e muito mármore nos banheiros (em um trabalho de mosaico feito com pâte de verre, até no teto do chuveiro), não foram deixados de lado a tecnologia – com os televisores Bang & Olufsen conectáveis com seu celular via Bluetooth e saídas USB por todos os cantos – nem a cor símbolo do hotel: almofadas, quadros e detalhes do enoival levam o vermelho dos gerânios das jardineiras que embelezam as sacadas do Plaza Athénée. São 22 suítes art déco no sétimo andar, que vão de 55 a 110 m<sup>2</sup>, com diárias que começam em € 1.750. Algumas categorias de quartos como as Suítes Deluxe e as Deluxe Junior Suites possuem as versões clássicas do primeiro ao sexto andar, e a versão déco no sétimo. Todas renovadas, mas sempre Plaza Athénée. Já dá para sonhar com elas. Mesmo que esperemos um pouquinho nesses tempos complexos, já dá para sonhar. Porque, como disse Humphrey Bogart em Casablanca, sempre teremos Paris. E sempre teremos Plaza Athénée.

[www.dorchestercollection.com/en/paris/hotel-plaza-athenee/](http://www.dorchestercollection.com/en/paris/hotel-plaza-athenee/)

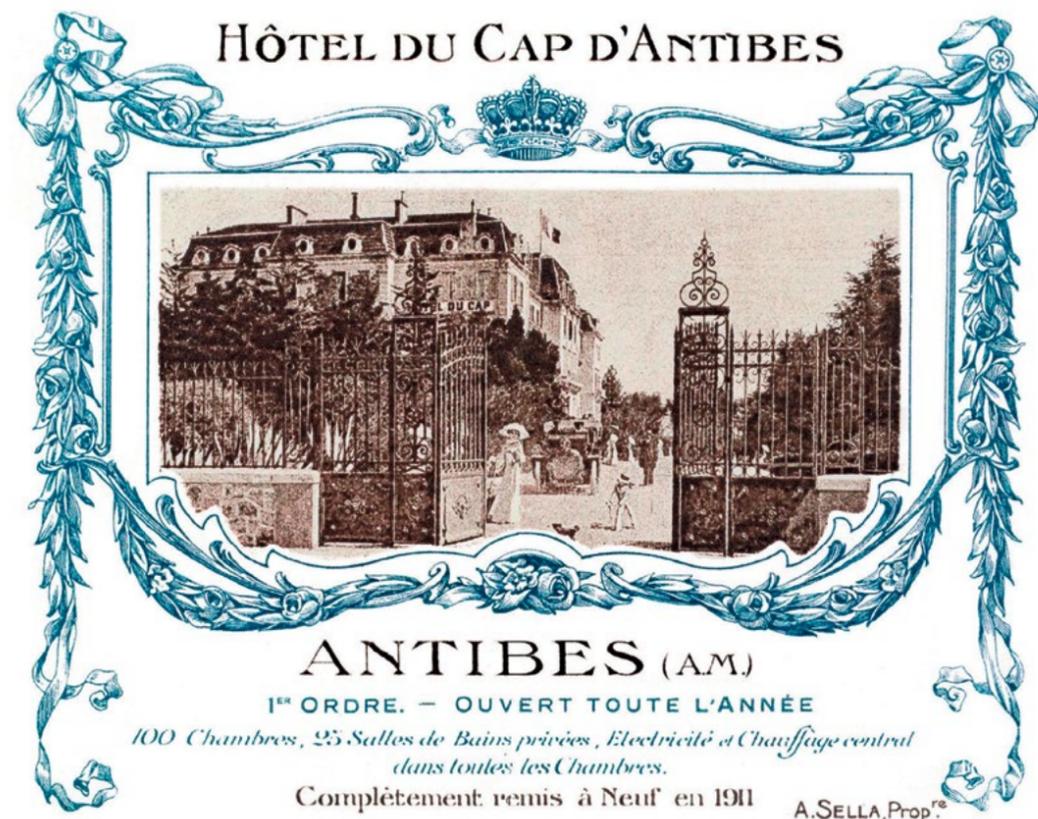
# *Um luxuoso livro dos hóspedes*

*Os 150 anos de história do Hotel Du Cap-Eden-Roc  
são contados pela primeira vez num livro  
com documentos e fotografias inéditas*

*por SILVIANE NENO*



Ernest Hemingway (de cartola) foi um dos muitos notáveis que gostavam de se refugiar no Cap-Eden-Roc



Se fosse possível resumir o espírito do Du Cap-Eden-Roc, na Riviera Francesa, talvez a melhor definição fosse um “hotel de cinema”. Situado em um dos locais mais atraentes da região, o Cap-Eden-Roc é sinônimo de beleza, elegância atemporal e discrição, e tem sido um lar longe de casa para gerações de artistas, autores, realeza, políticos e estrelas de Hollywood. É assim há 150 anos. A história do hotel é intimamente ligada à história do cinema — desde a inauguração do Festival de Cinema de Cannes em 1946, sempre foi o paraíso favorito das estrelas, que visitam a Côte d’Azur.

Com todo esse baú de memórias, seu legado só podia dar um livro. Ou vários. Já que ele segue inspirando diretores e escritores. Mas agora o Hotel du Cap-Eden-Roc, parte do portfólio de masterpiece hotels da Oetker Collection, anuncia a chegada de um novo livro, o *Hotel du Cap-Eden-Roc: A Timeless Legend on the French Riviera* escrito e editado pela historiadora Alexandra Campbell.

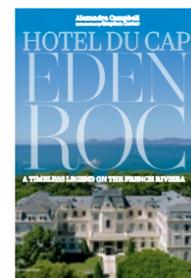
A publicação luxuosa tem 312 páginas e conta a história completa da chamada Grande Dama da Riviera Francesa com documentos e fotografias publicados pela primeira vez, desde o início, em 1870, quando foi um retiro para escritores, passando pelos seus primeiros anos mágicos como o refúgio preferido de personalidades como Ernest Hemingway, F. Scott Fitzgerald, cuja obra *Tender is the Night* foi ambientada no hotel, além de artistas como Monet, Chagall e Picasso. Todos se inspiraram no cenário cinematográfico do Eden-Roc e seus exuberantes jardins botânicos com centenas de pinheiros.

Acima um anúncio do hotel do começo do século passado. À direita, veranistas aproveitam os anos dourados da Riviera Francesa

Ao longo do século passado, mestres da fotografia, como Jacques-Henri Lartigue e Slim Aarons, clicaram hóspedes no Mediterrâneo ou na icônica piscina da propriedade esculpida nas rochas.

Cada uma das décadas notáveis que levaram ao 150º aniversário do hotel, celebrado em 2020, é narrada no livro, além de centenas de fotografias nunca antes vistas, que foram recuperadas de diversos arquivos internacionais.

“Agora, enquanto escrevemos um novo capítulo na história do Cap-Eden-Roc, o fazemos com profundo conhecimento de nossas raízes e dos muitos rostos e nomes que contribuíram para a reputação deste lendário refúgio na Riviera Francesa.”, resume Philippe Perd, diretor-geral do Hotel du Cap-Eden-Roc. Imagens icônicas e memórias se mesclam, revisitando a história e fortalecendo a alma e a atmosfera de um lugar inesquecível.



Hotel du Cap-Eden-Roc  
A Timeless Legend On The French Riviera,  
de Alexandra Campbell.  
€ 75  
flammarion.com

DIVULGAÇÃO



# First class

POR DENTRO DAS SALAS VIP  
E DO CONFORTO A BORDO



## Volta ao mundo de 180 dias

O mais extenso e luxuoso cruzeiro mundial já aceita reservas para a partida em janeiro de 2023

POR SILVIANE NENO

A partida está planejada para São Francisco e a data – 15 de janeiro de 2023 –, embora pareça distante, pretende que o mundo já esteja livre da pandemia do coronavírus, com todos devidamente vacinados.

A Oceania Cruises, é a responsável pela viagem a bordo do Insignia, o espetacular navio que comporta 684 passageiros. O grande tour inclui 96 destinos em 33 países em quatro continentes. Os hóspedes terão inúmeras experiências profundas e imersivas com estadias de vários dias em 20 portos de escala da América do Sul, África, Ásia e Alasca, além de testemunharem o esplendor da Antártida em primeira mão com três dias inteiros de cruzeiro em Admiralty Bay, Paradise Bay e Half Moon Island.

O itinerário oferece acesso a mais de 60 locais do Patrimônio Mundial da Unesco, e os viajantes que fizerem a viagem mundial completa poderão participar de cinco eventos em terra, entre eles uma noite no Al Maha Desert Dune no deserto da Arábia fora de Dubai, onde os passageiros vivenciam uma experiência beduína com música e dança tribal, um show privativo de falcões e um jantar sob as estrelas servido pelo famoso Al Maha Luxury Resort e SPA.

No navio há várias opções de hospedagem, mas o First Class destaca a luxuosa Penthouse Suíte, para duas pessoas, a maior do barco, com 30 metros quadrados e mordomo particular 24 horas por dia.

Todos os passageiros da volta ao mundo em

### OUTROS CONFORTOS DA PENTHOUSE SUÍTE:

- Garrafa de champanhe de boas-vindas
- Embarque prioritário com entrega de bagagem prioritária
- Reservas prioritárias em restaurantes
- Acesso ilimitado ao Aquamar Spa + Vitality Center
- Cobertores de cashmere
- Serviço de quarto do menu Grand Dining Room durante almoço e jantar
- Serviço de lavanderia gratuito - até 3 malas por cabine

180 dias poderão escolher 64 excursões em terra gratuitas ou um crédito de US\$ 6.400 a bordo. O pacote inclui facilidades e confortos, como serviço de lavanderia e até gorjetas pré-pagas em um valor de até US\$ 8.200.

E se 180 dias parecerem pouco, a Oceania Cruises ainda oferece aos viajantes a capacidade de estender sua experiência ao redor do mundo em até 218 dias. Basta escolher um dos cinco roteiros. **B**

### PENTHOUSE SUÍTE-

TARIFA: R\$ 531.939,00 | por hóspede  
IRRF: R\$ 40.959,30 | por hóspede  
TOTAL CASAL: R\$ 1.145.796,61  
oceaniacruises.com

# À altura da rainha

*Vinícola Don Pérignon aposta no poder de Lady Gaga e lança um extraordinário Rosé Vintage 2006, com 12 anos em cave*



**Q**uando Lady Gaga aparece, não costuma ser uma aparição qualquer. Ela causa. Foi assim quando surgiu com um vestido feito de carne no VMA, em setembro de 2010. Ela acabou levando o prêmio máximo da cerimônia, de Vídeo do Ano (por *Bad Romance*), e o figurino foi considerado o “mais ultrajante da noite”. Em abril de 2021, no auge da pandemia no mundo, Gaga causou mais uma vez ao aparecer num extravagante vestido de alta-costura assinado por Nicola Formichetti num tom de rosa que remete a... champanhe rosé. A estrela mais ousada da música pop contemporânea agora é o rosto, o corpo e o espírito da Dom Pérignon Rosé Vintage 2006. A campanha causou furor no mundo da moda e das bebidas de luxo.

O Pinot Noir, com 12 anos de cave, é o primeiro lançamento de uma linha considerada especial da casa de vinhos extraordinários. “Dom Pérignon não fará uma safra a menos que esteja certa, a menos que a colheita corresponda ao seu ideal estético, num tipo de determinação e exigência muito semelhante ao quão duro Gaga se esforça artisticamente”, pontuam. E o que esses dois símbolos têm em comum?

A Maison explica que vê o champagne como um ato de criação para inspirar emoções profundas e elevar pessoas e momentos. E Lady Gaga é um ícone da música que promove mudança por meio de sua arte, engajamento e ações.

Juntos, então, se conectam em espírito e compartilham uma história de inspiração mútua para criar uma associação criativa única.

Ela fez questão de mergulhar no mundo da Maison e conhecê-la em seus mínimos detalhes. Foi assim que desvendou a história da Casa, que remonta ao século XVII: a ambição de Dom Pierre Pérignon – o monge beneditino que deu à marca seu nome e ideais – de “fazer o melhor vinho do mundo”, e lhe deu também um lugar na corte de Luís XIV, em Versalhes.

A campanha da “The Queendom”, como foi batizada a bebida, tem o dedo mágico do fotógrafo e diretor Nick Knight. “Meu desejo foi criar uma explosão de fantasia positiva, um mundo belo que existe apenas na imaginação das pessoas”, diz ele.

“Quis criar algo que toque as pessoas em diferentes culturas, por seu ‘joie de vivre’, sua energia, seu turbilhão de fantasia e celebração”, resume Nick Knight.

A Maison explica que hoje, mais do que nunca, o mundo precisa do poder da liberdade criativa e de uma força maior que abra novos horizontes e nos impulse adiante. Uma força para compartilhar. Uma força tão poderosa quanto o amor.

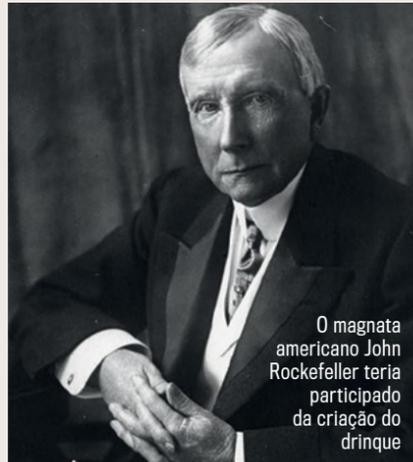
A cantora anunciou que irá doar o lucro da campanha da Dom Pérignon Rosé Vintage 2006 para a sua fundação Born This Way, que luta pela saúde mental de jovens. Gaga sendo lady, sendo Gaga.

NICK KNIGHT/DIVULGAÇÃO

LINHA DO TEMPO: DRY MARTINI

“Única invenção americana tão perfeita quanto um soneto”.

H. L. MENCKEN



O magnata americano John Rockefeller teria participado da criação do drinque



Sean Connery como 007: batido, não mexido



Gim, vermute e azeitona: eis o Dry Martini criado em 1910

A fusão de gim com vermute branco seco originou-se no coquetel mais famoso do planeta, o Dry Martini. A história desse drinque é mais uma das que se enquadram em mistério e dezenas de lendas, todas deliciosas de saber e imaginar. As versões variam desde os ingredientes, suas quantidades e, principalmente, a autoria de sua criação.

Uma delas remete à evolução de um coquetel chamado de Martinez criado por volta de 1800 por um bartender a pedido de um cliente que, após colocar uma pepita de ouro sobre o balcão, pediu algo muito especial para beber.

O nome, Martini, seria porque o pedido teria acontecido enquanto o viajante se preparava para ir para a cidade de Martinez, na Califórnia. O drinque, no entanto, foi preparado com Old Tom Gim, levemente adocicado, diferente do London Dry usado até os dias de hoje.

Outra versão é que ele teria surgido na cidade de Martinez, na Califórnia e, por isso, recebeu o nome de Martini.

A mais conhecida, no entanto, conta que um barman italiano de nome Martini preparou a bebida especialmente para o milionário John D. Rockefeller, em um hotel em Nova York, em momentos complicados na bolsa de valores. Isso em 1910. Ele teria pedido ao barman John Martini um coquetel simples, porém seco.

“Martini”, então, preparou a mistura de gim com uma sombra de vermute em uma taça, com uma azeitona dentro.

O Dry Martini não é interessante

apenas por suas histórias e lendas, mas também pelas receitas que envolvem quantidades diferentes de vermute e gim.

Para uns, a medida é meio a meio, ou seja, a dose usada de gim é a mesma de vermute. Outros afirmam que o verdadeiro Dry Martini tem que ter mais vermute do que gim ou o vermute nada mais é do que a sombra da garrafa sobre o gim, como disse o escritor Ernest Hemingway, fã declarado do coquetel.

A International Bartender Association sempre expôs a receita oficial com uma parte de vermute para nove de gim.

Outra dúvida: é batido ou apenas mexido? Alguns especialistas dizem que esse coquetel deve ser mexido por motivos químicos, pelas partículas que não devem ser quebradas para que o gosto não seja alterado. Se esse for o motivo, o espião mais conhecido do mundo prefere a física e seu gosto diferenciado, já que James Bond sempre pede o seu batido. Seja qual for a receita ou método de mistura, pedir um Dry Martini clássico significa pedir a “única invenção americana tão perfeita.

LINHA DO TEMPO

- Século XVI:** começa o costume de se misturar bebidas. A arte da mistura na coqueteleira.
- 1800:** o drinque é citado no primeiro livro sobre bebidas do mundo, escrito por Jerry Thomas.
- 1896:** o drinque apareceu em um livro chamado “Stuart’s Fancy Drinks and How to Mix Them”, escrito e publicado por Thomas Stuart.
- 1900:** a palavra Martini já era reconhecida pelos bartenders dos dois lados do Atlântico.
- 1910:** um barman italiano de nome Martini, em Nova York, preparou a bebida especialmente para o milionário John D. Rockefeller.
- 2012:** o gim se torna cada vez mais seco, com a adição de pouquíssimas gotas de vermute seco francês. A azeitona continua lá, mas uma casca de limão também entra nessa receita.

REPRODUÇÃO: DIVULGAÇÃO: WIRESTOCK

# Negócios/Gestão/ Investimento/ Economia/



ACESSE  
**LÍDER.INC**

Textos, fotos, vídeos e podcasts.  
Conteúdo para quem é líder\_

# “ EU INVESTI NA CORAGEM”

E você,  
está  
investindo  
em quê?

A Maya Gabeira não só surfou  
a maior onda do mundo,  
como transformou o que as pessoas  
acreditam que podem fazer.

**Só transforma o mundo quem investe.**

Abra sua conta: [xp.com.br](https://xp.com.br)



investir  
transforma