

LUXO SEM COMPROMISSO

Robb Report



ISSN 2176-9324
21
9 772176 823004
EDIÇÃO 21
R\$ 50

Second Hand

O luxo de segunda mão vira moda e mercado cresce mundialmente

CAPAZ NA ESTRADA E FORA DELA

DEFENDER



No trânsito, escolha a vida!



Sua saúde merece



**Antes de falarmos sobre saúde,
queremos falar sobre você.**

A EMS cuida da saúde dos brasileiros há mais de 58 anos. Com grandes investimentos em Pesquisa e Desenvolvimento, vem trazendo inovação, qualidade e acessibilidade a medicamentos para toda a população. Abra as portas da sua casa para a maior indústria farmacêutica no Brasil.

EMS.COM.BR   EMSFARMACEUTICA



MOVIMENTO, 2022
MÁRMORE
97 X 62 X 47 CM



R. Brás Melilo, 91 - Vila Nova Conceição | 04537-100 | São Paulo - SP

☎ 11 3842-7994 | 📞 11 99456-5663 | 🌐 biadoria.com.br



Robb Report

REPORTAGENS

50

ELISA STECCA

Terceiro livro traz
inspirações para sua
arte multifacetada

78

CARROS

O Bentley Continental
GTS vence a competição
anual, que completa
duas décadas

86

JOIAS

Chanel refaz sua
primeira
coleção, de 1932

88

RELÓGIOS

A obra-prima da
Vacheron Constantin

90

DESIGN

Cinco espelhos para refletir
o melhor do ambiente

92

VIAGEM

As preciosidades
suíças em Genebra,
Lucerna e Vitznau

98

VIAGEM

O Royal Mansour, em
Marrakesh, é a melhor
experiência do Marrocos

104

VIAGEM

Um acampamento de
luxo no deserto de Dubai

66

CAPA

Second
hand, o
mercado de
usados que
chegou
para ficar

110

VIAGEM

O hotel Abadía Retuerta,
charme medieval na Espanha

112

OS MELHORES

A fila não cessa de
crescer para adquirir
tabacos premium

118

BEBIDAS

O champanhe inglês,
beneficiado pelas
mudanças climáticas

124

GASTRONOMIA

A cena gastronômica
volta à vida em
Midtown Manhattan

126

ASAS

Os carros voadores
chegam ao mercado
a partir de 2024

130

IATES

Grandes redes
hoteleiras investem
em luxo no mar

134

ESTILO

Os tênis que os grandes
não esquecem

138

EVENTO

Uma tarde para celebrar
a publicação na hípica
da Fazenda Boa Vista

Rethink Possible



JACK,
Aluno do 6º ano
da Avenues

Avenues The World School

NEW YORK | SÃO PAULO | SHENZHEN | SILICON VALLEY | ONLINE

AVENUES.ORG | DE 1 A 18 ANOS

Robb Report

SEÇÕES

16

OBJETO DIRETO

A bolsa Superheroin, da Philipp Plein, e o colar Icona, da Vivara

20

ROBB EM CASA

A champanheira da Saint James e as novas peças da Quorum Home Design

24

VITRINE

As cores verde e azul em objetos como o vaso da Baccarat e a bandeja da EleHome

28

ROBB À MESA

Gelato brasileiro está entre os 50 melhores do mundo

30

RR LIST

Para brilhar na festa, clutch em metal dourado da Serpui e colar banhado a ouro da Swarovski

32

PORTFÓLIO

Claudia Andujar mostra ao mundo a importância de preservar a cultura Yanomami

40

ARQUIVO PESSOAL

De malas de viagem a obras de arte, Alexandra Loras mostra suas coleções

44

MUSEU PRIVÉ

A Sociedade hispânica retoma atividades em Manhattan

48

PERFIL

O músico Ivan Lins afirma que a cultura desembrutece as pessoas e deve ser valorizada

52

ENTREVISTA

O designer Humberto Campana diz que continuará a honrar o nome do irmão

58

GÊNIOS EM AÇÃO

Paolo Martorano, jovem alfaiate em Nova York

62

LUXO VERDE

O novo Museu de Ciências da Amazônia transforma Belterra em polo de biotecnologia

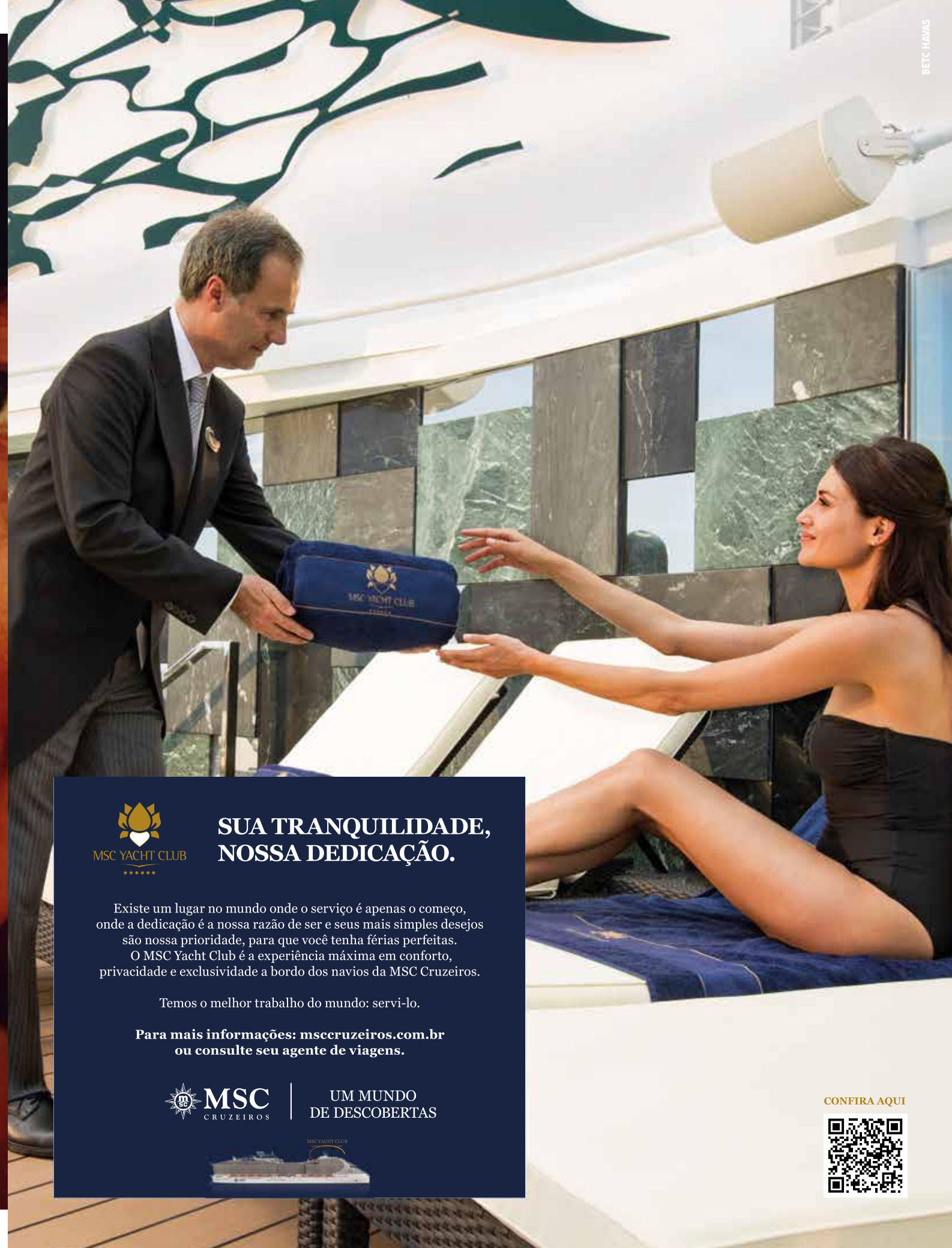
146

LINHA DO TEMPO

The Factory, o estúdio revolucionário de Andy Warhol



Capa, ilustração de Francisco Martins



SUA TRANQUILIDADE, NOSSA DEDICAÇÃO.

Existe um lugar no mundo onde o serviço é apenas o começo, onde a dedicação é a nossa razão de ser e seus mais simples desejos são nossa prioridade, para que você tenha férias perfeitas. O MSC Yacht Club é a experiência máxima em conforto, privacidade e exclusividade a bordo dos navios da MSC Cruzeiros.

Temos o melhor trabalho do mundo: servi-lo.

Para mais informações: msccruzeiros.com.br ou consulte seu agente de viagens.



UM MUNDO DE DESCOBERTAS



CONFIRA AQUI



CARTA DA EDITORA



Luxos de um novo tempo

Este termo é recorrente. Sempre houve um novo tempo diante de uma perspectiva histórica. Que o diga a canção composta em 1980 por Ivan Lins, um dos maiores e eternos nomes da música brasileira. Ecoada em 2023, *Novo Tempo*, é docemente profética, “pra que a nossa esperança seja mais que vingança, seja sempre um caminho, que se deixa de herança”. E o novo tempo percorre esta edição de formas diversas. A começar pela matéria de capa sobre o luxo do second hand, assinada pela editora-executiva Rosane Pavam. No novo tempo da economia circular, o crescimento do mercado dos itens de luxo de segunda mão, a ponto das próprias marcas de luxo se renderem a essa moda, aponta para um novo momento do consumo.

O novo tempo traz reflexões importantes nas vozes da fotógrafa Claudia Andujar, que dedicou sua vida ao povo Yanomami, e do designer Humberto Campana, que concedeu uma sensível entrevista sobre a ausência de seu irmão, Fernando, falecido há cinco meses. E sobre o desenho de um tempo novo sem a sua cara-metade realizadora. Ambas as entrevistas e matérias são fruto do esforço e da sensibilidade da editora Silvine Neno, autora também do nosso Arquivo Pessoal com a jornalista, ativista e consultora Alexandra Loras, ex-consulesa da França em São Paulo. Silvine também assina uma reportagem sobre um hotel espetacular no Marrocos.

No tempo das viagens pelo mundo, a jornalista Juliana Bianchi, experientíssima no segmento do luxo, descreve o conforto de um glamping no deserto em Dubai. A aventura do acampamento de luxo incluiu passeios no dorso instável de um camelo, como ela mostra na foto acima. E, diretamente da Suíça, eu conto um pouco das belezas e das histórias de Genebra, Lucerna e de Vitznau, preciocidades no país famoso pela neutralidade e pelo ambiente democrático tão preciso quanto os encaixes de um relógio suíço. Estreamos nesta edição a seção Vitrine, de presentes descolados, pelas mãos da editora Virginia Lamarco, consultora de estilo, curadora e produtora especializada em decoração, design e gastronomia. Nossas boas-vindas!



Silvine Neno entrevista a fotógrafa Claudia Andujar, sobre o trabalho com os Yanomami



Juliana Bianchi no glamping no deserto, em Dubai



No alto, Virginia Lamarco, editora da nova seção Vitrine; à esq., Gisele Vitória em Lucerna

Silvine com Humberto Campana, o entrevistado da edição. Gisele e Ivan Lins no Robb Report Day



E no novo tempo, não podia faltar Ivan Lins, inspiração e canção. Ele participou do nosso RR Day, na Fazenda Boa Vista, e resumiu com maestria a retomada da cultura no País. “A cultura desembutece as pessoas, a cultura salva, a cultura cura, principalmente a música”. Não poderíamos imaginar que, depois dessa conversa, Ivan tivesse a emoção de ver ecoar na China *Novo Tempo*. Boa leitura!

FOTO VIRGINIA LAMARCO: RÔMULO FIALDINI

LANÇAMENTO | LEGÍTIMO ALTO PADRÃO

LAZER EXCLUSIVO
COM VISTA INÉDITA
PARA A REGIÃO

Perspectiva Piscina.

UM PROJETO CONTEMPORÂNEO, ELEGANTE E AUTÊNTICO,
INSPIRADO NAS TENDÊNCIAS, NA ARTE E NO VERDE DO JARDINS.



**PADRE
JOÃO
MANUEL**

RESIDENCES

3 SUÍTES
141 a 160 m²

COBERTURAS
244 e 272 m²



Perspectiva Fachada.

ARQUITETURA

aflalo/gasperini arquitetos

PAISAGISMO

BENEDITO ABUD

INTERIORES

lucio campana

INTERVENÇÃO
ARTÍSTICA

ESTÚDIO
CAMPANA

INTERMEDIÇÃO

MARQUISE
VENDAS

**COELHO DA
FONSECA**
PRIVATE BROKERS



CONHEÇA O DECORADO

RUA PADRE JOÃO MANUEL, 319 - JARDINS
11 97854-2478 319PADREJOAOMANUEL.COM.BR

REALIZAÇÃO

MARQUISE
INCORPORAÇÕES



PUBLISHER E PRESIDENTE DO GRUPO DORIA
Celia Pompeia

DIRETOR EXECUTIVO
João Doria Neto

DIRETORA DE CONTEÚDO
Ana Lúcia Ventorim

DIRETORA-GERAL DE PUBLICIDADE
Beatriz Cruz

Robb Report

Brasil

PUBLISHER
Celia Pompeia

CONSELHO EDITORIAL
Celia Pompeia,
João Doria Neto,
Beatriz Cruz,
Ana Lúcia Ventorim
e Gisele Vitória

EDITORA-CHEFE
Gisele Vitória

DIRETORA DE ARTE
Mirian Bertoldi

EDITORA EXECUTIVA
Rosane Pavam

EDITORA ESPECIAL
Silviane Neno

COLABORADORES:
Juliana Bianchi (Texto),
Virginia Lamarco (Edição e
Produção da Seção Vitrine),
Juan Guerra, Marcelo Navarro
(Fotografia), **Marisa**
Bertoldi (Designer), **Francisco**
Martins (Ilustração de capa),
Lourdes Rivera (Revisão),
Katia Tobias (Administrativo)

DIRETORA-GERAL DE PUBLICIDADE
Beatriz Cruz

GERENTE EXECUTIVA DE PUBLICIDADE
Larissa Dalete

PUBLICIDADE
Claudia Amaral
Karina Lemos

OPERAÇÕES COMERCIAIS
Katia Moreno

ROBB REPORT É PUBLICADA NO BRASIL PELA
DORIA EDITORA (TODOS OS DIRETOS RESERVADOS),
SOB LICENÇA DA ROBB REPORT MEDIA, LLC,
SUBSIDIÁRIA DA PENSKE MEDIA CORPORATION.
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

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

CASTELO SAINT ANDREWS

GRAMADO-RS

VENHA VIVER ESTA EXPERIÊNCIA



Cuidados do Corpo e Alma

Massagens revitalizantes que contem-
plam relaxamento, alívio de estresse e
diminuição do cansaço físico e mental.

O Spa Saint Andrews possui uma estrutura
completa. Salas de massagens e terapias
revitalizantes, sauna seca e úmida, piscina
termica com belíssima paisagem do Vale do
Quilombo, academia completa para você
manter a forma. Aproveite estes momentos de
cuidado com a beleza e com a saúde no
horário e local desejados. Basta solicitar à
nossa equipe de mordomos e concierges.

PROGRAME-SE PARA OS FERIADOS DE ABRIL, MAIO E JUNHO

07/abril - Sexta-feira Santa
7 noites (02 a 09/04 ou 06 a 13/04)
3 noites (06 a 09/04) • 2 noites (07 a 09/04)

Páscoa com Brunello di Montalcino
Um dos mais premiados vinhos em todo mundo,
Brunello di Montalcino é marcante e inesquecível.

21/abril - Tiradentes
7 noites (16 a 23/04 ou 20 a 27/04)
3 noites (20 a 23/04) • 2 noites (21 a 23/04)

Festival Vinhos Rosé
Perfeito para o clima brasileiro, remetem às
sensações de leveza e frescor ao mesmo tempo
que apresentam características dos tintos.

01/maio - Dia do Trabalho
7 noites (27/04 a 04/05)
4 noites (27/04 a 01/05)

Fondue Suisse
Envolvente e romântico, o fondue é sempre
um bom motivo para reunir os amigos, ou,
celebrar bons momentos a dois.

JUNHO - Mês dos Namorados
O mês mais romântico do ano vem repleto
de experiências para os casais apaixonados.
Programações com 3, 4 e 7 noites.
Reserve 7 noites e pague somente 5.
Aproveite!

Mountain House

Casa exclusiva, com 500m² de
espaço, dentro do complexo Saint
Andrews e com a conveniência de
um hotel de classe mundial.

Possui 3 suítes que acomodam até 7 pessoas,
com vista espetacular para o Vale do
Quilombo. Garagem privativa, ampla sala de
estar e de jantar, lavabo, cozinha equipada,
varanda gourmet, bar, adega climatizada,
smart TVs, elevador, som wireless, internet e
serviços exclusivos de Butler, Housekeeping,
Concierge e Chef, que irá preparar refeições
personalizadas ao seu gosto.

JULHO - FÉRIAS DE INVERNO - CONSULTE PROMOÇÃO NO SITE

NOVIDADE EXCLUSIVA - PASSAGEM AÉREA INCLUSA NA DIÁRIA



Informações e reservas:
(54) 3295-7700 / 99957-4220 (ou seu agente de viagens)

castelosaintandrews

saintandrews.com.br



OBJETO DIRETO

MÁQUINAS, GADGETS, ACHADOS E PEÇAS DOS SONHOS

por SILVIANE NENO



PILOTANDO A VIAGEM

A famosa Pilot Case, lançada pela primeira vez em 1994, acaba de ganhar uma nova versão. Inspirada pelo icônico design da mala, que se tornou um item desejo da aviação pela forma como se encaixa perfeitamente entre os assentos em um cockpit, desta vez ela chega com uma parte interior mais espaçosa. Perfeita, não apenas para os pilotos.

O exterior de alumínio frisado, seguindo a estética da coleção original, se manteve enquanto a parte de dentro funciona quase como uma caixa de ferramentas versátil. Ao mesmo tempo que o compartimento acolchoado removível pode segurar um laptop de 16 polegadas, os bolsos de diversos tamanhos mantêm itens organizados – de baterias e carregadores até uma pequena garrafa de água ou guarda-chuva. Original Pilot Case: R\$ 8.550,00. www.rimowa.com

DIRETO DA PASSARELA

Sucesso na última Semana de Moda em Paris, a bolsa Superheroína é o estilo Philipp Plein perfeitamente contado. A bolsa tem o tamanho perfeito para encaixar em qualquer ocasião do dia. A peça conta com o famoso Hexágono PP na aba, com a marca escrita em estilo gótico na parte da frente. Possui alça removível, fecho de pressão, bolso externo atrás e interior com espelho e compartimento. Preço: R\$ 12.380,00. @philipppleinriodejaneiro www.plein.com/br/pt/



O NOVO TANK

Com habilidade de se reinventar ao longo do tempo, o Tank Française se uniu à família Tank em 1996, com a inteligência de seu design. A pulseira de metal em harmonia com a caixa agora é radicalizada nesta nova versão. Em aço e ouro amarelo, com ou sem diamantes, o novo Tank chega com acabamento acetinado e brancards mais arredondados. O mostrador com algarismos romanos é destacado pelo brilho de seu relevo. O novo modelo funciona com movimento mecânico automático. Preços: Aço: R\$ 29.900,00 / Ouro: R\$ 165.000,00 / Ouro com diamantes: R\$ 209.000,00. www.cartier.com

TAPETE VERMELHO

O colar da novíssima coleção Icona, com campanha estrelada pela übermodel Gisele Bündchen, é feito com uma combinação de ouro amarelo, branco e rosé e diamantes. O modelo é a escolha perfeita para o clássico e autêntico com a riqueza de cores, texturas e materiais. A peça une o design exclusivo do V de Vivara, em texturas icônicas, ao efeito versátil e moderno da joia esmaltada. Colar Icona. Preço: R\$ 47.990,00. www.vivara.com.br



OBJETO DIRETO



MINI ELÉTRICO

Com apenas 25 unidades disponíveis no Brasil, o MINI Cooper S E Multitone Edition é uma série especial limitada que combina a propulsão 100% elétrica com a característica divertida e ágil de um legítimo MINI. O design tem cores e tonalidades que garantem personalidade única.

O acabamento do interior e a pintura diferenciada são detalhes que fazem toda a diferença para quem busca um carro de alto padrão. Os arremates brancos nos retrovisores, maçanetas e aros dos conjuntos óticos dianteiro e traseiro criam um belo contraste ao modelo. Essa série é o primeiro modelo 100% elétrico da marca. Preço: R\$ 295.990,00. www.bmw.com.br

VÍDEOS E FOTOS DE CINEMA

O Galaxy S23 Ultra 5G inaugura a nova era da melhor experiência de smartphones premium da Samsung. Equipado com o processador Snapdragon® 8 Gen 2 for Galaxy, desenvolvido para dispositivos Galaxy e o mais rápido Snap-dragon disponível hoje, entrega performance premium para atividades diárias, de anotações com a S Pen integrada até jogar o game do momento. A câmera permite fazer fotos sem a preocupação de carregá-lo ao longo do dia graças a uma bateria de 5.000 mAh que se adapta ao seu uso por meio de Inteligência Artificial. Além das fotos, o sensor de Pixel Adaptativo de 200 MP grava vídeos em resolução 8K e 30 quadros por segundo. Também traz o Nightography, perfeito para cliques e vídeos em situações de luminosidade baixa. Preço: R\$ 9.499,00. www.samsung.com.br



CARREGADOR POR INDUÇÃO

Presentinho bom em qualquer época do ano, o carregador sem fio Qi foi desenvolvido para trazer praticidade ao usuário. Apenas com a aproximação na base é possível carregar seu aparelho celular. Possui led indicador de carga. Preço: R\$ 175,00 <https://www.flexform.com.br/>



"PER NOI LA PERFEZIONE VIENE
PRIMA DELLA CREAZIONE"

Fasano



Parigi 

FASANO 'GERO TRATTORIA BISTROT | Parigi  'GERO PANINI

   @fasano #fasano www.fasano.com.br

MasterCard
Black

ROBB EM CASA

por SILVIANE NENO



UMA JOIA DE CHAMPANHEIRA

Com design de Camila Fix, a champanheira da Saint James tem a base recuada, que dá a sensação de que as peças estão flutuando. As bordas inclinadas em sentidos opostos criam dinamismo aos produtos e reforçam a identidade dessa peça. Com acabamento em flash de ouro 24 k. Preço: R\$ 8.909,00. www.shop.saintjames.com.br



SEM REGRAS PARA SENTAR

O arquiteto Arthur Casas é quem assina as novas peças da Quorum Home Design. A linha exclusiva de estofados desenhados por nomes do design brasileiro foi criada pela Bell'Arte, marca que desenvolve estofados de alto padrão com design autoral. O Matchon é um estofado livre de regras no estilo e nas funções. Modular, tem potencial para se adaptar a diferentes layouts de espaço, ora para dividir ambientes, com o uso de ambos os lados dos assentos; ora como sofá-cama ou, ainda, com confortáveis apoios para os pés. A estrutura é produzida com madeira de reflorestamento (placas em multilaminado), procedimento ecologicamente correto e com umidade controlada. As barras de aço amparam a estruturação e apoio dos pés, que são feitos em aço carbono e madeira. Preço: R\$ 225.352,00. www.bellarte.com.br

MAIS DO QUE UM VASO

O Vaso Mille Suits Play é uma criação multifacetada que combina requinte barroco e modernidade. Composto por cinco peças adornadas com recortes venezianos, o vaso pode ser transformado de acordo com a inspiração do momento. A aliança dos materiais entre a transparência e os reflexos dourados, cria um jogo de contrastes marcante. Uma peça imbuída de magia, digna de um palácio oriental. Preço: US\$ 36.250. us.baccarat.com



BACIA INTELIGENTE

Sabe aquela bacia sanitária incrível que você já viu em alguns hotéis de luxo? A Kohler acabou de apresentar a Numi 2.0. O vaso inteligente possui integração com a Alexa, alto-falantes e luzes LED UV para higienização. Entre os recursos geniais, acionados por comando de voz, ela permite escutar música, ter o assento aquecido, ducha higiênica automática e auto-higienizante, com controle de pressão e temperatura que proporcionam o máximo de conforto. Preço: R\$ 80.000,00.

www.kohler.com.br



BELEZA PRESERVADA

A Mini Geladeira Beauty é perfeita para preservar os produtos de beleza usados no momento da skincare. Com capacidade de manter a temperatura para maior durabilidade e eficiência dos produtos, a peça tem tecnologia exclusiva. Resfria até 20°C abaixo da temperatura ambiente ou aquece a 65°C.

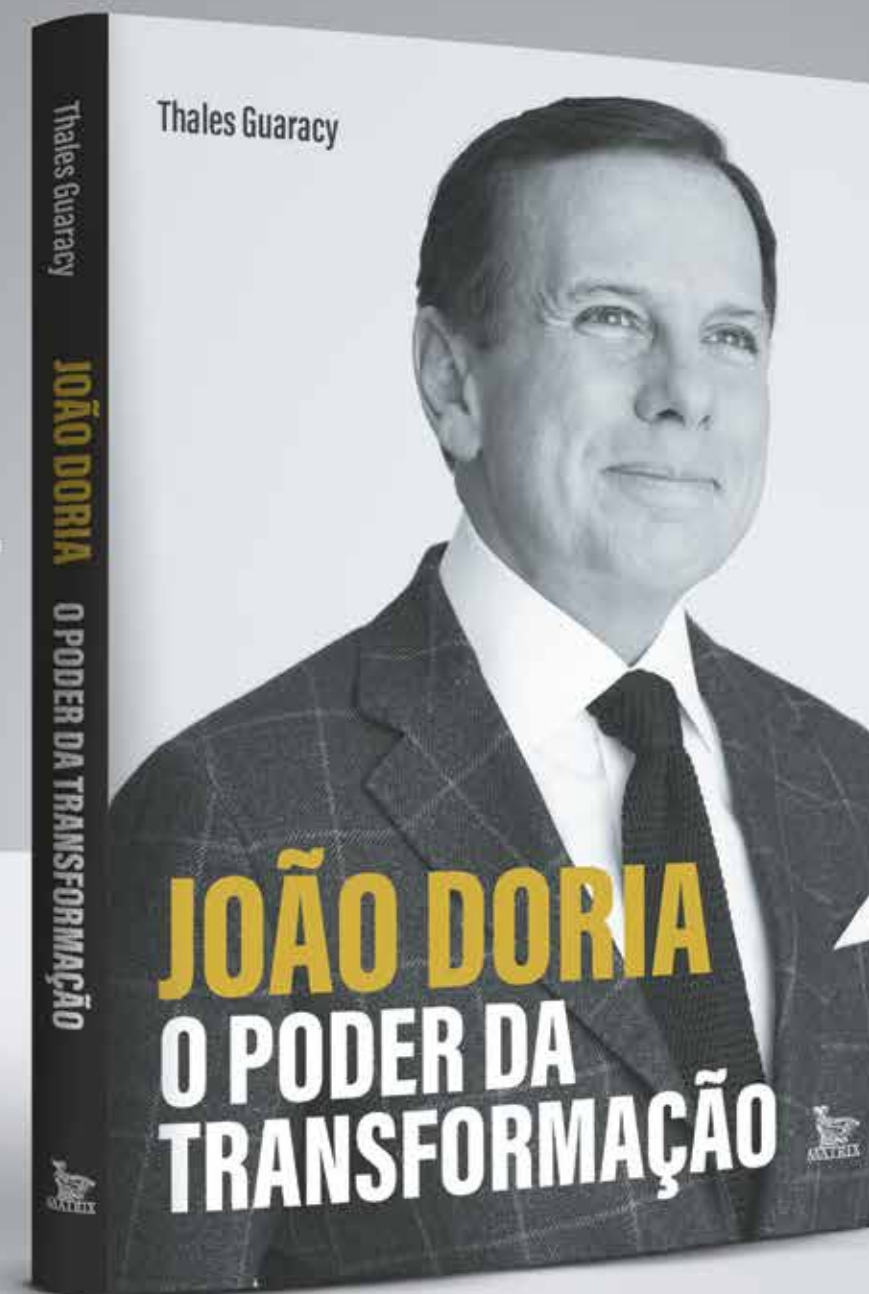
Preço: R\$ 999,00. www.minicool.com.br

DE EMPRESÁRIO
PARA POLÍTICO.

DE PANDEMIA
PARA VACINA.

DE OBRAS PARADAS
PARA OBRAS ENTREGUES.

O LIVRO NÃO PODIA
TER OUTRO TÍTULO.



MATRIXEDITORA.COM.BR

JÁ NAS LIVRARIAS. TAMBÉM EM E-BOOK.

VITRINE

PRESENTES DESCOLADOS por VIRGINIA LAMARCO

Verde que te quero verde

Ver, sentir e usar! A cor influencia e encanta a maneira de enxergar o mundo! Aqui, escolhas especiais associam à natureza, ao frescor através dos objetos



FAUNA DECÔ
Peça, vaso em forma de rã. Da coleção Fauna Crystopolis, designer Jaime Hayon, para Baccarat. Por R\$ 40.176,00*.
www.baccarat.com



FRAGRÂNCIA DO ORIENTE
Perfume unissex, Bond Nº 9 Dubai Jade Eau de Parfum (Neeche) – inspirado na pedra preciosa jade, que traz sabedoria e criatividade. À venda no CJ Fashion. Preço: R\$ 3.570,00.
www.cj-fashion.com



NAS ALTURAS
Sandália Chá Verde, Aquazzura. À venda no CJ Fashion. Preço: R\$ 8.640,00.
www.cj-fashion.com

CRISTAL EM FESTA
Brinco Gema Chandelier, Swarovski. Preço: R\$ 3.700,00.
www.swarovski.com.br



PALADAR FRESCO
Vinho com 90 pontos de Vinous. Para acompanhar aperitivos e receitas com peixe. Na Decanter. Preço: R\$ 79,90.
www.decanter.com.br



FORMA VIVA
Anel Sevilhana, em ouro e jade, por Elsa Peretti, para Tiffany&Co. Preço: R\$ 22.300,00.
www.tiffany.com.br

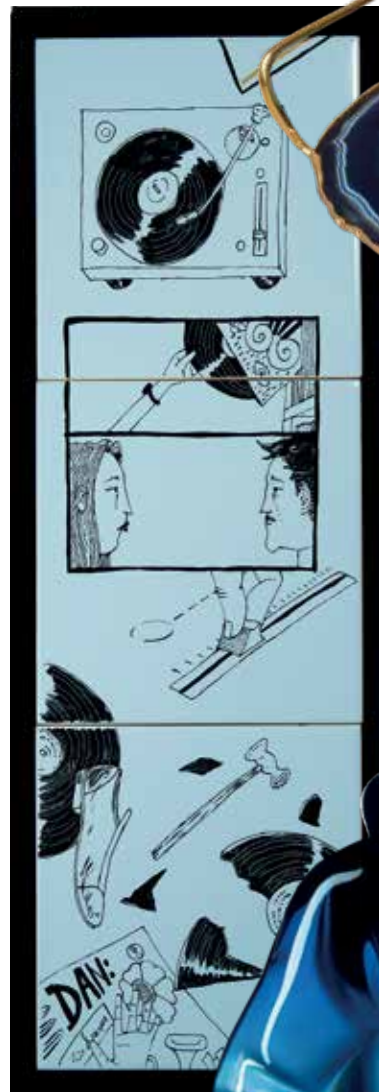
PURO LUXO
Bowl de cereal, da Rosenthal, para Swarovski, à venda na 6F Decorações. Preço: R\$ 2.412,00.
www.6f.com.br



FOCO DE LUZ
Luminária Jazz LED é portátil. De madeira maciça e alumínio. Designer Fernando Prado, para Lumini. Preço: R\$ 1.975,01.
www.lumini.com.br

Tudo azul

Do céu e das águas, das pedras preciosas. Peças assinadas, do azul profundo, que influenciam nossas emoções



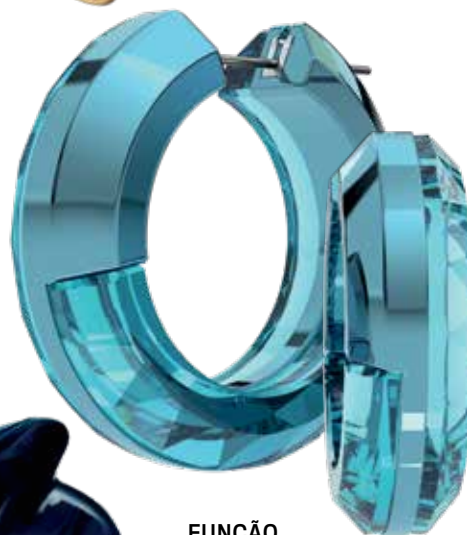
HISTÓRIA EM QUADRADINHOS
Obra da série *Oras*, assinada por Daniel Almeida, pintados à mão. Na Dpot Objeto. Preço: R\$ 1.860,00. www.dpotobjeto.com.br



USO DA HORA
Perfume We Are Tribe, Benetton, masculino. À venda na Época Cosméticos. Preço: R\$ 219,00. www.epocacosmeticos.com.br



PEDRA NOBRE
Bandeja São Thome II, em ágata azul com bordas banhadas a ouro e alças em latão. EleHome. Preço: R\$ 950,00. www.elehome.com.br



ENTRE CÍRCULOS
Argolas, coleção Lucent, Swarovski, cristal e alumínio. Preço R\$ 2.000,00. www.swarovski.com.br



FUNÇÃO IMEDIATA
Canivete de bolso, Spartan, com 12 funções. Victorinox. Preço: R\$ 297,00. www.victorinoxstore.com.br



DESIGN APURADO
Fruteira, da coleção Smooth Serenity, ouro 24 e resina. Designer, Matteo Cibic. St.James. Preço: R\$ 11.569,00. www.saintjames.com.br

POUSO DE PESO
Escultura de cristal, coleção Emperor Aigle, midnight azul 300. Baccarat. Preço: R\$ 33.534,00. www.baccarat.com.br



PEÇA PRECIOSA
Broche, coleção Bird on a Rock, com tanzanita, designer Jean Schlumberger. Joia ícone do século XXI. Tiffany & Co. Preço: R\$ 721.000,00. www.tiffany.com.br

TRAÇO FINO
Caneta-tinteiro Meisterstück Glacier Doué, cada pena da coleção é gravada com o dragão MontBlanc Mer de Glace. Montblanc. Preço: R\$ 7.600,00. www.montblanc.com.br



EMBARQUE IMEDIATO
Mala de viagem flexível, Keepall Bandoulière 50; mocassim, LV Driver, idelizado por Virgil Abloh, com padronagem Monogram; relógio de mergulho tradicional, da coleção Tambour Street Diver. Tudo Louis Vuitton. Preços: R\$ 19.500,00; R\$ 5.850,00; R\$ 51.710,00 respectivamente. www.louisvuitton.com

*Preços pesquisados em março/2023



Uma delícia enraizada no Brasil

O país ocupa o 12º lugar entre os maiores consumidores de sorvete. E o sabor criado por uma gelateria brasileira está entre os 50 melhores do mundo



Um paraíso de doces delícias: o Taj Mahal, o gelato dos sonhos e o Marfim

Com mais de dez mil estabelecimentos a fabricar e vender sorvetes, o Brasil ocupa hoje o 12º lugar entre os maiores consumidores dessa iguaria no mundo. A maravilha gastronômica, surgida há mais de quatro mil anos na China, a partir de uma mistura de neve, leite e arroz, provocou revoluções também aqui.

O desenvolvimento do sorvete ocorreu a partir do século XIV, quando o viajante Marco Polo trouxe do Oriente, até sua Veneza, uma mistura assemelhada à que conhecemos hoje. Foi a também italiana Catarina de Médicis quem introduziu o sorvete na França,

ao se casar com o Duque de Orleans. A neta do casal, ligada em matrimônio a Carlos I, levou o costume para a Inglaterra, de onde os colonizadores britânicos partiram para alastrar o hábito gastronômico pelos Estados Unidos.

LIBERAÇÃO FEMININA

A história diz que a paixão pelo produto começou no Brasil em 1835, quando um navio aportou no Rio de Janeiro com 270 toneladas de gelo e dois comerciantes criaram, a partir desse material, o primeiro sorvete de frutas. Servido em confeitarias, o produto atraiu as mulheres, que jamais haviam

frequentado esses estabelecimentos antes. Aqui, portanto, o sorvete gerou um movimento considerado de liberação feminina! Conto isso para que possamos entender a importância da existência desses dez mil locais onde se consome o sorvete atualmente no Brasil.

O produto adentrou nossas raízes. E não é mais uma iguaria que tenha como matérias principais apenas o leite e o gelo. Agora, ingredientes sofisticados são acrescentados às receitas, como água de rosas, ouro e porções exóticas de rapadura ou gorgonzola. E como atrás de toda sorveteria há uma história, constatamos recentemente que perti-

nho de nós se consome um dos melhores sorvetes do mundo. Servido na San Lorenzo Gelateria, no bairro do Morumbi, em São Paulo, o sabor eleito em 2022 o 37º melhor do mundo pelo Festival Mundial do Gelato, em Roma, leva o nome do estabelecimento brasileiro que o criou. O sabor San Lorenzo é uma delicada combinação de ricota, mel com alecrim e pinholes. Formos provar o vencedor e outros igualmente diferenciados da San Lorenzo.

Todos os 60 sabores servidos são delícia pura. Vão dos clássicos, como



Floriano e Zangrandi, criadores

“Um reconhecimento gratificante”, diz o chef sobre o sabor premiado, de ricota e alecrim

vencedor, e o ator e empreendedor Marcelo Zangrandi, filho do empresário João Zangrandi, responsável, no Brasil, pela difusão do Vaporetto, o eletrodoméstico italiano que entrou nas casas brasileiras para facilitar nossas vidas. Marcelo Zangrandi, que não está mais envolvido na administração do negócio, é considerado seu padrinho. O sucesso da gelateria originou a inauguração de mais uma unidade do empreendimento em Rio das Ostras, no Rio de Janeiro. E três lojas se encontram a caminho, mais uma na cidade de São Paulo e duas outras no estado do Rio.

Formado em engenharia mas apaixonado por culinária, Brenno Floriano trouxe a marca Vapiano para o Brasil, em 2012, no estabelecimento homônimo de Ribeirão Preto. Dois anos depois, veio a filial paulistana, e o sucesso do empreendimento o fez dedicar-se à arte do gelato. Em 2017, realizou cursos no Brasil e na Itália. No ano seguinte, ganhou o Campeonato Brasileiro de Gelato com o sabor San Lorenzo, que em 2021 venceu novamente como o

melhor do Brasil. Este primeiro lugar levou-o a disputar a final no Mundial da Itália no ano seguinte, de onde saiu como o criador de um dos 50 melhores sabores do mundo.

TRIUNFO ARTESANAL

Nosso mestre gelatiere – que também cria doces artísticos e esculturais, além de se dedicar à arte do chocolate, criador de ovos de Páscoa e bombons – não poderia ter-se sentido mais feliz do que durante a concessão do prêmio, em dezembro passado. “Estar entre as 50 melhores gelaterias do mundo é uma honra. Ver todo o esforço e a dedicação reconhecidos mundo afora é muito gratificante”, declarou o chef. Ele não parece se importar que no Brasil ainda se diga que é sorvete o que naturalmente permanece distante disso. ■

SAN LORENZO GELATERIA

Av. Jorge João Saad, 900. Morumbi, São Paulo. Horário de funcionamento: todos os dias da semana, das 12h às 20h. www.sanlorenzogelateria.com.br Instagram @sanlorenzogelateria

THE RR LIST

por VIRGINIA LAMARCO

Abra suas asas e entre
nessa festa, com tudo o que
você precisa para brilhar



1 PURA GEMA

Colar Gema verde,
banhado a ouro,
Swarovski. Preço:
R\$ 3.300,00.
www.swarovski.com.br



2 POESIA VERDE

Brinco de
esmeraldas
e ouro rosé, 18k,
Emar Batalha.
Preço: R\$ 137.909,00.
www.emar-batalha.com.br



5 EM CENA

Vestido longo babados
silky stardust azul
PatBO. Preço: R\$ 4.498,00.
www.patbo.com.br



8

BRILHO SUAVE
Quarteto de sombras
multiefeito, Chanel.
Preço: R\$ 595,00.
www.chanel.com.br



6 CABE NA MÃO

Clutch em metal dourado
Cecília Gold, da Serpui.
Preço: R\$ 1.608,00.
www.serpui.com.br

7 NOITE PERFUMADA

J'Adore, eau de
parfum da Dior (100 ml).
Preço: R\$ 515,00.
www.dior.com.br



9

MOMENTO ESPECIAL
Taça para vinho
branco, na Le
Lis Casa. Preço:
R\$ 89,90 (a unidade).
www.lelis.com.br



10

CHAVE DE OURO

Para arrematar o look, bracelete Bone,
pequeno, ouro com jade, Tiffany&Co.
Preço: R\$ 152.000,00. www.tiffany.com.br



4 PRIMAVERA AZUL

Sandália ZSA azul,
da Aquazzura. À
venda na CJ Fashion.
Preço: R\$ 6.390,00.
www.cj-fashion.com



3 HORA DO BRINDE

Champagne francês
Brut Moët &
Chandon Impérial.
Preço: R\$ 399,00.

LUGANO
GRAMADO

Seja um
franqueado

FRANQUIAS EM TODO O BRASIL
+250

- Mais de 500 funcionários
- 100 toneladas de chocolate produzidas por mês
- Estamos presentes em todos os estados e no Distrito Federal



Escaneie o QR Code
e converse conosco.

(54) 98120.0057

expansao@franquiaslugano.com.br

chocolatelugano.com.br

PORTFÓLIO

CLAUDIA ANDUJAR

Olhai os . Yanomami

Aos quase 92 anos, a fotógrafa Claudia Andujar não desiste nunca. A artista, e responsável por mostrar ao mundo a importância da preservação da cultura Yanomami, diz que vai continuar lutando para proteger a tradição dos indígenas. Depois do sucesso da exposição na Fundação Cartier, em Nova York, a fotógrafa recebeu *Robb Report Brasil*. Aqui, registros inéditos do seu precioso acervo de mais de 40 mil imagens

por SILVIANE NENO

Opiq+theri, Perimetral norte da série *Sonhos Yanomami*, 2002



Eram 11h em ponto quando Cristina, a funcionária que entra às 10h30, abriu a porta do apartamento de grandes janelas de vidro de onde se via o skyline cinzento da São Paulo chuvosa e caótica. A fotógrafa Claudia Andujar habita o vigésimo andar de um prédio na Avenida Paulista. Senta sempre na mesma cadeira, uma clássica Aeron, cujo design carrega a reputação do conforto. Um luxo necessário, já que é onde ela passa pelo menos quatro horas por dia, lendo jornal ou no computador. Claudia mora sozinha, embora quase nunca esteja só. Três pessoas se revezam nos cuidados com a casa e com ela. Não tem cachorro, nem gato. Só alguns animais de pelúcia, entre os quais três tartarugas que repousam no sofá da sala.

Na entrada, dezenas de adornos indígenas estão encapsulados em um vistoso painel de acrílico. Há também dezenas de livros e muitos outros vestígios de que ali mora a dona de uma história que se mistura com a existência, e a resistência, de uma população indígena cuja cultura complexa ela revelou ao mundo através de suas fotografias e ativismo político. “Quem quiser compreender a cultura Yanomami, é obrigatório conhecer o trabalho da Claudia”, resume o fotógrafo brasileiro Cassio Vasconcellos.

A potência do trabalho de Claudia Andujar já virou filme, ganhou prêmios internacionais, e mereceu um pavilhão inteiro no Instituto



Inhotim, em Brumadinho (MG). Sua obra tem sido exibida em diversos lugares do mundo, ao longo das últimas décadas em cidades como Paris, Barcelona, São Paulo, e mais recentemente, no The Shed, em Nova York, que recebeu a exposição *The Yanomami Struggle (A Luta Yanomami)*, em parceria com a Fundação Cartier Pour L'Art Contemporain.

A mostra resgata desde o primeiro encontro da fotógrafa com os Yanomami, em 1971, até a transformação da sua arte em ativismo, quando ela e outros companheiros, como o missionário Carlo Zacquini criaram a Comissão de Demarcação do Parque Yanomami. Na sua mesa de trabalho, há três fotos de Zacquini. Um dos retratos está dentro de um cubo de acrílico adornado com minibuquês de rosas brancas. O apreço ao amigo remete a quando tudo começou. Foi o missionário quem ajudou Claudia a conquistar a confiança da comunidade Yanomami, numa das primeiras idas da fotógrafa a Catrimani, região de Roraima, junto com o companheiro, o também fotógrafo George Love. Já são mais de cinquenta anos de amizade e uma causa em comum.

O COMEÇO DE TUDO

Era início dos anos 1970, tempos duros da ditadura militar. O regime foi o responsável por lançar um programa que prometia abrir a Amazônia, com a ambição de explorar seus recursos agropecuários e minerais. O projeto atraiu centenas de pessoas de outros estados e, em pouco tempo, atingiu de forma dramática a população Yanomami, sobretudo por doenças.

Claudia Andujar foi a primeira a denunciar a situação, em 1977, e também a primeira a ser expulsa do território pelo governo militar, enquadrada na Lei de Segurança Nacional. Mas, como diz o refrão repetido no grito dos atos estudantis, “Quem não pode com a for-

“Os Yanomami são a minha vida, o sentido da minha vida. (...) Nunca serei tranquila”

Claudia Andujar, sobre as ameaças ao povo indígena

miga não atíça o formigueiro”. Claudia já era defensora dos direitos territoriais e culturais do povo Yanomani. A partir daquele episódio, a causa se sobrepôs até mesmo à sua carreira artística, embora, hoje, sua obra maior seja exatamente a forma singular com que interpretou visualmente a beleza e a cultura daquela etnia da Amazônia, seja experimentando novas técnicas fotográficas, seja convidando os indígenas a representar a natureza, e como viam o mundo, através de desenhos.

Foram inúmeras viagens e longas temporadas com os Yanomami. Durante seis anos ela fotografou suas casas coletivas, as expedições na floresta, os rituais xamânicos. Nessas experiências com o sagrado, inovou usando lente grande-angular, filme infravermelho, filtros coloridos e vaselina na lente da câmera para dar às imagens a força onírica do ritual. “Além da beleza nos corpos e práticas diárias dos indígenas, as imagens de Claudia apontam para a necessidade de reconhecimento dos direitos dos povos originários e da natureza.

A fotografia para ela sempre foi ferramenta para evidenciar a fragilidade de algumas minorias”, diz Marcos Gallon, diretor artístico da Galeria Vermelho, que representa a artista.

Claudia fotografou os Yanomami pela primeira vez, em 1971, para uma edição especial da revista *Realidade*. O contato com os indígenas mais isolados despertou nela um



sentimento definitivo. Uma conexão que perdura até hoje, mesmo que algumas limitações tornem mais complicadas as idas à região que ajudou a demarcar. Quando a cineasta Mariana Lacerda rodou *Gyuri*, documentário sobre a fotógrafa exibido nos cinemas no ano passado, Claudia foi levada de cadeira de rodas por uma trilha da floresta até a comunidade Yanomami. Um caminho conhecido, mas agora cheios de obstáculos, como as frequentes ausências de memória. Mas há coisas que ela não esquece, como o nome “Gyuri”, que dá título ao documentário. Gyuri, um menino de 13 anos que morreu no campo de concentração de Auschwitz, foi o primeiro amor de Claudia. Quando mostro o livro *A Queda do Céu*, ela menciona imediatamente Davi (Yanomami) Kopenawa, autor da obra junto com o escritor e etnólogo Bruce Albert. “Não perco o contato com eles. De vez em quando Davi vem me visitar”, revela.

SEM TEMPO PARA DESISTIR

Naquela quinta-feira de março Claudia acordara tarde. Acabou perdendo a hora e foi despertada por Cristina, que a lembrou de nosso encontro. Só por isso não surgiu na sala do jeito que gosta. Bem aprumada, com cabelo alinhado e maquiagem que ela mesma faz. Nada que tirasse a elegância do traje de algodão, a delicadeza nos gestos e no trato e o brilho que muda a cor dos olhos castanhos cada vez que fala dos Yanomami, “É a minha vida. O sentido da minha vida”, resume. Sobre as recentes notícias da dramática situação de abandono dos Yanomami, que deixaram o Brasil perplexo no início do ano, Claudia prefere dizer que tem esperança que agora tudo melhore. Diz também que confia em Davi, e que ainda quer voltar ao território Yanomami. “Nunca vou ser tranquila.”

“As imagens de Claudia apontam para a necessidade de reconhecimento dos direitos dos povos originários e da natureza.”

Marcos Gallon, diretor artístico da Galeria Vermelho

Desistir nunca foi palavra no repertório da poliglota nascida na Suíça, criada na Hungria e que teve o pai, judeu, morto no campo de concentração de Auschwitz. Claudia conseguiu fugir da guerra, junto com a mãe, de volta à Suíça. No fim dos anos 1940, mudou-se para Nova York e depois para o Brasil. Em 1955 comprou a primeira câmera em São Paulo. Sem nunca ter feito um curso de fotografia começou a viajar pelo Brasil e América Latina. Foi com ela que a fotógrafa, que fugiu do genocídio, ajudou a salvar uma população esquecida, que sofria em silêncio. Claudia Andujar, na verdade, nasceu Claudine Haas. O sobrenome de registro foi mudado quando conheceu o primeiro marido, Julio Andujar, refugiado da Guerra Civil Espanhola. Também uma maneira de evitar rememorar a perseguição vivida. Com exceção da mãe, ela perdeu toda a família durante o Holocausto.

Claudia Andujar, 92 anos, naturalizada brasileira, foi também o nome mais lembrado no universo da arte e do ativismo político quando, no ano passado, comemorou-se os 30 anos da demarcação indígena da terra Yanomami. Trinta anos que atçaram a formiga e o formigueiro. — E você tem algum parente no Brasil, Claudia? — “Não, só os Yanomami”. **R**

Black é a cor mais quente

As escolhas certeiras de **Alexandra Loras**, a francesa de 46 anos que está mudando o perfil das mulheres nas grandes empresas brasileiras, são ferramentas de trabalho. Da mala de viagem às obras de arte que coleciona, tudo conversa com a relevância de mostrar o poder do protagonismo feminino negro

por SILVIANE NENO

Em 2015 Alexandra Loras fez uma viagem para o Gabão, país na África Central, que mudou sua maneira de entender a sorte – e o mundo, claro. Junto com o amigo e fotógrafo belga Tinko Czetwzynski ela conheceu a iboga, uma planta de origem africana usada em rituais de cura e autoconhecimento. Alexandra trouxe um pedaço do galho mágico e o transformou num amuleto. “Sempre peço para me proteger quando conheço pessoas novas, para que seja uma troca de qualidade”, diz. O Gabão foi um dos 61 países por onde passou a francesa, com rodinha nos pés, que há dez anos chegou ao Brasil, com o marido, Damien Loras, então cônsul da França, e um filho de quatro meses. Filha de mãe francesa e pai gambiano, ela é jornalista, apresentadora de televisão, escritora, e palestrante. Contudo, quando chegou a São Paulo, abra-



A iboga, planta africana usada como amuleto

A bolsa Celine, às vezes usada por ela do avesso, para não exibir a marca

çou um propósito que se transformou em missão de vida: o respeito aos negros, a luta antirracista.

“Já morei em oito países, mas o Brasil é o segundo com a maior população de negros, depois da Nigéria”, afirma. “No entanto, não via negros ocupando espaços nos telejornais, nas novelas, nem em cargos públicos relevantes. Concluí que era um país racista”.

É. Alexandra passou a chamar a atenção pela presença imponente, mas sobretudo pelas ideias. Levou a discussão contra o racismo para os salões da elite paulistana e causou. Em 2012, em um editorial da revista *Vogue*, deu o que falar. Ela aparecia ao lado da princesa Paola de Orleans e Bragança na contramão da herança histórica. Alexandra vestida de aristocrata,



fotografia
@MARCOSPB Duarte
direção criativa
@OALEMONTEIRO
beleza
@RAFAELGUAPIANO
hair
@LULLYHAIR_STYLIST
@THIAGOGANNDR
backstage
@JORDANFOTOGRAFO
produção executiva
@POLLYPIVA
coordenação geral
@PIVALETICIA
designer gráfico
@IMJOHNSATO
@KAIQUE_SEPULVEDA
videomaker
@MIROMOREIRABR
retouch
@ESTUDIOSALA41
@LOOPWORK
@CARLACAMPOS
cenário floral
@GUEDESGARDEN

Alexandra veste
Apartamento 03

ARQUIVO PESSOAL



A mala Rimowa cabe em todas as viagens. E as sandálias Hermès, "curinga"



Acima, o editorial que causou polêmica: papéis trocados em foto de Tinko Czetwertynski

e Paola, de uniforme de empregada doméstica. "A publicação daquela reportagem e daquelas fotos repercutiu muito e, mais decisivo, triplicou a presença de negras nas revistas femininas", diz. "O Brasil estava num momento de entender que tem que fazer uma reparação histórica".

GUARDA ROUPA E SIMBOLISMOS

A questão do racismo chega a pontuar até mesmo seu estilo no cotidiano. Alexandra compõe seus looks com peças de marcas como Celine e Hermès, mas nada óbvio, e sim fruto de um olhar de connoisseur, "Uso algumas peças de qualidade como forma de enfrentar o preconceito em lugares onde poderia ser mal recebida por ser negra", afirma. "Assim consigo ser 'lida' e transitar em ambientes refinados." Alessandra, tem a naturalidade de uma francesa

acostumada com a cultura de seu país, onde ostentar é cafona. "É uma bolsa que ninguém tem, mas quem conhece sabe", ressalta, ao exibir com discrição sua Celine branca e preta. A sandália Hermès, com detalhes em vermelho e azul, não pode faltar na mala de mão, uma Rimowa marinho brilhante da qual ela não se separa em nenhuma viagem. "Consigo levar quatorze vestidos leves", ensina.

São códigos de imagem que ela sabe usar, imprimem parte da sua personalidade, e são fundamentais em seu trabalho de consultoria. Alexandra ensina empresas e líderes empresariais a criar um clima mais equilibrado nas organizações, com espaço para diversidade de gênero e raça. Em outras palavras, ela ajuda empresas a entenderem por que são racistas e empodera mulheres negras para ascenderem profissionalmente.

O resultado impacta diretamente

a rentabilidade, além de ser um trabalho bonito e fundamental. "Empresas que contratam pessoas dentro do espaço de diversidade aumentam em pelo menos 35% a rentabilidade", afirma. O trabalho de letramento racial, que se tornou sua expertise, já foi aplicado em mais de cem multinacionais e atingiu 98 mil mulheres. Recentemente ela abriu o Instituto do Protagonismo Feminino, um projeto social que oferece mentorias presenciais para impulsionar a carreira de mulheres de baixa renda.

Um trabalho do qual ela fala com orgulho, da mesma forma que guarda uma obra de arte comprada num "família vende tudo", em São Paulo, uma madonna negra com anjos também negros embaixo: "O simbolismo é muito grande. Porque a figura da pureza dos anjos é sempre retratada por crianças loirinhas e brancas. Os anjos também são negros". E são. 



INTERMEZZO CARNES

Há mais de 20 anos no mercado, a Intermezzo é uma referência no que há de mais moderno e competente na produção de carnes especiais no Brasil.

Focando sempre em processos sustentáveis e tecnologias de última geração no manejo das raças Angus e Wagyu, a marca garante a origem e procedência de seu fornecimento através de parcerias estratégicas negociadas pelo fundador Sylvio Lazzarini, especialista em pecuária no país.

Todo esse cuidadoso trabalho é refletido nos produtos da marca, com o marmoreio e sabor inigualável das carnes.

Da fazenda à mesa, a Intermezzo visa o equilíbrio entre a qualidade de seus produtos e o menor impacto possível para o meio ambiente.

LOJA FÍSICA

AV SÃO GABRIEL, 19
(ao lado do Varanda Grill)
ITAIM - São Paulo - SP

TELEVENDAS

(11)98804-5176/2692-4545



COMPRE PELO SITE:
WWW.INTERMEZZOCARNES.COM.BR

 [intermezzocarnes](https://www.instagram.com/intermezzocarnes)

Nas Alturas



O diretor Guillaume Kientz, que abre o museu para diferentes histórias

Com muitas histórias para contar, o **Museu e Biblioteca da Sociedade Hispânica** retoma suas atividades em Nova York e luta por um lugar no firmamento artístico

Uma grande instituição fundada na cidade de Nova York em 1904 abriga-se em um edifício do início do século XX com uma grande galeria principal e uma coleção de 750.000 objetos, incluindo livros raros e obras-primas de Velázquez, Goya e El Greco. Mas você será perdoado se nunca visitou ou ouviu falar do Museu e Biblioteca da Sociedade Hispânica. Trata-se de um tesouro escondido no norte de Manhattan e que não recebe uma grande exposição há mais de uma década, tornando-se, nas palavras do diretor Guillaume Kientz, “uma instituição fechada”.

A boa notícia, no entanto, é que isso já começou a mudar, com o lançamento de um espaço de exibição expandido e aberto ao público em janeiro. “As histórias que podemos contar são muitas, assim como aquelas narradas no passado”, disse Kientz, ex-curador do Louvre e do Kimbell Art Museum de Fort Worth que assumiu o comando do museu em 2021. À *Robb Report*, ele disse pretender explorar toda a extensão da coleção, abrangendo países, culturas e períodos. “Queremos agora uma instituição muito mais dinâmica, que rotacione o acervo e conte

diferentes histórias e diferentes lados da mesma história.”

O ressurgimento da Sociedade Hispânica se deve, em grande parte, a Philippe de Montebello, ex-diretor do Museu de Arte Metropolitano, que ingressou no conselho em 2015 e logo se tornou presidente. Questionado se aceitaria o convite de alavancar o lugar, ele afirmou: “A resposta é um categórico sim. Eu não ingressaria em uma instituição moribunda que pretendesse permanecer desse modo. Deixei bem claro que ela teria de mudar drasticamente, e mudou”. Segundo Montebello, a sociedade pode não ter um perfil



Praia em Valência (1908), de Sorolla, artista que o museu celebrará



Interior do Museu e Biblioteca da Sociedade Hispânica, em Nova York

muito público, mas para um curador de arte espanhola ou latino-americana não tem como desconhecê-la. “É a principal instituição”.

COMEÇO AUSPICIOSO

A Sociedade Hispânica da América, como era originalmente chamada, teve um começo auspicioso. Archer Huntington, herdeiro de uma ferrovia, criou-a como forma de dar à Espanha, Portugal, América Latina e Filipinas – que deixaram sua herança hispânica nos Estados Unidos – o que lhes é devido.

Ele comprou um grande pedaço de terra no que hoje é o próspero bairro latino de Washington Heights, batizou-o de Audubon Terrace (em homenagem ao naturalista John James Audubon, ex-proprietário do local) e doou a construção de prédios para a sociedade, o Museu do American Indian, a American Geographical Society, além de outras instituições. O projeto tornou-se uma espécie de assunto de família. Seu primo Charles Pratt Huntington assinou a arquitetura, a esposa Anna Hyatt Huntington criou as esculturas da Hispanic Society Museum & Library para o campus e sua mãe, Arabella Huntington, importante colecionadora, incentivou as paixões do filho pela arte.

Estudioso sério e dedicado, Archer organizou uma exposição do artista espanhol Joaquín Sorolla em 1909, sucesso de bilheteria para a época, com 160.000 visitantes em um mês, forçando o museu a ficar aberto até as 23h. No ano seguinte, contratou Sorolla para pintar uma série de murais vibrantes retratando as províncias da Espanha – laranjas em Valên-

cia, pesca na Catalunha, dança em Aragão - e formatar uma “fototeca” que “logo se tornou uma atração em si”, segundo Kientz, que espera igual entusiasmo para a reabertura em 2023, centenário da morte do artista.

Em pauta, houve homenagens a Picasso e Jesús Rafael Soto. Kientz explicou que, por várias razões, as exposições tornaram-se esporádicas na segunda metade do século XX, quando a sociedade voltou-se para a pesquisa. Com a chegada de Montebello, ele propôs uma turnê dos grandes tesouros e sucessos - tanto para a venda quanto para a publicidade - enquanto o prédio passava por uma reforma. Foi aclamado no Museu do Prado, em Madri, e após outras paradas chegou ao Royal Academy de Londres em 21 de janeiro, antes de o acervo retornar a Nova York.

CAPTAÇÃO DIFÍCIL

Tiveram de se aprofundar em outro problema: a Sociedade Hispânica teve um primeiro século confortável, mas precisaria criar novos fluxos de renda para competir na era moderna. “Não podemos continuar a administrar uma instituição com cinco membros do conselho que estão lá desde sempre, poucos dos quais sem dinheiro algum”, lembra, observando que a captação de recursos é difícil para uma instituição que nunca buscou doações antes. Desde então, o conselho quadruplicou de tamanho com a criação do Conselho Consultivo Internacional (IAC), que consiste em cerca de 35 membros, cada um contribuindo com US\$ 10.000 (cerca de R\$ 52 mil) por ano. “Se você é bom em matemática, são US\$ 350.000

Uma mostra da obra de Joaquín Sorolla é planejada em seu centenário de morte



Do acervo, *O jovem da costa*, de Agustín Arrieta (1843, acima), prato feito em Sevilha em 1500 e *A Duquesa de Alba*, de Goya (1797)

(em torno de R\$ 182,5 mil) por ano, um montante substancial”, detalhou Montebello. “Uma das coisas que pedi aos membros da IAC é que fossem bíblicos. Pedi que se multiplicassem. Se uma vez por ano todos no IAC conseguirem que um amigo participe, você passa de 35 para 70.”

PLANO DE ABERTURA

O conselho contratou a Selldorf Architects e Beyer Blinder Belle, juntamente com o arquiteto paisagista Reed Hilderbrand, para elaborar o plano da reabertura e desenvolvimento da instituição. Annabelle Selldorf, especialista em renovação histórica e bem conhecida por seu trabalho meticuloso na Neue Galerie e no Clark Art Institute, atualmente também colabora na expansão da Frick Collection. “Ela é boa em encontrar soluções imaginativas para manter a alma, o espírito do lugar, ao mesmo tempo em que o torna moderno”, contou Kientz.

Selldorf, que se lembra de ter ficado “hipnotizada” quando viu a Sociedade Hispânica pela primeira vez, descreve o projeto como “o trabalho de uma vida” e observa: “Valorizo muito repensar e salvar um prédio que tem tanto a oferecer.” Na visão de Montebello, porém, o próximo desafio é persuadir os menos aventureiros a fazerem uma viagem para o centro da cidade. “Eu acho que há um bloqueio psicológico sobre ir para a 156th Street e a Broadway”, disse ele. “Parece que estão indo para Vermont ou Quebec”. Mas do Met, ainda sua estrela do norte, ele estima que caminhar até o Whitney Museum no centro da cidade leva o dobro do tempo. “A Sociedade Hispânica está muito mais próxima”. ■

Negócios/Gestão/ Investimento/ Economia/



ACESSE
LÍDER.INC

Textos, fotos, vídeos e podcasts
Conteúdo para quem é líder_

Ivan Lins e o Novo Tempo

Emocionado ao ver sua célebre canção ecoar na China, o músico, um dos maiores nomes da MPB, prega a valorização brasileira da cultura, que tem o dom de curar

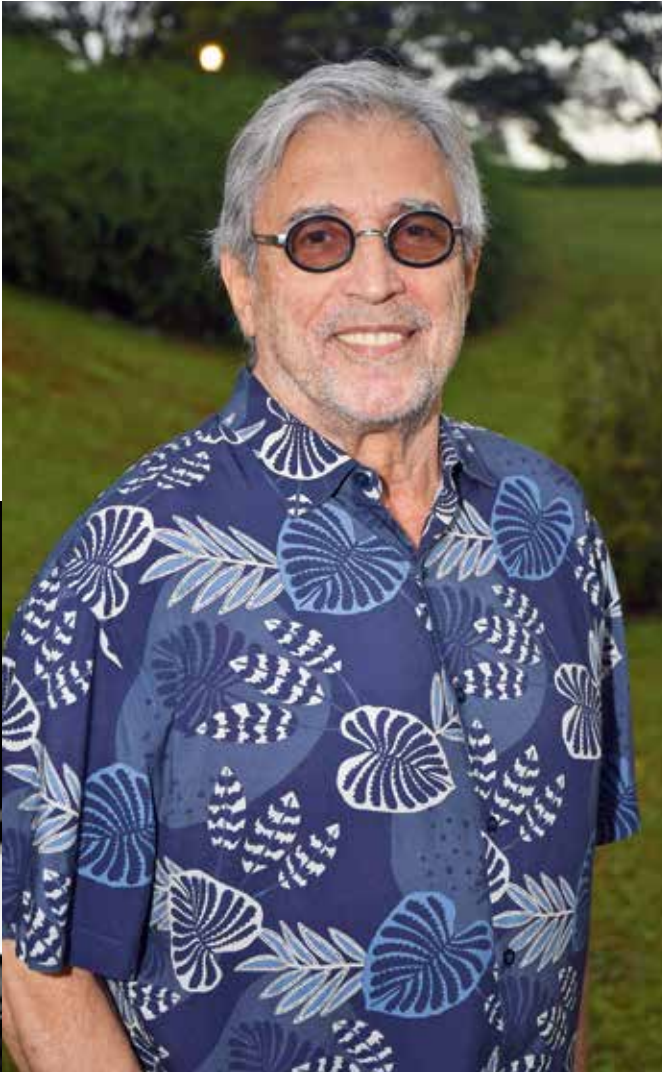
por ROSANE PAVAM E GISELE VITÓRIA

Ivan Lins representa um caso raro na música popular do Brasil. Um artista de mil qualidades. Nascido no Rio de Janeiro há 77 anos, é um compositor dos maiores, mas igualmente um instrumentista e intérprete que viu sua obra crescer nas vozes inescutíveis não somente das brasileiras Elis Regina, Simone, Zizi Possi ou Gal Costa, mas também de damas do jazz estadunidense como Sarah Vaughan, Ella Fitzgerald e Carmen McRae. Desde os anos 1970 o mundo parece não ter fim para este músico, igualmente um intelectual que pensa sobre a cultura brasileira contemporânea e se coloca à frente pela defesa da dignidade autoral de seus artistas. Na hípica da Fazenda Boa Vista, em Porto Feliz, onde participou da

celebração do Robb Report Day, Ivan Lins disse se sentir particularmente feliz neste 2023, depois de uma carreira de mais de cinco décadas. Como definiu à reportagem da *Robb Report Brasil*, trata-se de um ano ligado à esperança. "As pessoas estão voltando a ficar motivadas para o trabalho e principalmente para a arte", afirmou na ocasião. "A cultura é fundamental neste país. A cultura desembrutece as pessoas, ela as torna mais humanas." E não só. "A cultura salva, a cultura cura. Principalmente a música", ele acredita. Não há dúvida sobre o poder motivador que o próprio artista imprimiu à música popular, de modo a torná-la uma espécie de salvadora emocional diante das mazelas experimentadas pela po-

pulação durante os períodos de autoritarismo governamental. Em 1980, por exemplo, a cinco anos do fim da ditadura que se instaurara no país, ele compôs na companhia de Vitor Martins a canção *Novo Tempo*, transformada em um clássico internacional. Naquele período, fez todo o sentido que os parceiros de letra conclamassem seus ouvintes para que estivessem na luta "apesar dos perigos, da força mais bruta, da noite que assusta, pra sobreviver". Constatar que "apesar dos castigos estamos crescidos, estamos atentos, estamos mais vivos" fez novo sentido mundial em 14 de abril último, quando a banda militar do governo chinês executou a melodia da canção de modo a celebrar a chegada do presi-

“
A cultura
desembrutece
as pessoas.
A cultura salva”



Ivan nos tempos da ditadura e hoje, aos 77 anos: "A letra de *Novo Tempo*, já em 1980, tentava levantar o ânimo de nosso povo. (Hoje) estamos crescidos, estamos atentos, estamos mais vivos"

dente brasileiro Luiz Inácio Lula da Silva àquele país, para um encontro com o líder Xi Jinping. Ivan Lins não hesitou em se declarar comovido ao saber que a canção selara um momento de união. "Amigos, estou muito emocionado!", escreveu o artista nas redes sociais. "Vocês não imaginam o quanto isso significa para mim e para o Vitor. A letra de *Novo Tempo*, já em 1980, tentava levantar o ânimo de nosso tão amado povo. Fortalecendo e enchendo todos de esperança

pela liberdade que conquistaríamos cinco anos depois!". E prosseguiu: "Nós lutamos, damos o nosso melhor e ficamos indignados porque amamos. O nosso amor é o mais verdadeiro, poderoso, intenso e eterno que existe. É a hora da esperança mais poderosa que temos. Dinâmica, ativa, envolvente, plena de atitude e coragem. Não podemos perder essa oportunidade. Tem que ser agora, apesar dos perigos. Estamos crescidos, estamos atentos, estamos mais vivos!".

NOVO TEMPO
Ivan Lins, 1980
No novo tempo
Apesar dos castigos
Estamos crescidos
Estamos atentos
Estamos mais vivos
Pra nos socorrer
Pra nos socorrer
Pra nos socorrer
No novo tempo
Apesar dos perigos
Da força mais bruta
Da noite que assusta
Estamos na luta
Pra sobreviver
Pra sobreviver
Pra sobreviver
Pra que nossa esperança
Seja mais que vingança
Seja sempre um caminho
Que se deixa de herança
No novo tempo
Apesar dos castigos
De toda fadiga
De toda injustiça
Estamos na briga
Pra nos socorrer
Pra nos socorrer
Pra nos socorrer
No novo tempo
Apesar dos perigos
De todos pecados
De todos enganos
Estamos marcados
Pra sobreviver
Pra sobreviver
Pra sobreviver
Pra que nossa esperança
Seja mais que a vingança
Seja sempre um caminho
Que se deixa de herança
No novo tempo
Apesar dos castigos
Estamos em cena
Estamos na rua
Quebrando as algemas
Pra nos socorrer
Pra nos socorrer
Pra nos socorrer
No novo tempo
Apesar dos perigos
A gente se encontra
Cantando na praça
Fazendo pirraça
Pra sobreviver
Pra sobreviver
Pra sobreviver

O Improvável de Elisa Stecca

O livro da artista paulistana, que apresenta as inspirações e suportes para sua arte multifacetada, ganha novos formatos e vai para galeria de arte

Da pedra ao ouro, da borraça à prata, do colar à aquarela, da gravura à instalação, da escultura ao livro de caixinha, Elisa Stecca sempre foi multifacetada. Em seu terceiro livro, *Improvável*, a artista paulistana mostra sua produção mais recente, entre 2016 e 2022, quando tirou inspiração de suportes nada tradicionais.

A obra de Elisa transpassa as fronteiras da arte institucional e explora diversos meios de expressão, que vão da moda à joalheria, da escrita à gastronomia, num processo alquímico e incansável de autoconhecimento e de materiais conectados à natureza, à magia, à cura e, obviamente, à vida.

Improvável traz cerca de 100 fotos de trabalhos de Elisa Stecca, com destaque para a produção realizada nos últimos cinco anos. Dentre elas, a exposição *Silêncio*, no Museu de Arte Sacra de São Paulo, *Salar*, *Black is Beautiful* (2020), séries usando vidro e nanquim, inspiradas pela luta



Dois fotos da série *Para Christo*, disponíveis em edição limitada na Choque Cultural

antirracista e no movimento Black Lives Matter; *Garimpo* (2021), em que reflete sobre o garimpo ilegal no Brasil e a violência contra os povos originários, até *O Peso dos Sonhos* (2020), performance em que a própria artista aparece ancorada sob o peso das pedras.

Agora a Galeria Choque Cultural passa a representar a tiragem limitada de prints do livro que

incluem as fotos da série *Para Christo*, e o registro da performance *O Peso dos Sonhos*, em imagens de Ali Karakas. Uma das fotos mereceu a capa do livro. **R**

Improvável
 Autora: Elisa Stecca
 Distribuição: Matrix Editora
 Preço: R\$ 143,00
www.amazon.com.br
www.choquecultural.com.br



Foto de Ali Karakas da performance *O peso dos sonhos*

ENTREVISTA

HUMBERTO CAMPANA

O irmão Campana

O designer Humberto Campana diz que continuará trabalhando e honrando o nome do irmão, Fernando, que morreu há cinco meses. “Um vazio ficou. Fernando era poesia pura. Não consigo superar”, conta, emocionado. Ele lançou a última coleção feita pelos dois e vai se dedicar à conclusão de um parque educativo, em que o design é ferramenta de inclusão

por SILVIANE NENO fotos MARCELO NAVARRO

Em 17 de março, o designer Humberto Piva Campana fez 70 anos. De perto, parece ter apenas 45, e olhe lá. Especialmente quando sorri. Foi o primeiro aniversário em 61 anos sem o irmão Fernando. Os dois eram tão ligados, que muita gente achava que os Irmãos Campana fossem gêmeos, ou apenas um. Fernando era oito anos mais novo, mas a diferença nunca atrapalhou a parceria quando os dois, crianças, fabricavam os próprios brinquedos, ou uma casa na árvore, em Brotas, interior de São Paulo, onde cresceram os dois mais expressivos nomes do design brasileiro.

Fernando morreu em 16 de novembro do ano passado. A última coleção criada pelos dois,

em colaboração com a Firma Casa, se chama Ripas. São bufês feitos com materiais que contrastam tanto pela composição como pela plasticidade. É assim sempre: quando se acha que já se viu tudo, vêm os irmãos Campana e surpreendem de novo. O que ninguém esperava é que eles agora, de verdade, fossem ser um só. A dor da perda, mas também a vontade de seguir em frente podem ser resumidas num trecho da canção *Fotografia*, de Tom Jobim, a preferida de Humberto. Tem que ser na voz de Elis Regina, pisciana como ele, também de 17 de março. Assim: “Parece que este bar. Já vai fechar. E há sempre uma canção para contar. Aquela velha história de um desejo. Que todas as canções têm para contar...”



Humberto no estúdio de design que fez e faz história no mundo. Há cinco meses sem a sua metade, o irmão Fernando, “Difícil superar”

Como foi a coleção, em parceria com a Firma Casa, apresentada recentemente na SP Arte? Essa última canção...

Essa coleção foi pensada para criar um encontro da geometria com a anarquia. Gosto muito dela porque pudemos trabalhar diferentes linguagens a partir de uma mesma estrutura de madeira, que dialoga com bases naturais como a pedra e o metal. Esse jogo entre peso e densidade, luz e opacidade, revela personalidades diferentes para as peças. Como um personagem trocando de figurino, transitando entre o formal e o casual, ou o aéreo e o terreno.

Por que essa proposta?

Depois de quarenta anos de estrada, é bom experimentar outros universos. Foi muito intuitivo. Nós contamos histórias de experiências, de lugares onde estivemos. Sempre odiei coisas geométricas. Odeio matemática. Na escola era bom em tudo, menos em matemática. Sempre repetia de ano, por isso não fiz arquitetura. Sou advogado (Humberto concluiu bacharelado em Direito na Faculdade de Direito do Largo São Francisco, em 1977).

RR: Foi a última coleção feita com o Fernando?

Foi a última. Fernando era poesia pura. *(pausa)*

O que muda no estúdio com a partida do Fernando?

(Um breve silêncio pausa nossa conversa. A voz volta, embargada). O vazio ficou. Não consigo superar. Sinto falta da voz dele. Ele entrando no estúdio, falando alguma coisa engraçada, ele era muito brincalhão. O resto, o trabalho, continua tudo igual. Estou muito criativo, trabalhando muito, quero honrar o nome dele.

Vocês tinham algum projeto juntos que não foi concluído?

Herdamos um sítio em Brotas e decidimos fazer um projeto social. Era um sonho dele. Ajudar a comunidade. Vai se chamar Parque Campana. Um lugar com programas educacionais usando o design como ferramenta de transformação social. Vou levar adiante. Achei um mecanismo de conviver com a ausência.

“

Sonhei com meu irmão.
Via um globo de alumínio.
Ele queria ser astronauta. Acordei
e anotei. Ele queria fazer e eu vou
fazer um planeta de alumínio.
Vai se chamar Fernando”

Como lida com a ausência dele?

Acendo uma vela todos os dias. Peço que ilumine a alma dele. É uma forma de me conectar e sinto a energia dele. Há três semanas tive um sonho com o meu irmão. Ele sempre quis fazer alguma coisa usando refugio de alumínio. Mas nunca fez. No sonho eu via um globo de alumínio. Ele queria ser astronauta. Eu acordei e anotei rapidamente, para não esquecer. Ele queria fazer e vou fazer um planeta de alumínio. Vai se chamar Fernando.

O que isso tudo quer dizer para você?

Tudo estava escrito. A gente veio com uma missão de fazer um trabalho bonito, respeitado. A gente tinha que fazer essa história. Fazer isso no Brasil, traduzir esse amor. Vejo o nosso trabalho como uma missão.

O seu trabalho sem o Fernando segue, como homenagem a ele... Existe uma peça que você considera sua obra-prima?

Ah, isso vai mudando. Mas posso citar a cadeira da série *Detonado*, feita para uma exposição em Nova York. Porque nasceu de um namoro longo. Por dois ou três anos eu passava por uma esquina de Santa Cecília, onde eu moro, e havia um senhor que ficava ali e restaurava aquelas cadeiras Thonet. Ele deixava os pedaços expostos. Eu achava aquilo tão bonito e pensava que precisava fazer alguma coisa com isso. A ideia de retramar aquilo é muito atual, resignificar material.



O bufê da coleção *Ripas*, a última feita pelos irmãos juntos, em parceria com a Firma Casa



Peça criada para a coleção *Objets Nomades* da Louis Vuitton, em 2012



Música, cinema, intuição, e a poesia do irmão para seguir adiante no trabalho

A cadeira da série *Detonado*, uma de suas peças preferidas

FOTOS: DIVULGAÇÃO LOUIS VUITTON/ FOTO CADEIRA: FERNANDO LASZLO

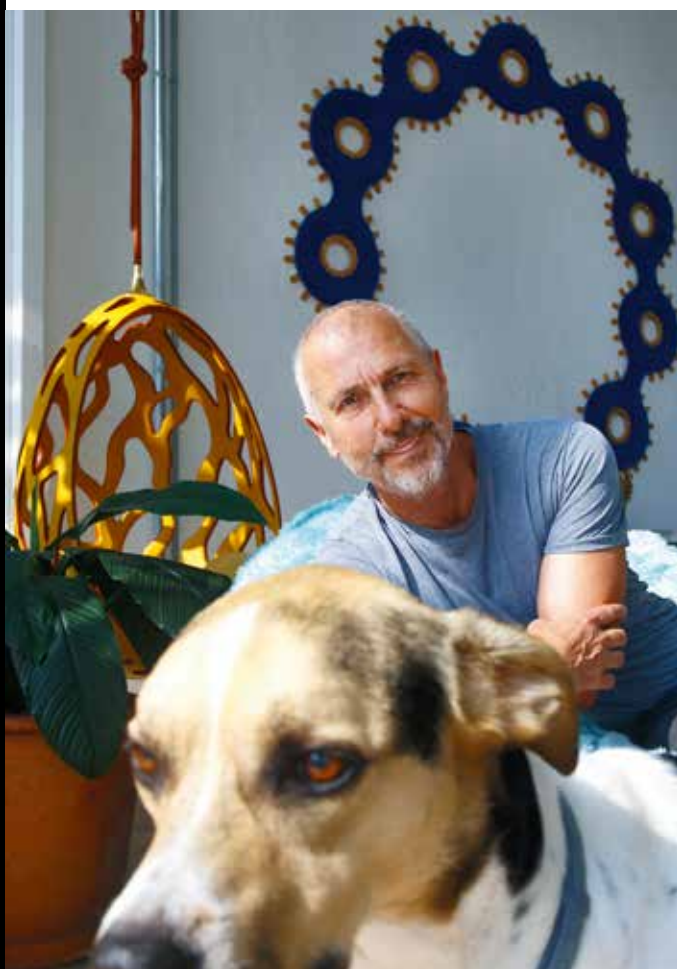
Quem é o seu ídolo do design mundial?

Quem você admira?

Existem alguns, mas um deles é o Ingo Maurer (1932-2019). Achava ele genial, porque juntava tecnologia e poesia. Eu sempre quis ser ele (risos). Nos conhecemos em 1998 quando expusemos ao mesmo tempo no MoMA, em Nova York. Foi uma exposição organizada pela curadora Paola Antonelli em que a proposta era juntar o high-tech e o low-tech. Nós éramos o low.

E você disse para o Ingo Maurer que queria ser ele?

Não. Mas ele foi muito generoso. Tive medo que ele fosse frio, aquela coisa alemã, mas ele foi muito atencioso, gentil.



Com Dora, a inseparável companheira, até no estúdio. A vira-lata foi resgatada por um canil, por maus tratos, e Humberto a adotou



A inteligência artificial pode projetar um bonito objeto e também uma bomba. Tem que ter um código moral”

Generoso é você, Humberto... Mas, diga, o brasileiro é bom de design?

Muito. Veja só o Modernismo brasileiro, é incrível. O Brasil é muito valorizado pelo design. Tem muita gente fazendo coisa boa, mas desisti de ser uma enciclopédia. Não consigo mais acompanhar tantos nomes. Mas tem alguns que presto atenção: o Guilherme Wentz, a Carol Gay, o Studiobola. Tem poesia e rigor.

Qual é o grande desafio dos novos designers hoje no mundo?

Criar o que tenha valor e não seja descartável. Que resgate tradições que estão desaparecendo, que respeite materiais. Isso é urgente. O que vai fazer com essa peça? Ou é só mais uma peça?! O feito à mão, não à máquina. O consumidor hoje é mais exigente. Quer saber de onde vem, se ajuda alguma comunidade...

A inteligência artificial pode mudar os caminhos da criação de objetos de design?

Ela pode ajudar muito a desenhar muitos projetos, na descoberta de novos materiais. Mas há que saber fazer. Vai ajudar, mas também pode ficar tudo muito pasteurizado, muito “trick”. Não tem autor, não tem uma mente. Fora o desemprego. A falta de alma me deixa atônito, me dá medo. A inteligência artificial pode projetar um bonito objeto e também uma bomba. Tem que ter um código moral, porque pode ser muito perigoso. pode ser bem-feito, mas não tem afeto. 📺

SHOW BUSINESS ESG

com Sonia Racy

EM PAUTA, AS LIDERANÇAS QUE BUSCAM NO ESG

UM MUNDO MAIS SUSTENTÁVEL, PLURAL E TRANSPARENTE.

Meio Ambiente • Social • Governança



Agora também em podcast, ouça:

Google Podcasts | deezer | Spotify



O MuCA, com estrutura de Gino Caldato Barbosa e interior de Arthur Casas

Floresta tecnológica

Como o novo Museu de Ciências da Amazônia vai transformar a pacata cidade de Belterra — a “cidade de Henry Ford”, no Pará — em um polo de biotecnologia e sustentabilidade

Na região do Baixo Amazonas, no Pará, às margens do longo Rio Tapajós, encontram-se cenários e histórias pouco conhecidos no Brasil. Com cerca de 17 mil habitantes, a pacata Belterra também é comumente conhecida como a “cidade de Henry Ford”, pois foi neste local que o negócio do revolucionário do setor automobilístico pousou em 1920 e construiu aos poucos um império em busca de recursos naturais para produzir e exportar látex para fábricas de pneu nos Estados Unidos — que durou apenas até meados de 1940. A cidade, que carrega em sua história um símbolo da

máxima exploração da Floresta Amazônica, inicia uma nova fase com a abertura do Museu de Ciências da Amazônia (MuCA), idealizado pelo empreendedor de bioeconomia Luiz Felipe Moura, pretendendo ser um novo símbolo do desenvolvimento da região em colaboração e em prol da comunidade local.

O projeto, que tem estrutura criada por Gino Caldato Barbosa e o interior assinado por Arthur Casas, toma corpo com um museu vivo na selva — sendo considerado o primeiro laboratório de ciência avançada da Floresta Amazônica — em uma iniciativa voltada para a pesquisa e a preservação da biodiversidade nativa. O

FOTO PORTRAIT: SABRINA ALMEIDA

complexo do MuCA ainda conta com laboratórios, áreas expositivas, espaços de educação e cultura, sala de cinema, além de uma ala voltada à valorização do ecoturismo e da gastronomia regional, com hospedagem, bar e restaurante. Com grandes apoiadores e órgãos públicos, o MuCA atraiu a atenção da Amyris, empresa americana de biotecnologia e líder global em beleza limpa e sustentável, para fomentar o desenvolvimento de novos ingredientes e fortalecer a ponte com a indústria.

PELA CONVIVÊNCIA HARMÔNICA

Investindo em tecnologia para criar alternativas que garantam uma convivência mais harmônica com a natureza, por meio de uma série de ingredientes limpos, a Amyris foi fundada em 2003 por cientistas da Universidade de Berkeley, na Califórnia, e foi a responsável por descobrir uma alternativa sustentável para a cura da malária após investimento da Fundação Bill & Melinda Gates. Atualmente, a biotech conta com marcas como Biossance, Rose Inc e Costa Brazil em seu portfólio.

Camila Farnezi, responsável pelo desenvolvimento de produtos na Amyris e diretora América Latina de Biossance e Rose Inc, acredita fortemente em como a ciência e a tecnologia podem ser aliadas do meio ambiente, inclusive evitando a extração em grande escala e consequentemente o desequilíbrio da natureza através da reprodução de moléculas bioidênticas de animais, plantas e microorganismos locais.

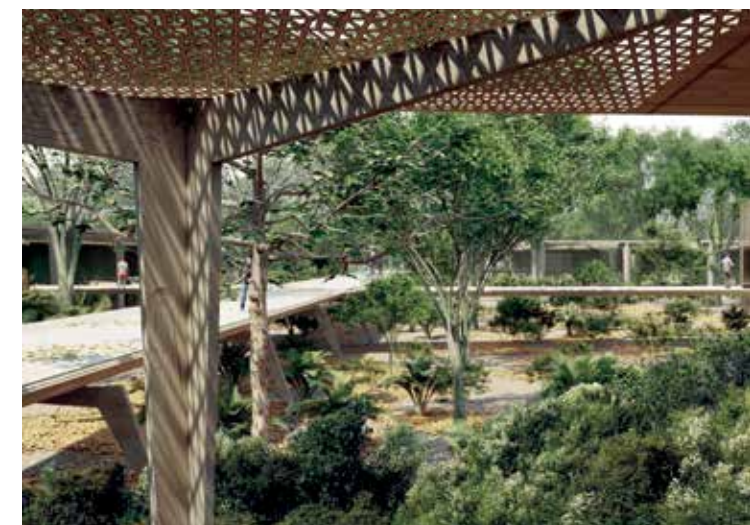
Um exemplo desse raciocínio é o esqualano, uma molécula derivada da cana-de-açúcar brasileira desenvolvida e patenteada pela Amyris que substitui o esqualeno — que até então era extraído do fígado dos tubarões matando mais de 2 milhões destes animais por ano para suprir as necessidades da indústria cosmética.

PLATAFORMA DE OPORTUNIDADES

Farnezi se envolveu com o projeto do MuCA não apenas pela empresa como também pessoalmente, tornando-se uma das conselheiras da iniciativa. “O Museu de Ciências da Amazônia tem a missão de assumir responsabilidades com a comunidade do Tapajós focadas na educação e apoiadas pela bioeconomia e biodiversidade amazônica, pilares fundamentais que apoiam projetos verdes do museu e atuam dentro de princípios ESG. O MuCA defende a aplicação prática desses princípios e se consolida como uma plataforma de oportunidades para a iniciativa privada atuar em



Camila Farnezi, diretora da Biossance na América Latina: conservar o ambiente para prosperar



A floresta cerca o laboratório de ciência avançada

Produtos à base de esqualano, molécula derivada da cana-de-açúcar brasileira

As parcerias devem assumir responsabilidades com a comunidade do Tapajós

concordância com essas diretrizes no território de maior biodiversidade do planeta”, comenta Farnezi.

“É evidente que podemos e devemos aliar conservação ambiental e prosperidade econômica. E não há lugar melhor no planeta para testar a capacidade dessa indústria e proteger nossos recursos naturais do que a Floresta Amazônica”, finaliza. **R**

A primeira blindadora do país,
com mais de 35.000 blindagens entregues,
protegendo e salvando vidas desde 1988.



ARMOR

B L I N D A D O S

CONFIANÇA BLINDADA

Só quem fabrica pode garantir prazo e qualidade

 armor_blindados

São Paulo

 11 5564 0049

 11 5564 0049

Rio de Janeiro

 21 99828 7700

 21 2430 5958



Segundo tempo

Second hand:
o luxo de segunda mão
vira moda e o mercado
internacional cresce na era
da economia circular com
a entrada das próprias
marcas de luxo. Algumas já
começam a vender peças
usadas em suas lojas

por ROSANE PAVAM E LANA BONET
ilustração FRANCISCO MARTINS

M

udou o mundo ou mudamos nós? A verdade é que tudo muda em todo lugar ao mesmo tempo, como se deduz a partir do título do vencedor do Oscar de melhor filme neste ano. Mudar é o que fazemos para não morrer. E as empresas, como nós, também.

As marcas de luxo reelaboram seu passado, e o mercado acolhe esta invenção. Em dezembro de 2022, a marca suíça de relógios Rolex anunciou que criaria um selo de certificação, intitulado Certified Pre-Owned, para dar vida nova a suas peças antigas. Com design retrô, o selo caminhava ao encontro do conceito perpétuo da marca, isto é, à ideia de que seus produtos nasceram para durar muito tempo, quem sabe para sempre. Era a Rolex tomando para si o destino de seus relógios de segunda mão.

Em meio à pandemia, os aumentos dos preços dos relógios no mercado secundário aceleraram acentuadamente. Com muito dinheiro e sem poder sair de casa, os consumidores das gerações Y e Z descobriram o hobby caro de colecionar relógios suíços. A ascensão e queda dos valores das criptomoedas também se correlacionam com os preços dos relógios usados, segundo o site especializado Chrono 24. O Daytona em aço, um dos modelos mais cobiçados da Rolex, chegou a ser vendido no começo de 2022 a US\$ 47

mil no mercado de segunda mão nos Estados Unidos, enquanto um novo sairia por cerca de US\$ 14,5 mil, simplesmente porque não havia exemplares disponíveis nas butiques. Várias marcas, e a Rolex em especial, vivem esse momento peculiar. Seus clientes esperam até dois anos na fila. A falta de oferta se explica pela ausência de componentes devido ao isolamento da pandemia e ao excesso de procura. Em momentos de crise, relógios mecânicos de marcas confiáveis tornam-se um ativo seguro.

Criou-se uma nova classe de consumidores, a dos colecionadores, que fazem o luxo pesado se comportar como arte. Um novo TING Group e da WatchBox, uma das maiores vendedoras de relógios usados do mundo, aponta os exemplares de luxo como uma classe de ativos alternativa para ações, títulos, arte e vinho. Segmento mais alto do mercado primário, os relógios, as joias e bolsas são criados com a intenção de transmitir uma mensagem, não apenas como acessórios. Peças únicas tornam-se parte de conversas culturais e seu preço é cada vez mais separado dos custos de material e das fórmulas de margem. Isso está se filtrando para o mercado secundário, onde esses itens mantêm seu valor como colecionáveis. Em ambos os mercados, os consumidores compram como um investimento a pedir certificação.

O selo do Rolex de segunda mão será obtido de maneira direta. Qualquer pessoa que possua um exemplar, mesmo sem caixa e documentação originais, poderá procurar um dis-

tribuidor autorizado. A peça terá a autenticidade atestada e passará por uma revisão. O certificado virá diretamente da sede da fabricante em Genebra e dará uma garantia de dois anos para o comprador. E os relógios certificados serão vendidos de duas maneiras: nas lojas, haverá um espaço separado destinado às peças de segunda mão. E os usados também poderão ser vendidos no e-commerce da loja autorizada – hoje a venda só é feita presencialmente.

CERTIFICAÇÃO NA ROLEX

O programa terá início nas butiques Bucherer em seis países europeus (Suíça, Áustria, Alemanha, França, Dinamarca e Reino Unido). No Brasil, a previsão é que aconteça a partir do segundo semestre de 2023. Todas as lojas autorizadas poderão fazer a certificação e a revenda das peças. Mas os revendedores poderão não aceitar determinadas peças, dependendo do estado e da procedência. E elas devem ter no mínimo três anos de fabricação, para evitar o incentivo à revenda por parte de quem vê o objeto apenas como um ativo financeiro.

O mercado secundário de relógios de luxo cresceu para US\$ 24 bilhões em 2022, em comparação com o mercado primário de varejo, que valia US\$ 55 bilhões. O mercado de usados deve aumentar 9% ao ano, para US\$ 35 bilhões até 2026, à medida que os preços aumentem e mais pessoas comecem a colecionar relógios, de acordo com uma previsão do Boston Consulting Group.

A LuxeConsult, uma empresa suíça independente de análise e consultoria, foi mais longe. Ela previu que as vendas de relógios de luxo usados ultrapassarão o mercado primário de varejo até 2033, com vendas subindo para US\$ 85 bilhões. Não é algo,



No Troca de Luxo, peças novas, seminovas e raras

contudo, em que todos os especialistas no assunto apostem suas fichas. Ex-presidente da Louis Vuitton no Brasil, Carlos Ferreirinha pondera não existir um horizonte seguro para essa ultrapassagem. “O mercado para o second hand vai crescer muito? Sim. Vai se tornar protagonista? Tenho dúvidas”, diz ele, que atualmente preside a MCF Consultoria. “As marcas de luxo estão se movimentando nessa direção, algumas mais, algumas menos. Algumas inclinadas a fazer movimentos com mais ousadia nessa direção, outras, até a comprar empresas. Mas o second hand é uma preocupação para as marcas de luxo? Não. Isso é uma expansão, diversificação, uma nova oportunidade de negócios. Não chega a dar susto ou medo, em hipótese alguma.”

Ferreirinha vê nas marcas de luxo as mais notáveis quando se considera driblar o tempo a seu favor. A Louis Vuitton, por exemplo, jamais hesitou em se transformar. Passados 170 anos desde a sua fundação, ela é a número 1 entre todas as empresas da França, mesmo que o universo contemporâneo seja ditado pelas façanhas da Apple ou da Tesla. A Hermès, que teve em 2022 o maior faturamento dos seus quase 200 anos de existência, já aprendeu a fazer bolsas a partir de couro obtido com cogumelos. A Mercedes Benz interromperá a produção de veículos de combustível fóssil até 2030, para dar lugar a carros 100% elétricos ou de combustível renovável. “É a grande inteligência das marcas de luxo”, crê Ferreirinha. “Com os

novos tempos vêm as novas possibilidades de consumo, e essas empresas se adaptam a isso, algo realmente maravilhoso.”

PARA FREAR FALSIFICAÇÕES

Se você não pode vencer seus inimigos, junte-se a eles. Em setembro do ano passado, as marcas Gucci, Burberry e Balenciaga sinalizaram sua entrada no mercado de segunda mão, já que uma economia instável havia levado os consumidores atualizados em moda a procurarem opções mais acessíveis do que o preço cheio dos lançamentos. Com isso, a Gucci retomou o primeiro lugar entre os consumidores de alta moda no mundo, segundo a plataforma de revenda The RealReal em seu relatório Annual Luxury Resale Report.

De modo a aumentar a vida útil das peças da Balenciaga e frear as falsificações, o conglomerado Kering, detentor da grife e também de Gucci e Yves-Saint Laurent, adquiriu 5% de participação no site de revenda de luxo Vestiaire Collective. Referência no mercado de revenda, o brechó agora tem o conglomerado Kering como um de seus acionistas. A plataforma

“É a grande inteligência das marcas de luxo. Com os novos tempos, vêm as novas possibilidades de consumo, e essas empresas se adaptam a isso, algo realmente maravilhoso.”

*Carlos Ferreirinha,
presidente da MCF
Consultoria e ex-presidente
da Louis Vuitton no Brasil*

FOTOS: DIVULGAÇÃO (@GUCCI/ @HERMES)



A Gucci, em primeiro lugar após aderir ao second hand



Hermès, no
compasso
sustentável

Quando o second hand é mais caro

Atualmente uma bolsa Birkin 30, com preço de loja a partir de R\$ 84 mil, custa em média R\$ 115 mil em marcas de second hand. Objeto de desejo disputado, as clássicas bolsas da Hermès novas são quase impossíveis de serem adquiridas em pronta entrega. Sem poder atender a todos os pedidos das mais de 300 lojas pelo mundo em 45 países – e três butiques no Brasil –, a Hermès precisou expandir e abrir novos ateliês para dar conta da demanda das bolsas que custam a partir de R\$ 60 mil e R\$ 70 mil, como a Constance e a Kelly, além das Birkin (a partir de R\$ 80 mil). No recém-inaugurado ateliê da marca francesa, 140 artesãos de couro reforçam o time de produção. No The Real Real, um dos maiores e-commerces de revenda de artigos de luxo, a Hermès está entre as 10 marcas que viram a busca por suas bolsas crescer 41%. Em vários casos, a peça supera o valor de uma nova. Os leilões também se tornaram um caminho para driblar a fila de espera.

Reflaunt fica responsável pela logística: negocia diretamente com quem quer vender peças da marca.

As lojas físicas da Balenciaga tornam-se os pontos de entrega e de retirada dos produtos. Quem revender uma peça poderá escolher receber o dinheiro ou ganhar crédito para gastar na própria Balenciaga. Os itens passarão por um processo de curadoria e autenticação antes de serem disponibilizados para venda. Segundo a marca, as peças serão distribuídas para uma rede de marketplaces. A Balenciaga descreveu a entrada no mercado de revenda como um “programa de circularidade” de seus produtos. Com esta adesão, se pode esperar que mais pessoas tenham acesso a produtos da grife, quem sabe até mesmo àquele tênis da marca que aparentava estar sujo, já vinha com rasgos de uso e tinha edição limitada.

Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), US\$ 500 bilhões em roupas e acessórios são descartados em lixões e aterros por ano. Muito em razão disso, a estilista britânica Stella McCartney apoia o mercado de vendas de peças de luxo de segunda mão. “Luxo é seu produto ter longevidade. Quando alguém compra um produto Stella McCartney, espero que possa deixar para que outra pessoa o use”, afirmou a designer, que recentemente fez uma parceria com o site de re-commerce The RealReal para colocar peças usadas de sua grife à venda. “Uma das coisas mais sustentáveis que um designer pode fazer é criar peças que as pessoas não vão querer jogar fora. Isso também é uma oportunidade de negócios.”

De acordo com a plataforma de re-

venda ThredUp, a expectativa de crescimento para o mercado de seminovos é de 127% até 2026. No Brasil, segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, o Sebrae, a abertura de estabelecimentos que vendem produtos second hand aumentou 48,58% entre 2020 e 2021, com a criação de mais de duas mil novas empresas nesse segmento, o maior número em seis anos.

Jóias e relógios de luxo representam parte importante desse mercado no Brasil, como explica Giovanna Landi, gerente de produtos da Orit, empresa que há 63 anos promove avaliação, compra e venda desses itens seminovos. A empresa tem duas lojas físicas em São Paulo e atende on-line. Segundo a gerente de produtos, contudo, há alguns anos havia preconceito quanto à aquisição desses bens: “Mas isso foi se diluindo conforme os consumidores passaram a entender mais sobre a qualidade, a durabilidade e a beleza os produtos second hand, que oferecem o melhor por um preço muito mais acessível, e também a possibilidade de adquirir peças raras.”

Ainda segundo o Sebrae, há mais de 118 mil estabelecimentos no país especializados em vender roupas usadas. É



Relógios Bulgari, quase raridades a agitar o setor secundário

“Luxo é seu produto ter longevidade. Quando alguém compra um produto Stella McCartney, espero que possa deixar para que outra pessoa o use”

Stella McCartney, estilista britânica que apoia o mercado de vendas de peças de luxo de second hand

FOTOS: DIVULGAÇÃO @BULGARI/ AGÊNCIA FOTOSTIE



Stella McCartney, grife que negocia seus usados pelo re-commerce The RealReal

um número tão expressivo que ajuda a explicar a decisão de grandes grupos de empreender na área. Primeira mulher a assumir o cargo de CEO do Iguatemi, há um ano, Cristina Betts assistiu de perto a essa transformação do consumo dos itens de luxo. Sua filha mais velha, no primeiro ano de faculdade, comprou a primeira bolsa Gucci de segunda mão no e-commerce Etiqueta Única, adquirido no início do ano passado pelo grupo. Cristina considera o mercado de luxo perfeito para second hand, já que seu produto, bem feito e durável, atende tanto aos clientes aspiracionais quanto aos que querem vender seus itens de luxo para transformar o guarda-roupa.

A estratégia do Iguatemi é aumentar os pontos de contato com os clientes por meio do Etiqueta Única. O brechó de luxo será integrado ao e-commerce Iguatemi 365, que, lançado em outubro de 2019, avançou durante a pandemia e hoje registra mais da metade de suas vendas em praças onde o shopping não tem presença física. A expectativa é de que, com a mudança de plataforma tecnológica prevista para abril, a operação on-line consuma neste ano metade do capital investido em 2022 e passe a dar resultado daí a dois anos. A partir de suas experiências com as três filhas, a CEO compreendeu que o cliente não entende mais a separação entre o físico e o digital, razão pela qual o investimento se deu.

Há 30 anos no mercado de luxo, Tânia Wagner comanda a loja de second hand BFF Shop My Closet desde 2014 em São Paulo. Ela, que viu o mercado



Balenciaga usada, crédito para novas



Burberry, sim à inclusão

“Brechó traz coisas antigas e o second hand, novas e seminovas. Hoje as pessoas acham bacana, cool, ter peças de luxo de segunda mão”

JULIANA LUCKI, sócia
do Troca de Luxo

FOTOS: DIVULGAÇÃO (@BALENCIAGA) / @CHANEL / @BURBERRY

Caça à
Chanel em
brechós

Fabiana Justus, da Troca de Luxo: novo e-commerce

CURADORIA FAZ DIFERENÇA

Ela faz uma distinção importante. Second hand, diz, não é o mesmo que brechó. “Brechó traz coisas antigas. Mas no second hand você está falando de coisas novas e seminovas.” O brasileiro, ela conta, entendia o brechó como aquele estabelecimento que vendia peças de roupa por 10, 20 reais, com cheiro de armazenamento. Mas isso foi mudando. “Hoje em dia, fala-se em second hand como algo mundial. Não é mais uma tendência, é uma realidade que a cada dia cresce mais. Hoje as pessoas acham bacana, cool, ter peças de luxo de segunda mão.”

A grande vantagem do second hand, a seu ver, está na curadoria. Produtos bem selecionados, escolhidos e autenticados trazem confiabilidade. “O Troca de Luxo está aí há tantos anos porque as pessoas percebem que a curadoria é muito especial”, acredita. “Tudo também depende da escassez do produto, esgotado nas lojas mas disponível no second hand. E tem a força do upcycling, da moda circular, do consumo consciente, conceitos

que existem no mundo inteiro e estão presentes nesse tipo de negócio.”

Fabiana Justus já havia tido experiências com outras empresas de second hand quando começou a vender suas roupas por meio do Troca de Luxo. Ela admirava o cuidado geral com as peças e a rapidez com que, por meio dele, conseguia vendê-las. Até que Juliana a convidou para um café no showroom, em São Paulo, e ouviu suas sugestões. Daí a chamá-la para integrar o negócio, em agosto de 2021, foi natural. Elas planejam abrir um novo e-commerce, embora seu principal canal de vendas seja o Instagram. “A rede social humaniza as marcas, aproxima as pessoas, você cria uma comunidade. E tem um público muito fiel que acompanha. É uma forma de humanizar o luxo, ele vira entretenimento”.

SEM BRIGAR COM AS MARCAS

A sócia de Juliana Lucki identifica em seu consumidor um interesse no que é único, esgotou e não existe mais. E fica feliz ao observar que, ao fazer esse comércio, permite que a moda circule. “Há estudos dizendo que até 2030 o mercado de second hand vai crescer mais do que as marcas de fast fashion. Está em plena ascensão mundial. Antigamente nos viam como ‘concorrentes’ das marcas, mas não somos”, salienta Fabiana Justus. “Quem nos procura vai vender uma peça que não usa mais e poderá aplicar o dinheiro adquirido na venda para voltar a consumir na loja da marca. Trata-se de um mercado muito mais sustentável. Mas é importante alertar as pessoas a procurarem sempre empresas confiáveis, que forneçam autenticação, sejam corretas e se preocupem com a curadoria.”

Mão Dupla

Compare os preços one hand e second hand

ONE
HAND



Bulgari
ANEL
R\$ 22.100,00



Chanel
DOUBLE FLAP MEDIUM
LAMBSKIN
R\$ 65.290,00



Tiffany & Co
ANEL SOLITÁRIO
R\$ 14.050,00



Rolex
AUTOMÁTICO
R\$ 89.990,00

SECOND
HAND



Bulgari
ANEL
R\$ 14.031,00



Chanel
DOUBLE FLAP MEDIUM
LAMBSKIN
R\$ 30.779,00



Tiffany & Co
ANEL SOLITÁRIO
R\$ 11.890,00



Rolex
AUTOMÁTICO,
R\$ 67.900,00

ONE
HAND



Van Cleef
ANEL VINTAGE
ALHAMBRA
R\$ 22.700,00



Hermès
BIRKIN 30
A partir de
R\$ 84.000,00



H.Stern
ANEL COLEÇÃO
CODE
R\$ 14.500,00



Cartier
SANTOS DUMONT,
QUARTZ, MISTO
R\$ 39.000,00

SECOND
HAND



Van Cleef
ANEL VINTAGE
ALHAMBRA
R\$ 15.890,00



Hermès
BIRKIN 30
R\$ 115 000,00



H.Stern
ANEL COLEÇÃO
CODE
R\$ 9.990,00



Cartier
SANTOS DUMONT,
QUARTZ, MISTO
R\$ 29.990,00

AGRADECIMENTOS/ FONTES: ORIT (JOIAS E RELOGIOS), ETIQUETA ÚNICA (BOLSAS CHANEL E HERMÈS), CJ SHOPPING

Obras em obra

Helbor promove exposições de arte em homenagem ao centenário de Cruz-Díez, e para fomento de novos artistas, em meio à construção do residencial e hotel W em São Paulo

O aguardado residencial W Residences, da Helbor Empreendimentos S.A, na Vila Olímpia, em São Paulo, só será inaugurado no segundo semestre, e o primeiro hotel da rede W no Brasil tem previsão de abrir as portas apenas em 2024. Mas já estão dando o que falar. Entre os dias 29 de março e 2 de abril – mesmo período em que aconteceu a SP-Arte – o 24º andar do prédio que abrigará os empreendimentos foi transformado em galeria. O espaço reuniu instalações e obras exibidas na construção.

A estrela da vernissage era a obra *Inducción Cromática a Doble Frecuencia*, tela bidimensional de 2m x 20m criada em 2016 pelo artista plástico venezuelano Carlos Cruz-Díez, planejada para ser instalada nas fachadas dos prédios. Vista sob várias perspectivas, a obra muda de cor conforme o efeito da luz. Daí vem o nome, uma vez que induz a observação de cores que nem sempre estarão impressas, mas aparecerão de forma virtual pelo olhar do espectador. “Uma obra de arte em um espaço público é mágica porque as pessoas se apropriam dela e se apegam a ela”, disse Carlos Cruz-Díez em maio de 2019 – dois meses antes de sua morte em julho daquele ano. A obra no Brasil é uma homenagem ao centenário de nascimento do artista.

Além da obra de Cruz-Díez, a parceria da Helbor Empreendimentos S.A. com a Toledo Ferrari trouxe ainda uma instalação do artista cubano Osvaldo González, da Galleria

Continua, e uma obra da brasileira Estela Sokol, em parceria com a AM Galeria de Arte para o lugar onde será inaugurada a rede W Hotels.

O prédio ocupa o antigo espaço do Via Funchal, em uma área de 6 mil metros quadrados, nos arredores da Avenida Brigadeiro Faria Lima e da Avenida JK. A gestão hoteleira ficará a cargo do Marriott e o investimento no projeto foi de R\$ 600 milhões. Para a exposição em meio às obras, foram realizadas quatro visitas guiadas para convidados, munidos de capacetes e todos os equipamentos de proteção exigidos em uma construção. Esse foi o primeiro evento da plataforma Real Estate of the Art, criada pela Helbor para fomento de novos artistas visuais e para exposição de obras já consagradas inseridas no contexto da cidade de São Paulo.

Esse foi o primeiro evento da plataforma Real Estate of the Art, criada pela Helbor para fomento de novos artistas visuais



No empreendimento W, a obra *Inducción Cromática a Doble Frecuencia*, tela bidimensional de 2m x 20m, criada em 2016 pelo artista plástico venezuelano Carlos Cruz-Díez



Instalação do artista cubano Osvaldo González, da Galeria Continua



FOTOS: SAMUEL CHAVES

vida longa aos REIS

Duas décadas depois, nossa extravagância em escolher os melhores carros do ano cresceu: 176 jurados agora também olham para veículos elétricos, além dos automóveis de desempenho movidos a combustão

por ROBERT ROSS E VIJU MATHEW fotos ROBB RICE



O que foi iniciado como uma reunião entre amigos se transformou em uma das maiores competições automotivas reconhecidas internacionalmente. O *Carro do Ano* começou há 20 anos sem pensar que se tornaria uma tradição histórica. Descobrimos que avaliar dez ou mais veículos de uma só vez era uma tarefa desafiadora. Muitos motoristas não apenas os comparavam como consideravam sua experiência pessoal em modelos dignos de coleção que abrangem gerações.

Olhando para trás, para os mais de 200 carros esportivos e de luxo integrantes do nosso prêmio Carro do Ano, constatamos que impulsionamos essa história. Experimentamos abordagens revolucionárias para o automóvel, como o Bugatti Veyron e o Porsche 918 Spyder, bem como para carros que se tornaram clássicos, como a Ferrari 575M Maranello.

A VIRADA ELÉTRICA

Recentemente, observamos os fluxos e refluxos da mudança de ventos da indústria, à medida que a tecnologia elétrica inaugurou uma nova e radical geração de veículos jamais sonhada na virada do milênio. Na estrada em Napa Valley, Califórnia, e na pista de Boca Raton, Flórida, quatro de nossos concorrentes eram EVs, e não ficaremos surpresos se, no próximo ano, mais da metade dos participantes for movida em parte (ou totalmente) girando esses motores. Este ano ainda teve uma trilha sonora feroz de uma série de modelos movidos a combustão, incluindo o Lamborghini Huracán Tecnica com motor V-10.

A filosofia que sustenta o Carro do Ano permaneceu fiel à missão original: identificar o veículo que não se resume ao design, mas vislumbra o futuro enquanto impressiona ao longo do caminho.



CARRO DO ANO

Um prazer diário, sem tédio

BENTLEY

Continental GTS

Para todos os apaixonados por automóveis e pela experiência da direção, o momento é de emoções contraditórias. Há empolgação com a inovação, mas ansiedade ao pensar na extinção dos motores a combustão. Talvez por isso, de um campo diversificado de concorrentes que espelha o estado semieletificado da indústria, nosso vencedor reflita a preferência por usinas convencionais, independentemente da contagem de cilindros, e o reconhecimento de que esta pode ser uma das últimas oportunidades para votar em algo semelhante.

A mensagem veio em alto e bom som quando *Robb Report* escolheu o Bentley Continental GT S com motor V-8 como o Carro do Ano de 2023. É o segundo ano consecutivo em que a marca britânica

conquista o título com uma variante Continental. Com base nas reações dos jurados, não parece difícil entender o porquê. A Bentley provou que um carro grande pode ser feito para funcionar como um kart.

Há uma sensação de oportunidade ao dirigir este carro. Ele é especial e faz você se sentir especial. Pensa num smoking com tênis de corrida? Este carro ainda é o rei da colina, assim foi considerado pelos jurados. Ele tem aparência, potência e conforto. Você pode dirigi-lo todos os dias – e em todos os lugares – e nunca ficar entediado. No que diz respeito aos superlativos, “melhor” é difícil de superar. E, pelo segundo ano consecutivo, é o termo mais adequado para o grand tourer refinado, porém robusto, da Bentley.

bentleymotors.com

FICHA TÉCNICA:

MOTOR: V-8 biturbo de 4,0 litros carregado
POTÊNCIA: 549 cv / 6.000 rpm / 0-60 MPH: 3,9 seg / 4,0 seg
VELOCIDADE MÁXIMA: 318 km/h
PREÇOS BASE: US\$ 266.000 (cerca de R\$ 1,4 milhão) / US\$ 292.500 (cerca de R\$ 1,5 milhão)
MODELOS TESTADOS: US\$ 318.290 (cerca de R\$ 1,6 milhão) / R\$ 333.795 (cerca de R\$ 1,7 milhão)

Um rosnado celestial com aceleração infinita

ASTON MARTIN

DBX707

A história da Aston Martin tem tantos altos, baixos e reviravoltas quanto o famoso circuito de Nürburgring, na Alemanha. A mais nova curva? A precisão com que a elegante montadora britânica se lançou no mercado de SUVs de elite com seu DBX707, de quase 706 cv. Incrível em todos os aspectos. Um rosnado celestial com aceleração infinita seguida por freios de forte aderência e o melhor manuseio da categoria.

Na avaliação de alguns jurados, ele excedeu em aceleração, manuseio e experiência de direção. O motor tem um som bonito e toneladas de grunhidos para arrancar. O espaço

de carga agradeu. Podem-se acomodar pelo menos quatro conjuntos de tacos de golfe com conforto. O DBX707 foi chamado de “o carro mais selvagem do grupo”. Entre os pessimistas, houve quem o comparasse a muitos aspirantes a Hollywood: bonito, mas falta o fator It.

Esses sentimentos, no entanto, eram poucos e distantes, já que a maioria dos jurados bateu martelo que este não é um touro em uma loja de porcelana, é um touro dono da loja de porcelana. Força bruta e refinamento encarnado. Um carro para você se apaixonar e te deixar feliz.

astonmartin.com

FICHA TÉCNICA

MOTOR: V-8 biturbo de 4,0 litros carregado
POTÊNCIA: 706 cv / 6.000 rpm 0-60 mph: 3,1 seg.
VELOCIDADE MÁXIMA: 310 km/h
PREÇO BASE: US\$ 236.000 (cerca de R\$ 1,2 milhão)
MODELO TESTADO: US\$ 292.586 (cerca de R\$ 1,5 milhão)





O Maserati mais puro e elementar

MASERATI
MC20

Maserati já foi um nome reverenciado entre os carros esportivos italianos — antecedendo a Ferrari em um quarto de século — mas perdeu brilho nos últimos anos, graças a uma queda no mercado e aos subsequentes compromissos em design, artesanato e desempenho que essas decisões exigiam. Por essa razão o MC20 é um modelo decisivo para a montadora italiana: trata-se de uma chance de restabelecer o que a marca representa e do que é capaz.

Um carro esportivo de mais de US\$ 200.000 (cerca de R\$ 1 milhão) é a marca Maserati jogando pelas apostas mais altas. *Robb Report* conside-

rou-o um sucesso retumbante, nomeando-o como uma escolha unânime para o Carro do Ano. O resultado pódio geral. E tem aquela adorável direção de carro esportivo italiano. Foi unanimidade: é o carro mais puro e elementar que a Maserati fez em eras. O MC2 é o Maserati que todos esperavam, com manuseio de nível de carro de corrida. A potência e som, inigualáveis.

Quanto à aparência, pode-se dizer que a Maserati esculpiu uma obra-prima. Mas não é para todos. Você precisa ser um piloto de corrida para amar este carro. [maserati.com](https://www.maserati.com)

FICHA TÉCNICA
MOTOR: V-6 biturbo de 3,0 litros carregado
POTÊNCIA: 629 cv / 7.500 rpm / 0-60 MPH: 2,9 seg.
VELOCIDADE MÁXIMA: 325 km/h
PREÇO BASE: US\$ 212.000 (cerca de US\$ 1,1 milhão)
MODELO TESTADO: US\$ 315.550 (cerca de R\$ 1,6 milhão)

Um tanque elétrico luxuoso

BMW
i7xDrive60

Com sua eletrificada Série 7, a BMW lança um desafio em uma reivindicação de dominação mundial de EVs. Mas nenhum carro neste ano provocou tantas opiniões polarizadas quanto este cruzador de quase 2.700 quilos. Certamente, a tecnologia avançada do veículo oferece comodidade e luxo impressionantes, transformando a cabine em um lounge executivo com rodas.

Alguns jurados se conectaram a essa vibe maximalista. Foi elogiado o estilo interior; o espaço, o manuseio

e a aparência clássica. Também foi considerado um pouco lento em comparação ao Audi. É ótimo para uma longa viagem se conseguir encontrar uma estação de carregamento em seu percurso. Sobre os enfeites de cristal no console central e os painéis das portas, foi irresistível brincar que a Bavarian Motor Works se torna a “Baccarat Motor Works”. Os detalhes de cristal parecem fora de lugar em um BMW. Mas talvez seja o EV mais luxuoso do mercado. [bmw.com.br](https://www.bmw.com.br)

FICHA TÉCNICA
MOTORES: Elétrico duplo
POTÊNCIA: 543 cv / 0-60 mph: 4,5 seg
VELOCIDADE SUPERIOR: 240 km/h
ALCANCE: 512 km
PREÇO BASE: US\$ 119.300 (cerca de R\$ 619 mil)
MODELO TESTADO: US\$ 156.595 (cerca de R\$ 813 mil)



Potência, controle, beleza e conforto em um só pacote

MERCEDES-AMG SL 63 Roadster

O popular roadster SL tem sido um item básico da Mercedes-Benz desde o primeiro 300 SL que chegou às ruas, em 1957. Embora esse carro — um genuíno colecionável de primeira linha — seja difícil de seguir, a sétima e última geração mantém o espírito vivo do original. Poucos carros combinam luxo suave com alto desempenho e fazem isso parecer tão fácil. Às vezes, damos como certo que um automóvel pode ser envolvente e carismático sem muito alarde, mas quando chega a hora de crescer, é difícil vencer o conversível da Mer-

cedes. Nosso elegante exemplo teve muitos admiradores. O carro se comporta bem, em conexão com a estrada, a cada curva. É a combinação perfeita de um carro esportivo com todo conforto. Na avaliação, foi notada, contudo, a direção pesada e os acessórios internos complicados para um GT esportivo. O iPad, na visão de alguns jurados, é desnecessário. Ainda assim, as queixas foram superadas pelo entusiasmo. É uma combinação perfeita de potência, controle, beleza e conforto. mercedes-benz.com.br

FICHA TÉCNICA
MOTOR: V-8 biturbo de 4,0 litros carregado
POTÊNCIA: 585 cv/ 5.500 rpm / 0-60 mph: 3,5 seg
VELOCIDADE MÁXIMA: 315 km/h
PREÇO BASE: US\$ 178.100 (cerca de R\$ 925 mil)
MODELO TESTADO: US\$ 205.550 (cerca de R\$ 1,06 milhão)



Uma surpresa de carro

AUDI RS e-tron GT

Hoje, o compartilhamento de plataforma entre as marcas de carros é tão natural quanto o amor livre nos anos 1960. Às vezes é difícil discernir se você está realmente se emocionando com um Audi, um Porsche, um Lambo ou um Bentley. Mas sabemos que a Audi está criando uma boa safra de carros. É uma marca automotiva rara, que pode ir de campeões de rally do Grupo B na década de 1980 a construir o EV de luxo definitivo em 2023. Nossos jurados ficaram impressionados. O carro oferece um ma-

nuseio inspirado e emoção real ao dirigir, características ausentes em outros EVs, com exceção do Porsche Taycan. Isso impulsiona a promessa de EV. Todo EV é fantástico em linha reta. Este é fantástico nas curvas. Foi a sensação que ficou. Para alguns jurados, a Audi superou as expectativas sobre o que um veículo elétrico pode ser. Foi considerado uma surpresa. O design discreto rima com desempenho impressionante, mantendo um senso de elegância e refinamento. Um ótimo carro esportivo. audi.com.br

FICHA TÉCNICA
MOTOR: Elétrico duplo
POTÊNCIA: 645 cv no modo boost / 0-60 mph: 3,1 seg no modo boost
VELOCIDADE SUPERIOR: 249 km/h
PREÇO BASE: US\$ 143.900 (cerca de R\$ 747 mil)
MODELO TESTADO: US\$ 161.890 (cerca de R\$ 841 mil)

Uma estrela renasce

Chanel reimagina sua primeira coleção de alta joalheria de 1932 e cria “novas” peças surpreendentes



Bijoux de Diamants: a nova coleção da Chanel olha para as estrelas

R

evisitar os arquivos é um exercício perene na Chanel, onde aparentemente eternos códigos de design, como as jaquetas de tweed e as bolsas acolchoadas, são reinventados geração após geração. Neste ano, porém, seu espelho retrovisor foi voltado para um pedaço menos desgastado da história: a primeira incursão de Gabrielle “Coco” Chanel na alta joalheria, em 1932. Peças celestiais como um colar de estrelas cadentes atravessando o pescoço em uma trilha de diamantes, um anel de diamante rodeado por um redemoinho de pedras satélites e um broche de diamante amarelo são apenas alguns dos destaques, mas todos apresentam-se como surpreendentes releituras da coleção original de joias da Chanel, que estreou há 90 anos.

Naquela época, a casa de moda francesa foi solicitada pela London Diamond Corporation para criar as joias, batizadas de Bijoux de Diamants, para promover a indústria de diamantes durante a Grande Depressão. Teve o efeito desejado. Janet Flanner, uma ex-

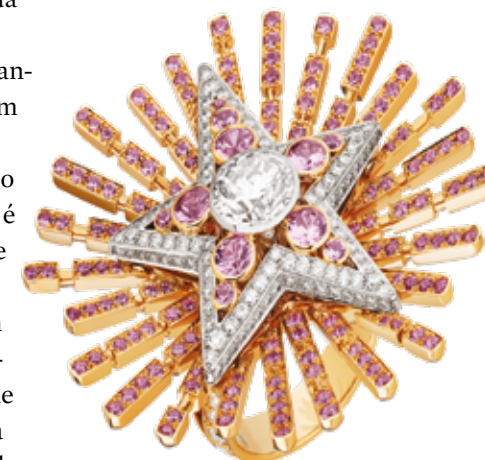
patriada americana que escrevia para o *The New Yorker* de Paris, falou sobre sua influência: “Talvez seja interessante acrescentar que, dois dias após a abertura da apresentação de diamantes da Chanel Paris, foi relatado que as ações da De Beers deram um salto de vinte pontos na Bolsa de Valores de Londres”. Antes de 1932, porém, não havia coleção em joalheria. “Apenas peças criadas separadamente para encomendas desenhadas a partir de uma pedra especial, mas nunca uma coleção completa”, conta Patrice Leguèreau, diretor do Estúdio de Criação de Joias da Chanel. No entanto, nenhum esboço de arquivo permanece e a única peça conhecida ainda existente é um broche de estrela de diamante que pertence à maison. “Encontramos um filme há cerca de 10 anos em que podemos ver toda a coleção”, revela Leguèreau. É a única evidência visual sobrevivente das joias, além de cinco fotos em um livro de imprensa. E foi o impulso para sua ideia de recriar as peças.

A seguir as lembranças de Flanner, as novas joias se aproximam das originais. Ela descreve um colar como “um cometa soberbo cuja cauda circundando a nuca é tudo o que se liga ao pescoço de uma dama”, as pulseiras como “raios flexíveis” e o broche, um “sol esplêndido de amarelo diamantes de uma coleção única de pedras combinadas de maneira inigualável no mundo”. Prova de que mesmo as peças mais indescritíveis do passado da Chanel ainda podem iluminar o presente. ■

O broche, um sol esplêndido de diamantes



As peças foram recriadas a partir das únicas evidências visuais das joias: um filme e cinco fotos



O anel colorido, estrela da Bijoux de Diamants

Senhor do cofre

“Obra-prima” é a perfeita definição para este relógio da Vacheron Constantin

D

urante a maior parte do século XX, os relógios de pulso equipados com complicações eram uma raridade. “Poucos calendários perpétuos estavam disponíveis por serem difíceis de desenvolver, fabricar e montar”, diz Christian Selmoni, diretor de estilo e patrimônio da Vacheron Constantin. “E por décadas, senão séculos, o turbilhão foi uma espécie de complicação mítica. Para os relojoeiros, era o Santo Graal da dificuldade.” No entanto, o advento da tecnologia de engenharia avançada em meados da década de 1980, incluindo máquinas CNC e design auxiliado por computador, permitiu que mais relojoeiros combinassem funções superespecializadas em um único relógio, embora isso continue sendo um desafio. Por isso, o Minute Repeater Tourbillon Split-Seconds Monopusher Chronograph é tão especial.

Com quatro anos em produção, o relógio de pulso de ouro rosa 18 quilates de 45mm por 16,4mm, lançado em março na Watches and Wonders Genebra, na Suíça, é uma amostra única do departamento experimental Les Cabinotiers da Vacheron. “Destaca-se na alta relojoaria graças a uma ‘rara combinação de complicações’ que o tornam único no mercado”, conta Selmoni. O novo Calibre 2757 de corda manual interna contém impressionantes 698 componentes a incluir um repetidor de minutos, uma das complicações mais reverenciadas da relojoaria. Também tem um cronógrafo de fração de segundo, ainda mais difícil de

construir do que um mecanismo de batida, devido à extrema precisão exigida durante o processo de montagem, além de um turbilhão. Um trio de funções quase nunca vistas juntas em um relógio de pulso.

A peça Les Cabinotiers não é apenas esbelta (o movimento mede 10,4mm de espessura), mas apresenta uma estética elegantemente reduzida, incluindo o mostrador de dois tons em cinza escuro, que desmente sua extrema complexidade. “Para supercomplicações como esta, pode-se ficar tentado a colocar o máximo de informações possível no mostrador, mas nossa ideia era dar a máxima legibilidade”, explica Selmoni. E, poderia acrescentar, uma beleza extrema.

Meticulosamente acabado à mão por um único relojoeiro dedicado, o fundo da caixa apresenta um padrão cruzado de pontes enegrecidas com superfícies ocas jateadas a um grão extremamente fino e alçadas por uma pia polida com espelho. A interação resultante de acabamentos foscos e brilhantes, alojados em uma arquitetura tridimensional, cria uma sinfonia visual. Selmoni chama o mestre relojoeiro que fez a peça de “uma espécie de Mozart das complicações”. Mas aqui a música toca suavemente. Ele elogia o que designa “fator furtivo” do relógio: “Só quem o utiliza sabe ter uma supercomplicação no pulso”. **R**



De estética reduzida, tem mostrador com dois tons em cinza escuro

Ouro rosa 18 quilates neste modelo a atingir o Santo Graal da complexidade

Espelho, espelho meu

Quatro superfícies para refletir o melhor de cada ambiente

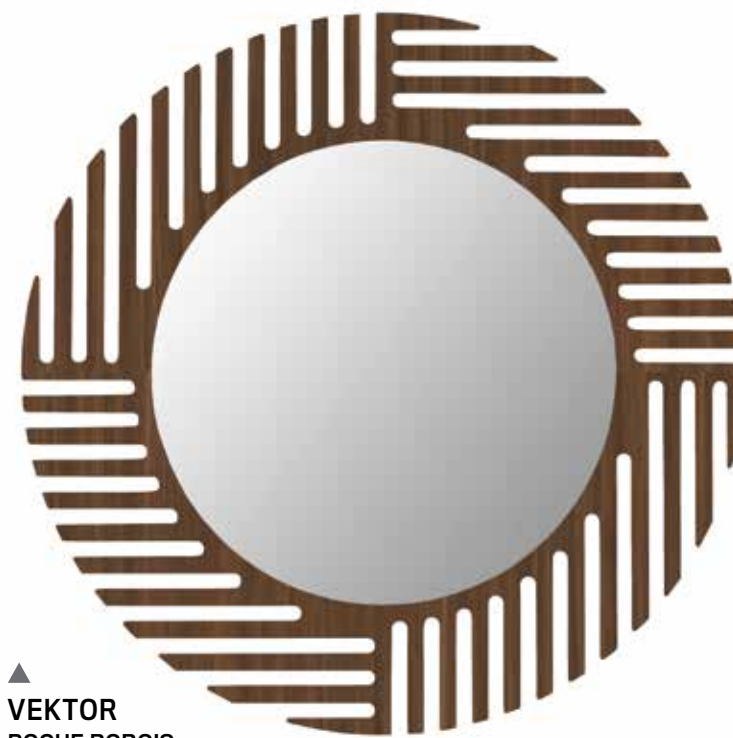
por MARNI ELYSE KATZ



◀ LAVA 6

STUDIO GREYTAK

O Studio Greytak é o reflexo de uma carreira criada a partir dos fascínios da infância. John Greytak, cuja empresa fica em Missoula, nos Estados Unidos, colecionava curiosidades naturais quando criança. Passadas algumas décadas, ele obtém gemas de minerais em todo o mundo, que usa para adornar as criações de espelhos. Suas peças sob medida, embora exclusivamente da Terra, têm uma aura sobrenatural. O espelho Lava 6, feito de ágata brasileira e vidro vazado espelhado à mão, é como uma joia para a parede. US\$ 12.000 (cerca de R\$ 62,5 mil). studiogreytak.com



VEKTOR ROCHE BOBOIS

Criado em colaboração com a Alnoor Design, com sede em Paris, o Vektor combina contemporaneidade e pós-modernismo. A moldura, a partir de painel de fibra sustentável com folheado de nogueira e bordas pretas oleadas, é executada com precisão. Envolvidas em um círculo central de vidro reflexivo, as finas peças de madeira da Alnoor formam ripas compensadas com bordas de ardósia e arcos internos. O efeito é rítmico, fácil de adaptar a qualquer superfície. US\$ 1.280 (cerca de R\$ 6,5 mil). roche-bobois.com



▲ DOODOOL

KOUROS MAGHSOUDI

O hedonismo impulsiona Kouros Maghsoudi. Ele descreve o Doodool, seu espelho personalizável de madeira laqueada preta, com 75 polegadas de altura, como uma "silhueta fálica alegre", especialmente considerando que doodool é uma gíria para "pênis". Enquanto o designer iraniano-americano de 27 anos se diz apaixonado pela cultura club dos anos 1970 e 1980 em Nova York, também olha para o ambientalismo. Maghsoudi trabalha na compensação de carbono para neutralizar o consumo de energia e os gases de efeito estufa emitidos durante a produção do espelho. US\$ 9.800 (cerca de R\$ 51 mil). kourosmaghsoudi.com

◀ FAIRMOUNT JOHN POMP STUDIOS

John Pomp compara o sopro de vidro ao surfe, pois há nele uma interação constante entre materiais fluidos que parecem ter vida própria. O Fairmount, espelho de vidro emoldurado em aço enegrecido polido a óleo, tem apelo industrial aliado a um refinamento contido: é meticulosamente preso à moldura, como um diamante cravejado em uma joia de platina. Em uma moldura com detalhes de parafusos de latão, ele fica pendurado no disco de montagem por uma alça de couro costurada à mão, que transmite calor e um glamour bem-vindos. US\$ 7.905 (cerca de R\$ 37 mil). johnpomp.com



BELEZAS, CHOCOLATES, RELÓGIOS E DEMOCRACIA

Apaixone-se pelas
preciosidades da Suíça
em um giro por Genebra,
Lucerna e Vitznau

por GISELE VITÓRIA, de Genebra e Lucerna



Cenas em Genebra: a loja central da Patek Philippe, os chocolates Du Rhône e a sede europeia da ONU

Vista da histórica Lucerna, em um dos mais antigos cantões da Suíça

D

ia de luz, festa de sol encoberto, e um barquinho a deslizar no Lago Léman em torno do Jet d'Eau. É o chafariz símbolo de Genebra, com altura de até 140 metros, instalado em 1951, no pós-Guerra, num ponto equidistante entre o lago e o rio Ródano. Tudo isso é paz, tudo isso traz uma calma de verão no friozinho na cidade que sedia a ONU na Europa e respira diversidade no país dos cantões.

Nosso roteiro começa em um dia de greve dos transportes em Genève, (Genebra em francês) num clima de civilizada desordem para os padrões suíços. A greve termina pontualmente às cinco da tarde, com aviso digital no interior dos eficientes ônibus elétricos.

A paralisação pouco compromete o ritmo da cidade cosmopolita, de 200 mil habitantes, que coleciona vitrines e letreiros gigantes de marcas clássicas da alta relojoaria, como a Patek Philippe, a Rolex, a Tudor, a Richard Mille, a Jaeger-LeCoultre, a Tissot. A Patek Philippe tem seu próprio museu, inaugurado em Genebra em 2001, que conta a história dos relógios suíços desde o século XVI até hoje. A tecnologia de alta precisão, desta que é considerada uma das mais preciosas marcas de relógios do mundo, regula o Horloge Fleurie, ou Flower Clock, o relógio de 12 mil flores criado em 1955.

O tempo passa em Genebra com a solidez e a precisão dos ponteiros da Patek Philippe no seu Flower Clock. Mas quanto tempo dura o 'para

sempre' (How long is forever)? A clássica pergunta de *Alice no País das Maravilhas*, de Lewis Carroll, tem resposta inspiradora: "Sometimes, just one second (às vezes apenas um segundo)". E a marca mais importante de relógios do mundo eternizou, em 2001, cada segundo de sua história com um museu: o museu Patek Philippe, obra de Philippe Stern, presidente honorário da fábrica em Genebra. O objetivo era assegurar que o legado da tradição relojoeira suíça, um patrimônio cultural, seria transmitido às futuras gerações. Ali, mais de 2.500 relógios, objetos artesanais, conduzem o visitante a uma viagem de cinco séculos através da arte relojoeira, do século XVI até hoje.

A Suíça pode ser considerada o país da alta relojoaria. Na recente

edição 2023 do Watches & Wonders, o mais importante salão de relojoaria da atualidade, o salão em Genebra reuniu 48 marcas. Em 2022, o mercado global movimentou 24,8 bilhões de francos suíços, 11,4% a mais do que no ano anterior, segundo a Fédération de l'Industrie Horlogère Suisse.

Mas a Suíça também é, naturalmente, o país dos chocolates. Anualmente, movimenta-se 1 bilhão de francos suíços com exportações de chocolate. As legislações locais são rígidas para proteger as suas marcas. Há um esforço dos reguladores do país para que a fama de ser o país dos bancos e de uma frouxa regulamentação financeira fique no passado. E, em tempos de tanta instabilidade democrática no mundo, os suíços orgulham-se de viver no país da democracia.



Lago Léman, em Genebra, e o chafariz Jet d'Eau



No alto e à dir., o novo hotel The Woodward, em Genebra, onde é servido o Le Caviar Imperial no L'Atelier Robuchon; no detalhe, peça do Patek Philippe Museum

A história da Suíça, famosa por sua neutralidade (em alguns momentos considerada até excessiva), une tudo isso no seu cenário bucólico de vaquinhas, e seus sinos, entre colinas.

PAÍS DE LUXOS E DE DIREITOS

A precisão dos encaixes das diferentes instituições para garantir o funcionamento da democracia, e o sólido estado de direito, tem a exatidão de um relógio suíço. A Suíça é uma república democrática na forma de uma confederação. A população vai às urnas a cada três meses para opinar sobre o orçamento das cidades, política externa, melhor controle de armas, entre outros assuntos. O país é regido por um conselho federal, um colegiado de sete membros, que toma suas decisões por meio de

consenso. Há lições diárias de quanto o regime democrático deve ser protegido, nutrido e cuidado como joia rara todos os dias, mesmo em um país considerado exemplo de regras democráticas confiáveis.

Genebra está em um dos mais antigos cantões do país. É uma cidade de luxos e de direitos. É cosmopolita. A sede europeia da ONU no histórico Palácio das Nações, assim como a sede do comitê internacional da Cruz Vermelha e seu apoio aos refugiados de guerra, confere a nobreza da solidariedade à segunda maior cidade suíça, com vista para o Mont Blanc, rodeada pelos Alpes e pelas montanhas do Jura.

Na Cidade Velha, a Catedral de São Pedro impressiona. A construção data do início do século XII e, no século



David Paganel, mestre de chocolate da Du Rhône: workshop

XVI, a igreja tornou-se templo protestante. Os ares medievais permanecem nas ruas mais estreitas, com passagens secretas da Place du Bourg-de-Four, a mais antiga de Genebra, à Grand-Rue, onde nasceu o filósofo iluminista Jean-



O Leão de Lucerna, de 1821, homenagem aos soldados da Guarda Suíça mortos na Revolução Francesa

Jacques Rousseau (1712-1778), autor do *Discurso sobre a Origem e os Fundamentos da Desigualdade entre os Homens* (1754) e *Do Contrato Social* (1762).

Percorrer Genebra inclui experimentar chocolates pelos caminhos que levam à Du Rhône, tradicional fábrica de chocolates, fundada em 1875. Numa lojinha charmosa, o anfitrião David Paganel, mestre de chocolate, diverte seus aprendizes com um saboroso workshop. Com ele, você aprende a fazer a sua própria barra de chocolate, seja amargo ou ao leite, e decorá-la com seu nome enfeitado por amêndoas e pistaches.

Entre as opções de hotéis, o destaque vai para o novíssimo The Woodward, do grupo Oetker Collection, inaugurado em 2021. O prédio, construído em 1901 com vista para o lago, tem hoje 26 suítes exclusivas, cada uma delas com design contemporâneo personalizado. Nos dois restaurantes do Woodward, ambos sob o comando do chef executivo Olivier Jean, a experiência gastronômica é especial. O L'Atelier Robuchon, do chef Joël Robuchon, tem uma estrela Michelin e os pratos despertam sabores múltiplos, como um tartar à base de caviar salpicado de avocado, e a sobremesa, emulsão de iogurte com framboesas. O Le Jardinier prioriza vegetais no cardápio. The Woodward ainda oferece a seus hóspedes o relax máximo do Guerlain Spa e uma piscina coberta de 21 metros.

A Ponte da Capela, de 1332, foi queimada em um incêndio e reconstruída em 1993

LUCERNA E SUAS MARCAS HISTÓRICAS

Luzern, em alemão, ou Lucerna, é uma joia na Suíça central. Uma composição belíssima une os cenários do Lago Lucerna, do rio Reuss e seu cartão-postal, a Ponte da Capela, a Kapellbrücke, considerada uma das mais antigas da Europa. Construída em 1332, a ponte coberta de madeira tem painéis pintados que refletem a história da resistência católica na região. A torre medieval que compõe o cenário era uma antiga prisão. Em 1993, um incêndio destruiu boa parte da construção de madeira e dos afrescos. A reconstrução levou cerca de oito meses, mantendo os painéis queimados para que o acidente fosse lembrado. As marcas históricas da cidade estão por toda parte. A prefeitura, de 1606, lembra uma pequena fortaleza. O Leão de Lucerna, inaugurado em 1821, é uma homenagem aos soldados da Guarda Suíça mortos na Revolução Francesa.

Em muitas de suas camadas his-

tóricas, Lucerna guarda a origem da neutralidade suíça. Em uma extensão de 41.285 quilômetros quadrados, fazendo divisa com França, Alemanha, Áustria e Itália, o país que tem cadeias montanhosas em mais de 70% do seu território, surgiu em 1300 como Confederação Helvética. Os helvécios eram a tribo celta que os romanos encontraram na região em 58 a.C. O país foi habitado por povos germânicos, que avançaram do norte do rio Reno a partir do século VI e se fixaram a leste do rio Aar. Em 1300, Lucerna já era um centro urbano. A configuração dos estados suíços, ou cantões, resistiu às tentativas de mudança de Napoleão Bonaparte, em 1798, e a independência dos 26 cantões foi mantida. Dessa vocação à resistência externa, vem a origem da neutralidade suíça.

VITZNAU, DESLUMBRANTE

A chegada à Vitznau, uma vila bucólica e deslumbrante às margens do lago Lucerna, ao sul de Zurique, é por barco. O Park Hotel Vitznau, um

cinco-estrelas majestoso em um palacete de mais de 100 anos, fundado em 1871, alia design e tecnologia em seus corredores, absoluto conforto em seus aposentos, muitos sabores e uma piscina aquecida ao ar livre espetacular — que faz parte do spa — com vista para o lago. O Park Hotel Vitznau tem dois restaurantes fantásticos: o Focus Atelier, com duas estrelas Michelin, e o Prisma, com uma estrela. Há seis adegas importantes para acompanhar as criações do chef Patrick Mahler. Cada uma das espaçosas suítes é personalizada e também recebe nomes: uma delas, a Sharpe Suite, é uma homenagem a William F. Sharpe, prêmio Nobel de economia. Tudo isso é paz nos cantões da Suíça, seja em qualquer das estações. O barquinho vai e a tardinha cai, e nos despedimos desse roteiro prazeroso pelo país dos chocolates, dos relógios e da democracia, com a sensação de que algo a mais deve ser descoberto e desfrutado em seus lugares preciosos e apaixonantes. 



No alto, a piscina do hotel The Park Vitznau, no palacete de mais de 100 anos

ONDE FICAR

GENEBRA

The Woodward – Inaugurado em 2021, à beira do Lago Genebra, conta com apenas 26 suítes exclusivas, além de restaurantes estrelados, como o L'Atelier Robuchon, e o Guerlain Spa. oetkercollection.com/hotels/the-woodward/

Swiss Luxury Apartments – Acolhedor e premiado, oferece apartamentos confortáveis próximo do Lago Genebra. swiss-luxury-apartments.ch/

LUCERNA

Hotel Schweizerhof Luzern – Com mais de 150 anos de história, possui 101 quartos e suítes, três restaurantes de especialidades e salas de banquetes. schweizerhof-luzern.ch

VITZNAU

Park Hotel Vitznau – À beira do Lago Lucerna, tem 48 residências, suítes ou suítes júnior com vista para o lago ou para as montanhas. O spa tem um aquário gigante e dois restaurantes com estrelas Michelin. parkhotel-vitznau.ch

NO HOTEL DE SUA MAJESTADE

Restaurado durante a pandemia, o Royal Mansour, em Marrakesh, confirma a reputação de melhor experiência de luxo do Marrocos, vencedor do World Luxury Spa Awards 2021, o Oscar da indústria do bem-estar

por SILVIANE NENO, de Marrakesh

Poderia começar a contar sobre este lugar de várias maneiras. Uma delas diria que o Royal Mansour reinventa a própria ideia de um hotel de luxo. Sem quartos, sem andares, sem corredores, essa extraordinária propriedade privada de cinco hectares, aninhada nas antigas muralhas da Medina, tem riads particulares, residências típicas do Marrocos, com um serviço que beira à perfeição. Mas prefiro começar falando dos vizinhos que ocuparam o palácio colado ao destinado à reportagem de *Robb Report Brasil*. Era um casal elegante, muito elegante. Estávamos no lobby — outro tema que mereceria vários parágrafos —, quando eles chegaram. Houve uma certa movimentação para recebê-los. Mas nada que parecesse incomum, já que os hóspedes, todos eles, quando chegam, são recepcionados com pompa e circunstância. Somente quando passaram por nós foi possível reconhecer que aquela mulher lindíssima, vestindo uma túnica de linho que se movimentava com o vento, era Catherine Zeta-Jones.



O lobby é uma ode à arquitetura tradicional marroquina

Ao lado dela, ele mesmo, Michael Douglas. Descobrir logo depois que um dos casais mais famosos de Hollywood estava instalado no riad ao lado do meu, no entanto, não me garantiu nenhum privilégio para conseguir uma entrevista exclusiva. O Royal Mansour é conhecido por zelar pela privacidade absoluta de seus hóspedes, famosos ou não. E, se eles estavam ali, era exatamente por saber que jamais seriam importunados. Por ninguém. Muito menos por uma jornalista.

ODE À ARQUITETURA

Não é exagero afirmar que o Royal Mansour, além de discreto, é um dos hotéis mais luxuosos do mundo. Também, pudera, ele foi construído seguindo as exigências de seu proprietário, o rei do Marrocos. Jardins exuberantes circundam os 53 riads individuais, cada um com seu próprio terraço privado e piscina na cobertura. Todos os detalhes, dos móveis à riqueza dos azulejos zellige, marchetaria, portas, acabamentos, tudo foi feito à mão por 1.500 artesãos locais. Quando o hotel abriu suas portas, em 2010, foi como uma ode à arquitetura tradicional marroquina.

Cada riad recebe os cuidados de um mordomo empenhado em materializar desejos e caprichos, a qualquer hora do dia e da noite. Fizemos o teste. Já era tarde da noite quando liguei na recepção para dizer que havia um pernilongo nos aposentos quebrando ligeiramente aquela paz celestial. Em menos de dez minutos, o funcionário, impecável em seu uniforme com botões dourados e chapéu típico, surgiu, armado com um matador de insetos e um plug elétrico. Resolvido o embate, só foi



A babouche, da Louboutin, feita com exclusividade para o Royal Mansour. À venda na boutique do hotel



Os jardins exuberantes são cenários perfeitos para refeições inesquecíveis



O hotel ocupa uma área de cinco hectares cercada de jardins



Um dos templos de relax da propriedade



O trabalho dos artesãos locais está presente em cada detalhe

embora depois de vasculhar os 140 metros quadrados daquele petit palais e se certificar de que não haveria nenhum outro perigo no ar.

O SPA CAMPEÃO

A experiência de um dia no spa do Royal Mansour é tão sedutora que muitos clientes vêm de longe atraídos pelo prazer de estar ali, envolvidos pelos roupões macios, entregues às mãos dos massagistas e terapeutas mais habilidosos pra lá de Marrakesh. Concebido como um santuário dedicado aos sentidos, as próprias instalações do spa são impressionantes. São 2.500 metros quadrados dedicados ao bem-estar. Os hóspedes entram através de um jardim cítrico, onde cores e fragrâncias são enquadradas em um espetacular átrio com moldura branca, que incorpora elementos tradicionais da arquitetura e do design árabe. São dez salas suntuosas de tratamento e três suítes, onde os clientes conhecem alguns dos procedimentos mais exclusivos encontrados na África. O Hamman, que celebra a arte do banho, do autocuidado e da purificação, é um dos mais tradicionais. O ritual acontece no conjunto de três salas em mármore, com diferentes temperaturas, que proporcionam uma viagem destinada a libertar toxinas, stress e ansiedade. Os ingredientes, como argila purificadora das montanhas Atlas e rosas do vale Kalaat Megouna, são naturais do Marrocos. Ao lado, há uma piscina coberta e aquecida, com tetos de vidro, para quem quiser prolongar a sensação de paraíso na Terra.

COZINHA ESTRELADA

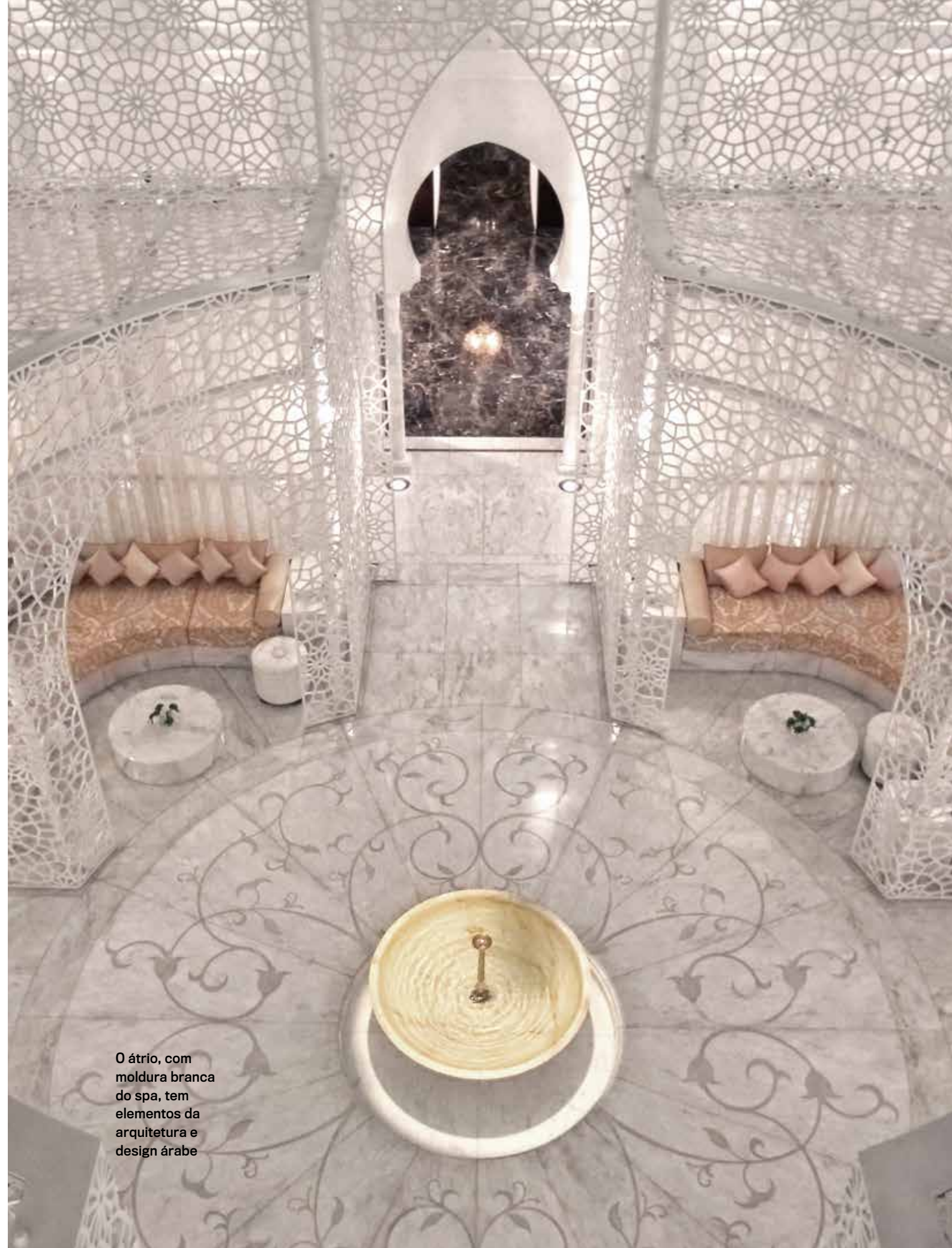
Na hora do jantar, siga o brilho das estrelas. Com uma paixão pelo



O interior de um dos 53 riads individuais

Marrocos e anos de experiência nas melhores cozinhas do mundo, o renomado chef francês Yannick Alléno, com estrela Michelin, criou o menu de quatro dos cinco restaurantes do Mansour. No La Grande Table Marocaine, há os clássicos revisitados da gastronomia marroquina, desde Sh'Hiwates, saladas frescas, até a paleta de borrego cozinhada em baixa temperatura ou tangia de dourada com azeitonas roxas. O Grande Table foi considerado o melhor restaurante do Marrocos em 2022 pelo *The 50 World's Best*. No Sesamo, o chef italiano Massimiliano Alajmo e seu irmão Raffaele, cujos oito restaurantes têm cinco estrelas Michelin no total, entregam o melhor da cozinha italiana contemporânea.

Mas mora nos pequenos detalhes a beleza de se estar num hotel como o Royal Mansour. No último dia, como um ritual de despedida, decidi pedir o café da manhã no terraço do riad. Ao chegar com a bandeja, disse ao rapaz que ele podia subir para montar a mesa. Acabei demorando mais do que imaginava e quando finalmente subi para o terraço encontrei o mordomo de pé, ao lado da mesa posta. Constrangida e surpresa, pedi desculpas por ter demorado e perguntei por que ele havia ficado ali. Ele respondeu que não podia deixar que nenhum pasarinho se aproximasse das frutas e dos ovos mexidos. É quando o serviço eleva a delicadeza ao seu patamar mais alto. Como estar na Pasárgada e ser amiga do rei. **R**



O átrio, com moldura branca do spa, tem elementos da arquitetura e design árabe

NINHO DA ÁGUA

No deserto de Dubai, novo acampamento de luxo vira hit entre casais em busca de tranquilidade e conexão com a natureza

texto e fotos JULIANA BIANCHI

Projetados por Gianni Ranaulo, os ninhos mimetizam as dunas

Mais do que um hub aéreo para diferentes países asiáticos, Dubai é um centro de oportunidades para aproveitar diferentes estilos de férias em um único destino. De esportes de inverno, no maior resort de ski indoor do mundo, a praias de águas claras com direito a restaurantes estrelados pelo *Guia Michelin*, que estreou por lá no ano passado. Mas é no deserto que acontecem as experiências mais autênticas de uma viagem digna das histórias de Sherazade.

Responsável por um dos espaços de eventos mais disputados nos 225 mil km² de areia da Reserva de Conservação do Deserto de Dubai, o grupo Nara inaugurou há menos de seis meses sua primeira hospedagem de luxo em meio às dunas. Batizado The Nest, o novo empreendimento, a pouco mais de uma hora do centro de Dubai, conta com apenas 14 “ninhos” eco-friendly cujo design mimetiza a paisagem, inaugurando um novo estilo de glamping.

“A ideia era criar estruturas em forma de duna que se mesclassem organicamente à paisagem, com uma acomodação de luxo no interior”, explica Ryan Mahfouz, um dos responsáveis pelo empreendimento e filho da fundadora do grupo, a ex-private banker suíça Stephanie Reichenbach.



A decoração em tons de areia ajuda a mesclar o ambiente interno ao externo

Projetadas pelo italiano Gianni Ranaulo as acomodações de 50 m² são divididas em dois ambientes: um banheiro digno de spa escavado sob a areia, com iluminação natural, amenities L'Occitane e duchas de água quente, e o quarto, com cama king size, cobertura térmica e ar-condicionado para garantir o máximo de conforto.

IMERSÃO

Baseada em sisal, madeira e linho (materiais também pensados para gerar menor impacto ecológico) a decoração ajuda ainda mais a mesclar o ambiente interno ao externo de forma clean e elegante. Posicionados próximos a um imponente salgueiro que destoa na paisagem estéril da Reserva,

os “ninhos” se abrem com paredes de vidro para pitfires exclusivos onde, à noite, é possível observar as estrelas ouvindo o vento soprar pelas folhas da árvore que serve como marco geográfico.

Vinda de placas solares, a iluminação restrita ao interior reforça o clima de romance e conexão com a natureza. “Cada detalhe foi pensado para que a experiência seja inesquecível”, afirma Mahfouz. Voltado exclusivamente a casais, o empreendimento conta com menu de tapas (US\$ 103), assinado pelo chef Frank Sanna, que pode ser degustado nos ninhos ou no lounge junto ao bar. O cardápio ainda inclui rolls apimentados de lagosta, paella vegetariana de arroz negro e pizzas assadas em forno à lenha.

Novo empreendimento a pouco mais de uma hora do centro de Dubai conta com apenas 14 “ninhos” eco-friendly



Sem iluminação externa, os pitfires de cada ninho tornam-se locais perfeitos para observar estrelas à noite. Acima, jantares românticos à luz de velas, ou no pôr-do-sol, são garantidos no glamping, onde mimos e delicadezas estão por toda parte



Aprece o skyline de Dubai a partir do Golfo Árábico com um passeio de barco ao pôr do sol

AGITO

Quem quiser uma noite mais agitada pode contar com o Sonara Camp a poucos minutos pelas dunas, onde jantares com pratos árabes são servidos sob uma tenda de luz montada ao ar livre (US\$ 234 por pessoa). A experiência ainda inclui espetáculos de pirografismo e danças acrobáticas. Quem chegar cedo também pode aproveitar as outras atrações do acampamento, como passeios de camelo, sand board, arco e flecha, demonstração de falcoaria e pontos estrategicamente criados para se fazer fotos perfeitas ao pôr do sol. Os que preferirem atividades mais contemplativas poderão agendar sky safáris com guias especializados e telescópios de ponta (U\$ 108 por hora, por pessoa).

“Estamos sendo muito procurados para luas de mel e microcasamentos”, garante o sócio, que tem planos para replicar os Nests em outras localizações. Os “ninhos” têm diárias de US\$ 626 a US\$ 762 dependendo da vista (para o nascer ou pôr do sol). 

Para completar a viagem a dois

Depois de se fartar no deserto, três atividades românticas e repletas de água para equilibrar as energias

EXCLUSIVE YACHTS

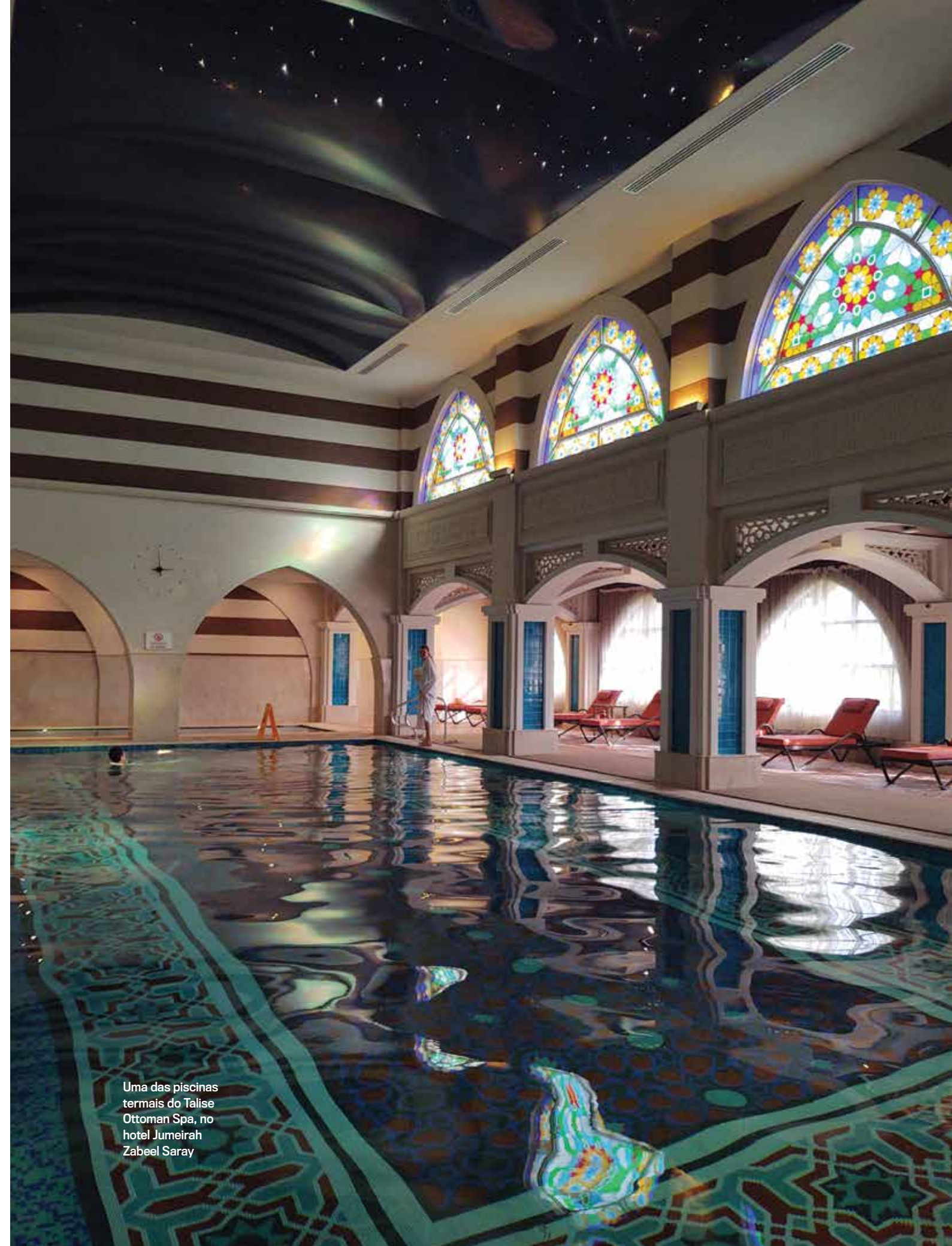
Ver o skyline de Dubai do alto é tarefa razoavelmente fácil dada a quantidade de arranha-céus da cidade – incluindo o edifício mais alto do mundo, o Burj Kalifa, com 160 andares. Daí a ideia de sair do lugar-comum e apreciar a paisagem a partir do Golfo Árábico. Com mais de 30 embarcações próprias atracadas na Dubai Marina, a Xclusive Yachts oferece passeios em iates de luxo com até cinco horas de duração. DJ, chef e jet sky à disposição são alguns dos itens que podem ser adicionados ao passeio. Navegar no fim de tarde pode ser uma boa opção para ver a cidade em dois momentos distintos: sob os reflexos do sol escaldante e o brilho das luzes nos prédios, ao anoitecer. A partir de US\$ 500. www.xclusiveyachts.com

TALISE OTTOMAN SPA

Localizado no cinco-estrelas Jumeirah Zabeel Saray Hotel, este premiado hammam de 8 mil m² conta com nada menos do que 42 salas para fazer qualquer areia do deserto desaparecer da sua pele. Lindamente decoradas com mármore esculpido e mosaicos de pastilhas em tons de azul, as duas piscinas de talassoterapia sob céu de estrelas se unem no cardápio de atividades, além de saunas a vapor e seca, sala de neve, banhos que simulam diferentes tipos de chuva e tratamentos diversos. A partir de US\$ 100, com agendamento prévio. www.jumeirah.com

AURA SKYPOOL

Novo hotspot de Dubai, a piscina de borda infinita com vista 360º mais alta do mundo está localizada a 210 metros do solo, no 50º andar do mesmo edifício onde está instalado o hotel cinco-estrelas St. Regis. De lá é possível fazer as fotos mais incríveis da Ilha da Palmeira, da roda gigante mais alta do mundo e do hotel Burj Al Arab, em forma de veleiro. Disputadas, as espreguiçadeiras em torno da piscina são alugadas a partir de US\$ 200, variando de preço de acordo com a vista e o período escolhido. auraskypool.com



Uma das piscinas termais do Talise Ottoman Spa, no hotel Jumeirah Zabeel Saray



O luxo é simples

Um dos melhores hotéis da Europa, o Abadia Retuerta, num monastério do século XII, é destino obrigatório para quem procura experiências com charme medieval na Espanha

por SILVIANE NENO, de Valladolid

Se você gosta e acompanha futebol, deve saber que, em 2018, Ronaldo Fenômeno comprou um time de futebol na Espanha chamado Real Valladolid. Se você é um enólogo ou um frequentador de boas vinícolas, já ouviu falar de um lugar chamado Abadia Retuerta LeDomaine. Não por acaso, é nesse elegante hotel-vinícola que

o Fenômeno costuma se hospedar cada vez que visita seu clube, ali pertinho, em Valladolid, na região de Sardón de Duero, a duas horas e meia de carro de Madri. É lá que fica, por exemplo, o Palácio Real, a residência dos reis espanhóis no início do século XVII, entre outras construções medievais.

O Abadia Retuerta fica num antigo monastério, fundado em

1146 por um monge pertencente a uma família poderosa. Eles produziam vinhos e também pinhão. O lugar funcionou como hospedaria de monges até 1834, quando algumas igrejas foram expropriadas e a abadia foi uma delas.

No final do século XIX, o governo espanhol vendeu a propriedade para uma empresa de cereais.

Hoje, a Novartis, uma companhia

Depois de oito anos de reforma, 30 suítes surgiram onde antes funcionava a hospedaria dos monges

farmacêutica, é a proprietária. O lugar estava em ruínas e em 2008 eles começaram uma reforma que durou oito anos. Depois, investiram nas vinhas. Como eram farmacêuticos e não conheciam sobre vinhos, contrataram os melhores enólogos espanhóis e franceses e experts em solos.

O desafio era grande. A propriedade tem 700 hectares, cobertos por 26 tipos de solos diferentes de terra boa, muito boa para plantar e colher as uvas mais preciosas. Tempranillo é a principal, mas também tem Syrah e Cabernet Sauvignon. Tudo produzido lá, e o processo pode ser acompanhado de pertinho pelos visitantes.

NO REINO DO MONASTÉRIO

Realeza mesmo é se hospedar numa das 30 suítes da abadia com vista para os vinhedos. É como voltar no tempo, cercado por aquela atmosfera mágica como num filme do Harry Potter. Coisa de filme mesmo é almoçar na antiga sacristia, ou jantar no El Refectorio, onde os monges faziam as refeições, com o chef espanhol Marc Segarra, dono de uma merecidíssima estrela Michelin, além de uma estrela verde, concedida a restaurantes ambientalmente responsáveis e empenhados na

sustentabilidade. Marc usa apenas ingredientes locais, fresquíssimos, de pequenos produtores da região, como o queijo de cabra da Quesería del Tiétar, feito por uma empresa familiar há mais de 30 anos. Um jantar no Refectorio é dessas experiências que se instalam na região da memória reservada ao prazer. O banquete, naquele ambiente barroco, à luz de candelabros, oferece 31 porções de delicadas construções. Marc não é um chef, é um alquimista. No spa, uma massagem não é apenas uma massagem, é um ritual que começa

com uma degustação de vinhos que originam os óleos essenciais que as terapeutas usarão no seu corpo. É você quem descobre e escolhe a sensação que pretende ter. Relaxamento, claro, é uma delas. O Abadia Retuerta não é desses hotéis onde você se preocupa com o que irá vestir na hora do jantar. É um lugar onde a elegância está em perceber que luxo é bem-estar, é pegar a bicicleta e sentir o vento gelado batendo no rosto, pedalar até a margem do rio e descobrir que o Douro nasce ali, naquela região onde o vinho é um fenômeno, no país do futebol. **R**

CHARUTOS

UMA RARA BAFORADA

Os pedidos de tabaco premium não param de chegar, mas a entrega demora porque há falta de mão de obra e o custo do frete cresceu no período pós-pandemia

por RICHARD CARLETON HACKER foto: MOLLY CRANNA estilo: ANDY AIDEKMAN

No início de 2020, tabacarias encerraram as portas, mas para muitos entusiastas o isolamento representou mais uma oportunidade de fumar. O aumento das vendas de charutos on-line e a reabertura de locais físicos à medida que as restrições da pandemia eram relaxadas resultaram no maior aumento de compra nos Estados Unidos desde o boom dos anos 1990. “Quando se trata de charutos premium, vimos um aumento de 25% nas vendas em 2021”, informa David M. Ozgo, presidente da Cigar Association of America, Inc. Naquele ano, ele diz, “importamos 400 milhões de charutos pela primeira vez desde 1997”.

O atual aumento, no entanto, não é isento de complicações, pois há menos trabalhadores após a pandemia. “Não vamos esquecer que os charutos premium são enrolados à mão, e

que há um limite de produção diária”, diz Ozgo. A demanda criou escassez de certos tabacos, como embalagens de folhas largas da Pensilvânia e enchimentos de folhas longas do México e da América Central. Houve também problemas de distribuição. “Tivemos de gerenciar prazos de entrega mais longos com fornecedores de materiais não relacionados ao tabaco, já que os contêineres de transporte estão em falta, os custos de frete dispararam e as velocidades de envio estão definhando”, diz Sarah Santos, vice-presidente sênior da divisão on-line e varejo da Scandinavian Tobacco Group na América do Norte. Apesar desses contratempos, a empresa planeja abrir 25 “superlojas” nos EUA nos próximos cinco anos, juntando-se às oito atualmente na Pensilvânia e no Texas.





10º ANIVERSÁRIO

HVC CIGARS

Master blender, Reinier Lorenzo começou a HVC Cigars em 2011 como uma forma de homenagear a cidade de Havana, em especial seu antigo bairro de El Cerro, onde foi criado na Cuba pós-revolução. E este 6 ½ x 50 Toro, um puro nicaraguense, cumpre bem o seu papel, já que o solo daquele país lembra a rica terra de Vuelta Abajo. Feito na fábrica de Tabacos Valle de Jalapa, em Estelí como todos os charutos HVC –, sua capa Corojo 99 envelhecida é complementada por um enchimento nicaraguense que incorpora um tabaco antes experimental conhecido como Corojo 2012. Juntamente com as folhas Corojo 99 e Criollo 98, o resultado é um sabor cheio e rico, que proporciona uma celebração digna do 10º aniversário da HVC. US\$ 15 a unidade. [@hvccigars](#)

ESPADA POR

MONTECRISTO

Este é o terceiro ano consecutivo em que a Montecristo recheia nossa lista dos Melhores dos Melhores, embora neste ano tenha alcançado o título com seu charuto mais suave na série Espada, lançado em 2014 como o primeiro puro nicaraguense da marca. A nova Espada (terminologia espanhola para “espada”, seis das quais formam o logotipo de assinatura da Montecristo), na verdade, vem em duas versões, a Espada embrulhada em Jalapa Habano e a mais forte, a Espada Oscuro Maduro. Contudo, foi a edição Signature mais escassa, com sua aparência oleosa

e embalagem suave e sedosa do Colorado Claro da Nicarágua, que capturou nossas atenções e paladares. O robusto tamanho 6 x 55 recebeu o apelido de “Valiente”, denotando o “caráter valente” do charuto, que oferece uma cremosidade suave até a última baforada. US\$ 15 a unidade. [@montecristo_cigars](#)



TABACO NA VEIA

O Esch Café vai ganhar novo endereço em São Paulo e seu fundador, Edgar Esch, conta histórias saborosas da tabacaria que une boa comida, vinhos, além dos exclusivos habanos cubanos

por GISELE VITÓRIA foto: MARCELO NAVARRO

Para começar, ele acende um charuto e conta a sua história. Edgar Esch diz que tem tabaco nas veias. Seu pai sempre trabalhou com charutos. Era distribuidor da suerdieck, fábrica centenária no Recôncavo Baiano, que acabou quebrando em 2000. O pai tinha uma fábrica em Correias, perto de Petrópolis. “Aquele vida de fumaça eu vivi intensamente”, diz ele, arrastando o sotaque carioca. Nascido no Cosme Velho, no Rio de Janeiro, mora hoje em Ipanema, onde nada no mar matutidamente e passeia com seu cachorro no calçadão. “Desde os 6 anos, eu ia brincar sobre os sacos de fumo”, conta ele, aos 68. A primeira baforada foi aos 18, 20 anos. Tempos depois, ele abdicou da engenharia para trabalhar com o pai. Em 1994, abriu o Esch Cigars, lojinha na rua do Ouvidor, no centro do Rio. Especializou-se em habanos cubanos para o público final.

O sucesso evoluiu em 1998 para o Esch Café, conceito que inclui comida, bebida e charutos. No Rio, o Esch fica na badalada rua Dias Ferreira, no Leblon. Em 2007, a casa abriu filial em São Paulo. Dezesesseis anos depois, o Esch Café vai mudar, em setembro, da sua tradicional casa paulistana com ampla varanda na alameda Lorena, nos Jardins, para um espaço com rooftop, projetado pelo arquiteto Miguel Pinto Guimarães, na rua Oscar Freire, ao lado do hotel Emiliano. O negócio comercializa com exclusividade os magistrais

habanos cubanos. O contrato é com a franquia La Casa del Habanos, com portfólio de marcas como Montecristo, Cohiba, Bolivar, entre outros, certificados com garantia de origem. O preço da unidade pode chegar a R\$ 1.800, embora haja produtos de valores na faixa de R\$ 200. “O que define o valor é a safra, ou um produto vintage, uma série especial mais sofisticada”, diz.

A fama do Esch vai além de Rio e Sampa. Em algumas ocasiões, a famosa feijoada da casa foi compartimentada à vácuo, congelada e voou para Havana. A demanda veio do atual presidente, Miguel Díaz-Canel. “Um dos pedidos foi para o aniversário dele”, diz Edgar. A feijoada ganhou fama em Cuba por causa de um ilustre frequentador do Esch, adorado pelos cubanos: Frei Betto, frade dominicano, escritor, autor de 73 livros, entre eles *Fidel e a Religião* (obra de 1985 que reapproximou Cuba do Vaticano e influenciou no resgate da liberdade religiosa no país).

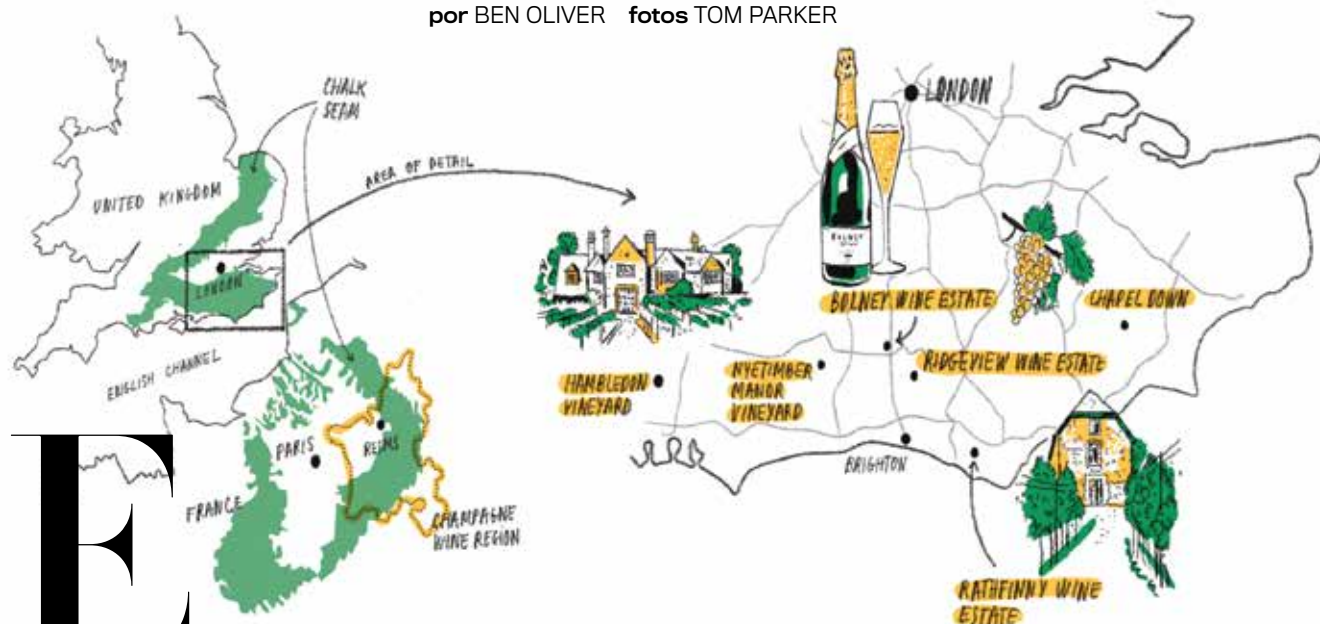
O prestígio da tabacaria vem da estratégia. “Saímos de um modelo que vendia só charuto e cafezinho para um conceito que investe em boa comida, bons vinhos e café gourmet”, explica Edgar. “É um lugar para fazer amigos e relaxar. Um lugar da diplomacia”, diz ele, também adepto do ciclismo. “Não fumo charuto em casa”, ressalva ele, pai de quatro filhos e casado com Débora, que não fuma charutos. “Só fumo em ambiente em que ninguém vai se incomodar. Isso é uma etiqueta fundamental.” **R**



BORBULHANDO A INGLESA

Beneficiados pelas mudanças climáticas, os vinhedos do país europeu produzem espumantes apreciados por reis e conhecedores de todo o mundo

por BEN OLIVER fotos TOM PARKER



Em um terraço panorâmico da vinícola Rathfinny, centrada nos condados do sul de Sussex, Kent e Hampshire, coração da região do vinho espumante inglês, as videiras se estendem até a íngreme cordilheira do longo vale. É novembro e as folhas estão manchadas de amarelo. Ali, centenas de toneladas de uva produzidas por essas vinhas durante o verão terminaram a primeira fermentação em vastos tanques de aço inoxidável. Estes vinhos serão, em breve, provados e misturados pelos enólogos antes de serem envelhecidos em

garrafa pelo método tradicional *champanoise* para adquirir sabor e efervescência. A qualidade da fruta sugere que a safra será uma das melhores de todos os tempos. Saberemos em três anos.

Mesmo com o inverno europeu próximo, a temperatura é quente. Fazer um ótimo vinho se tornou complicado: além de habilidade e solo, o mais importante é o clima, de fato “incomum”. O aumento de um grau Celsius nas temperaturas médias globais proporciona um efeito dramático nas produções de vinho em todo o mundo. Em

apenas 40 anos, mudaram as condições climáticas ideais que produziram o champanhe para brindar o Ano Novo. Mesmo assim, o sul da Inglaterra é agora uma das regiões vinícolas de mais rápido crescimento do planeta.

Nos últimos anos, Rathfinny e outros fabricantes ingleses de espumantes cresceram em produção. Em 2020, 10 milhões de garrafas de vinho inglês foram vendidas, sendo 70% espumante, já que, além de mais rentável, adapta-se às atuais condições de clima. Com as temperaturas mais quentes, os tintos tam-



Bolney Wine Estate, da Inglaterra, em Sussex

bém vêm mais encorpados. Hoje, quase 900 vinhedos e 200 vinícolas operam na Inglaterra, com mais de dez mil acres de terra cultivada com videiras, um aumento de 70% em apenas cinco anos.

DESDE O SÉCULO XI

A Taittinger e a Pommery, grandes casas de champanhe, já estabeleceram vinhedos na Inglaterra. Investidores de fora também buscam manter sua participação no Reino Unido, o maior mercado de exportação de champanhe. Os enólogos trabalham arduamente para manter a qualidade e o caráter em meio a verões mais escaldantes. Poucos ousam prever o fim do champanhe como o conhecemos. Isto pode acontecer caso a mudança climática altere a natureza do produto de assinatura da região ou mesmo impeça que seja produzido lá. Mas, neste mo-

“A mudança climática devasta os ecossistemas. Somos um dos poucos vencedores em um mundo de perdedores”

Greg Dunn, diretor do departamento de vinhos do Plumpton College

mento, o espumante inglês é uma novidade efervescente. Os romanos plantaram videiras ao norte de Londres desde o século XI. O Domesday Book, de 1086, registra 42 vinhedos. Em 1662, o cientista inglês Christopher Merret apresentou um artigo à Royal Society observando como os ingleses adicionavam açúcar ao vinho importado na garrafa para induzir uma fermentação secundária. Este é o mesmo *champenoise* (ou método tradicional, como é conhecido quando empregado fora da região) com que o monge francês Dom Pierre Pérignon popularizou seu champanhe 35 anos depois, na

França. Os ingleses podem ter começado a borbulhar primeiro, mas por séculos seu clima não deixou que fizessem muito a respeito. A Idade do Gelo, entre 1300 a 1800, porém, tornou a Europa muito fria para produzir vinho em escala. Por isso, a viticultura comercial é um fenômeno relativamente recente na Inglaterra, com mais da metade das vinhas atuais tendo sido plantadas na década de 2010. Vinicultores de segunda geração já testemunham o impacto das mudanças climáticas. A Bolney Wine Estate, no coração de Sussex, foi uma das primeiras vinhas comerciais, fundada há meio século por Janet e Rod-



Tamara e Simon Roberts em Ridgeview, fundada por seus pais nos anos 90

britânicos só melhoraram desde então, e outras grandes casas inglesas de vinhos espumantes, Nye Wood, Chapel Down, Hambledon e Rath Finny, juntaram-se a Ridgeview e a Bolney na aquisição de reputações internacionais.

O vinho espumante inglês ainda tem a leveza, o frescor e a acidez típicos dos vinhos de clima frio — o que Simon Thorpe, o mestre britânico de enologia, que dirige a Wines of Great Britain, descreve como uma “tensão refinada e precisa”. Mas a maior complexidade vem em grande parte dos verões mais longos e quentes, que permitem maior “tempo de espera” para a fruta na videira, conferem maior amadurecimento da uva, o desenvolvimento do sabor e também do açúcar. As noites mais frias também ajudam os vinhos ingleses a manter seus níveis de acidez e, portanto, seu frescor característico, equilibrado por mais sabor de frutas. Os vinhos do país estão cada vez mais arredondados, sofisticados e atraentes para um público mundial.

NOS MELHORES HOTÉIS

As vinícolas interessam aos grandes players globais que querem marcar presença na Inglaterra. A Bolney constrói uma vinícola capaz de produzir 750.000 garrafas anuais, e no ano passado a Linter vendeu o controle acionário da empresa para a Henkell Freix Enet, gigante de vinho e destilados. De um plano inicial para produzir 20.000 garrafas por ano, a Ridgeview agora tem uma nova adega capaz de envelhecer um milhão de garrafas por vez — e recusou ofertas de compra das grandes



A partir da esquerda, Cara Lee Dely, enóloga de Bolney, alcachofra assada e salada de couve no café Eighteen Acre do vinhedo

ney Pratt. Agora, a filha deles, Sam Linter, é a diretora-administrativa: “Não havia muito dinheiro naquela época, então conseguíamos a ajuda de amigos e familiares.” Em Ridgeview, perto da vila de Ditchling, vive Simon Roberts, também enólogo de segunda geração. Seus pais plantaram as primeiras vinhas em 1995, numa fazenda abandonada. Ele agora administra o negócio como enólogo ao lado da irmã Tamara, a CEO. “Quando começamos a cultivar esta terra, o inverno ia de novembro a março. Agora é apenas em janeiro e um pouco em fevereiro. Temos uma estação de crescimento muito mais longa, mas o que importa não é a mudança nas temperaturas de pico, mas a temperatura média

durante todo o ano”, explica. “A mudança climática devasta ecossistemas. Somos um dos poucos vencedores em um mundo de perdedores”, afirma Greg Dunn, acadêmico australiano que lidera o departamento de vinhos do Plumpton College. “As condições mais quentes significam que há mais complexidade nos vinhos. Mas os vinhos mudaram também porque melhoramos como enólogos.” Em 2010, o Blanc de Blancs 2006 de Ridgeview ganhou o Decanter International Trophy for Sparkling Wine — a primeira vez que um vinho inglês recebeu um grande prêmio internacional. Seja como resultado da mudança climática ou da habilidade dos produtores de vinho, os exemplos

casas de champanhe, ainda no mercado para aquisição inglesa.

Se a Bolney e a Ridgeview foram as pioneiras do vinho inglês, Sarah e Mark Driver exemplificam os investidores apaixonados. Em carreiras estelares — Sarah como advogada, Mark co-gerenciando o fundo de hedge Horseman Capital — eles compraram a propriedade Finny Rath de 600 acres nas colinas de South Downs, em Sussex. Antes de plantar a primeira de suas 385.000 vinhas em 2012, Mark voltou à escola no Plumpton College para estudar viticultura. Seus vinhos são procurados pelos melhores hotéis de Londres, incluindo o Dorchester e o Berkeley.

CAPACIDADE DE REAÇÃO

O investimento para criar uma empresa de espumantes de primeira linha a partir do zero é

“Queremos consumidores aventureiros, pessoas que adoram descobrir novos vinhos e levar as descobertas aos amigos”

Mark Driver, um investidor apaixonado em Sussex

imenso — não apenas na terra, mas no plantio, nas vastas prensas e tanques trazidos de Champagne, nas centenas de funcionários para a colheita e na longa espera de retorno. Assim, os Drivers esperam empatar pela primeira vez este ano. “São oito anos desde o plantio da primeira videira até a venda da primeira garrafa de vinho.

Escrevemos um plano de negócios de 30 anos e estamos prestes a escrever um de cem anos para toda a propriedade”, diz Mark. “Registros meteorológicos que remontam 120 anos apontam que as temperaturas médias anuais se estabiliza-

ram por um século até a década de 1980 e depois começaram a aumentar gradualmente. Nossa temperatura média anual agora é um grau mais alta e, infelizmente, é disso que estamos nos beneficiando.”

Se você está pensando que agora pode ser um bom momento para investir em vinhos ingleses, acertou. Há muitas terras desejáveis, voltadas para o sul e bem drenadas, não plantadas com videiras. Embora grande parte do sul da Inglaterra compartilhe o mesmo terroir de giz de Champagne, Greg Dunn e especialistas insistem que não é necessário fazer vinhos espumantes



Uma vista aérea de Rathfinny, com Flint Barns oferecendo um restaurante homônimo e acomodações para pernoite



Os fundadores da Rathfinny, Sarah e Mark Driver, e uma entrada de truta marinha carbonizada servida com focaccia assada e uvas da vinha, em seu restaurante recomendado pelo Michelin, Tasting Room

superlativos, e muitos dos grandes vinhedos ingleses estão em diferentes geologias. De acordo com Nick Watson, agente de terras da Strutt & Parker, são necessários cerca de US\$ 24.500 (cerca de R\$ 127,5 mil) por acre, mais outros US\$ 21.000 (cerca de R\$ 109 mil), ou mais, para colocar as vinhas. Isto é uma fração do que se pagaria por um terreno em Champagne, com uma vantagem considerável caso o atual boom mantenha o ímpeto. É preciso abordar os proprietários por meio de um agente como Watson e negociar uma venda fora do mercado. E fazer lances contra uma das grandes casas da cidade histórica francesa. Fundada em 1734, a Taittinger já plantou seu próprio vinhedo, o Domaine Evremond, em Kent.

A marca francesa insiste que não receia uma queda nas vendas de champanhe no Reino Unido ou um risco para o próprio champanhe. “Vemos o efeito do aquecimento global, mas não temos medo”, diz Christelle Rinvile, diretora de vinhedos da Taittinger. “Há trinta anos, a colheita começava no final de setembro. Agora é início de setembro. Mas uma das forças do champanhe é a sua capacidade de reação”. “Talvez o futuro seja mais difícil, mas temos de pensar nas nossas práticas e até nas nossas castas, e incluir aquelas que suportam temperaturas mais quentes, com menos chuvas. Mas a necessidade de manter o caráter do champanhe permanece. Champanhe sempre será champanhe”, afirma ela.

Os 15 milhões de garrafas da indústria vinícola inglesa esperados neste ano são uma pequena fração dos quase dois bilhões de garrafas que o país consome anualmente. O Reino Unido é o segundo maior importador de vinho do mundo, depois dos Estados Unidos, o maior mercado de champanhe. O vinho espumante inglês pode ser escasso mesmo no Reino Unido, já que restaurantes e hotéis sofisticados — além da Casa Real — aspiram às melhores garrafas. Sozinho, o centro de Londres poderia facilmente consumir toda a produção de vinho da Inglaterra. Apenas 5% saem do país. “Queremos consumidores aventureiros, que adorem descobrir novos vinhos e levá-los aos amigos”, anseia Mark. ■

Luze da cidade

A cena gastronômica de Midtown Manhattan, em Nova York, voltou aos holofotes – e à vida

A nova atração em direção ao centro de Manhattan começou com um caranguejo e um coquetel no bar lotado do Le Rock, onde um banquinho trouxe a oportunidade para a refeição individual perfeita: caranguejo Dungeness, escargot, rabanetes crocantes com manteiga, fatias de baguete e um Bijou Blanc verde Chartreuse. A vibração da nova brasserie Rockefeller Plaza, dos chefs Frenchette Lee Hanson e Riad Nasr, é tão atraente quanto o menu variado e artisticamente executado de favoritos do bistrô.

“Midtown foi o último bairro de Manhattan a voltar à vida”, diz Jeff Zalaznick, co-proprietário do Major Food Group, cujo portfólio inclui o Grill e o Lobster Club, no Seagram Building. “Muitos não resistiram a um período devastador para os restaurantes”. Notáveis recém-chegados estavam em obras antes do início da pandemia da Covid 19, incluindo o remake de Daniel Boulud de Le Pavillon dentro do One Vanderbilt e o Mediterranean Iris de John Fraser, planejado como parte de um redesenho da Broadway de 1740. O Rockefeller Center começou uma reforma em 2019, mas em 2020 veio a pandemia,

destruindo imóveis comerciais e mudando a relação desenvolvedor-restaurador. “Quem aluga prédios reconhece que alimentos e bebidas são importantes para a construção da comunidade”, acredita Fraser, que também dirige o 701West, no hotel Times Square Edition.

Nesse ecossistema, você pode desfrutar de codornas inteiras macias cobertas com manteiga de sálvia no Iris, ou queijo picado trufado, com a batida “slow motion” do Juvenile ao fundo, no Tatiana no Lincoln Center. Outro lugar disputado é um dos apenas 10 assentos

com cozinha tradicional coreana. O abalone mandu, composto de abalone cozido no vapor e mousse de tofu de camarão envolto em folhas finas de abobrinha, finalizado com caldo de pernil de carne bovina e algas, é pura sutileza, não projetado para um passeio acidental no Rock Center. Tem de haver tempo para apreciar.

Os restaurantes do centro sempre ganharam o público cativo da região, mas os bistrôs voltam com tudo agora que o turismo atingiu 85% dos níveis pré-pandêmicos. Mesmo quem trabalha das nove

Restaurantes remodelados e bistrôs sugerem delícias turísticas e longas degustações no coração da cidade

no balcão do Joji, de Daniel Boulud, abaixo da Grand Central, ou a sala de jantar privada para oito pessoas.

Mas só no Rockefeller Center é possível brigar pelas últimas mordidas da massa de Júpiter com fígado de galinha enquanto do outro lado se observam os turistas patinando no gelo. Isto se você ainda não se encheu de antepastos no Lodi. O Naro, de Ellia e Junghyun Park, serve menus de degustação de US\$ 195 (cerca de R\$ 1.000,00)

às cinco, e que agora vem menos dias nos escritórios, janta fora com mais frequência, além de gastar mais. Apesar de preocupações iniciais de que o turismo impactaria o prestígio de Le Rock, Hanson e Riad seguiram em frente. “Pensamos: ‘Vamos construir nosso tipo de restaurante e esperamos que os nova-iorquinos venham.’ E lá está ele na 50th Street, a meio quarteirão da Saks, como se fosse mais uma vez o centro do universo. **R**”



O prato de frutos do mar no Le Rock, um dos novos e badalados restaurantes do centro da cidade, que recupera os dias mais glamourosos do bairro



SINAL VERDE PARA OS CARROS VOADORES

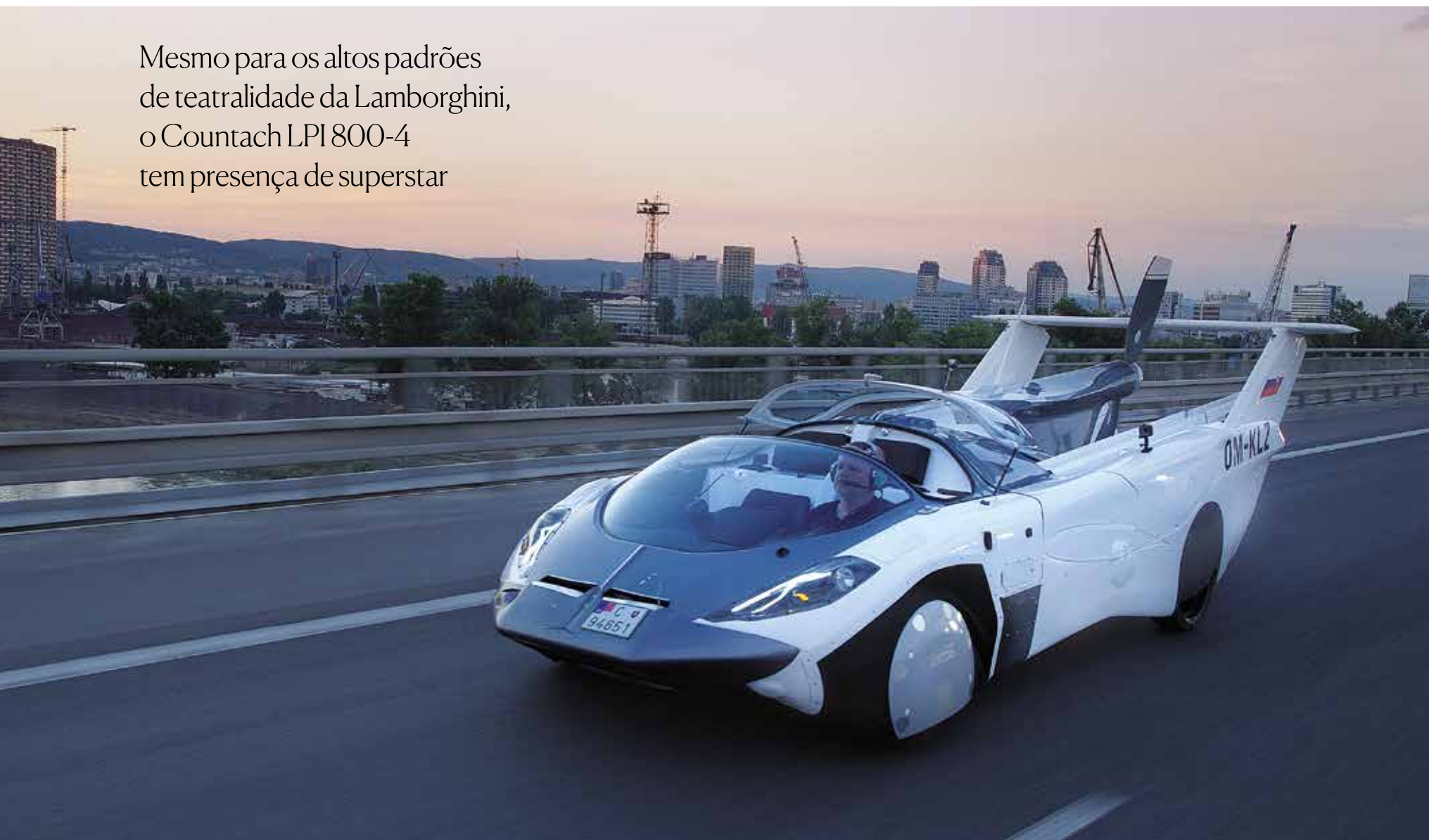
O automóvel aerotransportado, que surge em três versões, pode finalmente chegar ao mercado a partir de 2024

Esboçado há décadas, o sonho de dirigir carros voadores pode em breve decolar. A indústria automobilística transforma em realidade comercializável três equipamentos anteriormente só imagináveis na ficção científica. Destes, dois serão inicialmente vendidos em kits, o que exigirá um processo de homologação menos árduo.

Neste momento, o Liberty Sport, da operação holandesa PAL-V International, é submetido a testes pela Agência Europeia de Segurança da Aviação. Em um processo que levará pelo menos 18 meses, a máquina voadora estará pronta para ser conduzida por pilotos habilitados ao girocóptero. As primeiras entregas estão previstas para 2024. O triciclo de 300 mil dólares terá dois motores Rotax de 100cv, dos quais apenas um será usado em rodovias, permitindo que opere em cidades onde os monomotores são proibidos.

O AirCar da Klein Vision, asas estendidas ao toque de um botão

Mesmo para os altos padrões de teatralidade da Lamborghini, o Countach LPI 800-4 tem presença de superstar



O Pal-V Liberty, um triciclo de US\$ 300 mil



O Samson Sky, desenvolvido por 14 anos



Samson Switchblade, 2.100 pedidos em 53 países



O AirCar, da Klein Vision, assemelha-se na rua a um hiper carro italiano futurista

Outro modelo, o AirCar, da Klein Vision, assemelha-se na rua a um hiper carro italiano futurista. Será construído de acordo com os padrões europeus M1 para veículos de passeio de baixo volume, mas, ao toque de um botão, uma cauda se estenderá e as asas se abrirão de um compartimento oculto. Depois que o protótipo de quatro rodas obteve a aprovação dos reguladores eslovacos como uma aeronave experimental, a

empresa começou a trabalhar em uma segunda interação, agora com um motor de aviação de 280cv da Adept Airmotive, da África do Sul.

LICENÇA DE PILOTO

Será necessária uma licença básica de piloto para dirigir a máquina, que terá uma velocidade de 300 km/h e um preço para competir com aeronaves de quatro lugares da aviação geral, como o Cessna 172 e o Cirrus SR22. O

próximo passo da Klein Vision será desenvolver um modelo completo e certificado sob as regras europeias de aeronaves leves CS-23, ou seja, levará pelo menos dois anos para chegar ao mercado.

Já a Samson Sky, em Oregon, nos Estados Unidos, espera iniciar as entregas de seu carro voador Switchblade em 2024, após 14 anos de desenvolvimento. O veículo de três rodas oferece o que o fundador Sam Bousfield

chama de sistema Skybrid — um motor a gasolina que, ao gerar energia para um motor elétrico, aciona a hélice, e para outro motor, ou possivelmente dois, as rodas.

A partir de 170 mil dólares, o Switchblade será vendido como um kit na categoria experimental pela Federal Aviation Administration, mas está sendo projetado e testado para atender aos mais rigorosos padrões de certificação de aviões pequenos. “Já temos mais de 2.100 pedidos em

53 países”, afirma Bousfield. Andy Wall, diretor de vendas da PAL-V, diz que o Liberty pode operar “independentemente da infraestrutura aeroportuária” e que sua produção anual tem capacidade de aumentar para 10 mil unidades – o que sugere, quando essa indústria realmente decolar, uma espécie de liberdade para todos: carros se transformando em aviões e subindo aos céus aonde e quando quiserem. É mais provável que os proprietários mantenham

suas máquinas na garagem de casa e dirijam até o aeródromo mais próximo para a decolagem. Além disso, nem todo mundo está convencido de que o carro voador alcançará altos níveis de adoção. “Existem muitos compromissos”, acredita Richard Aboulafia, diretor-gerente da consultoria AeroDynamic Advisory. “Este é um nicho, e pequeno”. Pensamento fortemente refutado por Bousfield: “Não vejo isso como um nicho. Este é o futuro!”. O tempo dirá. **R**

Hotel de luxo em alto-mar

Bandeiras rompem com o modelo tradicional de aluguel de embarcações e vão para a água com a mesma sofisticação oferecida em terra



Napoléon, um dos luxuosos barcos de canal da frota Les Bateaux, da Belmond

FOTO: RICHARD JAMES TAYLOR / CHRISTOPHER CYPERT



Um dos restaurantes de luxo no Evrima, de 149 suítes, do Ritz-Carlton

THE RITZ-CARLTON

O lançamento, há muito adiado, de seu Evrima, foi um peso para o Ritz-Carlton. Apesar da confusão inicial, a embarcação recebeu seus primeiros hóspedes em outubro de 2021, à frente dos concorrentes.

A experiência aquática do Ritz, que começa em US\$ 5,1 mil por pessoa para um cruzeiro no Caribe, é ancorada por 149 suítes loft em estilo duplex, destinadas a incentivar o entretenimento dentro do quarto e dar ênfase às excursões privadas em terra.

Os 623 pés do navio são suficientes para atracar em portos menores, que linhas de cruzeiro convencionais lutam para atender (Mykonos, Saint-Tropez e St. Barths). A bandeira lançará navios maiores, o Ima e o Luminara, com 228 suítes, que completarão a frota do Ritz-Carlton.

Graças aos novos navios que partem sob as bandeiras de grandes redes hoteleiras, como o The Ritz-Carlton, a Belmond, a Aman e, mais recentemente, a Four Seasons, as concepções e diferenças entre um hotel de luxo, um superiate e um navio de cruzeiro ficarão cada vez mais obsoletas. De olho nos bons e rentáveis negócios gerados pela indústria dos fretados, essas grandes marcas agora investem pesado não só em embarcações muito bem equipadas, mas também em convencer seus fiéis clientes de que terão o mesmo serviço e luxo no mar.

“Essas redes estão criando spas e restaurantes elaborados, além de cabines maiores”, diz a especialista em cruzeiros, Carolyn Spencer Brown, que acrescenta: “O requisito para ter sucesso no setor de cruzeiro ultraluxuoso é oferecer não apenas qualidade, mas escolha.”

Apesar de as redes hoteleiras serem novatas no mar, as equipes que operam esses navios são veteranas do mundo dos cruzeiros — uma coisa boa, já que a logística da hospitalidade marítima difere muito daquela que um resort cinco-estrelas oferece em terra. Talvez o mais notável seja a dinâmica íntima a bordo de um superiate fretado, que encontra um punhado de convidados sendo atendido por uma pequena tripulação, uma experiência que muitos clientes podem ter dificuldade em abandonar. Aos detalhes.

Apesar de as redes hoteleiras serem novatas no mar, as equipes que operam esses navios são veteranas do mundo dos cruzeiros — uma coisa boa, já que a logística da hospitalidade marítima difere muito daquela que um resort cinco-estrelas oferece em terra. Talvez o mais notável seja a dinâmica íntima a bordo de um superiate fretado, que encontra um punhado de convidados sendo atendido por uma pequena tripulação, uma experiência que muitos clientes podem ter dificuldade em abandonar. Aos detalhes.

Apesar de as redes hoteleiras serem novatas no mar, as equipes que operam esses navios são veteranas do mundo dos cruzeiros — uma coisa boa, já que a logística da hospitalidade marítima difere muito daquela que um resort cinco-estrelas oferece em terra. Talvez o mais notável seja a dinâmica íntima a bordo de um superiate fretado, que encontra um punhado de convidados sendo atendido por uma pequena tripulação, uma experiência que muitos clientes podem ter dificuldade em abandonar. Aos detalhes.

BELMOND

Enquanto outros perseguem o segmento de superiates, a luxuosa frota de pequenos e elegantes barcos de canal, do conglomerado de luxo LVMH, opera nas escondidas e charmosas vias navegáveis da França. Primeira a adotar esse conceito, a Belmond lançou em 2004 seus péniche-hôtels, embarcações íntimas e fretadas, com duas a seis cabines, que permitem a exploração dos mais belos canais franceses.

No próximo verão, se juntará à frota o Coquelicot, com três suítes, resultado de uma reforma completa do Hirondelle, construído em 1928. Ele se concentrará na região de Champagne, com preços a partir de US\$ 81,5 mil por semana para até seis pessoas. O itinerário incluirá um tour privativo pelos vinhedos e uma degustação exclusiva de cuvée na Maison Ruinart, complementada por serviço de bufê a bordo do chef de cozinha da Ruinart.



O iate Four Seasons, que promete o mesmo serviço de seus hotéis e resorts

FOUR SEASONS

O design adaptável é o segredo do iate Four Seasons, de 679 pés. São 95 suítes, a partir de 54 metros quadrados, que podem ser redimensionadas para apartamentos maiores, onde os hóspedes conseguem reservar decks inteiros como suítes familiares.

Assim, a bandeira hoteleira pretende replicar sua experiência de luxo na água, com cinco restaurantes de conceitos originais, uma piscina na popa e vastas plataformas em forma de asa, que se desdobram dos flancos do iate para criar clubes de praia e uma base para esportes aquáticos. “A experiência pode ser ampla”, diz Christian Clerc, ex-presidente da Four Seasons Hotels and Resorts. “O que se obtém conosco é consistência e excelência, agora na água.” O lançamento do iate está programado para 2025, com preços ainda a serem anunciados, e as operações serão supervisionadas pela Marc-Henry Cruise Holdings.



AMAN

A ser lançado em 2025, o Projeto Sama, da Aman, terá apenas 50 suítes, com foco em saúde, bem-estar e, possivelmente, o primeiro jardim japonês no mar. A marca de hotéis-boutique fez parceria com a empresa de design de superiates Sinot Yacht Architecture & Design para criar a embarcação de 600 pés, com recursos como um amplo clube de praia, dois helipontos e uma abrangente vibração zen. A experiência operacional virá do parceiro Cruise Saudi e, embora os preços não tenham sido divulgados, a experiência incluirá vários restaurantes, com uma variedade de cozinhas multiculturais, bem como o Aman Spa, com tratamentos desenvolvidos pelo próprio espaço. 

O Projeto Sama de 50 suítes da Aman, que se concentra na saúde e bem-estar, aprimorado por seu jardim japonês

ENVIADO DO CÉU

Um serviço de internet rápido e confiável tornou-se uma necessidade nos iates fretados

O novo sistema Starlink, da SpaceX, composto por milhares de pequenos satélites que orbitam a Terra a uma altitude de cerca de 547 km, agora fornece serviço de internet para cerca de 40 países desde que entrou em operação, em 2021. A constelação de alta tecnologia também se mostra brilhante para aplicações em superiates. “É um grande disruptor entre as redes SATCOM existentes”, diz Paul Clarke, capitão do Loon, iate fretado de 180 pés, que adquiriu uma das primeiras unidades.

De acordo com Clarke, o Loon recebe velocidades de download de 150 a 200 Mbps, superior aos 80 Mbps da Viasat, outro fornecedor do iate.

“Sem contar que o Starlink custa US\$ 5 mil por mês, em comparação aos US\$ 10 mil da Viasat”, diz ele, acrescentando que um serviço de internet rápido e confiável tornou-se uma necessidade nos iates fretados, pois “muitos clientes conduzem negócios a bordo”. Os outros beneficiários da Starlink são os 15 membros da tripulação do Loon. “Agora podemos dar à equipe uma fatia bem grande do bolo”, diz Clarke.

É bom ressaltar que o iate não abandonará a Viasat tão cedo, já que como o Starlink engatinha no mercado, não possui alcance marítimo completo, o que deve acontecer em meados de 2023.

BOA PISADA

Quatro pares de tênis escolhidos por homens
para quem a elegância é um fundamento

por KAREEM RASHED fotos CHANDLER BONDURANT



TRETORN NYLITE PLUS

SID MASHBURN, *designer*

“Adoro os canos baixos básicos da Tretorn, uso-os há mais de 45 anos. Ganhei meu primeiro par no ensino fundamental, por causa do tenista Björn Borg. Amo esse look: short branco, camisa branca e tênis brancos. E gosto deles levemente surrados. Sempre deixo que fiquem um pouco desgrehados, para depois jogá-los na máquina de lavar, de modo a ganharem brilho. Gosto de deixar os tênis com a minha cara.”

TÊNIS DE COURO DE BEZERRO

BRUNELLO CUCINELLI

MICHAEL APA, *dentista, Apa Estética*

“Para mim, o mais importante é manter a elegância, uma vez que, ao usar roupas bacanas, tento não parecer que estou de tênis. Adoro os modelos de couro de bezerro da Brunello que, além de supermacios, têm muita sofisticação. Eles possuem solas de borracha marrom natural e são decotados até o tornozelo, então é fácil combiná-los com um terno. Eu tenho pés enormes, que esses tênis fazem parecer um pouco menores. Quando uso outras marcas, me sinto um palhaço.”



**BALENCIAGA SPEED**ROZE TRAORE, *chef de cozinha*

“Eu uso sem parar. Amo o tecido e o fato de não serem muito volumosos, como se seus próprios pés fizessem o trabalho deles. São versáteis e, ainda mais importante, elegantes. Em preto, apenas se misturam, podem até ser confundidos com sapatos sociais numa olhada rápida. Na semana passada, usei-os com um terno e também os vestirei com jeans. São superconfortáveis, vale a pena experimentar para entender.”

**MEPHISTO MATCH**PATRICK JOHNSON, *designer*

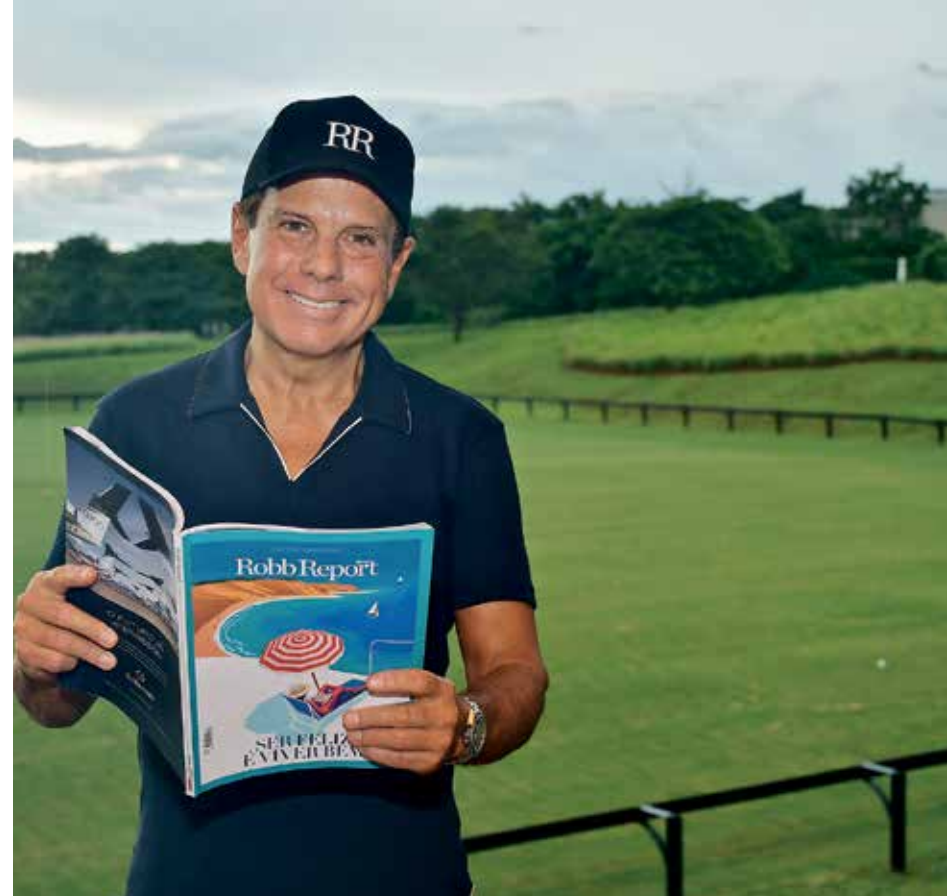
“A primeira vez que os vi, caminhava no parque em Nova York. Eles estavam nos pés de um senhor e pensei: ‘São sapatos de boliche ou os melhores tênis que já vi.’ Gosto, não pela moda, mas porque trazem um estilo e uma função. Estes são lindamente feitos nos Pirineus, na França, e envelhecem extraordinariamente bem. Eu uso duas ou três vezes por semana e, quando viajo, sempre levo um par.”

ROBB REPORT DAY

Sábado na fazenda

Numa tarde de experiências exclusivas na hípica da Fazenda Boa Vista, o *Robb Report Day* reuniu convidados especiais que desfrutaram dos espaços interativos instalados nas curvas do pergolado e da marquise entre magníficos gramados em meio à natureza exuberante

fotos JUAN GUERRA



João Dória

Um brinde à edição

O *Robb Report Day* marcou o retorno dos grandes eventos da revista. Ao longo do dia, convidados desfrutaram dos espaços interativos instalados nas curvas do pergolado. Requisitado durante todo o tempo, o ex-governador de São Paulo e atual vice-chairman do LIDE, João Dória, resumiu o que representou o *Robb Report Day*: “A *Robb Report Brasil* é uma publicação de excelência e que reforça a vocação da Dória Editora em produzir conteúdo de qualidade. O *Robb Report Brasil Day*, que é um evento ímpar, consagra o papel da revista, que reúne um time excepcional no país”.



Bia Dória



Celia Pompeia, Sônia Hess e João Miranda de Souza Júnior



Elisa Stecca e Paulo Tadeu Vieira



Fabien Clerc, cônsul de turismo da Suíça no Brasil, e sua esposa, Emy Ota, João Doria e Bia Cruz



Veuve Clicquot



Galeria Bia Doria



João Doria e Sônia Hess



Água Prata

Jardim das delícias

A exuberante Fazenda Boa Vista é um dos empreendimentos da JHSF, líder no setor imobiliário de alta renda do Brasil, que apresentou mais uma novidade no evento: a maquete do projeto chamou a atenção. Percorrer os espaços era se surpreender com novidades como a imensa TV, com 98 polegadas da TCL, as ambientações de Joia Bergamo, arquiteta de interiores, e prata da casa, ou se encantar com crianças plantando mudinhas da Farah Service. Sem falar no sabor do buffet com toque mágico de Alex Atala, com a 7 Gastronomia e Sapore, entre muitas outras atrações.



Soninha Gonçalves



Ivone Mello e Lu Almeida



Turismo da Suíça



Os convidados receberam special gifts das marcas participantes; Castelo Saint Andrews, Breton, Polenghi são algumas das empresas apoiadoras do evento



Felipe Doria e Anna Maria K. Gabriela



Espaço Alta

Diversão e arte

Uma das atrações mais comentadas do evento foi a exposição em retrospectiva das obras da artista plástica Bia Doria. O colorido das esculturas deixou ainda mais lúdica a paisagem nos jardins da Hípica com vista para o Morro de Ipanema. Agora as obras de Bia também podem ser vistas na nova galeria The House, em Miami, que representa a artista com exclusividade.



Felipe Fay, presidente da SEMP TCL, e João Doria



Natália Leal, do Turismo da Suíça



Stella Artois



Bia Cruz e Gisele Vitória



Farah Service



La Basque



Jóia Bergamo



Espaço Jóia Bergamo

Sob o céu da Boa Vista

A ideia de espalhar pufes, cadeiras de praia e mantas coloridas nos jardins deu o clima de piquenique chique. Nem a chuva, ao fim da tarde, atrapalhou a descontração e, como sempre acontece, o *Robb Report Day* foi um evento para encontro de amigos, diversão das famílias e também de muito network. As marcas presentes mostraram de forma charmosa o poder de cada produto.



Vivi Mascaro



Ju Puglisi com as filhas Maria Antônia e Maria Eduarda



Whispering Angel, da LVMH



Roberta Ristow



Sauer



Polenghi



Espaço Tânia Bulhões



Be Fly

Valor da marca

O clima era de alto-astrol na tarde agradável nos jardins da Hípica. Para a diretora geral de Publicidade do Grupo Doria, Bia Cruz, o renome das marcas que acreditam na revista e fizeram parte do evento mostra a relevância da publicação diante do público nacional.



Estrela



Naomi Abe e Silviane Neno



Luiz Claudio Aguiar, Juliana Pompeia, Celia Pompeia e Fernando Pompeia. Crianças: Isabella e Guigo



Illy



Bruna Soares, Elza Barros, Mateus Godoy, Julia Costa, Claudia Amaral e Patricia Monteiro



Rosane Pavam



Bradesco

Brasil na foto

A Publisher da *Robb Report Brasil*, Celia Pompeia, presidente do Grupo Doria, também prestigiou o evento e falou da importância da edição brasileira do título internacional. “Muito nos orgulha o patamar alcançado pela *Robb*. O conteúdo que oferecemos na revista, que busca se superar em cada edição, reflete no público leitor, altamente qualificado e exigente”.



Sapore



Marquise



Huawei



Luiz Fernando Palmares, diretor da Thermomix, e sua equipe



Terrazas



Eliane Trindade



João Doria e Jóia

Surpresas no gramado

Ao longo do sábado de festa, os convidados aproveitaram para explorar os jardins e desfrutar de experiências relaxantes e reencontrar os amigos. Tudo regado a drinques e delícias pensadas especialmente para o evento. Em cada canto do espaço havia sempre alguma boa surpresa.



Breton



JHSF



Sergio Waib



João Doria, Ivan Lins e Bia Doria

LINHA DO TEMPO

THE FACTORY BY ANDY WARHOL

The Factory era uma festa

Encerrado há 50 anos, o estúdio nova-iorquino de Andy Warhol marcou época na cultura contemporânea

por ROSANE PAVAM

Union Square West, 33. Este é o endereço do segundo estúdio de Andy Warhol em Nova York, cidade onde atuou como ilustrador das revistas *Vogue* e *Harper's Bazaar*. Nos anos 1960, contudo, o desenhista quis ser reconhecido como artista, embora o mercado, dobrado à virilidade de um Robert Rauschenberg ou de um Jasper Johns, rejeitasse sua delicadeza. Warhol deixou então que seu estúdio, no sexto andar daquele prédio, se transformasse mais em uma ideia do que propriamente em um lugar. The Factory, a fábrica em inglês, passou a servir aos marginalizados como ele. Ali Warhol envolveu, especialmente durante a noite, os artistas, as socialites insatisfeitas e os quase sem-teto na produção compartilhada de pintura, escultura, fotografia, cinema, música e encontro.

Com o impulso da Factory, o artista ultrapassou em muitas vezes os 15 minutos de fama que previra a qualquer um de nós no futuro. Lou Reed tocou ali, Paul Morrissey dirigiu filmes. Principalmente, Warhol promoveu festas nas quais os frequentadores buscaram a alegria por meio das drogas e do sexo, em cenas não raro incluídas em seus filmes.



O artista jovem e durante a maturidade consagrada: no prédio da Union Square, Warhol viu a liberdade

O artista só deixou de considerar a Factory prioridade a partir de junho de 1968, quando ele sobreviveu por milagre ao atentado a tiros promovido por Valerie Solanas, uma de suas atrizes. Nos anos seguintes, ganhou força a Andy Warhol Enterprises, empresa responsável por administrar sua revista *Interview* e os retratos de celebridades que fazia a partir da sua câmera Polaroid. Os amigos, como os artistas Jean-Michel Basquiat e Keith Haring, jamais pararam de chegar, embora ele não fosse mais o mesmo. A arte dos negócios se tornou seu objetivo principal. 



DA ESPERANÇA À CAFONICE

1928 Andy Warhol nasce no dia 6 de agosto em Pittsburgh, EUA. Homossexual e tímido, ele ganha amizades ao desenhar retratos dos colegas.

1949 Muda-se para Nova York, onde trabalha como ilustrador, mas só é notado como artista uma década depois.

1962 Instala seu estúdio The Factory no quinto andar do número 231 da rua 47, em Manhattan.

1968 A "fábrica" Factory se muda para o sexto andar da Union Square West, 33.

1968 Em 3 de junho, a atriz Valerie Solanas o atinge com tiros na Factory, e ele só se salva após inúmeras operações.

1969 Warhol cria a revista *Interview*, que dura até 2018.

1973 A Factory se transfere para o terceiro andar da Broadway, 860. Warhol pede às telefonistas que não usem a palavra "Factory", segundo ele "cafona", e usem apenas "escritório".

1987 Morre em 22 de fevereiro após uma cirurgia de vesícula biliar, conforme anunciado à época.

Experience
the **GRANDEST**
of **FEELINGS**

Realize seu evento inesquecível na melhor vista de Copacabana.



fairmontrio.com



copacabana.reservations@fairmont.com



+55 21 2525.1232



@fairmontrio

Fairmont
RIO DE JANEIRO COPACABANA

Mantenha a conversa
FLUINDO

FLY BETTER

Nunca se sabe quem você poderá encontrar a bordo em nosso maravilhoso lounge, enquanto desfruta de cocktails, vinhos exclusivos e champagnes renomadas.

Primeira classe e Classe Executiva da Emirates. Mime-se.


Emirates