®VOGUE
BRASIL
Nº 461
JANEIRO
R$ 20,00

IRINA SHAYK

new wave

A volta do biquíni *asa-delta* e os melhores *caftãs* da temporada

Sem pressa

ENTENDA *o que é o* **SLOW FASHION** + *as marcas* QUE VOCÊ *precisa* CONHECER

Mudança de hábito

ÁGUA DE *melancia* NO PÓS-TREINO + 14 TENDÊNCIAS QUE VÃO *atualizar sua* ROTINA DE *beleza*

www.chanel.com.br

CHANEL

Shopping Cidade Jardim
Shopping Iguatemi
Shopping JK Iguatemi

FOTO: EDISON GARCIA

PATRICIA ANASTASSIADIS

MOSTRA ARTEFACTO HADDOCK LOBO 2016

SÃO PAULO: HADDOCK LOBO - 3087 7000 | D&D SHOPPING - 5105 7777 | JARDIM ANÁLIA FRANCO - 2022 5600 | RIO DE JANEIRO - 3325 7667
CURITIBA - 3111 2300 | BALNEÁRIO CAMBORIÚ - 3062 7944 | CAMPINAS - 3397 3200 | BRASÍLIA - 2196 4250 | GOIÂNIA - 3101 9900 | JAÚ - 3416 6904
ARTEFACTO B&C: SÃO PAULO: AVENIDA BRASIL - 3894 7000 | D&D SHOPPING - 5105 7760 | ARTEFACTO OUTLET: SÃO PAULO: R. HENRIQUE SCHAUMANN - 3897 7001
CATARINA FASHION OUTLET - 4130 4700 | USA: CORAL GABLES - 305.774.0004 | AVENTURA - 305.931.9484 | DORAL - 305.639.9969 | ARTEFACTO.COM.BR

artefacto

QUANDO FORÇA E SOFISTICAÇÃO SE ENCONTRAM, SURGE ALGO ÚNICO: O NOVO CHEVROLET TRAILBLAZER.

O novo Chevrolet Trailblazer 2017 é um convite à descoberta. Descubra a exclusiva tecnologia OnStar e a conectividade da nova geração do MyLink, com Apple CarPlay e Android Auto. Descubra a conveniência da partida remota e da direção elétrica progressiva, a segurança dos alertas de colisão frontal e de ponto cego e a potência dos motores Turbo Diesel 200 cv e a gasolina 279 cv. E, principalmente, descubra o que acontece quando força e sofisticação se encontram: um carro único.

NOVO CHEVROLET TRAILBLAZER 2017

3 ANOS DE GARANTIA

chevrolet.com.br

Todos juntos fazem um trânsito melhor.

IBAMA PROCONVE HOMOLOGADO

Os serviços OnStar dependem da disponibilidade da rede celular compatível com a rede OnStar e da disponibilidade do sinal de GPS. Visite www.chevrolet.com.br/onstar para verificar a área ou o site www.chevrolet.com.br para obter informações sobre as versões, configurações disponíveis e condições de garantia. Procure o seu consultor de vendas para conhecer todos os CAC: 0800 702 4200 - Ouvidoria GMAC: 0800 722 6022.

FIND NEW ROADS™

CHEVROLET

de cobertura e demais limitações dos serviços OnStar. Alguns recursos e funções disponíveis podem depender de compatibilidade com o dispositivo smartphone. Consulte uma Concessionária Chevrolet acessórios disponíveis. Os veículos Chevrolet estão em conformidade com o PROCONVE - Programa de Controle da Poluição do Ar por Veículos Automotores. Faça revisões em seu veículo regularmente.

VOGUE BRASIL

JANEIRO 2017

InVogue

14 Carta da editora
Silvia Rogar detalha a edição
16 Última hora As notícias mais quentes do mundo *Vogue*
18 Glamour em foco
Costanza Pascolato aponta o *street style* como principal inspiração do momento no mercado de luxo
20 Moodboard O look festival da vez mistura referências de *Mad Max*, rave e anos 90
22 Jet legging Bruno Astuto conta como foi o esperado baile de debutantes de Paris
27 Maratona fashion
Vogue elege o *best of* dos desfiles da temporada do verão 2017
32 Trânsito livre O caftã se consagra como novo curinga do guarda-roupa feminino
34 Mapa da mina Uma seleção de marcas fora do eixo Rio-São Paulo para conhecer nas férias
36 Futuro do presente
Inspirado no universo *sci-fi,* Julien Dossena transforma a Paco Rabanne em marca-desejo
38 Um novo tempo
Vogue elege oito grifes de marcas de *slow fashion* internacionais para ficar de olho
40 Tinta fresca Lucas Barros e GA'U são apostas do Veste Rio desta temporada
42 Guns n' roses
O verde-militar ganha companhia de delicados florais
48 Ecoera Peças feitas de matérias-primas naturais para começar o ano
50 Primeira fila Martha Medeiros investe na carreira internacional com a abertura de uma loja em Los Angeles
52 Fashion tour As grandes novidades da moda nacional

124

A modelo Anna Cleveland fotografada por Gil Inoue nas areias de Ipanema

Shops

54 Em clima de viagem, looks para destinos temáticos: da praia à neve

Joias

61 Maré cheia Conchas, corais e pérolas protagonizam joias exuberantes em clima de verão
62 Foi dada a largada Das novas grifes para ficar de olho ao primeiro hit de Anthony Vaccarello na Saint Laurent

Fala-se de...

Cultura

65 Anote na agenda
O melhor das artes, da música, do cinema e da TV para o primeiro semestre de 2017

Arte

68 Mestre sem rótulos
Retrospectiva do pintor Cy Twombly em Paris apresenta algumas de suas obras mais importantes no século 20

Moda

70 Paris, je t'aime O fotógrafo Richard Avedon ganha exposição na capital francesa sobre sua relação com a cidade

Foto

72 Fotografo, logo existo
A Fundação Prada inaugura espaço em Milão dedicado à fotografia contemporânea

32 **As modelos Ju Mendes e Larissa Marchiori vestem tricôs da marca de *slow fashion* Tricoma**

Cinema

74 Na direção certa Conheça o carioca Bruno Ilogti, nome por trás dos clipes de Anitta e Fergie

Livro

76 Entre o passado e o presente A geração de autoras negras que usa a escrita para refletir sobre suas origens com olhar atual e cosmopolita

Fashionista

82 Na batida perfeita Da nova safra de estilistas franceses, a DJ Clara 3000 sintetiza o visual e a música da temporada

84 Herança top Os filhos de supermodelos dos anos 80 e 90 que estão roubando a cena

Beleza

87 Pode vir quente! 15 novidades que prometem atualizar seus rituais de beleza e dar um gás à dieta e aos treinos

92 Frescor de verão Esmaltes em tons pastel garantem a suavidade e delicadeza às unhas da estação

94 Festa da uva Testamos o ritual de detox à base de uva mais conhecido da França

96 Cheiro de novo *Vogue* apresenta as novidades mais quentes do universo dos aromas

98 Sem medo do motor A odontologia humanizada ganha espaço nos consultórios

100 Espelho meu Nossa seleção dos melhores produtos, tratamentos e as últimas novidades do universo fitness

104 Nostalgia A vida da glamorosa e divertida Rogéria é repassada em biografia

106 *Vogue* repórter Helena Linhares troca uma bem-sucedida carreira na moda pela apicultura

108 Cartas do exílio Hermés Galvão conta sobre sua redefinição espacial em Barcelona

110 Inspire-se A francesa Pascale Mussard criou a petit h, cujas coleções são feitas com sobras de produtos da Hermès

Moda

112 Nova onda A cover-girl Irina Shayk reavive a moda do biquíni asa-delta, que ganha companhia de jeans e tricôs

Feature

124 Musa fora da caixa Anna Cleveland veste a *couture* de Gaultier na praia de Ipanema

132 Ele reina! Sete clientes fiéis posam com o inverno 2017 de Reinaldo Lourenço

140 A arte de misturar Acessórios multicoloridos no cenário *artsy* perfeito

146 Ritmo próprio Estilistas brasileiros que vêm adotando o *slow fashion* como filosofia

154 Vestindo a causa À frente da ArteSol, Sonia Quintella de Carvalho desbrava o melhor do artesanato brasileiro

156 Beleza pura O refúgio da joalheira Vera Cortez em plena Mata Atlântica

Living

Viagem

163 Quebrando o gelo As novidades que vão esquentar esta temporada de esqui

166 Radar O que fazer e aonde ir em Nova York e Paris

Design

170 Pode entrar! Objetos que protegem e trazem bons fluidos para casa

Gastronomia

172 Meu bar, minha vida Incremente seu bar com um bom arsenal de ingredientes e acessórios

174 Para comer com os olhos Atualize sua biblioteca de livros gastronômicos

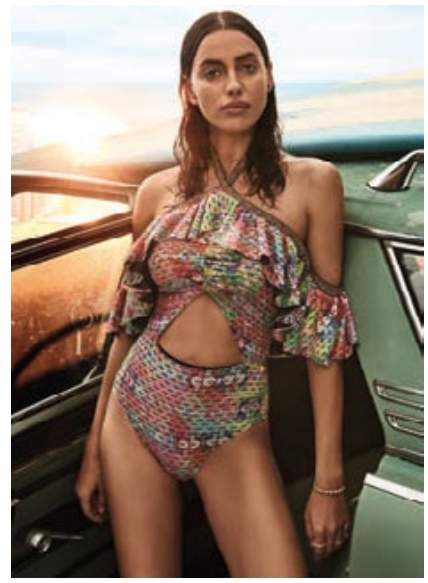
176 Gastromix As novidades mais quentes do universo gourmet

Miss V

178 As semanas de moda internacionais e os eventos que deram o que falar pelo globo

Last look

186 Batizada de Race, a nova bolsa da Louis Vuitton alinha elementos tradicionais da grife



Nossa capa Irina Shayk (The Lions), fotografada por Giampaolo Sgura, veste maiô Hope Resort e joias Carla Amorim. Edição de moda: Yasmine Sterea. Maquiagem: Niki M'nray (The Wall Group). Cabelos: Ben Skervin (Streeters). Produção executiva: Dario Callegher e Carolina Takagi. Tratamento de imagem: Digital Area

Nossa capa Irina Shayk (The Lions), fotografada por Giampaolo Sgura, veste tricô Miu Miu, calcinha Intimissimi e joias Carla Amorim. Edição de moda: Yasmine Sterea. Maquiagem: Niki M'nray (The Wall Group). Cabelos: Ben Skervin (Streeters). Produção executiva: Dario Callegher e Carolina Takagi. Tratamento de imagem: Digital Area

VOGUE BRASIL

Diretora de Redação SILVIA ROGAR

Diretora de Moda BARBARA KATZ MIGLIORI
Diretora de Estilo DONATA MEIRELLES
Diretor de Criação CLAYTON CARNEIRO

Moda

Editora de Moda VÍVIAN SOTOCÓRNO *Repórter de Moda* JULIA DINIZ
Stylists ALEXANDRA BENENTI *e* RAQUEL KAVATI
Produtora Executiva GABRIELA SAAD *Assistente Executiva* MARCIA CAETANO *Estagiária de Moda* SOFIA MENDES DE PAULA

Redação

Editora de Beleza LUIZA SOUZA *Editora de Cultura* ANA CAROLINA RALSTON *Editora de Lifestyle e TV Vogue* ALLINE CURY
Estagiária de Beleza LAURA STABILE *Estagiária de Cultura* MARINA MILHOMEM *Repórter de Lifestyle* CAMILA SAWAMURA
Supervisão Administrativa ANDRÉA SABINO

Arte

Editora de Arte BRUNA BISMARA
Designers ISABELLA MACHADO, JULIA FILGUEIRAS *e* RAONI FELIX
Estagiária de Arte GABRIELA LOPES

Projetos Especiais

Editora LETÍCIA PIMENTA

Digital

Editora CAROL HUNGRIA *Editora Assistente* RENATA GARCIA
Repórteres ANITA PORFIRIO, LARISSA GARGARO *e* VICTORIA MARCHESI
Estagiária CAMILA PADILHA

Correspondentes

Londres VICTORIA CERIDONO *Nova York* GISELA GUEIROS *e* NÔ MELLO *Paris* ISABEL JUNQUEIRA, PAULO MARIOTTI *e* VITÓRIA GUIMARÃES

Colaboradores de Moda

DANIEL UEDA, PEDRO SALES, YASMINE STEREA

Colaboradores

ADRIANA FERREIRA SILVA (*Editora interina),* ALESSANDRA BLANCO, AMANDA SCHÖN, ANA ELISA ARIETTI, ANDRÉIA MENEGUETE, BRUNO ASTUTO, CACÁ BRATKE, CASSIA TABATINI, CHIARA GADALETA , COSTANZA PASCOLATO, CRIS BIATO, CRISTIANO OIWANE, DECO CURY, DENNY SACH, ELLEN ANNORA, FLAVIO BATTAIOLA, GIAMPAOLO SGURA, GIL INOUE, GUI PAGANINI, GUILHERME NABHAN, HELM SILVA, HERMÉS GALVÃO, HICK DUARTE, JACQUES DEQUEKER, JEFF ARES, JULIA RODRIGUES, LARISSA DANTAS, LUCIO ALMEIDA, LUCIO FONSECA, MANGABA, MARCIA DISITZER, MARI KATO, MARINA NAJJAR, MURILLO MENDES, NEEL CICONELLO, RAFAEL EVANGELISTA, RAQUEL ESPIRITO SANTO, RENATA MORRONE, RENATO MARDONIS, ROBSON ALMEIDA, SAMUEL ESTEVES, VALE SAIG, VERIDIANA CUNHA, VICTOR MIRANDA, VINICIUS CONI, XICO BUNY

EDIÇÕES | GLOBO CONDÉ NAST

Diretora Geral

DANIELA FALCÃO

Marketing e Circulação

Diretora de Marketing GIULIANA SESSO
Gerente de Marketing BRUNA GAMA *Analista de Marketing* CATARINA DICKSTEIN *Assistente de Marketing* CAMILA DIAS e GIOVANNA LOURENÇO

Publicidade

Diretor Comercial GUILHERME CHEDID
Gerente de Negócios Multiplataforma SILVIA CORDEIRO (scordeiro@globocondenast.com.br)
Executivas de Negócios Multiplataforma LUCIANE MARI MOTOOKA (lmotooka@globocondenast.com.br), ELEONORA CARVALHAL (eleonorac@globocondenast.com.br), ELIZANDRA PAIVA (epaiva@globocondenast.com.br)
Assistente de Publicidade SUELY SAQUIETTI (ssaquietti@globocondenast.com.br)
Gerente de Publicidade Digital RENATO ALVES (rbalves@globocondenast.com.br)
Gerente de Projetos Especiais ANITA CASTANHEIRA (acastanheira@globocondenast.com.br)
Especialista de Projetos Especiais JAQUELINE FERNANDES (jaqueof@globocondenast.com.br) *Analista* RAPHAEL MIRANDA (rmiranda@globocondenast.com.br)
Produção de Conteúdo MARINA CHICCA *Assistente de Produção Executiva* LARISSA CARVALHO *Repórter* MARIANA BELLEY
Especialista de Arte AUDIANE AMADA *Designer* ANA CAROLINA SOMAN *Estagiária* LAÍS PRADO
Coordenador de Opec DIEGO RIQUE *Analistas de Opec* RAFAEL MILITELLO *e* JOHN LUIZ DOS SANTOS
Planejamento e Controle de Produção ROGÉRIO LUIZ DOS SANTOS

Publicidade Centralizada

Diretora de Mercado Anunciante VIRGINIA ANY
Consultora de Marcas OLIVIA BOLONHA
Diretoria de Negócios Multiplataforma CESAR BERGAMO, EMILIANO HANSENN, LUCIANA MENEZES, RENATO CASSIS SINISCALCO, SANDRA MELO

Publicidade Rio de Janeiro e Brasília

Gerente de Negócios Multiplataforma- RJ ROGÉRIO PONCE DE LEON *Executivos de Negócios Multiplataforma- RJ* ANDREA MUNIZ, CRISTINA MACHADO, DANIELA LOPES, JULIANE RIBEIRO E PEDRO PAULO RIOS
Opec- RJ CLARICE GUEDES *e* RENATA SANT'ANNA
Gerente de Negócios Multiplataforma- DF BÁRBARA COSTA *Executiva de Negócios Multiplataforma- DF* CAMILA AMARAL *e* JORGE BICALHO
Opec- DF ROGÉRIO LEITÃO

Publicidade Regional

Gerente de Negócios Multiplataforma RAFAEL FERREIRA
São Paulo/interior e litoral DATAVIP CONSULTORIA E REPRESENTAÇÃO COMERCIAL LTDA com Andressa Biata: (19) 99100-2412 / (19) 98770-2412 andressa@institutodatavip.com.br
Minas Gerais ON E OFF MÍDIA com Rodrigo Longuinho: (31) 3223-1839 / (31) 91240525 rlonguinho@oneoffmidia.com.br
Paraná/Santa Catarina YAGUAR PUBLICIDADE E REPRESENTAÇÕES LTDA com Jean Luc Jadoul: (41) 3336-4619 / (48) 4052-9954 jeanluc@yaguar.com.br
Rio Grande do Sul JAZZ REPRESENTAÇÕES com Patrícia Koops: (51) 9792-9898/ (51) 3030-7777 pkoops@jazz.ppg.br
Norte e Nordeste A G HOLANDA COMUNICAÇÃO LTDA com Agimiro Holanda: (85) 3224-2367 / (85) 99983-3472 agholanda@agholanda.com.br
Bahia MUSA MÍDIA E PLANEJAMENTO com Diana Falcão: (71) 9962-9832 dfalcao@musamidia.com.br
Milão MR. ANGELO CAREDDU – Oberon Media: (39) 02-874543 contact@oberonmedia.com
Londres MR. LEONARDO CAREDDU – Oberon Media: (44) 07766256830 leonardo@oberonmedia.com
Nova York/Miami MR. ALESSANDRO CREMONA – Condé Nast Internacional: (212) 380 8236 alessandro_cremona@condenast.com
Suíça MRS. AMELIA GUERCIO – Magazine International: (41) 227165600 aguercio@magazineinternational.ch

Estratégias Digitais

Gerente MARCELA TAVARES (mtavares@globocondenast.com.br) *Analista* FERNANDO ARAÚJO (fcarvalho@globocondenast.com.br)

Acervo Digital e Syndication

STEPHANIE MOURAD (sgmourad@globocondenast.com.br) *Assistente* GABRIELE ALMEIDA

Conselho Editorial

COSTANZA PASCOLATO, FREDERIC ZOGHAIB KACHAR

Conselho de Administração

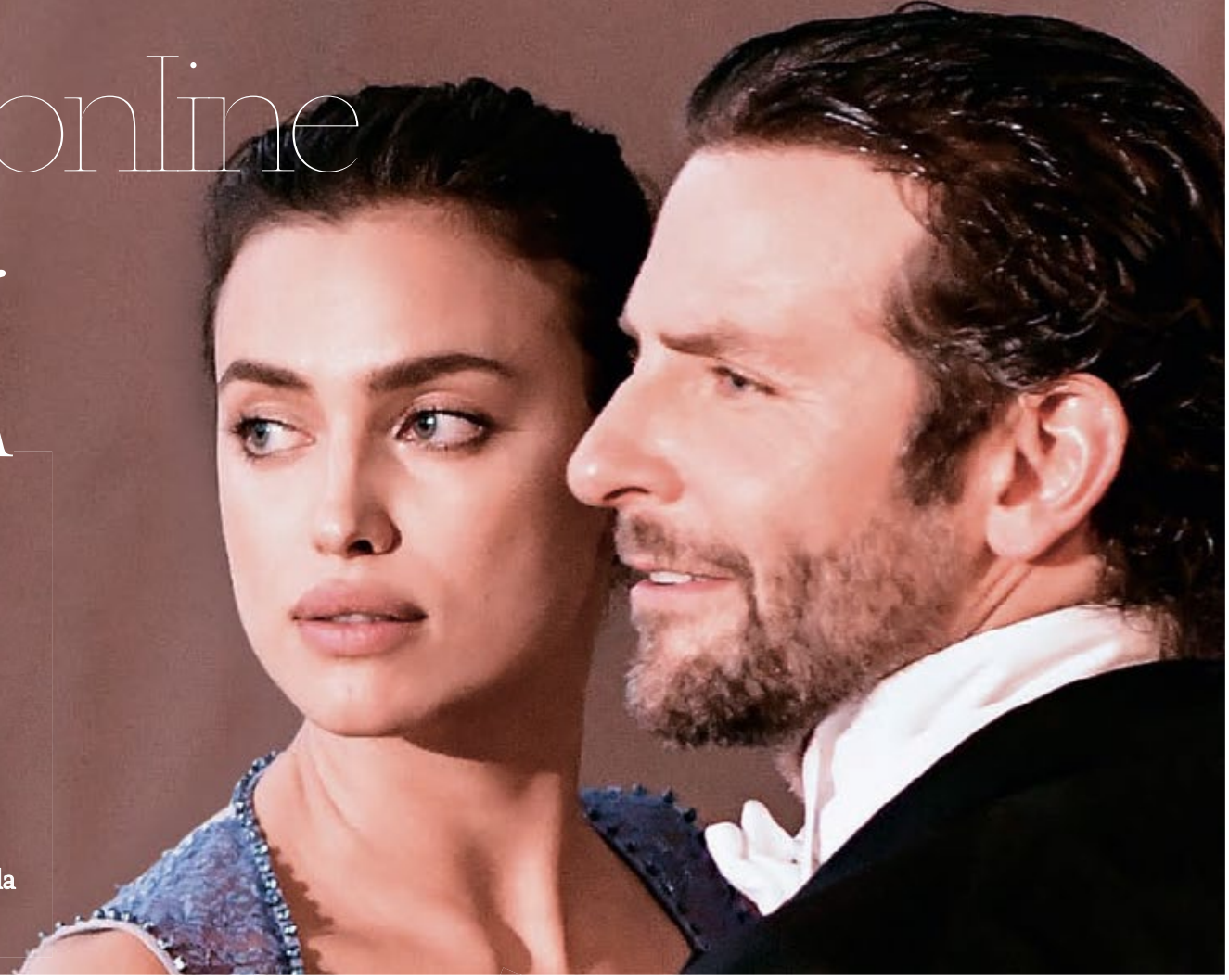
FREDERIC ZOGHAIB KACHAR, JONATHAN NEWHOUSE, KARINA DOBROTVORSKAYA, RAFAEL MENIN SORIANO, CRISTIANE DELECRODE RIBEIRO, RODRIGO PAVONI, LUCIANO TOUGUINHA DE CASTRO

VOGUE BRASIL é uma publicação das Edições Globo Condé Nast S.A. Av. Nove de Julho, 5.229, tel. +55 (11) 2322-4609, fax +55 (11) 2322-4699, CEP 01407-907, São Paulo, SP
ASSINATURAS São Paulo (11) 3362-2000 e Demais Localidades: (11) 4003-9393* Fax: +55 (11) 3766-3755 de 2a. a 6a. feira das 8 às 21h e aos sábados das 8 às 15h www.assineglobo.com.br SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO CLIENTE www.sacglobo.com.br
*Custo de ligação local. Serviço não disponível em todo o Brasil. Para saber da disponibilidade em sua cidade, consulte sua operadora local.

Instituto Verificador de Comunicação IVC
ANER 25 ANOS

VOGUE online

Super IRINA



Uma das modelos mais requisitadas de sua geração, nossa cover-girl, a russa Irina Shayk, revela em entrevista ao site da *Vogue*, no ar dia 5, quais são seus rituais de *beauté* e afirma ainda que pretende dedicar mais tempo à caridade. Um segredo? "Amo fazer danças malucas quando ninguém está olhando", diz a namorada do ator Bradley Cooper.

WHAT A FEELING!

Confira um roteiro de academias que oferecem cursos de dança, além de uma seleção de roupas, acessórios e sapatilhas para aderir ao revival do clássico* Flashdance *na moda nesta temporada. A partir do dia 23.

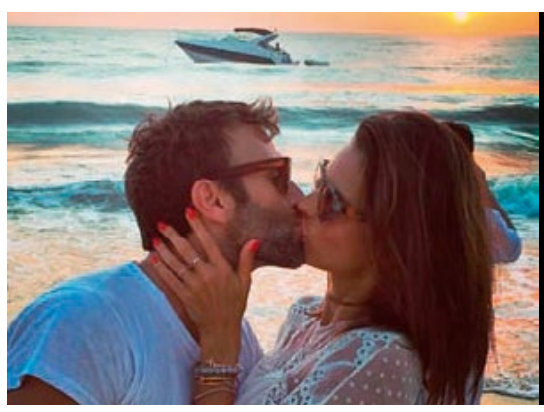
PARA LER NA PRAIA

Histórias reais, de ficção ou uma bela narrativa amorosa? O time da *Vogue* indica os melhores lançamentos para você escolher quais serão seus companheiros inseparáveis neste verão. Das autobiografias de Rita Lee e Vivienne Westwood ao romance de Mia Couto, confira a lista completa no dia 15.

COUTURE EM FOCO

Entre os dias 22 e 26 deste mês, acontece a semana de alta-costura para o verão 2017, em Paris. Além da cobertura in loco do Vogue team, *acompanhe os bastidores do evento na série de* takeovers *de modelos brasileiras em nosso Insta Stories.*

TV VOGUE
DIRETO DAS AREIAS DE IPANEMA, NO RIO, A TOP ANNA CLEVELAND ESTRELA UM *FASHION FILM* SOB O COMANDO DO DIRETOR MANUEL NOGUEIRA.

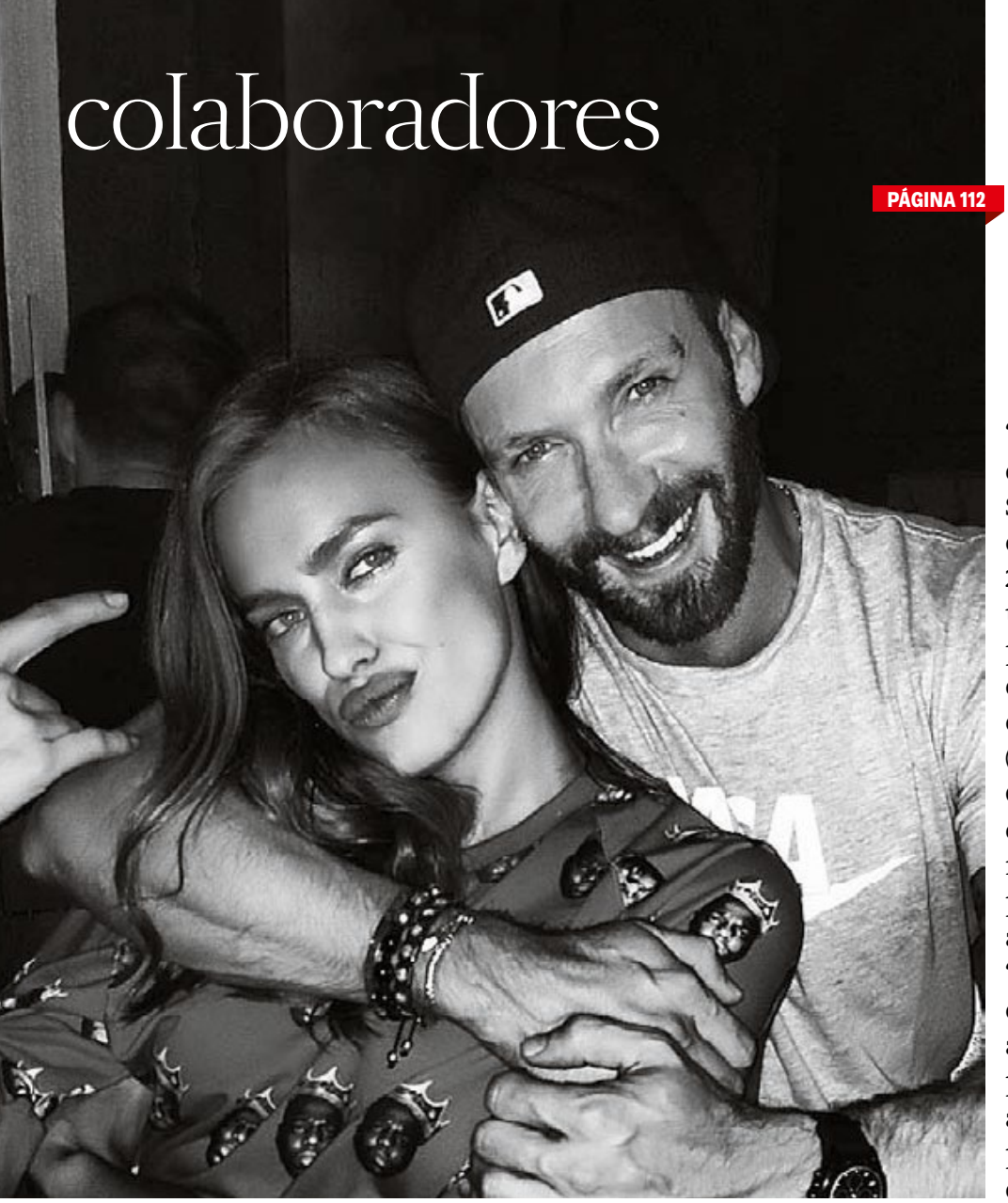


O MELHOR DA VIRADA

Da badalada praia de Trancoso, na Bahia, à paradisíaca ilha de Fernando de Noronha, confira os melhores looks, os rituais e os flagras imperdíveis de modelos e fashionistas da TV e da turma da moda nas festas mais descoladas de Ano-Novo.

FOTOS: GETTY IMAGES, REPRODUÇÃO/INSTAGRAM GIL INOUE E DIVULGAÇÃO

colaboradores



PÁGINA 112

GIAMPAOLO &IRINA

"Ela é a garota mais legal e divertida do mundo", diz o italiano Giampaolo Sgura sobre a top russa Irina Shayk, cover-girl desta edição. Amigos desde 2013 – os dois se conheceram durante um shooting para a *Vogue* espanhola, a primeira capa da modelo para o título –, eles já trabalharam juntos em inúmeras campanhas e editoriais mundo afora (as fotos ao lado foram clicadas por Giampaolo). Uma das ocasiões mais especiais: quando foram até a cidade natal de Sgura, Fasano, no sul da Itália, para fotografar um belíssimo ensaio para a *Vogue* japonesa de setembro passado. "Foi um prazer estar com ela no lugar que mais amo no mundo", diz ele. Essa é a segunda vez que o duo trabalha junto para a *Vogue* Brasil. Em agosto de 2014, a modelo posou para as lentes de Sgura para a capa da edição, nos Hamptons, em Nova York (segunda à direita).

PÁGINA 87

JACQUES DEQUEKER

Há um ano morando entre o Brasil e os Estados Unidos, o fotógrafo é o autor da linda imagem que abre a seção de Beleza desta edição, estrelada por Mariana Ximenes. O make ficou por conta de Cris Biato, que criou um look *glossy* colorido, a cara do verão 2017. O ensaio é resultado de uma parceria multimídia entre Dequeker e a *Vogue*: a cada mês, uma atriz ou modelo protagoniza um shooting que é transmitido ao vivo em nossa página no Facebook, com bastidores exibidos simultaneamente no Snapchat e no Instagram. Já participaram de editoriais do gênero Anitta, Barbara Fialho e Bruna Tenório.

JEFF ARES

Autor da reportagem *Vestindo a causa*, que conta a história da executiva Sonia Quintella e seu trabalho na ArteSol – Artesanato Solidário, o publicitário enveredou para o jornalismo logo no início da faculdade. Em sua lista de desejos, não constam luxos materiais, mas "verdade nas relações, justiça para as causas e amor para os corações". Entre os perfis de Instagram que mais gosta, ele indica três para você começar a seguir já: o da *@casadoriotupana*, ONG que trabalha para o fortalecimento comunitário na Amazônia; o perfil de *@xavierdolan*, cineasta canadense que ganhou fama com o longa *Laurence Anyways* (2012); e a conta de *@chiaranonino*, editora de fotografia da *Vogue* Itália.

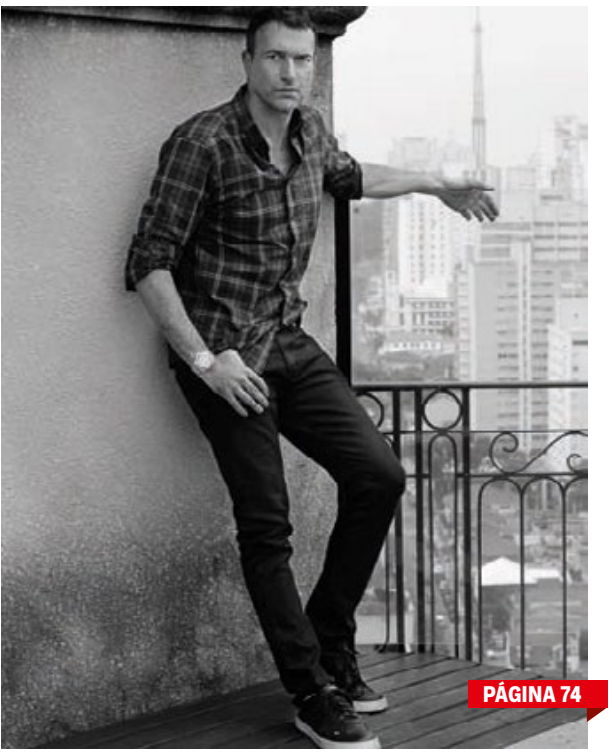
@casadoriotupana

@xavierdolan

@chiaranonino

PÁGINA 154

REPORTAGEM: ANA CAROLINA RALSTON E MARINA MILHOMEM FOTOS: ARQUIVO PESSOAL, REPRODUÇÃO, DECO CURY, ZAC POSEN RESORT 2014, HICK DUARTE


PÁGINA 74

GUI PAGANINI

Um dos fotógrafos de moda mais requisitados do País, o paulistano assina o retrato da reportagem *Na direção certa*, que conta a trajetória do diretor carioca Bruno Ilogti, jovem talento por trás das câmeras. Os dois se conheceram em 2015, quando trabalharam ao lado de Gisele Bündchen na campanha da joalheria Vivara. A sintonia entre eles fez com que Ilogti convidasse Paganini para um trabalho a quatro mãos exclusivo para a *Vogue*.

PÁGINA 132

TRUPE REINALDISTA

Duas musas da reportagem *Ele reina!*, que reúne algumas das clientes fiéis do estilista vestindo peças de sua coleção do inverno 2017, dividem com a *Vogue* respostas do Questionário Proust:

FERNANDA MOTTA

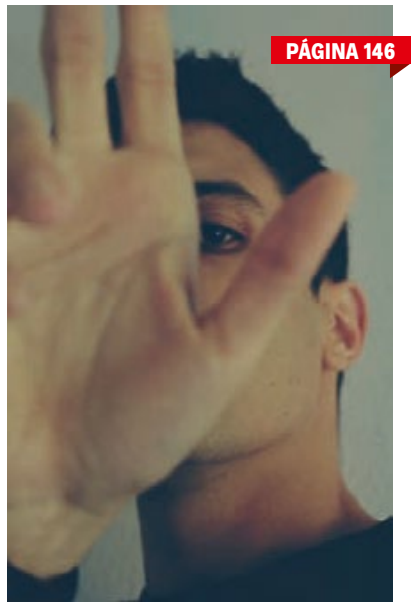
Qual seu maior defeito?
Eu sou esquecida.
Qual a sua maior qualidade?
Ser comunicativa.
Qual é a sua ideia de felicidade?
Estar viva! A vida passa muito rápido.

SABRINA SATO

Qual seu maior defeito?
Sou muito dispersa e inquieta.
Qual sua maior qualidade?
Não sou de julgar ninguém.
Qual é a sua ideia de felicidade?
Felicidade para mim é um belo sorriso!

HELM SILVA

O nome por trás das imagens do editorial *Ritmo próprio*, que apresenta peças de grifes brasileiras adeptas do *slow fashion*, não poderia estar em maior sintonia com o tema. O gaúcho integra a nova geração de profissionais que utiliza câmeras analógicas para registrar seus trabalhos. "É um processo antigo, mas, ao mesmo tempo, extremamente atual na fotografia de moda", diz.


PÁGINA 146

HELENA LUNARDELLI

Depois de trabalhar com arquitetura e moda, a paulistana encontrou sua verdadeira vocação na floricultura – é hoje, aliás, um dos nomes mais requisitados do meio. Nesta edição, ela assina a reportagem *Beleza pura*, na qual apresenta a casa da joalheira Vera Cortez, casada com Ipe Moraes, primo de Helena. Aos que gostam de flores, ela dá dicas: "Mantenha-as longe do ar condicionado e abuse das espécies da estação, como bromélias, orquídeas, antúrios e costela-de-adão".

PÁGINA 156

PÁGINA 124

ANNA CLEVELAND

Em sua passagem pelo Rio, em outubro, a modelo posou com looks da última coleção de alta-costura da maison de Jean Paul Gaultier para as fotos da reportagem *Musa fora da caixa*. Filha da lendária modelo Pat Cleveland – que aparece nua na praia de Copacabana em cena do filme *Rio Babilônia*, de 1982 –, Anna herdou os traços singulares da mãe. Juntas, elas já estrelaram campanhas de marcas como Lanvin e Zac Posen (à esquerda), e a capa da *Vogue* italiana de junho passado, ao lado do pai e do irmão de Anna.

EDITORIAL

por Silvia Rogar

SONIA QUINTELLA

HELENA LINHARES

PASCALE MUSSARD

CLARA 3000

Mãos à obra!

Janeiro, por si só, é sinônimo de transformação, hora de traçar novas metas e fazer grandes apostas. Por aqui, há um fator extra neste momento de mudança: depois de quase 12 anos assinando a *Carta do editor* desta *Vogue*, Daniela Falcão – uma das pessoas mais brilhantes que já despontaram no mercado editorial nacional, responsável por reinventar o jornalismo de moda no Brasil à frente da marca – alça voo ainda mais alto. Este mês, ela se torna diretora-geral das Edições Globo Condé Nast e certamente brilhará ainda mais em seu novo desafio. Dani me passou o bastão da redação da *Vogue* e, a partir de agora, ocuparei mensalmente este espaço – missão que me enche de orgulho e alegria, na mesma proporção que exige enorme responsabilidade.

Tradicionalmente uma bússola para guiar você entre as tendências de moda e beleza e a programação cultural que promete movimentar o ano, esta edição também está repleta de mulheres como Daniela: figuras femininas inspiradoras, que tomaram decisões transformadoras, pensando fora da caixa. Todas sempre circularam (e ainda circulam) pelo universo do luxo e, além de um estilo próprio e sofisticado, moldaram suas trajetórias de forma incomum. Essas histórias foram sendo coletadas e escritas nos últimos meses por um time de jornalistas experientes e com escuta apurada – Jeff Ares, Rosana Rodini, Adriana Ferreira Silva, Bruno Astuto e nossa editora de cultura, Ana Carolina Ralston. É Jeff quem assina o perfil de Sonia Quintella de Carvalho, executiva com três décadas de carreira, que dirigiu a Gucci no Brasil. Boa gestora, ela planejou com precisão o que faria na aposentadoria: realizar o sonho de trabalhar no terceiro setor – hoje preside a ArteSol, organização que promove o artesanato brasileiro e transforma (para melhor) a vida em suas comunidades produtivas. Decisão parecida com a de Pascale Mussard, que também passou 30 anos atuando em diferentes áreas da Hermès, empresa fundada por seu tataravô, até decidir criar, sob olhos incrédulos, a petit h. Apesar da grafia minúscula, o projeto é grandioso: seus produtos são feitos com sobras de bolsas, lenços e outros artigos da grife, levando o *upcycling* para dentro de uma maison centenária. Já Helena Linhares, figura querida na cena fashion paulistana, foi da moda ao mel: a dona da extinta Pelu, uma das multimarcas mais cool da cidade nos anos 2000, se tornou apicultora. Há ainda "uma mulher e mais um pouco", como a travesti mais famosa do Brasil, Rogéria, batizou sua biografia, ponto de partida da seção *Nostalgia*, assinada por Bruno Astuto.

Anna Cleveland posa na praia de Ipanema, vestindo Jean Paul Gaultier

Num momento de grandes reviravoltas na moda (não perca nossa reportagem sobre novas grifes que adotaram o *slow fashion* como filosofia), duas mulheres de beleza incomum que se tornaram sensação nas passarelas dão aula de estilo e personalidade. A primeira é Clara 3000, DJ e musa da turma da Vetements que, com a ascensão de Demna Gvasalia ao comando da Balenciaga, saiu do underground e virou presença certa nos desfiles da maison. Assim como ela, a performática Anna Cleveland, filha da lendária modelo americana Pat Cleveland, encontrou sua turma, sob a bênção do veterano Jean Paul Gaultier. Combinando alta-costura e biscoitos Globo, Anna estrela o editorial *Musa fora da caixa* em plena praia de Ipanema, onde você talvez esteja neste momento. Meio surreal, luxuoso, irreverente, o ensaio é uma maneira inspiradora de começar o ano. Corra até a página 124 e bem-vindo a 2017!

Silvia Rogar

lezalez.com
Uma marca do Grupo Lunelli
lezalez

ÚLTIMA HORA

ÚLTIMO ATO

Após cinco anos de sucesso, *Girls* retorna em 12 de fevereiro à HBO para sua sexta e derradeira temporada. Sem nostalgia, o quarteto que protagoniza a série anuncia ótimos planos para este ano. A autora e atriz principal, Lena Dunham (Hannah), avisa que está em plena produção de um novo livro, além de roteiros de filmes e TV que tratam da diversidade feminina. Nos cinemas, Zosia Mamet (Shoshanna) comemora o papel de Patti Smith no longa *Mapplethorpe* (sem previsão de lançamento), enquanto Allison Williams (Marnie) é a protagonista de *Get Out*, filme de terror que entra em cartaz este mês nos Estados Unidos. Já Jemima Kirke (Jessa) planeja investir em sua carreira de artista plástica. Se entre elas o clima é de despedida, quatro estrelas estreiam em 19 de fevereiro, também na HBO, em *Big Little Lies*. No seriado, Nicole Kidman, Reese Witherspoon, Shailene Woodley e Zoë Kravitz interpretam mulheres que se envolvem num assassinato. Hora de dar o *play*!

GIRLS NA *VOGUE* AMERICA

BIG LITTLE LIES

RUMO AO OESTE

Uma das grifes mais tradicionais da semana de moda de Nova York, a Tommy Hilfiger migra para Los Angeles nesta temporada. Marcado para 8 de fevereiro (véspera do início da NYFW), o desfile em Venice Beach irá reunir 3.000 convidados e será a segunda apresentação da *label* em formato "see now, buy now". A coleção marcará também nova dobradinha com a top Gigi Hadid - que já havia assinado com Tommy uma linha para o inverno 2016. "Gigi e eu amamos o processo de misturar elementos do estilo de vida californiano dela com a atmosfera de um festival de música", conta o estilista.

SELENA SOBE

DA GERAÇÃO DE MILLENNIALS QUERIDINHA DO MUNDO DA MODA, SELENA GOMEZ É O NOVO ROSTO DA COACH. ALÉM DE CAMPANHAS, ELA VAI ATUAR AO LADO DA GRIFE NA FUNDAÇÃO STEP UP, QUE ATENDE MENINAS EM SITUAÇÃO DE RISCO, E TAMBÉM DEVE COLABORAR NA CRIAÇÃO DA COLEÇÃO DE OUTONO.

REPORTAGEM: ADRIANA FERREIRA SILVA, ANA CAROLINA RALSTON, ALLINE CURY E VÍVIAN SOTOCÓRNO
FOTOS: VOGUE US, JANEIRO 2017, P. 76/77, GETTY IMAGES, DIVULGAÇÃO, INSTAGRAM/REPRODUÇÃO, IMAXTREE, © JULIEN VIDAL/GALLIERA/ROGER-VIOLLET

JUNTO E MISTURADO

Mais grifes unificam os desfiles de suas coleções para homens e mulheres. A Kenzo (foto) estreia o formato encerrando a semana de moda masculina de Paris no dia 22 deste mês, apresentando looks do inverno 2017/18. A marca continuará participando do prêt-à-porter feminino, quando mostrará projetos especiais. Entre outras *labels* que aderiram ao movimento *dual gender* estão ainda a Paul Smith (estreia dia 22, em Paris) e a Calvin Klein, cuja primeira linha assinada por Raf Simons debuta em 10 de fevereiro, em Nova York.

LOOK DE DIVA

Com mais de 170 milhões de discos vendidos, a cantora Dalida (1933-1987), nascida no Egito e naturalizada na França, era também um ícone de estilo. Para lembrar os 30 anos de sua morte, o Palais Galliera (o Museu da Moda de Paris) inaugura em abril uma exposição que reúne peças de seu guarda-roupa usadas em espetáculos e no *red carpet*, assinadas por Coco Chanel e Christian Dior, entre outros estilistas.

BYE, BYE

Menos de dois anos após terem assumido a direção criativa da grife americana DKNY, os estilistas Maxwell Osborne e Dao-Yi Chow deixaram a marca. Ao anunciarem sua despedida, no mês passado, o duo afirmou que a decisão foi tomada devido às mudanças de estratégia na *label* fundada por Donna Karan. "Resolvemos focar em nosso próprio negócio, a Public School", disseram eles num comunicado enviado à imprensa. Também em dezembro, foi registrada a saída de Caroline Brown, CEO da divisão Donna Karan International.

WONDER KATE

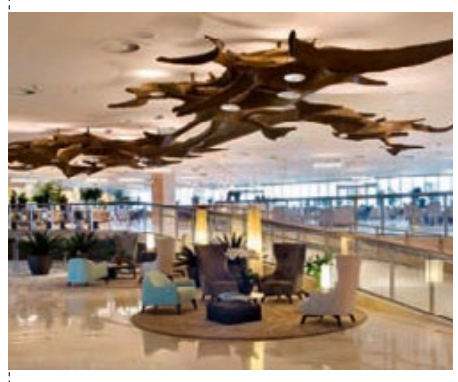
Kate Moss causou um *buzz* na internet com o lançamento do vídeo de *The Wonder of You*, música-título de um disco póstumo de Elvis Presley com clássicos do cantor acompanhados de orquestra. Antes, a top inglesa já havia estrelado clipes das bandas Primal Scream e The White Stripes.

PARA LADIES

Figura frequente nos desfiles londrinos e mulher do ex-primeiro-ministro inglês David Cameron, Samantha Cameron anunciou a criação de uma marca de roupas femininas. Batizada de Cefinn, ela estará à venda a partir de maio no Net-a-Porter.

Orgulho nacional

Depois de um hiato de 20 anos, o Hotel Nacional, joia projetada por Oscar Niemeyer nos anos 70, em São Conrado, no Rio, renasce após reforma milionária – foram gastos R$ 420 milhões. Agora sob o comando da rede espanhola Meliá, o icônico endereço funciona em esquema de *soft opening*. Até o fim de fevereiro, serão inaugurados um restaurante, um spa e um bar.



Dior

Na coleção de estreia de Maria Grazia Chiuri, boa parte dos looks é capaz de sair da passarela direto para as ruas

Diversidades URBANAS

Marcas como Dior, Margiela, Undercover e Koché, entre outras, confirmam o *street style* como principal inspiração do momento na indústria do luxo

Muito usado atualmente para identificar looks fotografados no entorno de eventos de moda ao redor do mundo, o termo *street style* não é exatamente sinônimo de novos visuais que, direto do habitat fashion, são devorados de forma instantânea por um número cada vez maior de pessoas via redes sociais. Na realidade, muito pouco do que é visto ali é autêntico. Diferentemente do que acontece nesse ambiente "domesticado", quase totalmente feminino, com sua bem colocada plataforma de publicidade para roupas e acessórios, o *street style* original sugere certa deselitização. E, em tempos de grandes transformações sociais e políticas, é natural que a indústria do luxo eleja a moda urbana, mais democrática, como maior fonte de inspiração.

Além de ser relevante para viver o dia a dia das grandes cidades, essa roupa tem de ser ultraconfortável. Todos os variados elementos que definem originalmente o *street style* – peças atléticas, casuais e multiculturais – são retrabalhados e usados na tentativa de conquistar um novo fator cool para o *high fashion*. É o que se observa, entre muitas outras, em marcas tão diferentes entre si quanto a tradicional Christian Dior, com a primeira coleção de Maria Grazia Chiuri; a Maison Margiela, que tem à frente o veterano John Galliano; a Undercover, do vanguardista nipônico Jun Takahashi; e a estreante Koché, de Christelle Kocher, finalista do prêmio para novos designers da LVMH e diretora criativa da Lemarié, casa especializada em plumas que pertence à Chanel. Como se vê, é um show de diversidade. Em comum, todas fazem roupas que, vistas de perto, revelam capricho e qualidade singulares, mas que jamais ficariam deslocadas em ambientes mais democráticos. Parecem em plena sintonia com as escolhas dos *millenials*.

Muito antes dessa novíssima geração de consumidores, o *street style* teve origem nos anos 50 e há décadas influencia as passarelas. Historicamente, marcou a transição da *high culture* para a cultura popular – no lento, mas constante reconhecimento de que a renovação em matéria de arte, música e roupa pode naturalmente derivar de todas as camadas sociais ao invés de se originar exclusivamente de uma elite, como no passado. A partir dos anos 60, os teenagers se transformaram em consumidores independentes e livres dos adultos. Os *baby boomers*, como eram chamados, julgaram então o *street style* como a mais autêntica e importante fonte de inspiração estilística. Desde então, os jovens passaram de uma estética "tribal" (beat, mod, rockabilly, biker, punk, hip-hop, etc.) para os atuais grupos "pós-tribais", mais diluídos, mas que ainda têm a intenção de trazer, associado aos looks, um conjunto de valores e opiniões, filosofias e uma espécie de comunidade ideal, com estilo de vida alternativo. Uma ideia sob medida para os novos e intrigantes sinais dos tempos.

Koché

A neomarca fundada por Christelle Kocher, que trabalha também na Lemarié, traz toques *couture* ao *street style*

Margiela

A grife aposta num *street* superestilizado, truque do veterano John Galliano para inovar na marca que assumiu em 2014

Undercover

No verão 2017, o japonês Jun Takahashi mostrou roupas que mergulham no contemporâneo da moda urbana, acrescentando-lhe fantasia e certo lirismo

FOTOS: IMAXTREE

CASIO

Be Tough, Be Cool, with BABY-G

Fcto: Pablo Vaz

BGA-210-7B2

BGA-210-1B

BABY-G

BGA-210-7B2 / BGA-210-1B

•Resistência à choques •Resistência à água - 100m
•Horário mundial (48 cidades) •Cronômetro •Cronômetro regressivo
•Alarme diário •Calendário automático (até ano 2099), Luz de LED

www.gshockbrasil.com/babyg

LOJAS DISPONÍVEIS:

•**G-FACTORY** - Shop. Granja Vianna - Cotia/SP (11)4613-6630 •**G-FACTORY** - Mooca Plaza Shop./SP (11)2063-1665 •**New Time** - São Paulo/SP (11)5181-5100
•**CMH Jóias e Relógios** - São Paulo/SP (11)5541-7779 •**New Look Time** - São Paulo/SP (11)3335-6266 •**Watch Company** - São Paulo/SP (11)3823-2677
•**Casa Kioto** - São Bernardo do Campo/SP (11)4330-5622 •**Official Time** - Jundiaí/SP (11)4588-0710 •**Requinte Jóias** - Jundiaí/SP (11)4521-3251 •**Micheletti Jóias** - Araraquara/SP (16)3335-9666
•**A Confiança** - Mogi das Cruzes/SP (11)4799-4832 •**A Jóias Nobre** - Campos dos Goytacazes/RJ (22)2723-0166 •**Elo de Ouro Jóias** - Campos dos Goytacazes/RJ (22)2722-1680 (22)2722-2450
•**Millenium Jóias** - Rio de Janeiro/RJ (21)2289-6699 •**Suellen Jóias** - Volta Redonda/RJ (24)3342-4347

MOOD BOARD

POR **BARBARA MIGLIORI**

Na extrema direita, macacão espelhado de Philipp Plein na *Vogue* alemã de dezembro. À direita, Charlize Theron em cena de *Mad Max: Estrada da Fúria* (2015)

Marc Jacobs

Eugenie Niarchos, Bianca Brandolini e Noor Fares no Burning Man do ano passado

A RAVE 2.0 COMBINA O CLIMA MAD MAX DO DESERTO COM UM ARCO-ÍRIS INFANTOJUVENIL, E O RESULTADO INSPIRA O LOOK FESTIVAL DA VEZ

FOTOS: IMAXTREE, REPRODUÇÃO/VOGUE ALEMANHA, REPRODUÇÃO/VOGUE RÚSSIA E DIVULGAÇÃO

BURNING MAN

Uma das mais de 300 instalações de arte da edição de 2016 do Burning Man, que teve Leonardo da Vinci como tema

MARC JACOBS

MARC JACOBS

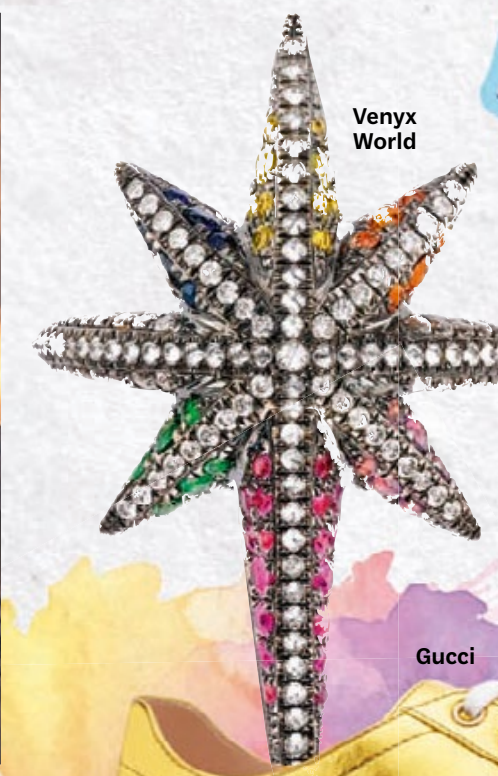
Chanel

Ainda que o acabamento tivesse requintes de couture, Marc Jacobs reinterpretou o uniforme das raves em seu desfile do verão 2017, adicionando ao menu dreadlocks, paetês holográficos e gigaplataformas

Rainbow

Turma de fashionistas no Burning Man em setembro (à esquerda). Abaixo, as gêmeas Lia e Odette Pavlova na capa da *Vogue* russa de novembro e, à direita, escultura de Ugo Rondinone na Art Basel do ano passado

A coleção resort da Miu Miu (acima) partiu da cultura rave dos anos 90 para dar vida a *separates* ultraestampados e decorados



Venyx World

Gucci

MARC JACOBS

TEMPERLEY LONDON

Em sua 30ª edição, o Burning Man, festival de contracultura que acontece no Deserto de Black Rock, em Nevada, contou com instalações de arte e uma audiência que vem atraindo cada vez mais fashionistas e players do mundo da moda

À esquerda, a colagem inusitada de referências da Gucci e, ao lado, Bianca Brandolini e um dos looks estilizados que levou para o festival de música em Nevada

JET Legging

POR **BRUNO ASTUTO**

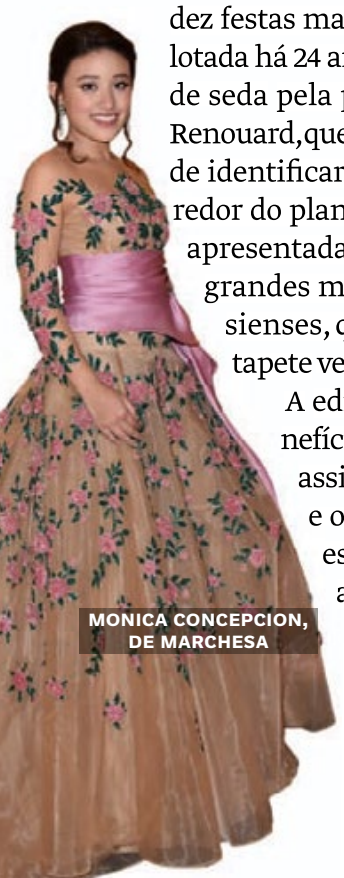
As debutantes na escadaria do hotel Peninsula e, abaixo, a brasileira Alexina Fontes-Williams, com o pai, o empresário carioca Luiz Williams

PRINCESAS *versão 2.0*

O baile de debutantes mais famoso do mundo devolve o esplendor a uma festa em extinção

CONDESSA ANGÉLIQUE DE LIMBURG STIRUM, DE GEORGES HOBEIKA

Você pode pensar que, em pleno 2016, um baile de debutantes é, no mínimo, um evento anacrônico, mas não há nenhum como o de Paris. Eleita pela revista *Forbes* uma das dez festas mais aguardadas do mundo pilotada há 24 anos com mão de ferro e luvas de seda pela produtora francesa Ophélie Renouard, que se dedica com afinco à tarefa de identificar jovens entre 16 e 22 anos ao redor do planeta com potencial de serem apresentadas à sociedade vestidas pelas grandes maisons de alta-costura parisienses, que as disputam como num tapete vermelho do Oscar.



MONICA CONCEPCION, DE MARCHESA

A edição do ano passado, em benefício de uma ONG americana de assistência a mães adolescentes e outra asiática que financia os estudos de meninas carentes, aconteceu pela primeira vez no hotel Peninsula e teve, entre as 18 estrelas, a brasileira Alexina Fontes-Williams, filha do empresário carioca Luiz Williams e da princesa italiana Valentina Moncada di Paternò. Por parte de pai, ela é neta de Maria Thereza Williams, uma das grandes damas do Rio; por parte de mãe, do lendário fotógrafo de moda Johnny Moncada e da modelo americana Joan Whelan. Alexina, que passou a infância em Roma, termina agora seus estudos em Londres, onde a família tem uma *townhouse*. Ela vestiu um modelito mil-folhas de tule assinado pela grife russa Yanina Couture.

Todas as debutantes usavam sapatos feitos sob medida por Christian Louboutin e joias da indiana Payal Mehta, inspiradas em *Sonho de uma Noite de Verão*, de Shakespeare. Valsaram pelos salões Maia Twombly, de Giambattista Valli, neta do pintor norte-americano, Cy Twombly, cuja retrospectiva tem arrastado hordas de amantes da arte ao Centro Georges Pompidou; a marquesa Altea Patrizi Naro Montoro, de Stéphane Rolland, cuja família ainda vive no Palazzo Patrizi, em Roma; Ella Beatty, de Dior, filha dos atores Warren Beatty e Annette Bening; Daniela Figo, filha do craque português Luis Figo; Olympia Taittinger, da famosa família do champanhe, que usou Chanel *couture*; e a princesa Zita de Bourbon-Parma, de Zuhair Murad. "Minhas debutantes precisam ter um carisma especial e, claro, boas notas", avisa Ophélie, que já teve várias brasileiras entre suas eleitas. "Elas são sempre um sopro de frescor, mas a verdade é que, nesse mundo globalizado, as meninas acabam se parecendo."

Quem não se parecia com ninguém era Yu Hang, eleita a jovem mais influente da China no ano passado. Ao longo de 2016, ela venceu inúmeras competições internacionais de balé, e recentemente se instalou em Londres para seguir com os estudos. Detalhe: aos quatro anos, a jovem foi diagnosticada com problemas, porque não aprendia a andar. A mãe a inscreveu numa escola de dança, e o mundo ganhou uma nova potência das sapatilhas. Para ela, o sucesso está apenas debutando.

FOTOS: GETTY IMAGES E DIVULGAÇÃO

ELEGANCE
PLUS SIZE
@eleganceplussize
/elegancemodaplussize
ELEGANCEPLUSSIZE.COM.BR

Separa motoristas de pilotos.

Novo Audi RS 6 com motor biturbo com 605 cavalos de potência, tração quattro® com diferencial esportivo e freios de cerâmica.
Um moderno superesportivo, nascido nas pistas e perfeito para as ruas.
Um membro da Liga da Performance. #LeagueofPerformance

audisport.com.br

Todos juntos fazem um trânsito melhor.

Imagens meramente ilustrativas. Consulte modelos e acessórios disponíveis.

IBAMA PROCONVE HOMOLOGADO

Audi Sport

Morena Rosa
beach
/morenarosaoficial
@morenarosaoficial
/oficialmorenarosa
morenarosareal
morena rosa

invogue

NOVA YORK

LONDRES

Maratona FASHION

Depois de percorrer as quatro principais semanas de moda internacionais para o verão 2017, *Vogue* elege aqui o *best-of* da próxima temporada

POR **BARBARA MIGLIORI, DONATA MEIRELLES, PEDRO SALES, SILVIA ROGAR E VÍVIAN SOTOCÓRNO**

MILÃO

PARIS

FOTOS: IMAXTREE, GETTY IMAGES E DIVULGAÇÃO

ESPORTE FINO

Ao fim do desfile de sua grife para o verão 2017, que contou com Madonna e Lourdes Maria na primeira fila, **Alexander Wang** surpreendeu a plateia com a apresentação de sua coleção para a Adidas – que no dia seguinte já estava à venda em uma concorrida *pop-up store* armada dentro de um caminhão em plena Quinta Avenida.

MONSE

SIES MARJAN

HOT NAMES

Duas jovens grifes roubaram a cena em Nova York. Comandada por Fernando Garcia e Laura Kim, dupla que assumiu a Oscar de la Renta, a **Monse** provou que a alfaiataria desabada da marca também pode ter caráter festivo. Já a **Sies Marjan**, que tem à frente Sander Lak, mistura o casual com técnicas *couture*.

ROSIE ASSOULIN

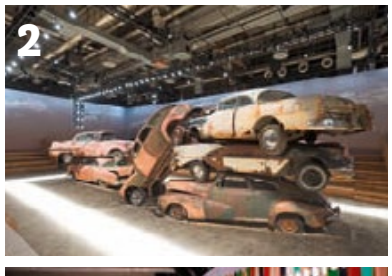
PROENZA SCHOULER

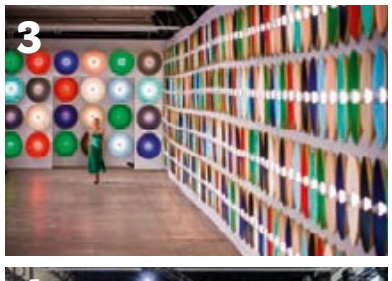
Grafismos ultracoloridos são a tendência da vez entre as grifes nova-iorquinas – e vão animar seu guarda-roupa na próxima estação!

NOVA YORK

É SHOW

Em Nova York, as grandes grifes capricharam nos cenários, caso da **Marc Jacobs (1)**, que decorou o Hammerstein Ballroom com 1.500 lâmpadas suspensas; da **Coach (2)**, que armou um ferro-velho em plena passarela para apresentar sua coleção em clima rockabilly; da **Boss (3)**, que reuniu centenas de placas coloridas tingidas de tons vibrantes; e da **Lacoste (4)**, que recebeu seus convidados com uma verdadeira floresta.





US$ 995 (cada)

Conhecida pelas *clutches* divertidas de acrílico, **Edie Parker** se rendeu às charmosas *bucket bags* de palha, hit da temporada.

DESEJO IMEDIATO

Tommy Hilfiger armou um caprichado parque de diversões no South Street Seaport para apresentar a coleção desenvolvida a quatro mãos com Gigi Hadid, completamente à venda logo após o desfile. O americano não foi o único a apostar no "see now, buy now": Ralph Lauren, Tom Ford, Thakoon e Rebecca Minkoff também aderiram ao formato. Na grife de Lauren, um cenário grandioso foi estrategicamente montado na frente da loja da marca na Madison Avenue, onde o próprio estilista recebeu para um coquetel na sequência do show.

NEW TALENT

Hot ticket de Londres, **Natasha Zinko** se inspirou em uma dona de casa contemporânea e cheia de senso de humor, apresentando uma coleção repleta de peças-desejo: ternos pink, jaquetas esportivas *oversized* e até peças de lingerie, que ficavam à mostra por baixo de calças de cintura baixa. "Toda *cool girl* tem um lado menino", disse a estilista.

Sophia Webster
€ 233

Charlotte Olympia
€ 495

Anya Hindmarch
€ 653

Desça do salto: de Anya Hindmarch à Charlotte Olympia, a temporada é de **sliders** ultradecorados.

GOING BANANAS

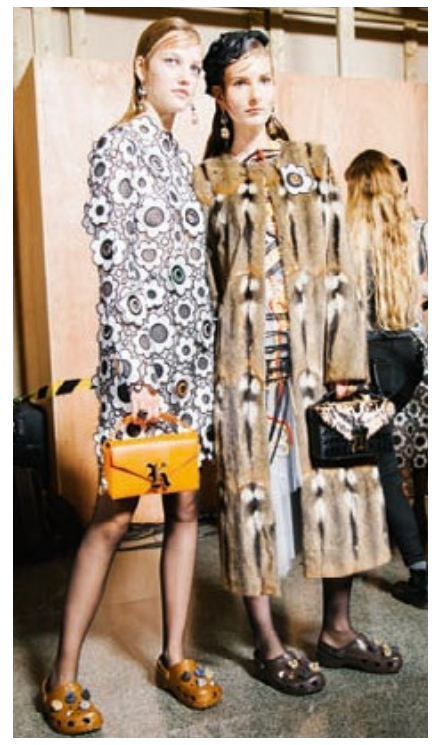
Em seu segundo desfile na semana de moda londrina, a grife **Charlotte Olympia** deu show de brasilidade: com apresentação ao vivo de Bebel Gilberto, a coleção inspirada em Carmen Miranda levou à passarela irreverentes acessórios protagonizados por frutas.

€ 195

€ 945

NOTA DEZ

Um dos estilistas mais relevantes de Londres, **Christopher Kane**, 33 anos, comemorou uma década de sua grife com uma coleção que misturou lamês plissados, rendas em formato de margaridas e estampas de leopardo – nos pés, controversos Crocs decorados com pedras. Dez dias após o desfile, a data foi celebrada com o lançamento de uma edição limitada de moletons que revisitaram quatro *prints* icônicos da grife – item de colecionador!



LONDRES

Volumes seguem em alta, mas têm ponto bem específico desta vez: as **mangas**, que, em versões esculturais, são as protagonistas da temporada.

CASA NOVA

A **Burberry** trocou o Hyde Park, tradicional locação de seus desfiles, pela Makers House, no Soho, para apresentar sua primeira coleção em formato "see now, buy now". Inspiradas em *Orlando*, de Virginia Woolf, as peças desembarcaram no dia seguinte nas lojas da grife pelo mundo – as novas bolsas Buckle são desejo absoluto.

Foi pura emoção a entrada final de Lauren Hutton, 73 anos e ícone fashion desde os 60's, ao lado de Gigi Hadid no desfile que celebrou as cinco décadas da Bottega Veneta.

R$ 1.850

R$ 11.900

R$ 15.800

HAVE FUN!

A **Dolce & Gabbana** celebrou as festas de rua, a começar pelos dançarinos que invadiram sua passarela numa mistura de hip--hop e músicas napolitanas. Depois da apresentação repleta de acessórios bem-humorados, a grife armou jantar em plena Via Monte Napoleone, onde tinha acabado de inaugurar uma nova loja.

MILÃO

HIGH SPEED

Com um casting poderoso, a **Versace** apresentou uma de suas melhores coleções recentes, dando tratamento luxuoso (e sexy, claro!) ao esporte, tendência onipresente nas passarelas. Imperdível? Os vestidos de náilon drapeado; e as peças com *prints* inspirados no universo do automobilismo, com *shapes* emprestados do *activewear*.

OLHO NELAS

Duas marcas para entrar já no seu radar: a **Blazé Milano**, focada em blazers impecáveis e cool, já à venda em lojas como a londrina Browns; e a **La DoubleJ**, coletivo do qual faz parte a stylist Viviana Volpicella e que aposta em peças atemporais feitas de tecidos vintage com *prints* históricos.

A VEZ DAS ROUPAS

Sara Battaglia, que já provou seu talento como designer de bolsas na marca com seu nome, fundada em 2010, lança a primeira coleção de roupas, com referências de seus acessórios, como as listras tecnicolor.

Alessandro Michele renovou o decorativismo da Gucci dando perfume oriental à coleção, dos florais aos sapatos de gueixa.

R$ 7.850

R$ 6.970

QUATRO ESTREIAS E UM RETORNO

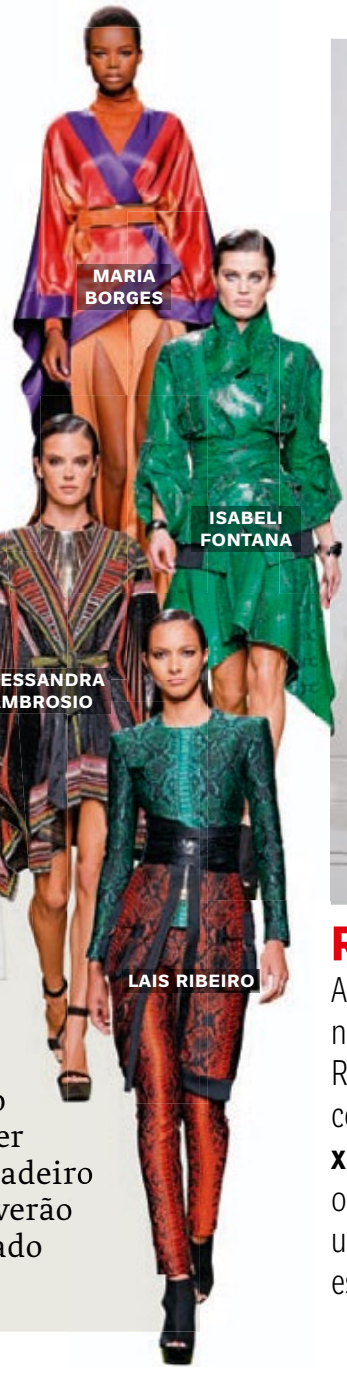
Em Paris, a temporada foi marcada por ótimas estreias: **Pierpaolo Piccioli** emocionou convidados com sua primeira coleção solo na Valentino; **Anthony Vaccarello** apostou nos 80's na Saint Laurent; **Maria Grazia Chiuri** deixou a Dior mais *fresh*; e **Bouchra Jarrar** levou a alfaiataria *couture*, que é sua assinatura, para a passarela da Lanvin. A semana celebrou também o retorno da marca homônima de **Olivier Theyskens**, desativada há mais de uma década.

Com 480 páginas, o segundo livro da **Vetements** reúne amigos da grife vestindo looks do verão 2017 com peças desenvolvidas em parceria com marcas como Reebok e Levi's.

PARIS

R$ 4.150

Desejo absoluto: as microbolsas da Valentino com batom embutido, primeiro item de maquiagem da marca.



AOS SEUS PÉS

Duas grifes de sapatos para ficar de olho: **Walter de Silva**, do italiano homônimo, que durante 43 anos desenhou carros para Audi e Lamborghini; e **Stella Luna**, comandada pela ex-stylist da *Vogue* francesa Capucine Safyurtlu.

Walter de Silva
€ 895

Stella Luna
US$ 350

DEU O BOTE!

Com sua primeira fila prestigiadíssima e fã confesso das modelos brasileiras, Olivier Rousteing convocou um verdadeiro *brazilian army* para desfilar o verão 2017 da **Balmain**, protagonizado por pythons multicoloridos.

RIRI *À PARIS*

Após estrear na semana de moda nova-iorquina em fevereiro passado, Rihanna apresentou a segunda coleção-cápsula da sua linha **Fenty x Puma** na Cidade Luz. Ora *naïve*, ora *bling-bling*, as peças mais uma vez seguiram *mood* sexy e esportivo, como o estilo da cantora.

Trânsito LIVRE

Graças a uma safra de ótimas marcas que vêm renovando a peça, o caftã se consagra como o novo curinga do guarda-roupa feminino, circulando da praia ao dia a dia da cidade

FOTOS **RAQUEL ESPÍRITO SANTO**

A partir da esquerda, caftã (R$ 989) Iorane e sandálias (R$ 439) Dress To; caftã (R$ 13.900) Roberto Cavalli e sandálias (R$ 399) Dress To; caftã (R$ 4.390) Iódice e sandálias (R$ 380) Schutz

Styling: Raquel Kavati

BELEZA: ROBSON ALMEIDA FOTOS: DIVULGAÇÃO

À esquerda, caftã (R$ 1.290) Mixed, calça (R$ 2.975) PatBo, bolsa (R$ 11 mil) Dior e sandálias (R$ 250) Corello. À direita, caftã (R$ 1.126) Meerk e sandálias (R$ 240) Capodarte. Colares (R$ 320 cada) Cine 732

peça – entre as grifes prediletas está a ucraniana Vita Kin, à venda na Colette (Paris) e na Bergdorf Goodman (NY). No Brasil, há uma ótima safra de novas *labels* exclusivamente dedicadas ao assunto, caso da paulistana Batiche e da baiana Santa Caftan. A peça também é destaque nas coleções de verão de grifes como Iódice, A.Farra e Mixed e até na marca carioca de acessórios de palha Nannacay, que lança este mês uma coleção-cápsula com quatro caftãs decorados com fitas bordadas à mão por artesãs andinas. "Assim como nossa bolsa de palha ganhou o asfalto, a peça foi pensada para ser usada em um contexto urbano. Por isso tingimos todos os modelos propositalmente de preto", conta Marcia Kemp, fundadora da Nannacay.

Eleger versões de materiais sofisticados, como seda e tricô, é a regra número 1 na hora de desfilar seu caftã longe da orla. Enquanto os modelos longos e fluidos fazem bonito com flatforms e bijoux bold, as versões abertas e amarradas na frente com um nó são o complemento perfeito para jeans decorados com bordados. Quando as férias acabarem e for a hora de subir a serra, pelo menos uma lembrança dos momentos de dolce far niente deste verão vai persistir no seu dia a dia. **VÍVIAN SOTOCÓRNO**

Eleger VERSÕES de materiais *sofisticados*, como seda e TRICÔ, é a regra *número* 1 na hora de desfilar seu *caftã* longe da ORLA

À esquerda, caftã (R$ 1.100) Adriana Barra e calça (R$ 8.820) Gucci. À direita, caftã (R$ 536) Nannacay, top (R$ 2.290) Iódice e pulseira (R$ 330) Cine 732

Estilista disputada entre noivas e convidadas de casamentos do Rio, Mariana Kuenerz lançou em novembro passado uma *label* resort que tem como protagonista caftãs de tricô tingidos manualmente e decorados com fios metalizados. Fazendo par com biquínis, maiôs e quimonos, os 20 modelos desenvolvidos para a coleção de estreia se esgotaram em um mês – mas isso não significa que eles estejam circulando apenas pelas faixas de areia mais charmosas do Brasil neste exato momento. Repare neste verão: o caftã se tornou o novo curinga do guarda-roupa. "Ele é superversátil, indo da piscina à festa dependendo dos acessórios. Acima de tudo, é muito confortável – algo que as mulheres têm priorizado na hora de se vestir. Muitas clientes apostaram na peça de olho em casamentos ao ar livre", diz Mariana.

O caftã ganhou novo papel nas ruas sob aval das *street-setters*: do verão europeu de 2015 para cá, fashionistas como Anna Dello Russo e Leandra Medine (*aka* Man Repeller) passaram a circular com a

PASSO CERTO

No alvo das fashionistas há três estações, as flatforms seguem em alta – e são o complemento perfeito para usar seu caftã na cidade

Marni
€ 750

Stella McCartney
US$ 610

A.Brand no OQVestir
R$ 598

Schutz
R$ 460

Anas no Gallerist
R$ 398

MAPA DA *mina*

Aproveite as férias de verão para garimpar peças de ótimas grifes fora do eixo Rio-São Paulo. Aqui, uma seleção de marcas de norte a sul do País POR **MARCIA DISITZER**

FORTALEZA MEU ÓCULOS DE MADEIRA

Madeira de demolição vinda de móveis, portas e janelas é a matéria-prima principal dos óculos da grife cearense, cujas criações são vendidas nos EUA, na Espanha, no Canadá e em Angola. Fique de olho nos modelos *oversized* decorados com listras e poás. *Rua João Alves de Albuquerque, 341, Fortaleza. meuoculosdemadeira.com.br*

ILHABELA SALGA BEACH

Modelagens sofisticadas e *prints* com *mood* vintage são a base do *beachwear* criado por Amanda Engler, que trabalhou na Blue Man antes de lançar a Salga Beach, em 2013. *Rua da Padroeira s/nº, Ilhabela. salgabeach.com*

RECIFE TROCANDO EM MIÚDOS

Nas três lojas da grife na capital pernambucana, bijoux de personalidade, que misturam diferentes materiais como acrílico, cristal e madeira, dividem espaço a partir deste mês com divertidos *headpieces* em clima de Carnaval. *Rua Ferreira Lopes, 129, Recife. trocandoemmiudos.com*

FOTOS: ZEE NUNES/ ARQUIVO VOGUE, RAFAEL EVANGELISTA E MURILLO MENDES (STILLS) FOTOS: THINKSTOK E DIVULGAÇÃO

R$ 350

FLORIANÓPOLIS CARÔ HANDMADE HATS

Após estudar chapelaria em Londres, Caroline Correia fundou há dois anos na capital catarinense um ateliê onde desenvolve inclusive modelos sob medida. Destaque para as peças de palha trançadas por mulheres de uma comunidade próxima a Cerro Azul, no interior do Paraná, e decoradas com renda de bilro. *Rua Cid Xavier Gonçalves, 44, Florianópolis*

R$ 2.428

VITÓRIA MARIA SANZ

Lançada em 2013, a grife de quimonos aposta em caprichadas peças de seda com estampas criadas pela própria Maria – que já conquistaram inclusive Katy Perry. *Avenida Saturnino de Brito, 58, Vitória. mariasanzmartins.com*

SALVADOR
IRÁ SALLES

Basket bags de palha e flats decoradas com drinques e frutas prometem ser o hit do verão de Irá Salles, que estudou moda na Parsons School of Design, em NY, e trabalhou na Carolina Herrera antes de lançar a própria grife – expert em acessórios desenvolvidos artesanalmente. *Alameda dos Umbuzueiros, 498, Salvador. irasalles.com.br*

R$ 289

A partir de R$ 1.420

TRANCOSO
JOANA VIEIRA ATELIER

Apaixonada por Trancoso, a artista plástica paulista Joana Vieira acaba de reabrir seu ateliê no Quadrado, que, além de suas obras, oferece sempre charmosas novidades. Neste verão, os colares com contas de ágata, ametista e olho de tigre prometem se esgotar num piscar de olhos! *Praça São João, 110, Trancoso. joanavieira.com.br*

Rae Feather
€ 156

Ché Store
R$ 159

Nannacay
R$ 550

Mariana Penteado
R$ 650

MARCA PESSOAL

Não basta ser de palha: a bolsa da vez precisa também ter estampado o nome (ou as iniciais) de quem a carrega. Vale inclusive desfilar com seu modelo personalizado fora da areia!

Julien Dossena posa com a atriz francesa Diane Rouxel, que veste top (€ 720) e saia (€ 490) do inverno 2016/17 da Paco Rabanne

PROJETO PESSOAL

Depois de quatro anos trabalhando nos bastidores da Balenciaga, Julien despertou a atenção para seu talento ao lançar a **Atto**, em 2012. Entre os hits instantâneos da marca, com *mood* futurista, estavam as blusas de paetês com gola rulê. Em 2014, já na Paco Rabanne, Julien decidiu colocar a Atto – que chegou a ser indicada ao prêmio LVMH – on hold. Este ano, ele pretende reativá-la, inclusive lançando uma linha de *menswear*.

Look da coleção resort 2014 da Atto

FUTURO *do presente*

Um dos estilistas mais talentosos da nova geração francesa, Julien Dossena torna a Paco Rabanne relevante de novo, com uma moda jovem, cool e descomplicada POR **SILVIA ROGAR** FOTO **KARIM SADLI**

Na adolescência, o hoje estilista Julien Dossena descobriu a ficção científica e ficou obcecado pela ideia de construção de um "universo completo" que permeia esse gênero literário. "Se a história se passa, por exemplo, em um planeta superaquecido, o autor precisa definir como são seus habitantes, o tipo de roupa que eles usam, os animais que vivem por lá. Criar um mundo inteiro foi algo que me fascinou", conta. Aos 34 anos, o francês Julien não poderia ocupar posto em maior sintonia com seu gosto pessoal: desde agosto de 2013, ele é o diretor criativo da Paco Rabanne, grife lançada em 1966 e que é sinônimo de futurismo na moda – foram inclusive assinados por seu visionário fundador figurinos que Jane Fonda usou no clássico sci-fi *Barbarella* (1968).

Depois de algumas tentativas do grupo Puig, seu controlador desde a década de 80 (o indiano Manish Arora e a alemã Lydia Maurer passaram pelo comando da marca entre 2011 e a chegada de Julien), a Paco Rabanne finalmente se tornou relevante de novo nas passarelas com uma moda jovem, cool e muito usável. "Quando cheguei aqui, listei valores que estavam no DNA da *label* e outros que acreditava que ela precisaria ter hoje: além de carregar modernidade, deveria ser sexy, esportiva e descomplicada", explica ele, que tem sem-

PÉ NO CHÃO

Julien é obcecado pela ideia de uma moda versátil, que possa vestir uma mulher da manhã à noite. Por isso, raramente faz sapatos com saltos. "Os modelos precisam ser flat, para permitir que as garotas sejam rápidas e corram toda a cidade", diz.

pre em mente looks capazes de sair direto do desfile para as ruas. "São peças para serem usadas por uma mesma mulher para levar o filho na escola, trabalhar, sair à noite, seduzir", diz ele, em nossa conversa no showroom da Paco Rabanne, na sede parisiense do grupo Puig, na Champs-Élysées.

Charmant e inteligente, Julien é um dos profissionais mais admirados atualmente entre seus pares, atraindo uma primeira fila disputadíssima em seus desfiles, que costumam reunir de Anna Wintour a Nicolas Ghesquière – com quem trabalhou por mais de quatro anos na Balenciaga. Criado na região da Bretanha, ele se formou em moda pela La Cambre, em Bruxelas. "Foram cinco anos vivendo numa espécie de 'bolha belga', sem ser influenciado pelo que estava acontecendo na moda em Paris." Depois de formado, entrou para a Balenciaga, que na época era uma mistura de "laboratório e convento", como define. "Você vivia e respirava aquilo. E Nicolas sempre esperava que fôssemos além", diz o francês, que chegou a estilista sênior dos desfiles, cuidando em especial da alfaiataria.

Quando Ghesquière deixou a marca, no fim de 2012, Julien seguiu no mesmo caminho. Por indicação da stylist Marie-Amélie Sauvé, também parte de sua trupe da Balenciaga, ele começou a prestar consultoria para a Paco Rabanne. "Naquele ponto, já me sentia pronto para assumir a direção criativa de uma marca", diz o estilista, que também é craque nas redes sociais, alimentando seu perfil no Instagram (*@juliendossena*) com imagens instigantes e divertidas. Julien raramente aparece nas fotos que posta. "Não sou um cara de *selfies*. Faço parte de uma geração que prefere trabalhar duro e não está muito aí para virar celebridade." Seu lugar de destaque na moda, porém, já está garantido.

A flagship da marca, em Paris, projetada pela dupla belga Kersten Geers e David Van Severen

UNIVERSO COMPLETO

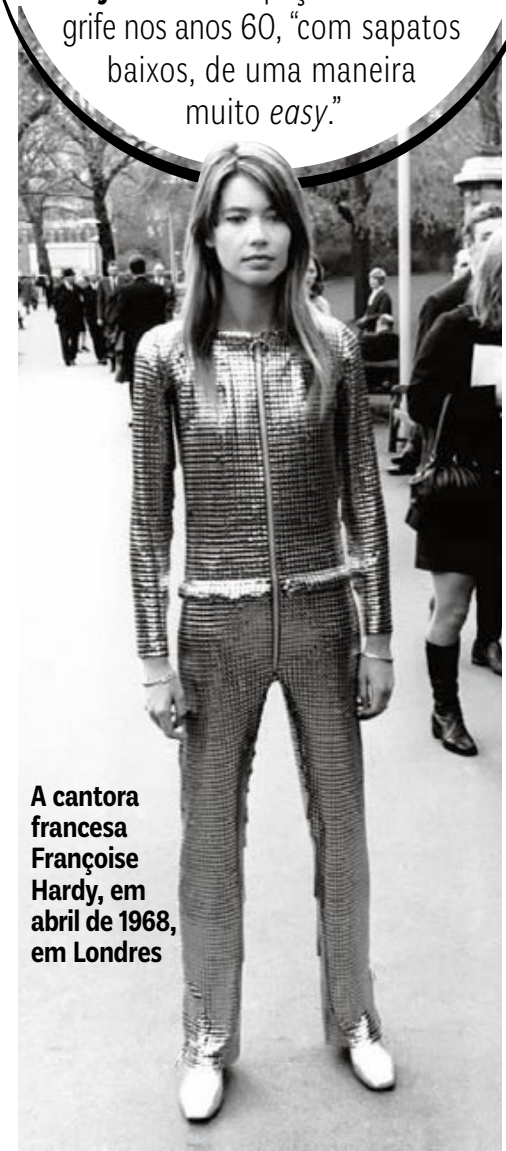
Fã de ficção científica desde a adolescência, o estilista tem como referência máxima o clássico **Dune** (1965), do americano Frank Herbert. Hoje, ele cria um universo completo, como acontece nos livros do gênero, para a Paco Rabanne, tendo como principal vitrine a **flagship store** da grife, inaugurada no início do ano passado, em Paris. Anote já o endereço: *12 Rue Cambon*.

PARA TODAS AS HORAS

O estilista aposta em roupas versáteis, com influência esportiva, mas que carreguem certa carga de sensualidade em seus *shapes*. Em looks festivos, o estilista resgata de forma atual os discos metálicos que eram o símbolo da *space age* de Paco Rabanne.

MUSA COOL

Quando iniciou seu trabalho na Paco Rabanne, Julien preferiu não revirar os arquivos da marca. Sua grande inspiração do passado foram as imagens da cantora **Françoise Hardy** vestindo as peças metálicas da grife nos anos 60, "com sapatos baixos, de uma maneira muito *easy*."



A cantora francesa Françoise Hardy, em abril de 1968, em Londres

FOTOS: LOZOVSKY/BFA/SHUTTERSTOCK, KEYSTONE-FRANCE/GETTYIMAGES FOTOS: GETTYIMAGES E DIVULGAÇÃO

BAIA Criada há quatro anos pela inglesa Susy Brown, a marca aposta em charmosas bolsas *bucket* e *crossbody* de couro desenvolvidas num ateliê em Yorkshire, que conta com um time enxuto – apenas Susy e um assistente trabalham manualmente em cada peça, do início ao fim. "Não consigo me imaginar criando um modelo e depois pedindo a uma fábrica para executá-lo", diz ela. À venda na londrina Fortnum & Mason e no site *baiabags.co.uk*.

MAGDA BUTRYM

"Na contramão do fast-fashion, o trabalho artesanal é o cerne da minha marca. É ele que dá alma às roupas", diz a polonesa Magda Butrym. Trançados, plissados e tricôs protagonizam suas coleções, que misturam elementos punk a um clima nostálgico de romance. À venda na Bergdorf Goodman (NY) e na Selfridges (Londres).

Um dos tricôs desenvolvidos manualmente por artesãos poloneses para a estilista Magda Butrym

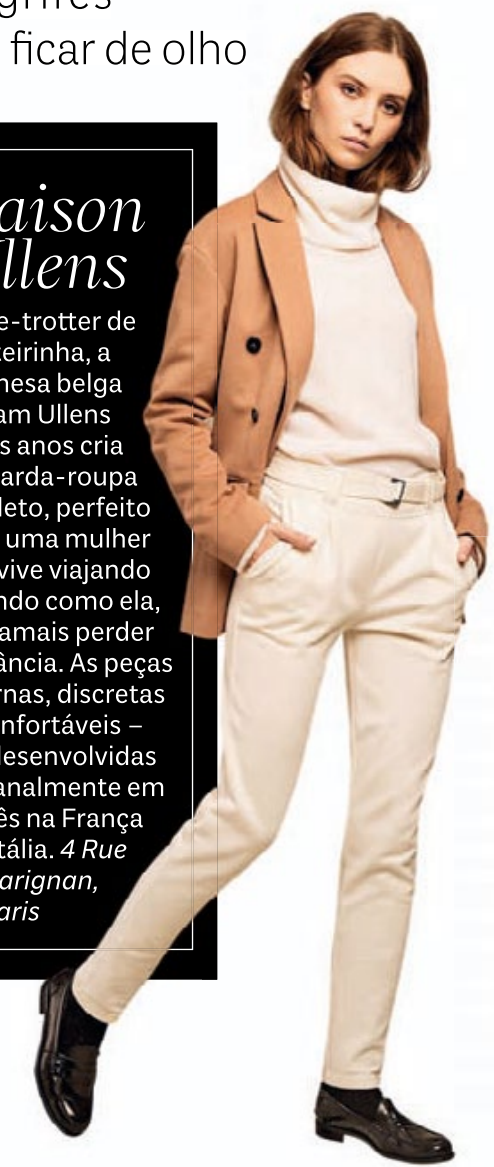
UM NOVO *TEMPO*

À prova de tendências de uma estação só, marcas de *slow fashion* investem em peças desenvolvidas sem pressa e em sintonia com a sustentabilidade. *Vogue* elege oito grifes internacionais para ficar de olho

Elegância, conforto e discrição são os pilares da Maison Ullens

Maison Ullens

Globe-trotter de carteirinha, a baronesa belga Myriam Ullens há seis anos cria um guarda-roupa completo, perfeito para uma mulher que vive viajando o mundo como ela, sem jamais perder a elegância. As peças – eternas, discretas e confortáveis – são desenvolvidas artesanalmente em ateliês na França e na Itália. *4 Rue de Marignan, Paris*



As peças de seda da AWAVEAWAKE ganham nuances únicas, graças ao tingimento à base de pigmentos naturais

AWAVEAWAKE

"O que você usa sobre o seu corpo é tão importante quanto o que você come", acredita a ex-stylist e iogue Jaclyn Hodes, que há quatro anos instalou em um pequeno ateliê em Nova York a AWAVEAWAKE. *Slip dresses* de seda tingidos com pigmentos naturais à base de plantas, que não poluem o meio ambiente e dão nuances diferentes a cada peça, são o carro-chefe da grife, que tem Rihanna e Solange Knowles entre suas clientes. À venda no e-commerce Moda Operandi.

Texturas naturais e modelagens confortáveis são o norte da italiana Forte_Forte

FORTE_FORTE

"Nós não nos vemos como uma marca de moda, mas uma casa, onde compartilhamos a paixão por roupas emocionais e simples. Nossas peças estão aqui para lhe abraçar, fazer você se sentir seguro e confortável", diz a italiana Giada Forte, que, após passagem pelas equipes de estilo da Benetton e da Kenzo, fundou em 2002 a Forte_Forte ao lado do irmão, Paolo. Algodão, seda, linho e cashmere são a base de criações atemporais, desenvolvidas artesanalmente no norte da Itália. À venda no Le Bon Marché (Paris) e na Barneys (NY).

Bolsas desenvolvidas sob encomenda da Maison Boarini Milanesi

"O que VOCÊ usa sobre o seu corpo é tão *importante* quanto o que você come", acredita Jaclyn Hodes, da AWAVEAWAKE, que tem entre suas *clientes* Rihanna

Maison Boarini Milanesi

Fundada em julho passado, em Bolonha, a Maison Boarini Milanesi desenvolve luxuosas bolsas com *shapes* atemporais, criadas uma a uma de acordo com o gosto do cliente – leva-se no mínimo uma semana para produzir as peças mais simples. Carolina Boarini e Matteo Rodolfo Milanesi recebem apenas com hora marcada e as peças são produzidas por dez artesãos em um ateliê em Florença. "Em um mundo dominado por produtos que parecem todos iguais, sentimos que era hora de um renascimento de criações que tivessem alma", diz a dupla.

ZANZAN

Sobras de acetato dos anos 70 e 80 dão vida aos óculos da italiana Zanzan, que são lançados em coleções-cápsulas de tiragem limitada. "Nossas criações envolvem muitas etapas minuciosas, e os artesãos italianos com quem trabalhamos têm uma atitude bem relax – almoços demorados e férias ainda mais longas. *La vita è bella!*", diz Megan. À venda nos e-commerces Moda Operandi e Farfetch e, no Brasil, na ótica Visionaire, em Brasília.

Fabricadas por pequenas empresas familiares na Escócia e na Inglaterra, as peças de tricô da Genevieve resgatam técnicas centenárias

GENEVIEVE SWEENEY

A inglesa Genevieve Sweeney aprendeu a tricotar com os avós aos 5 anos, e desde então não parou mais. Após integrar as equipes de *knitwear* das grifes Rag & Bone, Hugo Boss e Burberry, passou a colecionar máquinas antigas e lançou há um ano a marca que leva seu nome. Com a produção dividida entre pequenas fábricas familiares espalhadas pela Inglaterra e pela Escócia, Genevieve resgata técnicas centenárias – caso da Hand Intarsia, um padrão geométrico no qual cada peça leva no mínimo 14 horas para ficar pronta. À venda na londrina Fortnum & Mason e no site *genevievesweeney.com*.

REPORTAGEM: SOFIA MENDES FOTOS: DIVULGAÇÃO

TINTA *fresca*

Uma das dez apostas do Veste Rio nesta temporada, Lucas Barros cria um elaborado trabalho de tingimento artesanal, sob influência de seu Nordeste natal FOTOS **DANIEL MATTAR**

DNA FASHION

DATA DE LANÇAMENTO: *dezembro de 2012.*
NO COMANDO: *o alagoano Lucas Barros.*
ESTILO: *artsy e artesanal.*
CARRO-CHEFE: *texturas elaboradas, que misturam diferentes camadas de tingimentos manuais.*
AGRADA: *artistas plásticas, arquitetas e colecionadoras de arte.*
BOA-NOVA: *o lançamento da primeira coleção de acessórios, com bolsas e sapatos.*
ONDE ENCONTRAR: *em quatro multimarcas como o Gallerist (SP) e a Ka Store (Rio) e no ateliê da grife (SP).*

Looks do inverno 2017 de Lucas Barros e, à esquerda, o estilista alagoano

Styling: Bebel Moraes

LUCAS BARROS

Foi durante o curso de arquitetura e urbanismo da Universidade Federal de Alagoas, em Maceió, concluído em 2010, que Lucas Barros desenhou suas primeiras criações na moda – uma série de t-shirts que combinava um rico tie-dye à serigrafia. O estilista autodidata nunca chegou a exercer a formação original, mas os traços arquitetônicos se tornaram uma das assinaturas da grife que leva seu nome, lançada oficialmente em 2012 com um desfile na Casa de Criadores.

Como nas primeiras camisetas, o elaborado trabalho artesanal segue como marca registrada de Lucas: em seu inverno 2017, um tricoline de algodão ganhou aspecto de couro graças à sobreposição de camadas de tingimento manual, que une serigrafias e pinceladas de tinta – material que depois é trabalhado em um minucioso patchwork, como na saia de flores à esquerda. "Cresci em em Paulo Jacinto, no interior de Alagoas, e minhas criações carregam muito da cultura popular nordestina, porém com um olhar contemporâneo", conta ele, que vive em São Paulo há dois anos. Nesta temporada, Lucas investe pela primeira vez em uma linha de camisaria – desenvolvida manualmente em moulage, como é de se esperar do estilista.

Kelly Becker, Luciane Gerodetti e modelo vestindo look do inverno 2017 da GA'U. À direita e abaixo, peças do verão 2016/17 da marca

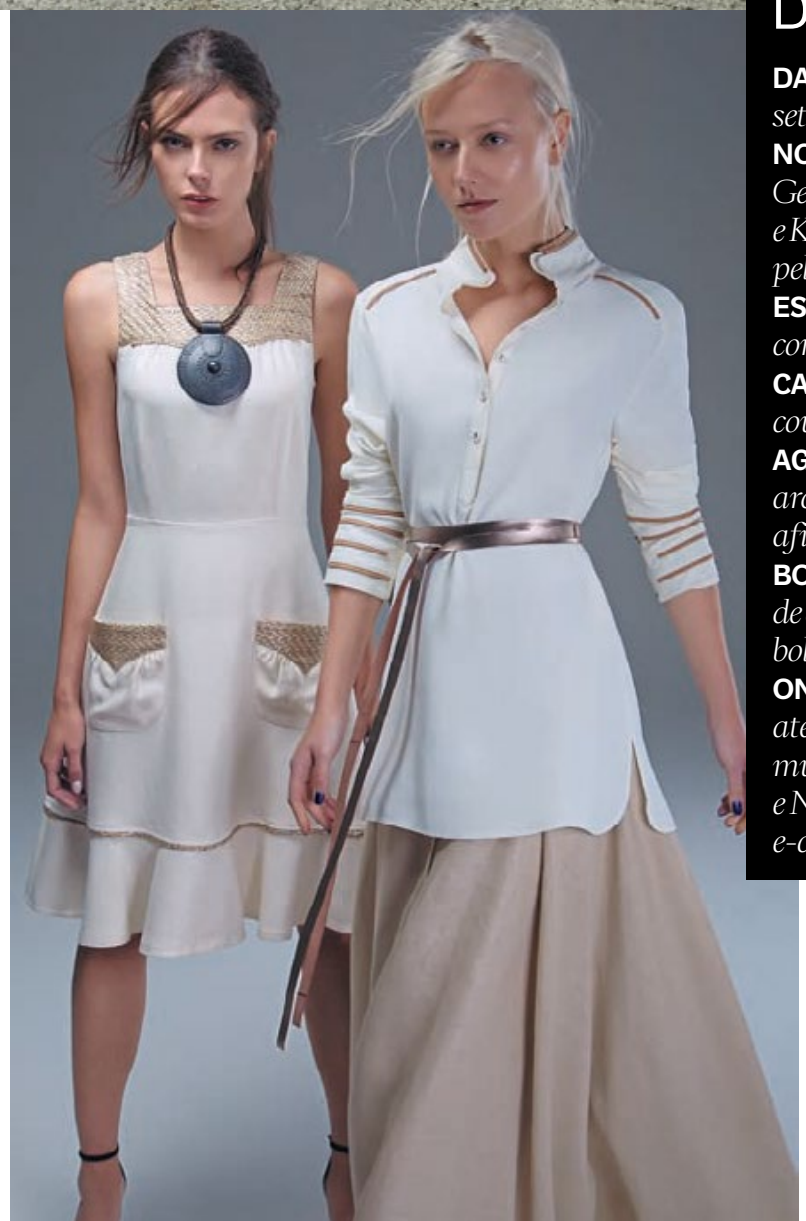
Styling: Bebel Moraes

DUPLA *dinâmica*

Depois de se lançar com peças de couro, a GA'U investe em novas matérias-primas

"O nome da nossa marca é uma referência a um amuleto tibetano que os peregrinos carregavam em suas jornadas. Queremos que nossas criações também exerçam esse poder e que as mulheres se sintam empoderadas e protegidas ao vesti-las", diz a dupla Luciane Gerodetti e Kelly Becker, ambas formadas em psicologia, profissão que exerceram durante quase uma década, antes se dedicarem à GA'U, também selecionada entre as dez jovens marcas do Veste Rio nesta temporada.

Criada em dezembro de 2012 em São Paulo por Luciane e uma antiga sócia, a grife logo conquistou uma boa clientela na cidade com suas peças versáteis de couro. Há um ano, com a chegada de Kelly, a GA'U passou a investir em novos materiais como tricô, seda e tapeçaria – que hoje já correspondem a 40% das coleções. Para o inverno 2017, elas preparam as primeiras peças de jeans. Este ano também deve marcar a expansão no atacado e a primeira loja fixa, após uma bem-sucedida *pop-up store* que funcionou durante cinco meses no Shopping Iguatemi, em SP. VÍVIAN SOTOCÓRNO



BELEZA: JOSEF CHASILEW. ASSISTENTE BELEZA: LUANA COOPER

DNA FASHION

DATA DE LANÇAMENTO: *setembro de 2012.*
NO COMANDO: *Luciane Gerodetti (diretora criativa) e Kelly Becker (responsável pela gestão).*
ESTILO: *feminino e contemporâneo.*
CARRO-CHEFE: *peças de couro em tons neutros.*
AGRADA: *psicólogas, arquitetas e mulheres com afinidade com arte.*
BOA-NOVA: *o lançamento de acessórios como cintos, bolsas e bijoux.*
ONDE ENCONTRAR: *no ateliê da grife (SP), nas multimarcas Areaoito (SP) e Namix (Curitiba) e no e-commerce Shop2gether.*

PATROCÍNIO

Sistema Fecomércio RJ Sesc | Senac Senac natura

GUNS N' ROSES

O VERDE-MILITAR reina absoluto neste *verão*, tingindo peças componíveis LEVES, e ganha a *companhia* de FLORAIS de fundo *escuro* que conferem a SUAVIDADE que pede a *estação*

Fotos *Raquel Espirito Santo* Edição *Donata Meirelles, Cristiano Oiwane e Neel Ciconello*

Escolha *saia-lápis*, jaqueta e *bolsa* de um mesmo *tom* de verde *acinzentado* para levar o *militar* para ambientes mais *formais*

Karen Marinovich usa jaqueta, R$ 160, **Cotton On**; camisa, R$ 1.665, **Tory Burch**; saia, R$ 396, **Triya** no **OQVestir**. Broche, R$ 642, **Diferenza**; bolsa, R$ 18 mil, **Dior**; brinco, R$ 32.600, e anel, R$ 61.225, ambos **Tiffany & Co.**. Na página ao lado, blusa, R$ 6.710, pulseiras, a partir de R$ 3.870, cinto, R$ 9.020, e bolsa, a partir de R$ 19.110, tudo **Chanel**

Opte por casaco *esportivo* e *coturnos* sem salto para neutralizar o efeito *sexy* da *minissaia* com fenda assimétrica

Jaqueta, R$ 9.980, e saia, R$ 10.780, ambas **Anthony Vaccarello** na **Mares**; camisa, R$ 1.290, **Tigresse**. Colar, R$ 11.270, **Chanel**; botas, R$ 4.850, **Louis Vuitton**. Na página ao lado, jaqueta, R$ 1.725, **PatBo**; vestido, R$ 4.149, **SportMax**. Brinco, R$ 2.930, e anéis, R$ 2.400 o conjunto com três, tudo **Louis Vuitton**; pulseira, R$ 70, **Ceres Gioielli**; faixa, R$ 1.670, e cinto, R$ 9.020, ambos **Chanel**

Blusa e saia plissada de *shape ladylike* ganham ar *cool* graças a acessórios *utilitários* como mochila de *couro* e *óculos-máscara*

Blusa, R$ 1.090, **Longchamp**; saia, R$ 3.085, e mochila, R$ 8.595, ambas **Burberry**. Bota, R$ 6.700, **Louis Vuitton**; óculos, R$ 1.200, **Gucci**; pulseira, R$ 3.870, **Chanel**. Na página ao lado, jaqueta, R$ 1.299, **Tommy Hilfiger**; blusa, R$ 1.475, **PatBo**; calça, R$ 798, **Cruise**. Brinco, R$ 648, **Diferenza**

Beleza: Rafael Bassakin e André Dias
Assistente de fotografia: Marcos Costa

ECO ERA

POR **CHIARA GADALETA KLAJMIC**

APOSTE EM PEÇAS LEVES DE MATÉRIAS-PRIMAS NATURAIS PARA COMEÇAR O ANO EM CLIMA *ECO-FRIENDLY*

Camisa (R$ 395), calça (R$ 638) e flats (R$ 386), tudo Missinclof

Styling: Alexandra Benenti

1

Os acessórios da **Ceres** são feitos manualmente por mulheres participantes do Projeto Arrastão, que há 48 anos dá suporte a famílias da região do Campo Limpo, em São Paulo. O brinco acima custa R$ 380 e está à venda no *ceresjoias.com.br*

2

Em parceria com a Central Veredas de Artesanato do Vale do Urucuia (MG), **Flavia Aranha** desenvolveu roupas e acessórios feitos em tear artesanal com algodão natural. A bolsa acima (R$ 689) é decorada com couro cujo curtimento é livre de cromo. *Rua Aspicuelta, 224, SP*

3

O goiano radicado na Bélgica Samuray Martins é o nome por trás do **Projeto Akra**. Em parceria com artesãos do Maranhão e da Bahia, a organização cria peças como esta bolsa (R$ 535), utilizando matérias-primas locais, entre elas a fibra de buriti. *akracollection.com*

4

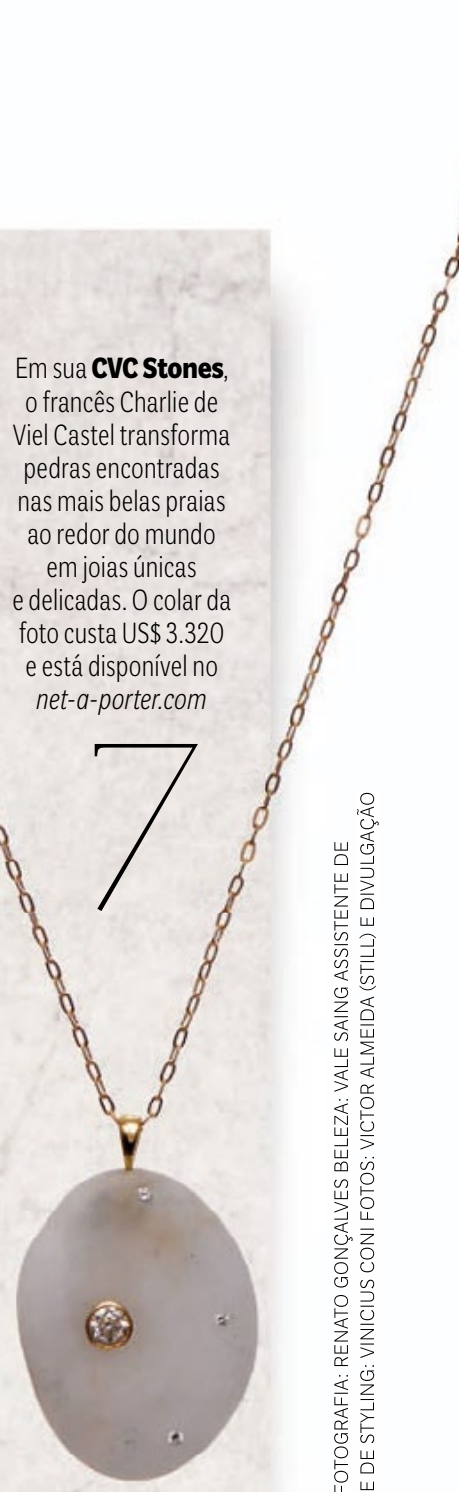
A marca **Cas Plus Water** busca diminuir o uso de água e produtos químicos na produção de seus sapatos, selecionando tecidos naturais e sustentáveis. O modelo da foto (R$ 258) foi desenvolvido com a designer Tatiana Loureiro. *caspluswater.com*

5

Com tiragem limitada a 300 pares, o modelo Zuca (R$ 490), da marca carioca de óculos **Zerezes**, foi produzido com fragmentos de jacarandá e peroba-rosa encontrados no Jardim Guanabara, no Rio. *Shopping Rio Sul, 4º piso, RJ*

A marca paulistana **Missinclof** lançou neste verão sua primeira coleção 100% produzida com materiais orgânicos, desde os fios, forros e tecidos até o tingimento, feito com pigmentos ecológicos. *Shopping Cidade Jardim, 2º piso, SP*

6



Em sua **CVC Stones**, o francês Charlie de Viel Castel transforma pedras encontradas nas mais belas praias ao redor do mundo em joias únicas e delicadas. O colar da foto custa US$ 3.320 e está disponível no *net-a-porter.com*

7

FOTO: CASSIA TABATINI ASSISTENTE DE FOTOGRAFIA: RENATO GONÇALVES BELEZA: VALE SAING ASSISTENTE DE BELEZA: SABRINA ALDERETE ASSISTENTE DE STYLING: VINICIUS CONI FOTOS: VICTOR ALMEIDA (STILL) E DIVULGAÇÃO

la chica de Oro
summertime
@lachicadeoro
/lachica.oro
www.lachicadeoro.com.br

RENDA *nacional*

Ocupando lugar de destaque no mercado brasileiro, a alagoana Martha Medeiros, que começou na moda customizando peças compradas no Brás e no Bom Retiro, traça planos ambiciosos na cena internacional após inaugurar loja em Los Angeles POR **ADRIANA FERREIRA SILVA** FOTO **SAMUEL ESTEVES**

Martha cercada pelas costureiras que finalizam as roupas em seu ateliê

Martha Medeiros atravessa apressada o salão de sua flagship, nos Jardins, em São Paulo, ao meio-dia em ponto. "Ah, filhinha, estou atrasada: marquei com ele às 11h!", exclama, apontando para o maquiador que nos segue até o primeiro andar, onde suas clientes são recebidas com quitutes e café. Nas próximas três horas, a alagoana se dividiria entre narrar sua trajetória - desde a infância até se tornar uma das estilistas mais conhecidas do País -, atender às clientes e a sessão de beleza que a prepararia para o jantar do prêmio Winning Women, consultoria da Ernst Young oferecida a empreendedoras de sucesso como ela.

A atribulada rotina de Martha se tornou ainda mais concorrida desde que ela inaugurou sua primeira loja internacional, na icônica Melrose Place, em Los Angeles, no fim do ano passado. Com um investimento de US$ 1,3 milhão, o espaço fez seu début com uma festa que reuniu celebridades como Xuxa e sua filha, Sasha, a atriz Camilla Belle e a cantora Claudia Leitte. Foram três dias de eventos, que culminaram com a celebração de seus 54 anos em 15 de novembro. Todas as convidadas são fãs de suas rendas, que vestem também estrelas internacionais como a colombiana Sofía Vergara e as americanas Beyoncé e Jessica Alba.

Uma pista de seu sucesso está no modo como trata as pessoas. Simpática e bem-humorada, Martha concede às clientes a mesma atenção dada às *celebrities*. "De onde é que eu lhe conheço, hein?", pergunta ela à mulher que olha os vestidos, cercada por duas vendedoras. A partir daí, Martha interrompe tudo: a entrevista, a maquiagem, e inicia um papo que vai desde saber em qual ocasião o look será usado e segue até palpites no provador. "Compre e, se precisar, a gente ajusta", garante, ao mesmo tempo em que confidencia: "Eu gosto muito de vender".

A mesma rotina se repete em seus cinco pontos de venda atuais - por aqui, são duas lojas em São Paulo, uma em Maceió e uma *pop-up store* de verão em Trancoso, na Bahia. Ela passa dez dias em cada cidade, incluindo Los Angeles, num hábito que rende frutos: um crescimento médio de 26% ao ano nos últimos três anos.

Martha se transformou numa espécie de rainha da renda nacional. Antes dela, o tecido ficava restrito às feiras ou às lojas de produtos típicos do *made in Brazil*. Ao transformá-lo em matéria-prima para vestidos que custam, em média, R$ 7.000, ela valorizou o trabalho das artesãs e garantiu a sobrevivência de técnicas que corriam o risco de desaparecer no século 21. Hoje, 400 mulheres trabalham para ela reunidas em associações no Rio Grande do Norte, em Pernambuco, Alagoas e na Paraíba.

Como boa parte dos estilistas, Martha começou costurando para bonecas. "Quando eu tinha 5 anos, minha avó, professora de artes, dizia: 'A roupa da boneca tem de ser tão bem-feita quanto a da dona da boneca'." Seguindo seus conselhos, ela passou a fazer artigos cada vez mais elaborados, até abrir sua primeira "butique", aos 8 anos, no prédio onde morava com os pais. Aos 14, a alagoana e duas amigas montaram a primeira feira de artesanato em Maceió. Em sua banca, Martha vendia bonecas de pano feitas por ela e suas roupinhas.

Mas seu pai não via nenhum futuro naquilo. "Ele dizia que eu tinha de ser funcionária pública, me casar e comprar uma casa." E foi o que ela fez: aos 18 anos, Martha começou a trabalhar no Banco do Brasil e se casou com o engenheiro Gelio Medeiros - pai de seus dois filhos, Gelio, de 33 anos, que administra a marca da mãe, e o médico Gustavo, de 31. Isso pouco mudou seu destino. "Minha loja passou a ser o banheiro do banco", diz ela, que começou também a vender roupas customizadas compradas no Brás e no Bom Retiro em visitas a São Paulo.

Decidida a seguir sua vocação, Martha passou quatro anos na capital paulista, onde estudou moda. No retorno a Maceió, montou uma confecção e sua primeira loja, a Martha's Boutique - na etiqueta das roupas que fazia, estampava a grife Martha's Secret, porque "nos anos 90 só tinha valor o que vinha dos Estados Unidos". Em seguida, ela inaugurou a multimarcas Maison M, onde percebeu que as peças feitas com renda eram as primeiras a se esgotar. Foi assim que a estilista deu início a um périplo pelo sertão em busca de rendeiras. "Em paralelo, rodamos o mundo para desenvolver o melhor fio, 100% algodão."

A marca própria, no entanto, passou a existir há nove anos, quando ela abriu a primeira loja paulistana. Em São Paulo, sua fama se espalhou e, de anônimas, famosas como Daniela Mercury começaram a procurá-la. "Mas foi Hebe quem mais me ajudou, quando usou um vestido meu em *Elas Cantam Roberto*", diz, sobre o show de Roberto Carlos realizado em 2009.

De volta ao presente, Martha projeta um futuro ambicioso. Pretende abrir mais lojas, em mais países, e se prepara para estrear neste ano a Casa Martha Medeiros, num terreno que comprou na paradisíaca praia de São Miguel dos Milagres, no litoral de Alagoas. "Quero um lugar para receber a família e os amigos, fazer casamentos. Vai ter de tudo um pouco", afirma. "Não sei aonde vou chegar, mas nunca vou me esquecer de onde eu vim. Minha hashtag para 2017 é *#muitacoisaboavemporaí*."

TAPETE VERMELHO

A atriz **Sofía Vergara** é uma das estrelas internacionais que são fãs da marca - ela usou um vestido da grife em seu casamento com Joe Manganiello em 2015. A colombiana foi a primeira a visitar a loja em Los Angeles (acima).

MULHER RENDEIRA

As 400 artesãs de oito comunidades que tecem as rendas usadas pela marca Martha Medeiros são atendidas pelo projeto **Olhar do Sertão**, criado pela estilista há três anos para oferecer assistência médica e social às mulheres e suas famílias.

CALIFORNIA DREAMING

O endereço escolhido para a primeira loja internacional, a **Melrose Place**, em LA, é estratégico: a ideia é atender tanto às celebridades que buscam novidades para usar no ***red carpet*** quanto às californianas que amam um visual clean e natural.

BELEZA: ISRAEL ESCOBAR COM PRODUTOS MAC E SCWARZKOPF FOTOS: DIVULGAÇÃO E REPRODUÇÃO INSTAGRAM

fashion tour

AS MAIORES - E MELHORES - NOVIDADES DA MODA BRASILEIRA PASSAM POR AQUI

SÃO PAULO, RIO, RECIFE E CURITIBA

EMBARQUE IMEDIATO

Cuba é o destino da vez e inspira também o resort 2017 da Valentino, que chega este mês às quatro lojas brasileiras da grife italiana. Elaborados bordados coloridos que remetem à flora e à fauna locais decoram ótimos tops de algodão, enquanto macramês e miçangas aparecem com *mood* étnico. Entre as novidades da marca, está também um serviço de customização, no qual roupas e acessórios podem ser personalizados com *patches* no formato das iniciais da cliente. **Valentino:** *Shopping Cidade Jardim, piso térreo, SP*

Top (R$ 19.700), saia (R$ 33.300) e flats (R$ 4.400), tudo do resort 2017 da Valentino

Styling: Alexandra Benenti

SÃO PAULO

MALA DIRETA

Sem tempo de preparar a mala para as férias em Trancoso ou para o fim de semana em Ilhabela? A grife de *beachwear* MOS lança em São Paulo o serviço "Faça sua mala": basta selecionar as peças preferidas no site da marca, e elas são entregues na sua casa para serem experimentadas com tranquilidade e conforto. *www.mosbeachwear.com.br*

R$ 527

SÃO PAULO

ONDA NAVAJO

Apresentado em setembro passado em frente à loja da Ralph Lauren na Madison Avenue, em Nova York, o inverno 2016/17 da grife americana desembarca este mês no Brasil. Em clima country, a coleção tem como destaque ponchos de tapeçaria e vestidos de festa com franjas de seda, além de acessórios com *mood* navajo. **Ralph Lauren:** *Shopping Cidade Jardim, piso térreo, SP*

R$ 10.500

RIO

PONTE AÉREA

Após inaugurar uma *pop-up store* no Shopping JK Iguatemi (SP), que funcionou durante seis meses, Mariana Penteado desembarca agora no Rio, com uma loja no Shopping Leblon que fica aberta até o Carnaval. Entre os ótimos itens para usar nos momentos de dolce far niente, fique de olho nos shorts e nas batas bordados à mão na Índia e na primeira coleção de biquínis da marca. *Shopping Leblon, primeiro piso, RJ*

R$ 240

R$ 720

SÃO PAULO

ELA VOLTOU!

Seis anos após o fim da Raia de Goeye, a estilista Fernanda de Goeye lança uma nova grife, ao lado da irmã Renata (dona da extinta Erre), batizada com o sobrenome da família. Com uma loja recém-inaugurada no Itaim, em São Paulo, a marca aposta em uma alfaiataria muito feminina e em texturas elaboradas e luxuosas. **De Goeye:** *Rua Galeno de Revoredo, 62, SP*

Peças da coleção de estreia da De Goeye, com preços a partir de R$ 600

Macacão (R$ 339) e sandálias (R$ 349), tudo da linha resort da Maria Filó

SÃO PAULO

PROJETO VERÃO

Em homenagem à estação mais quente do ano, a Maria Filó estreia este mês uma linha resort. Além de biquínis protagonizados por crochês e bordados, a coleção tem macacões, vestidos, tops e shorts leves e frescos, decorados com estampas tropicais e gráficas, que prometem transitar também pelo asfalto. **Maria Filó:** *Village Mall, piso L2, RJ*

SÃO PAULO, RIO, BRASÍLIA, CURITIBA E RECIFE

INTO THE WILD

Presença garantida nas coleções da Dolce & Gabbana, a estampa de leopardo decora agora as solas da nova linha de sapatos da grife, batizada de DG Leo. São oito escarpins (a partir de R$ 3.700) de couro ou verniz coloridos em tons vibrantes e neutros, que estarão à venda a partir deste mês nas sete lojas da marca italiana no Brasil e prometem ser hit! **Dolce & Gabbana:** *Shopping Iguatemi, piso superior, SP*

REPORTAGEM: JULIA DINIZ FOTOS: DENNY SACH BELEZA: MARI KATO COM PRODUTOS NARS E BARE MINERALS ASSISTENTE DE FOTOGRAFIA: LUCIO ALMEIDA ASSISTENTES DE BELEZA: DANI HILÁRIO E CLAUDIA RISTON FOTOS: ANDREW DAY E DIVULGAÇÃO

Pé na ESTRADA

Coloque nas costas a maior (e mais fashion) mochila que encontrar, vista um conjunto leve de trama vazada e embarque com estilo no mês mais quente do ano

POR **DONATA MEIRELLES**

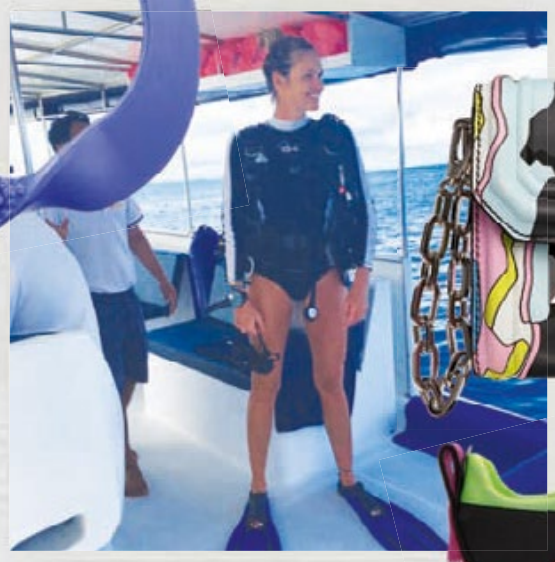
FOTO **DENNY SACH**

Chapéu (a partir de R$ 5.690), tricô (a partir de R$ 18.570), vestido (a partir de R$ 19.555) e mochila (a partir de R$ 29.650), tudo **Chanel**

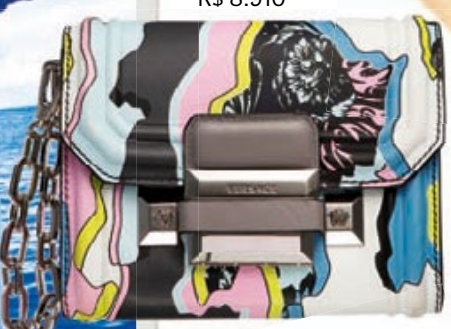
COORDENAÇÃO GERAL: RAQUEL KAVATI STYLING: CRISTIANO OIWANE E NEEL CICONELLO MODELO: CRISTIANA NOAH (FORD) BELEZA: MARI KATO COM PRODUTOS NARS E LEE STAFFORD ASSISTENTE DE FOTOGRAFIA: LUCIO ALMEIDA ASSISTENTES DE BELEZA: CLAUDIA RISTON E DANI HILÁRIO

DESTINOS TEMÁTICOS

Flex Jewel
Mariah Rovery R$ 239



Elle Macpherson



Versace
R$ 8.910

Dolce & Gabbana
R$ 2.900

Grafismos psicodélicos fluorescentes são a pedida quando o assunto é mergulho nas **Maldivas**

Louis Vuitton
R$ 4.350

Sinesia Karol
R$ 580

Amaro
R$ 70

Marina Ruy Barbosa

Batô Batô
R$ 230

Se o destino é a **Península de Maraú**, coloque na mala peças de ráfia em tons de areia salpicadas de cores vivas

Lapima
R$ 1.970

Jimmy Choo
R$ 2.130

Gucci
R$ 9.660

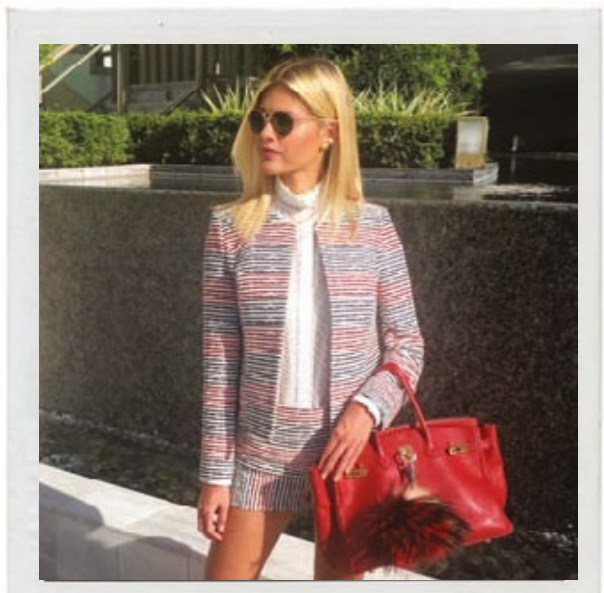
Chanel
R$ 24.990

Tory Burch
R$ 2.015

Alexandre Birman
R$ 1.690

Dior
R$ 3.100

Mixed
R$ 1.489



Lala Rudge

O clima meio urbano, meio praiano de **Miami** exige a versatilidade e a cartela *bleu*, *blanc*, *rouge* do visual náutico

TEM QUE TER

PISANDO LEVE

As sandálias de bico redondo feito de tiras de couro colorido recortado manualmente ganham salto revestido de pelo e fazem bonito nos dois hemisférios

FOTO **XICO BUNY**

Salvatore Ferragamo
R$ 8.250
(cada)

PRODUÇÃO DE MODA: CRISTIANO OIWANE E NEEL CICONELLO

tudo

HERITAGE

CYRELA

a pininfarina story

570 M² | TERRENO DE 3.439 M²

LEOPOLDO COUTO DE MAGALHÃES JÚNIOR, 1.200

COMING SOON – FEV/2017

(11) 3181-6280

COMERCIALIZAÇÃO

COELHO DA FONSECA
PRIVATE BROKERS®
CRECI-J 1961
coelhodafonseca.com.br

CYRELA

Projeto arquitetônico: Itamar Berezin. Concepção da fachada: Pininfarina. Projeto de decoração das áreas comuns: Débora Aguiar. Projeto paisagístico: Benedito Abbud. Incorporadora responsável: Cyrela Portugal Empreendimentos Imobiliários Ltda. R.3 de 10/10/2016 – Matrícula 191.365 do 4º Registro de Imóveis de São Paulo. Cyrela Brazil Realty. Avenida Brigadeiro Faria Lima, 3.600 – 12º andar – CEP 04538-132 – Itaim Bibi – São Paulo – SP. Terreno em processo de reutilização para fins residenciais, com plano de intervenção aprovado através do Processo Cetesb nº 45/00944/16, com Parecer Técnico nº 062/16/CA, emitido em 30/9/2016. Supressão Arbórea autorizada pela Secretaria do Verde e do Meio Ambiente da Prefeitura da Cidade de São Paulo, conforme processo nº 2015-0.188.058-2, gerando o Termo de Compromisso Ambiental nº 044/2016. Os valores de comissão de corretagem serão pagos pelo COMPRADOR diretamente ao CORRETOR DE IMÓVEIS, sendo que os referidos valores não implicam acréscimo do valor ofertado.

Vista de uma das sete suítes do Chalet Ararat, em Megève, que acomoda 15 pessoas e fica próximo ao *ski lift* Princesse

Carolina Herrera
R$ 4.100

Versace
R$ 15.540

MONCLER

MONCLER

Chanel
A partir de R$ 4.020

Fendi
R$ 6.790

Moncler
R$ 5.340

Ralph Lauren
R$ 7.090

Louis Vuitton
R$ 6.350

BONECA DE NEVE

A temporada de esqui na neve pede looks de fundo branco com decorativismos vermelhos ou azuis e acessórios prateados com ar futurista

Bottega Veneta
R$ 13.690

Helena Bordon
R$ 349

Dior
R$ 11 mil

FOTOS: DIVULGAÇÃO CHALET ARARAT, MEGÈVE, IMAXTREE E RAFAEL EVANGELISTA (STILLS)
PRODUÇÃO DE MODA: CRISTIANO OIWANE E NEEL CICONELLO

ENVOLVA SEU LOIRO EM UM NOVO PATAMAR

DE LUMINOSIDADE
E SOFISTICAÇÃO DE TONS

NICK VICK

LINHA LOIROS ILUMINADOS
PARA NEUTRALIZAÇÃO DE TONS, DA NICK VICK
ALTA PERFORMANCE

WWW.NICKVICK.COM.BR

UMA NOVA EXPERIÊNCIA **MOBILE** QUE CONECTA
O CONTEÚDO DA REVISTA AO DO SITE E AINDA CONTA COM
ATUALIZAÇÕES DIÁRIAS DIRETO DA REDAÇÃO!

DISPONÍVEL PARA

APP.**VOGUE**.GLOBO.COM

EDIÇÕES | GLOBO CONDÉ NAST

JOIAS

VOGUE

Rodrigo Massot para Kika Simonsen
R$ 3.000

Talento
R$ 7.880

Amsterdam Sauer
R$ 16.830

Dryzun por Helena Bordon
R$ 75.870

Scarpa Manrubia
R$ 16 mil

Silvia Furmanovich
R$ 29.220

Izabel Esteves
R$ 19.800

Maxior
R$ 83.890

Maré CHEIA

Conchas, corais, pérolas barrocas e outros elementos que remetem ao ambiente marítimo protagonizam joias exuberantes que vão refrescar seu visual neste verão EDIÇÃO **VÍVIAN SOTOCÓRNO** FOTO **XICO BUNY**

PRODUÇÃO DE OBJETOS: LARISSA DANTAS AGRADECIMENTO: KIPEIXE E POUSADA CACHADAÇO

Aneis de esmeraldas, turmalinas Paraíba, tanzanitas, morganitas, rubis e diamantes da joalheira Daniela Norinder

Styling: Alexandra Benenti

Brilho máximo

Na contramão de novos talentos da joalheria, que apostam em um elaborado design no ouro, **Daniela Norinder** tem como centro de seu trabalho pedras de tirar o fôlego. Paulistana radicada na Cidade do México há mais de uma década, onde está instalado seu ateliê, ela desenha cada uma de suas peças a partir de impressionantes turmalinas Paraíba, esmeraldas colombianas e pérolas do Taiti. "A brasileira muitas vezes dá mais valor ao tamanho da pedra que à qualidade, e quero provar que cor e pureza fazem toda a diferença", diz. Amiga de infância de Sandro Barros (ambas as famílias são de Itapetininga, no interior de São Paulo), Daniela agora tem suas criações pela primeira vez à venda por aqui, no ateliê do estilista.
Rua Henrique Martins, 50, SP

R$ 7.800

VERÃO PRECIOSO

Expert em criar peças delicadas com gemas poderosas, a paulistana **Samantha Abrão** lança este mês uma coleção-cápsula em clima de férias. São sete brincos, anéis, colares e pulseiras protagonizados por madrepérola, turquesa e coral. À venda na loja de Martha Medeiros.
Rua Melo Alves, 248, SP

Foi dada a largada

Das jovens grifes para ficar de olho ao primeiro hit de Anthony Vaccarello na Saint Laurent, 2017 promete! FOTO **DENNY SACH**

R$ 11.800

VOANDO ALTO

Comandada pelo trio Andrea Colli Filgueiras, Karina Olsen e Viviane Ferreira, a **Cocoon** celebra a chegada do Ano-Novo com uma nova edição de divertidas joias em formato de inseto. Tsavoritas, turmalinas Paraíba, safiras e tanzanitas dão vida a besouros, moscas e vagalumes de delicadeza ímpar. *À venda com hora marcada pelo tel. (11) 3467-0410*

R$ 8.900

REPORTAGEM: VÍVIAN SOTOCÓRNO ASSISTENTE DE FOTOGRAFIA: LUCIO ALMEIDA BELEZA: MARI KATO COM PRODUTOS NARS E BARE MINERALS ASSISTENTES DE BELEZA: DANI HILÁRIO E CLAUDIA RISTON FOTOS: FLAVIO BATTAIOLA, RAFAEL EVANGELISTA (STILL) E DIVULGAÇÃO

COMPASSO PRÓPRIO

O conceito *slow* chegou também à joalheria: batizada de Deli Jewels, a grife da arquiteta **Luisa Bresser** desenvolve sem pressa delicadas peças "com alma" para o dia a dia. "Todas as criações têm um significado, como o anel circular que simboliza renovação (acima, à direita) e as pulseiras de fio de seda que trazem mantras como *trust*, *simplicity* e *courage*", conta ela. À venda na loja Amoreira. *Rua dos Macunis, 510, Vila Madalena*

Brinco de couro de arraia (R$ 298) da coleção de estreia de Mariana Cestari

R$ 738

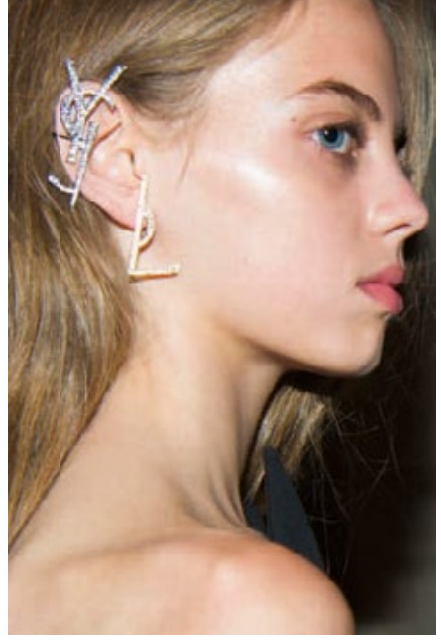
ABRE-ALAS

Após viver em Paris por seis anos, onde se especializou em moda na ESMOD, e comandar a grife de bijoux 412Be por outros seis, a paulistana **Mariana Cestari** lança agora uma marca com peças mais autorais, batizada com seu nome. A coleção de estreia tem oito brincos e colares com plumas e couro de arraia desenvolvidos artesanalmente. À venda no ateliê de Adriana Mattos. *Rua Oscar Freire, 129, SP*

ARRIBA!

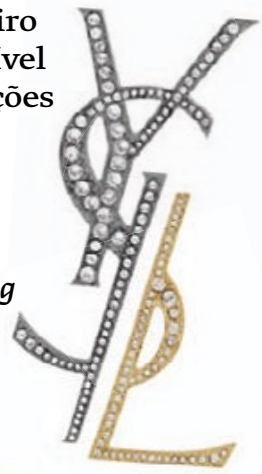
Conhecida pelas joias inusitadas em formato de inseto, a joalheria mexicana **Daniela Villegas** expande seu repertório de referências e busca agora inspiração na rica diversidade de ecossistemas de seu país. Na nova coleção, batizada de Chromatic Paradise, moluscos, sapos, cobras e escorpiões protagonizam peças poderosas. *À venda no Net-A-Porter*

US$ 4.600



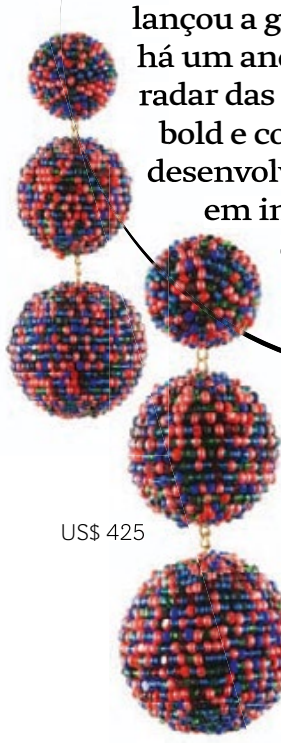
ESTREIA CAMPEÃ

A primeira coleção de Anthony Vaccarello na **Saint Laurent** já tem sua bijoux hit: brincos no formato do icônico logotipo da grife, que se dividem em duas partes. Batizado de Monogram, o modelo desembarca no Brasil a partir de fevereiro e estará disponível em diversas opções de banho e em versões com ou sem cristais. A partir de R$ 1870. *Shopping Iguatemi, piso superior, SP*



UNÂNIME

Além de muito estilo próprio, o que os looks de Lauren Santo Domingo e Leandra Medine têm em comum? Os brincos Les Bonbons, criados pela globe-trotter **Rebecca de Ravanel** – que, desde que lançou a grife batizada com seu nome, há um ano, caiu instantaneamente no radar das fashionistas com suas peças bold e coloridas. Os acessórios são desenvolvidos na Índia e aparecem em inúmeras combinações de materiais. *À venda no Moda Operandi e na Fivestory (NY)*


US$ 425

US$ 1.195

O ator Daniel Radcliffe, fotografado exclusivamente para a **GQ Style** por Robert Wunsch, em Londres

LUXO SIMPLES
LIFESTYLE DESCOMPLICADO E PEÇAS DE DESIGN FUNCIONAL: A CHAVE PARA O BEM-ESTAR DO HOMEM CONTEMPORÂNEO

GQ BRASIL Style

@gqbrasil

JÁ NAS BANCAS.

fala-se de

arte • cinema • design • foto • livros • moda • música • teatro • tv

Obras de Makoto Azuma no desfile do verão 2017 de Dries Van Noten. O artista desembarca em abril em São Paulo para uma instalação inédita – parte da abertura da Japan House

FOTO: DIVULGAÇÃO

ANOTE NA **AGENDA**

Vogue selecionou o que vai acontecer de mais relevante no primeiro semestre de 2017 nas artes, na música, no cinema e na TV, no Brasil e lá fora POR **ANA CAROLINA RALSTON** E **MARINA MILHOMEM**

fala-se de cultura

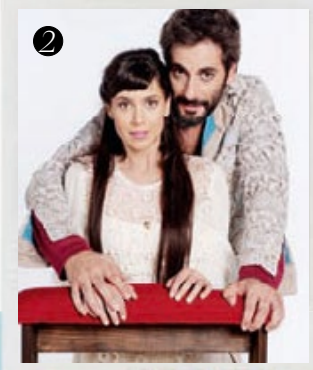
janeiro

O ano começa repleto de comemorações. ***David Bowie*** (1), – que completaria 70 anos no dia 8 – é homenageado com shows pelo mundo todo, em especial de artistas com quem trabalhou. No cinema, não perca as estreias de ***Aliados***, com Brad Pitt e Marion Cotillard; e ***Passageiros***, com a vencedora do Oscar de melhor atriz Jennifer Lawrence. Na TV, Lenny Niemeyer dá dicas de como ser uma boa anfitriã em ***Prazer em Receber*** (2), novo programa do GNT; e Cauã Reymond vive os protagonistas gêmeos da minissérie da TV Globo ***Dois Irmãos*** (3), adaptação do romance homônimo de Milton Hatoum. Em São Paulo, o CCBB recebe a primeira mostra do austríaco ***Erwin Wurm*** (4). Para levar na mala de viagem, a dica é ***O Clube de Leitura de Jane Austen*** (5), de Karen Joy Fowler.

FOTOS: GETTY IMAGES, ELISA MENDES , DIVULGAÇÃO, ESTÚDIO ERWIN WURM, PRISCILA PRADE, RICHARD SCHMIDT, RAUL ARAGÃO, REPRODUÇÃO, COURTESIA MUSEUM OF FINE ARTS BOSTON, ®PINK FLOYD MUSIC LTD, PAOLO ROVERSI, JOÃO MUSA

fevereiro

Hora do Oscar: entre os filmes que concorrem na cerimônia do dia 26, não deixe de assistir a ***La La Land*** (1), musical com Emma Stone e Ryan Gosling, e ***Jackie***, com Natalie Portman no papel principal. Nas telinhas, a Netflix lança ***Santa Clarita Diet***, comédia estrelada por Drew Barrymore. Já no teatro, ***Roque Santeiro*** (2) traz Mel Lisboa e Flávio Tolezani para os palcos da Faap, em São Paulo. Ainda na cidade, a Casa Natura Musical abre suas portas e passa a apresentar shows de artistas como ***Nina Becker*** (3), que lançará novo álbum no segundo semestre. Em Londres, os celebrados ***David Hockney*** (4) e ***Wolfgang Tillmans*** ganham exposições na Tate Britain e na Tate Modern, respectivamente.



março

Line-up cool: o ***Lollapalooza*** (1) anima o fim de semana dos dias 25 e 26 em São Paulo com atrações como The Weeknd, The xx e Tove Lo. No território das artes, a Galeria Nara Roesler recebe a mostra do francês ***Daniel Buren***, que coloriu a Fundação Louis Vuitton com seus vitrais no ano passado. Já as criações em preto de ***Cristóbal Balenciaga*** (2) são tema de exposição no Palais Galliera, em Paris. No cinema, Adam Driver é o protagonista do novo filme de Jim Jarmusch, ***Paterson***, no qual vive um motorista de ônibus aspirante a poeta. Nas livrarias, o destaque é a publicação de *Letras – Vol. 1*, que reúne parte das canções de ***Bob Dylan***, ganhador do último Nobel de Literatura.

abril

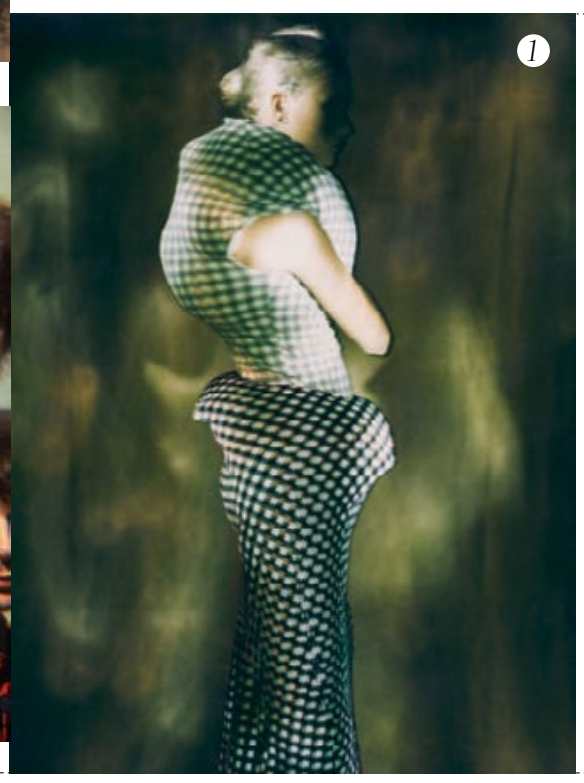
1

2

3

Criador da bela cenografia do desfile do verão 2017 de Dries Van Noten, o artista japonês Makoto Azuma vem a São Paulo para uma instalação imperdível – parte das ações de abertura da ***Japan House***. Ainda na programação das artes da capital paulista, as reflexões de***Yoko Ono*** (1) sobre questões como cotidiano e política são temas de exposição no Instituto Tomie Ohtake; e a feira ***SP-Arte*** (2) traz galeristas e colecionadores para o Parque Ibirapuera entre os dias 6 e 9. Enquanto isso, em Boston, a mostra ***Matisse in the Studio*** (3), no Museum of Fine Arts, reúne mais de 70 obras do artista francês. E a galeria brasileira Mendes Wood DM inaugura endereço em Bruxelas, na Bélgica. Nos palcos da Broadway, o filme ***O Fabuloso Destino de Amélie Poulain*** (4) vira musical.

2


1

maio

Fundadora da Comme des Garçons, a estilista japonesa ***Rei Kawakubo*** (1) é a homenageada deste ano na aguardada exposição do Costume Institute, que acontece a partir do dia 4 no Metropolitan Museum of Art, em Nova York. A mostra reúne 120 looks, de 1981 até os dias de hoje. No Victoria & Albert Museum, em Londres, a celebração acontece em torno da banda britânica ***Pink Floyd*** (2), a partir do dia 13. Já o cantor inglês ***Sting*** desembarca em São Paulo para uma única apresentação, no dia 6, no Allianz Parque. A capital paulista também será palco da mostra ***Impressionismo***, no MAM, com obras de Monet, Renoir, Degas e Van Gogh. No mundo da música, o ***Festival Primavera Sound*** agita a cidade de Barcelona, com Frank Ocean e Mac DeMarco entre seus *highlights*.

junho

O pintor francês ***Henri de Toulouse-Lautrec*** (1), conhecido por retratar a vida boêmia europeia do século 19, ganha exposição no Masp, a partir do dia 29. Na TV, a bem-sucedida série ***Game of Thrones*** estreia sua penúltima temporada, na HBO. Já o festival ***Sónar*** (2) acontece entre os dias 15 e 17 em Barcelona e leva aos palcos o duo eletrônico Justice, o americano Nicolas Jaar e o grupo de hip-hop De La Soul. Nas livrarias brasileiras, desembarca o best-seller *Homegoing*, da escritora nascida em Gana e radicada nos Estados Unidos ***Yaa Gyasi***. Em Nova York, o Guggenheim inaugura *Mystical Symbolism: The Salon de la Rose+Croix in Paris, 1892-1897*, sobre o misticismo da França.

2

1

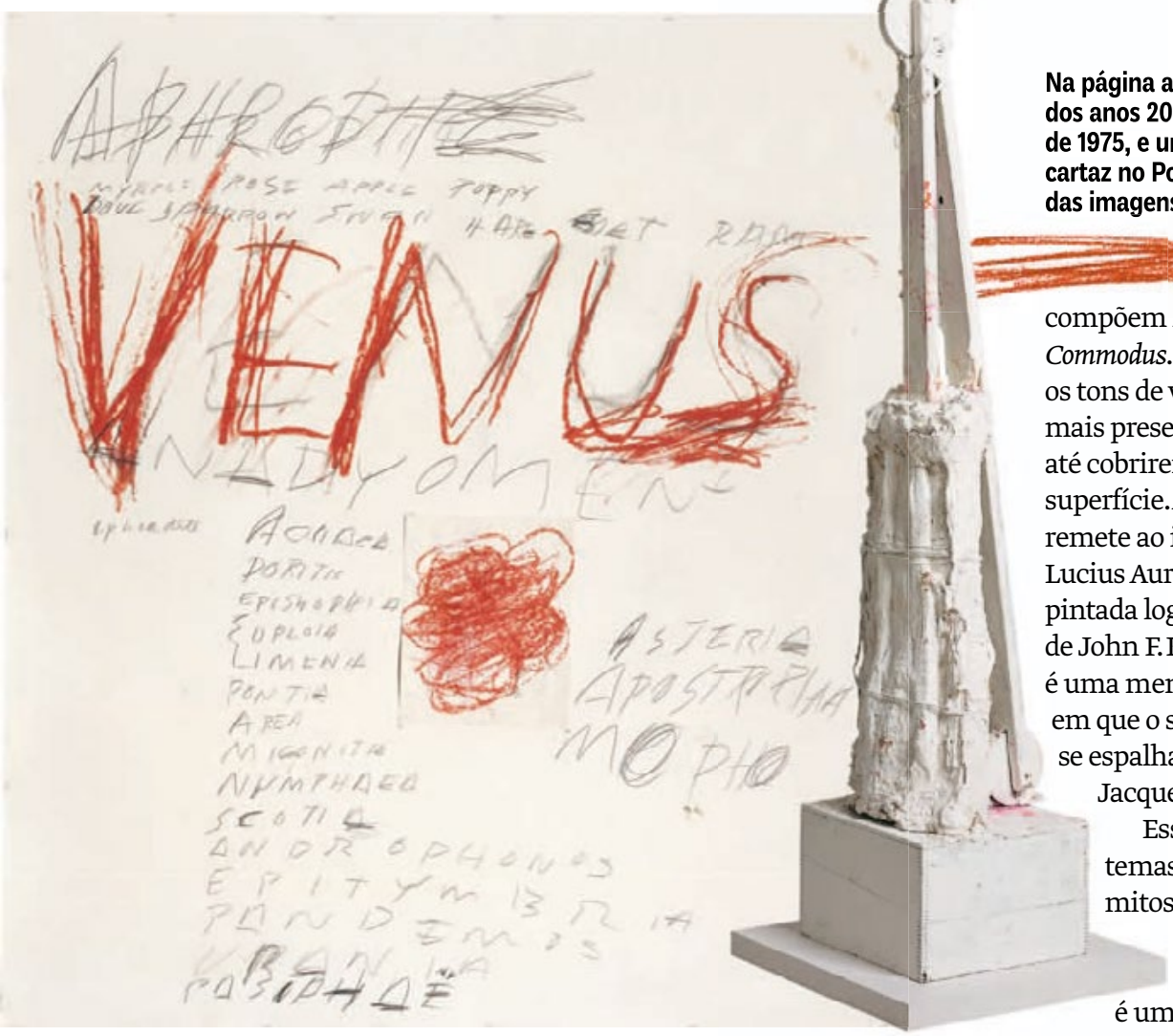
MESTRE *sem rótulos*

Em Paris, o centro Georges Pompidou apresenta a mais completa retrospectiva já realizada de **CY TWOMBLY**, reunindo obras do artista norte-americano que revolucionou as artes no século 20 POR **ADRIANA FERREIRA SILVA**

Desenhos semelhantes aos rabiscos feitos por uma criança, provocantes representações de órgãos sexuais, inscrições que parecem pichação, pinceladas que escorrem sobre a tela. Definitivas na criação de Cy Twombly, essas características tornaram a obra do americano inclassificável em meio a seus pares. Mas, mesmo sem o apelo pop de contemporâneos como Andy Warhol, Twombly é hoje incensado por sua vasta produção, cujo início ocorreu na década de 50 e seguiu até pouco antes de sua morte, em 2011, aos 83 anos. O artista subverteu o expressionismo, antecipou o conceitualismo e encerrou sua carreira renovando as técnicas de pintura a partir de manchas do mestre renascentista Ticiano.

Pela primeira vez, o centro Georges Pompidou, em Paris, abriga uma retrospectiva com esse valioso conjunto de obras. Em cartaz até 14 de abril, a exposição tem 140 itens, entre pinturas, desenhos, fotografias e esculturas, e inicia as comemorações dos 40 anos da instituição de arte contemporânea - que terá eventos na capital e em outras cidades francesas. Fazem parte da mostra quadros desconcertantes como *Venus* e *Apollo*, ambos de 1975, no qual os nomes desses mitos aparecem como grafites sobre um muro, e telas em grandes dimensões feitas nos anos 2000, entre as quais se destacam as cores vibrantes da icônica *Blooming*.

"Essa explosão e a força que vemos nos últimos trabalhos de Cy Twombly são excepcionais e incomparáveis na arte contemporânea", acredita o curador, o dinamarquês Jonas Storsve, com quem *Vogue* conversou na noite da vernissage, em novembro passado. O pesquisador passou os últimos três anos se debruçando sobre coleções particulares, de galerias e museus para conseguir juntar todas as peças. Algumas delas foram



Na página ao lado, *Blooming*, obra dos anos 2000; à esquerda, *Venus*, de 1975, e uma das esculturas em cartaz no Pompidou. Abaixo, uma das imagens da série de polaroides

descobertas de modo inusitado: numa festa de aniversário, conversando com amigos, Storsve encontrou as pistas que o conduziram a *Night Wash* (1966) - uma tela rara, toda pintada de preto, jamais vista desde que passou a integrar o acervo de um colecionador.

Esse trabalho minucioso levou o curador a construir a retrospectiva em torno de três ciclos, que destacam os pontos altos da produção de Twombly. "Neles estão algumas das obras mais excepcionais do fim do século 20", diz ele, numa referência a *Nove Discursos sobre Commodus*, de 1963; *Cinquenta Dias em Iliam*, de 1978; e *Coroação de Sesostris*, de 2000. "Por meio dessas pinturas, relembramos eventos históricos importantes. Em *Sesostris*, por exemplo, Twombly refere-se a um quadro do [francês] Edgar Degas", revela o dinamarquês. "Em suas pinturas, há sempre alusões a acontecimentos ou personagens. Algumas são bem claras, como na série sobre o mito grego *Apollo*, outras quase imperceptíveis. Não é necessário que você as identifique para apreciar o trabalho, mas, quando as descobrimos, tudo se torna mais interessante."

Isso ocorre, por exemplo, no conjunto de telas que compõem *Nove Discursos sobre Commodus*. Em cada uma delas, os tons de vermelho se fazem mais presentes e intensos, até cobrirem a maior parte da superfície. A sequência, que remete ao imperador romano Lucius Aurelius Commodus, foi pintada logo após o assassinato de John F. Kennedy, em 1963, e é uma menção ao momento em que o sangue do presidente se espalha sobre sua mulher, Jacqueline Kennedy.

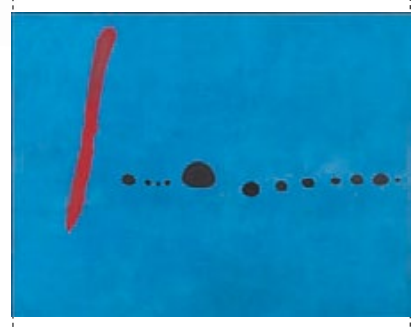
Esse vaivém entre temas contemporâneos, mitos greco-romanos e mestres como Rafael e Da Vinci é uma constante na trajetória de Edwin Parker Twombly Jr. Nascido em Lexington, na Virgínia, ele herdou do pai, um professor de esportes, o apelido Cy - codinome de um jogador de beisebol. Na adolescência, estudando artes em Nova York, conheceu o pintor Robert Rauschenberg, com quem viajou à Europa e ao norte da África, em 1952 - a aventura está registrada em fotos presentes na mostra do Pompidou.

Na mesma década, Twombly mudou-se para Roma, depois de se casar com a aristocrata italiana Tatiana Franchetti, mãe de seu único filho, Cyrus Alessandro. A decisão fez com que ele fosse celebrado na Europa antes dos Estados Unidos, onde seu talento foi ignorado. Como outros gênios, Twombly esteve alguns passos à frente de seu tempo.

> Twombly antecipou movimentos artísticos e subverteu os que existiam

PELA FRANÇA

Outros museus celebram os 40 anos do Pompidou



JOAN MIRÓ
Em cartaz a partir de 13 de maio no Museu de Belas Artes de Libourne (sudoeste da França), a mostra reúne desenhos que combinam influências infantis e de pinturas rupestres.

WASSILY KANDINSKY
O período em que o artista russo viveu em Paris é tema de uma individual que se inicia em 29 de outubro, no Museu de Grenoble, na região dos Alpes.

YVES KLEIN
Em junho, o Museu de Arte Moderna e Contemporânea de Nice celebra artistas nascidos nessa cidade da Côte d'Azur, no sul do país, entre eles, Yves Klein, Arman e Claude Pascal.

FOTOS: FUNDAÇÃO CY TWOMBLY/CORTESIA FUNDAÇÃO NICOLA DEL ROSCIO/STUDIO SILVANO, GAETA, MIMMO CAPONE, CORTESIA SAMMLUNG UDO E ANETTE BRANDHORST, JOCHEN LITTKEMANN, JOAN MIRÓ BLEU II 1961 © SUCCESSIÓ MIRÓ ADAGP, VASSILY KANDINSKY MIT DEM SCHWARZEN BOGEN 1912, YVES KLEIN GRANDE ANTHROPOPHAGIE BLEUE 1960 © YVES KLEIN ADAGP, CENTRO POMPIDOU

PARIS, *je t'aime*

Um dos mais relevantes fotógrafos de moda do século 20, o americano **RICHARD AVEDON** ganha exposição na capital francesa sobre sua íntima relação com a cidade POR **ISABEL JUNQUEIRA**

Avedon fotografado por Lartigue, em 1966

Em 1947, Richard Avedon (1923-2004), então com 24 anos, desembarcou em Paris para cobrir os desfiles de alta-costura. Assim como seu mentor, o fotógrafo húngaro Martin Munkacsi, o nova-iorquino deixou o estúdio e levou sua câmera para as ruas – apostando em dinamismo e movimento, em vez de imagens estáticas, que dominavam as páginas das revistas da época. Mas, ao contrário de Munkacsi, que costumava clicar pessoas anônimas, o jovem fotógrafo tinha Catherine Deneuve, Jeanne Moreau e outras das atrizes e modelos mais emblemáticas da época como protagonistas de suas imagens. E – mais importante – seu olhar eletrizante combinava com a energia da Paris do pós-guerra.

"Foi um momento historicamente maravilhoso para começar", costumava dizer Avedon, que se hospedava no Ritz quando estava na cidade, hotel frequentado por Marcel Proust, seu escritor favorito. Aquela pode ter sido a primeira, mas não a última vez que a capital francesa marcaria a carreira de um dos maiores artistas do século 20. Sua relação com o país – e sua capital, em especial – fica evidente na exposição *La France d'Avedon*, em cartaz até 26 de fevereiro na Biblioteca Nacional da França, em Paris. O espectador ingressa na mostra por meio de cenas do emblemático *Cinderela em Paris*, musical de 1957 dirigido por Stanley Donen e estrelado por Audrey Hepburn e Fred Astaire, baseado na vida e carreira de Avedon.

Um dos destaques da mostra: o retrato de Catherine Deneuve, de 1968

No filme, Astaire vive o personagem Dick Avery, um fotógrafo que vê na vendedora de livros e intelectual Jo Stockton (Hepburn) sua modelo ideal. Donen não se contentou em colocar a vida do fotógrafo em cena e acabou contratando-o como consultor visual do longa-metragem. Não à toa, as cenas de editoriais que aparecem no filme, clicadas em cartões-postais da cidade, saíram justamente das lentes de Avedon por meio de um sistema um tanto complexo à época que ligava sua câmera à do diretor. Assim, foi possível acompanhar em tempo real os cliques do nova-iorquino durante a produção cinematográfica.

A relação de Avedon com Paris se estreitou ainda mais em 1963, quando ele descobriu a obra do fotógrafo francês Jacques Henri Lartigue, que retratou poeticamente a cidade ao longo de seis décadas. Ele nunca se esqueceu do momento em que John Szarkowski, diretor de fotografia do MoMA, mostrou-lhe alguns negativos de Lartigue, que fariam parte da primeira mostra sobre o trabalho do francês organizada pelo museu nova-iorquino.

Para Avedon, no entanto, uma única exposição não era o suficiente para celebrar o talento do

FOTOS: © MINISTÈRE DE LA CULTURE - FRANCE/AAJHL, © THE RICHARD AVEDON FOUNDATION E DIVULGAÇÃO

S'AFETY FILM KODAK

Audrey Hepburn, Mel Ferrer e Buster Keaton clicados pelo americano em Paris, em 1959

fotógrafo, que beirava os 70 anos. Assim, o americano passou três anos atravessando o Atlântico para organizar uma monografia sobre a obra completa de Lartigue. Batizado de *Diary of a Century* e publicado em 1970, o livro chancelou a entrada definitiva do francês na história da fotografia mundial. Avedon bebeu na fonte do mestre nos anos seguintes em que retratou as ruas de Paris – imagens essas que aparecem com destaque na mostra da Biblioteca Nacional da França, que inclui também o belo retrato do americano em movimento, clicado pelo próprio Lartigue, em 1966.

Outro ponto alto da mostra parisiense são os icônicos *portraits* feitos por Avedon em fundo branco. Difícil pensar em alguma personalidade francesa que não tenha posado para suas lentes: Coco Chanel, Loulou de la Falaise e Jean Cocteau foram apenas algumas delas. A galeria de retratos aumenta ainda mais a partir de 1985, quando ele começou a colaborar com a revista francesa *Egoïste*, que lhe deu liberdade total de criação em uma Europa em plena transformação. Um dos mais interessantes é o registro que Avedon fez do famoso baile Volpi, em 1991. Impossível olhar para a aristocracia decadente nas imagens e não se lembrar do clássico *Em Busca do Tempo Perdido*, de Proust.

> A relação de AVEDON com Paris se estreitou ainda mais quando descobriu a obra do *francês* Jacques Henri LARTIGUE

Biblioteca National da França: *Quai François Mauriac, Paris 6. Até 26 de fevereiro*

moda

Ilustração de Tony Viramontes de uma das criações de Stephen Jones

CHAPELEIRO MALUCO

Livro reúne lembranças afetivas de Stephen Jones

Souvenirs (Rizzoli, US$ 135), livro que acaba de ser lançado sobre a trajetória do inventivo chapeleiro britânico Stephen Jones, não foi batizado com esse nome à toa. Escrito pela respeitada editora de moda inglesa Susannah Frankel em parceria com o próprio Jones, a publicação aborda a vida repleta de excentricidades do designer de 59 anos, desde sua infância em Liverpool até tornar-se uma das figuras mais celebradas da moda – ele trabalhou com diferentes gerações de estilistas, de Jean Paul Gaultier a Nicolas Ghesquière.

A cada página o leitor é presenteado com fragmentos que incluem fotografias, desenhos e até cartas trocadas entre ele e outros grandes nomes da moda, como o da diretora criativa da *Vogue* americana por 28 anos Grace Coddington, que, aliás, assina o prefácio da obra. **MARINA MILHOMEM**

Parceria com Christiopher Kane para seu inverno 2016

FOTÓGRAFO, *logo existo*

Jesus Days (1978-1983), primeira obra do ex-pastor americano Greg Reynolds, um dos destaques da mostra

A **FUNDAÇÃO PRADA** inaugura espaço em Milão dedicado à fotografia contemporânea, que abre as portas com uma exposição que reflete sobre a influência das redes sociais nos registros do cotidiano atual

No fim do século 19, a fotografia deixou os estúdios profissionais e ganhou o dia a dia, graças ao advento da câmera portátil – instrumento ideal para documentar rituais da vida privada. Logo a ideia de clicar peculiaridades do cotidiano foi além dos álbuns de família – Jacques Henri Lartigue, Nan Goldin e Wolfgang Tillmans estão entre os muitos fotógrafos consagrados que fizeram de seus registros obras de arte.

Esse tipo de fotografia mudaria mais uma vez no início dos anos 2000, com o surgimento das redes sociais. A nova transformação no modus operandi do documentário pessoal está no cerne de *Give Me Yesterday*, primeira exposição do Observatório, área dedicada às tendências da fotografia contemporânea que acaba de ser inaugurada pela Fundação Prada em Milão.

O novo espaço, localizado no quinto e no sexto andar da emblemática Galleria Vittorio Emanuele II, na Piazza del Duomo, não poderia contar com tema mais atual e pertinente em sua mostra de abertura. Em cartaz até o dia 12 de março, a exposição reúne 53 trabalhos de 14 artistas de diferentes partes do globo, feitos desde o início dos anos 2000. "O diário fotográfico perdeu a espontaneidade de antigamente. Ficou mais encenado e performático, principalmente porque essas imagens são postadas a todo momento nas redes sociais", diz o curador Francesco Zanot.

O trabalho de Ryan McGinley ilustra bem o impacto das plataformas digitais na fotografia. Tido como um dos sucessores de Nan Goldin, o americano ficou famoso na virada dos anos 2000 ao clicar a vida de sua entourage nova-iorquina de forma nua e crua. Os cliques de McGinley se diferenciam da sua antecessora, no entanto, pela consciência de seus personagens de estarem em seu foco. Em 2003, o artista passou a organizar eventos onde dirigia seus amigos em diversas situações. Realidade e performance se tornaram difíceis de se separar.

Essa ambiguidade também permeia a série *Pretend You're Actually Alive*, do americano Leigh Ledare, cuja mãe aparece em momentos íntimos, desconstruindo seu papel. É interessante perceber

FOTOS: GREG REYNOLDS, IZUMI MIYAZAKI, RYAN MCGINLEY/CORTESIA TEAM GALLERY, LEIGH LEDARE/CORTESIA GUIDO COSTA PROJECTS, DIVULGAÇÃO, JOSH OLINS

Em sentido horário, a partir da esquerda: *Hair Cut* (2016), autorretrato de Izumi Miyazaki; *Dakota Hair* (2004), de Ryan McGinley; e *Mom as Baby Jane* (2005), de Leigh Ledare

como os artistas da exposição nascidos nas décadas de 70 e 80 manifestam a chegada das redes sociais e sua influência na fotografia de forma diferente da geração que veio ao mundo nos anos 90. Enquanto os fotógrafos com cerca de 35 anos ironizam as *selfies* e a exposição da vida pessoal, os mais novos preferem explorar referências surrealistas e montagens, técnica muito utilizada na era digital. "Leigh Ledare é um ótimo exemplo de artista da geração X que faz sátiras com o fato de o personagem saber que está sendo observado e fotografado", diz o curador.

Mas a descoberta mais surpreendente de *Give Me Yesterday* é o trabalho de Greg Reynolds: apesar de ser o artista mais velho da exposição, com 58 anos, é o mais novo do grupo na profissão – o americano lançou sua primeira obra, *Jesus Days*, em 2014. A imagem faz parte de uma série de fotos inéditas clicadas pelo artista entre 1978 e 1983, quando ele ainda trabalhava como pastor em Kentucky e antes de fazer seu *coming out* como fotógrafo, se assumir homossexual e mudar-se para Nova York. Por si só, o trabalho de Reynolds já vale a visita à exposição.

ISABEL JUNQUEIRA

Fundação Prada – Observatório: *Galleria Vittorio Emanuele II, Piazza del Duomo, Milão. Até 12 de março*

livro

ELEGÂNCIA ATEMPORAL

Novo livro celebra os fascinantes anos de Carolina Herrera na moda

Há 35 anos, Carolina Herrera, na época já consagrada como símbolo de elegância, sempre nas listas de mais bem-vestidas, apresentava sua primeira coleção ao mundo. Na primeira fila estavam figuras emblemáticas como o artista (e seu amigo) Andy Warhol e a diretora da *Vogue* americana Diana Vreeland, que foi quem incentivou a venezuelana radicada nos Estados Unidos a lançar sua grife.

O começo tardio – a estilista tinha 42 anos quando suas primeiras criações chegaram às passarelas – não a impediu de se tornar um dos nomes mais relevantes do meio. Agora, sua trajetória é revista em *Carolina Herrera: 35 Years of Fashion* (Rizzoli, US$ 75), vendido nas lojas CH Carolina Herrera no Brasil. MARINA MILHOMEM

Na direção **CERTA**

Com uma câmera na mão e muitas ideias na cabeça, o carioca **BRUNO ILOGTI** é o nome por trás de ótimos filmes que permeiam o universo da moda e da beleza e de clipes definitivos para as cantoras Anitta e Fergie POR **ANA CAROLINA RALSTON** FOTO **GUI PAGANINI**

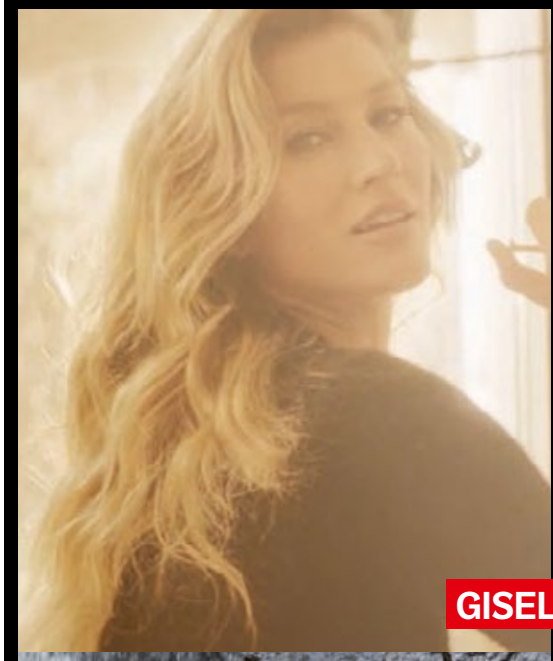
Talvez você nunca tenha ouvido falar do diretor carioca Bruno Ilogti, mas certamente já viu um de seus trabalhos recentes, como os clipes *Bang* e *Essa Mina É Louca*, hits de Anitta que, juntos, somam cerca de 400 milhões de visualizações no YouTube – e foram o pontapé inicial de uma reviravolta estética e musical na trajetória da cantora. É ele também o nome por trás do vídeo de *Hungry*, nova música de Fergie, parte do aguardado álbum solo da vocalista do The Black Eyed Peas a ser lançado este mês; e das belas imagens de Gisele Bündchen balançando as mãos com as peças da nova coleção da Vivara e os pés com os lançamentos do verão 2017 da Arezzo.

São produções como essas, que vão do trabalho autoral ao publicitário, que serviram de base para outras que Ilogti, 27 anos, lança este ano e que o tornam um talento em ascensão na direção de filmes. A primeira delas é o curta filmado em Milão para a coleção-cápsula *ID Camouflage*, do verão 2017 da Valentino, cujas peças chegam às lojas no fim do mês.

A intimidade com a câmera começou cedo, aos 12 anos, quando Bruno reunia os amigos para reproduzir cenas de seus filmes preferidos como *A Mão que Balança o Berço* (1992) e *Harry Potter e a Pedra Filosofal* (2001). "Eu escrevia, dirigia e orientava o grupo sobre como devia atuar. No fim, ainda editava", relembra ele, que acaba de se mudar do Rio para São Paulo e entrar para a equipe de diretores da O2 Filmes, de Fernando Meirelles.

A técnica de edição fragmentada, aliada a um olhar visceral e meio *dark*, pontos importantes de sua produção autoral, chamaram a atenção de Ricardo Bräutigam, fundador da marca carioca Ausländer. Em 2011, Bräutigam convidou Ilogti para dirigir o filme da campanha do verão da grife, estrelada pelo modelo canadense Zombie Boy, que tem o corpo e o rosto cobertos de tatuagens, e Andrej Pejic (agora Andreja, depois de passar por uma cirurgia de mudança de sexo, em 2014).

O trabalho com a Ausländer rendeu bons frutos. Além de produções para outras marcas, como a Redley, Ilogti tornou-se amigo de Pejic, hoje uma das mais conhecidas modelos transgêneros do mundo, que topou protagonizar o elogiadíssimo curta independente *Rumors from an Aeolian Harp*, de 2012, ano em que o carioca mudou-se para Nova York para fazer um curso de direção na New York Film Academy. Em 2013, Ilogti convidou Pejic para participar de um segundo projeto autoral, o curta-metragem *Reason* (2013), no qual a modelo interpreta uma socialite em uma consulta imaginária com uma terapeuta, vivida pela atriz Anna Mouglalis (*Coco Chanel & Igor Stravinsky*). Foi por causa das imagens sensíveis de projetos como esses que a equipe da Maison Valentino propôs que ele assinasse o filme para a coleção-cápsula da grife – motivo de sobra para ficar de olho nesse talento das câmeras, que promete mais surpresas ao longo do ano que está apenas começando.



GISELE

ANDREJA

FERGIE

ANITTA

EM FOCO

Bruno começou a trabalhar com a top durante os três anos em que morou em Nova York. Atualmente, assina duas campanhas publicitárias protagonizadas por ela, das coleções do verão 2017 da Vivara e da Arezzo.

Amigo da modelo transgênero desde 2011, Ilogti fez algumas boas parcerias com Pejic desde então. Entre elas, o curta *Rumors from an Aeolian Harp* (2012), uma adaptação cinematográfica do poema homônimo do americano Henry David Thoreau, que fala sobre a personificação da beleza.

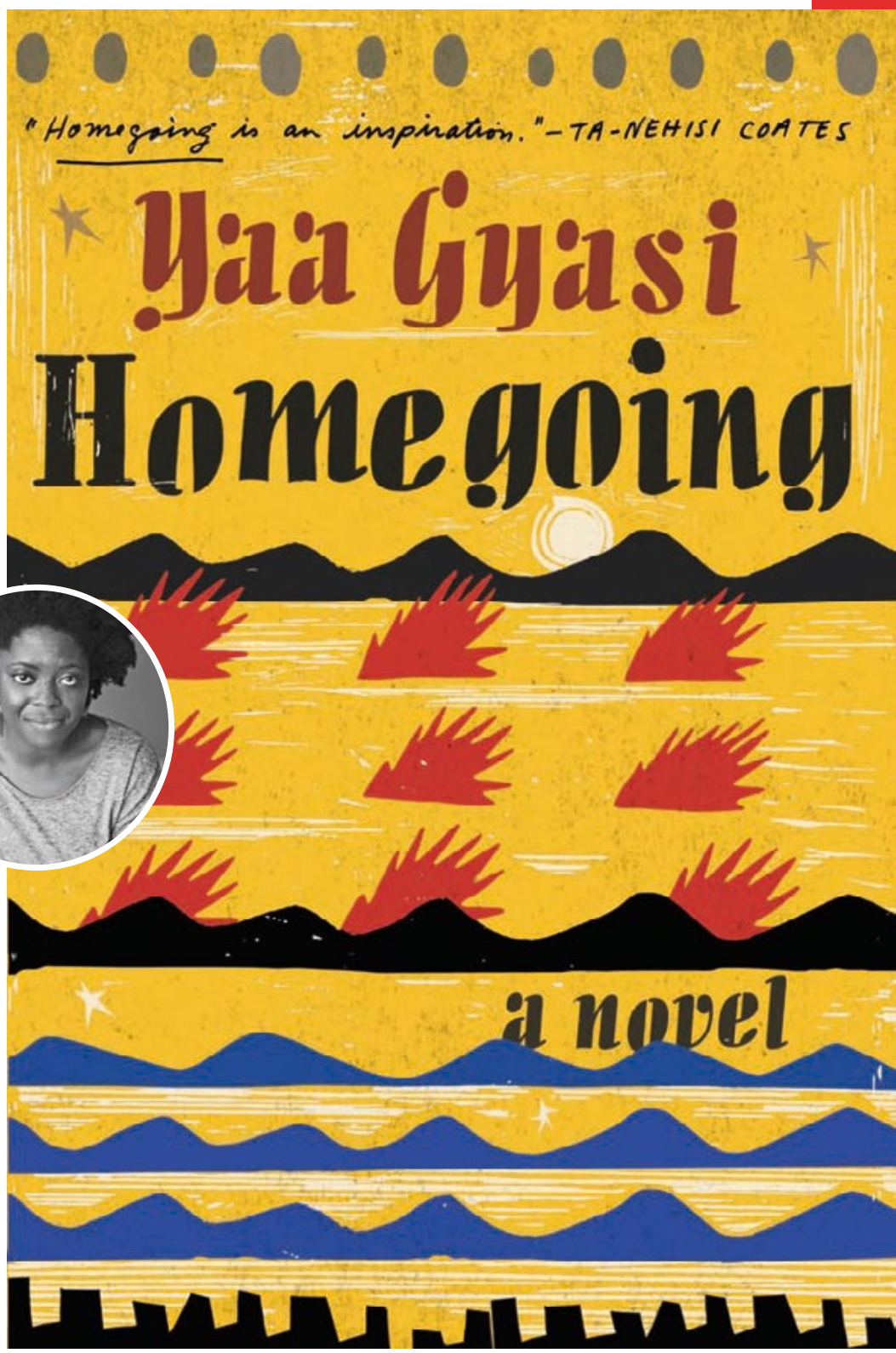
"Tivemos muita afinidade", conta ele, sobre a parceria com Fergie.
O carioca já dirigiu dois clipes do novo disco da cantora *Double Dutchess*, com previsão de lançamento para este mês: *Hungry* e *Just Like You* – o último, com styling de Carine Roitfeld.

Ao todo, foram três videoclipes dirigidos por ele para a cantora carioca: *Bang* (2015), *Essa Mina É Louca* (2016) e *Cravo e Canela* (2016). "Acompanhei todo o processo de transformação da Anitta e admiro muito o trabalho dela", diz.

FOTOS: DIVULGAÇÃO E REPRODUÇÃO

ENTRE O PASSADO *e o presente*

Uma ótima geração de **AUTORAS NEGRAS** usa a escrita para refletir sobre suas origens, com olhar contemporâneo e cosmopolita POR **ANA CAROLINA RALSTON**

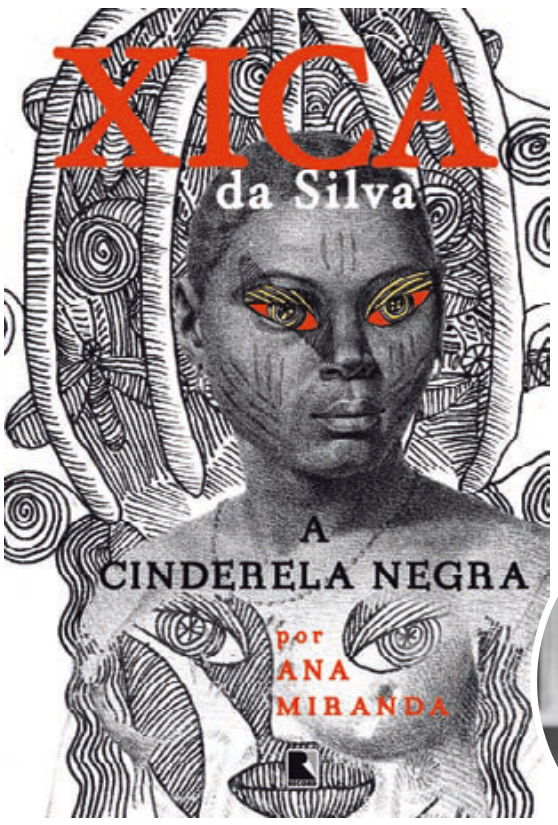


A nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie, 39 anos, extrapolou o universo dos livros quando trechos de seu discurso *Sejamos Todos Feministas*, realizado em 2012 durante o TED Talk, ganhou a voz de Beyoncé dois anos depois, no hit "Flawless". A validação de seu nome pela diva pop confirmou mais uma vez que a escritora é um dos talentos mais relevantes da literatura atual.

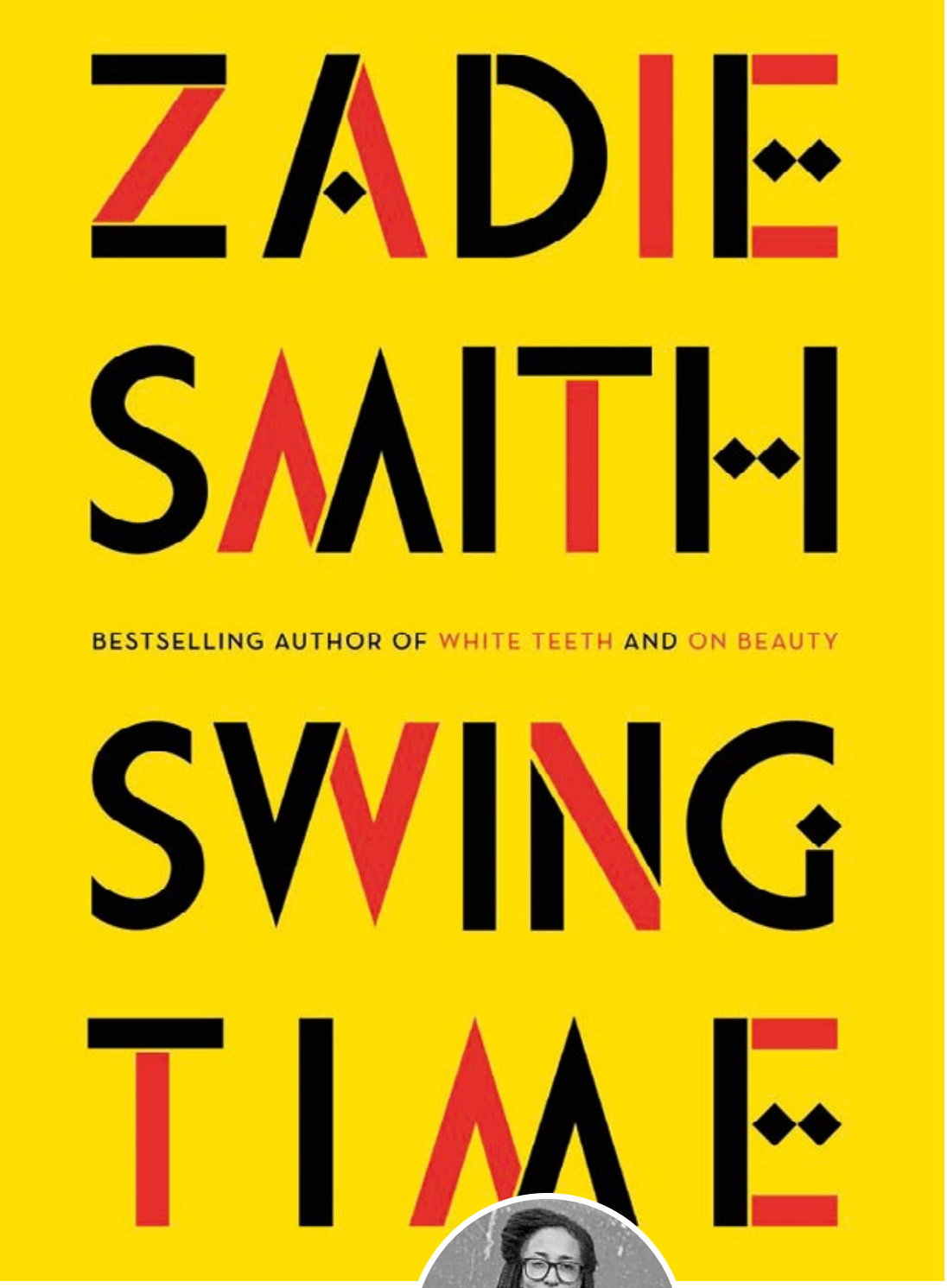
Chimamanda foi uma das autoras negras que abriram caminho para uma geração que vem se debruçando sobre seu passado de forma contemporânea. Antes de lançar seu primeiro livro, em 2003, ela chegou a ouvir que seria mais fácil publicá-lo se fosse indiana, nacionalidade em alta naqueles tempos.

Hoje, a nigeriana e outras autoras com raízes africanas que escrevem em inglês, como Zadie Smith e Yaa Gyasi, ocupam os rankings de livros mais vendidos nos Estados Unidos e na Europa. Elas fazem parte de um grupo de mulheres que nasceram longe da terra de seus ancestrais, ou que a deixaram ainda criança, e que retratam em seus livros os desdobramentos da relação entre a cultura afro e a que está ao seu redor, pelos olhos de cidadãos negros cosmopolitas.

Essa ligação entre o passado e o presente tratada de uma forma atual foi o que colocou *Swing Time* (à venda na Amazon, ainda sem previsão de lançamento no Brasil) entre os best-sellers do ano passado. Escrito pela autora inglesa de origem jamaicana Zadie Smith, o romance remete à história que consagrou a napolitana Elena Ferrante em sua tetralogia iniciada pelo bem-sucedido *A Amiga Genial*. A narrativa de Zadie trata de duas amigas mestiças que sonham ser dançarinas – mas apenas uma delas possui talento para os palcos. É na outra, no entanto, que o leitor encontra a reflexão feita de forma impactante de temas que circundam a paixão das jovens, como a história da música negra, a relação entre ritmo e rituais de tribos africanas e as raízes de ambas as famílias.



Esse retorno às origens aparece também no ótimo *Homegoing* – a ser lançado no próximo mês de junho pela Companhia das Letras –, da autora nascida em Gana e radicada nos Estados Unidos Yaa Gyasi. Nele, a escritora de 26 anos narra a história de duas meias-irmãs separadas na infância, quando uma delas é vendida como escrava, e a outra se casa com um britânico de muitas posses, no século 19. O livro descreve como o destino das duas irmãs teve consequências na vida de seus descendentes até os dias de hoje.



No Brasil, essa temática também desponta entre as escritoras, como a poeta Mel Duarte, que participou da abertura da última edição da Flip, em julho passado, declarando um texto dedicado às mulheres negras. Enquanto isso, nomes consagrados como Ana Miranda também trazem essa reflexão à tona. Em seu recém-lançado *Xica da Silva, A Cinderela Negra* (Record, R$ 70), ela relembra a vida da escrava que se tornou a mulher mais poderosa das minas de diamantes por meio da história da mãe de Xica, capturada na África e trazida para cá ainda criança, passando pela difícil relação do Brasil Colônia com Portugal.

A própria Chimamanda também está com um novo livro, a ser lançado no próximo mês no Brasil pela Companhia das Letras: *O Manifesto para Educar Crianças Feministas*, publicado pela autora primeiramente no Facebook em outubro passado, pouco após dar à luz seu primeiro filho – fato que escondeu da mídia até bem depois do nascimento. "Sinto que vivemos em uma era em que as mães precisam expor sua gravidez. O curioso é que não esperamos o mesmo dos pais", contou a autora, quando foi questionada pela atitude. No livro, Chimamanda discute o papel da mulher no mundo em uma carta escrita para uma amiga que acaba de ter uma filha. Pelo jeito, você ainda vai ouvir muito falar desse novo time de autoras. Prepare-se!

FOTOS: DIVULGAÇÃO, ADRIANA VICHI, MICHAEL LIONSTAR, REPRODUÇÃO E GETTY IMAGES

arte

A BAHIA DE CARYBÉ

O candomblé e a cultura baiana são tema da mostra do argentino radicado no Brasil, em São Paulo

Foi Jorge Amado quem chamou Carybé (1911-1997), seu amigo íntimo, de "o mais baiano dos baianos". As palavras foram escritas no livro *O Capeta Carybé*, de 1986, uma biografia afetiva do artista. Argentino de nascimento, mas brasileiro de coração, Hector Julio Páride Bernabó retratou com maestria as singularidades da cultura e do cotidiano de Salvador, universo em que mergulhou durante 30 anos. Entre sua vasta produção, estão 50 aquarelas selecionadas por sua filha, Solange Bernabó, para a mostra *As Cores do Sagrado*, em cartaz na Caixa Cultural São Paulo.

As obras que compõem a exposição foram retiradas do raríssimo livro *Iconografia dos Deuses Africanos no Candomblé da Bahia,* publicado originalmente em 1981, que conta com mais de cem pinturas de Carybé. Frequentador assíduo de terreiros até o último minuto de vida – ele morreu durante uma cerimônia de candomblé em 1997 –, o artista captou com rigor os detalhes dos rituais e celebrações da religião, eternizados nos seus traços rápidos e cores vibrantes.

MARINA MILHOMEM **Caixa Cultural São Paulo:** *Praça da Sé, 111, São Paulo. Até 28 de fevereiro*

***Cerimônia para Oxalufã - Opô Afonjá*, na qual Carybé retrata as pinturas e vestimentas típicas do ritual**

Laura Miranda veste ***Jonhson Cavalcante****. Isa Eing veste* ***Bruno Nova*** *e Liza S veste* ***Gabriel Gil****. Sapatos* ***Fernando Pires.***
Na página ao lado, da esq. à dir.: Laura Miranda veste ***Maria Fernanda D'Anzicourt****, Isa Eing veste* ***Roberto Mendes*** *e Liza S veste* ***Isis de Oliveira***

Olho neles

Uma moda urbana, contemporânea e sofisticada ganhou a passarela do Museu Nacional de Brasília, palco da 3ª edição do Senai Brasil Fashion, projeto que empodera e dá visibilidade a novos talentos nacionais. Guiados pelo tema Transformação, 12 alunos criaram uma minicoleção com a ajuda de experts na área, como os estilistas Ronaldo Fraga, Lino Villaventura, Alexandre Herchcovitch, Lenny Niemeyer e o stylist Daniel Ueda

FOTOS: *Daniel Mattar* **STYLING:** *Bebel Moraes*

Da esq. à dir. Isa Eing veste **Hiago Rocha**, *Liza S veste* **Elda Ribeiro**, *Laura Miranda veste* **Pétala Rodrigues**.
Na página ao lado, da esq. à dir. Laura Miranda veste **Lucas Paiva**, *Liza S veste* **Tiago Tadeu**,
Isa Eing veste **Carolina Contador**. *Sapatos* **Fernando Pires**

BELEZA: VINI KILESSE MODELOS: ISABELA EING (FORD), LAURA MIRANDA (MEGA), LIZA S (WAY)

fashionista

VOGUE

No centro de São Paulo, durante sua passagem pelo Brasil em novembro passado, Clara usa camiseta (R$ 93) basico.com, jaqueta Margiela e calça B. Luxo

Styling: Alexandra Benenti

Na batida PERFEITA

Musa e amiga da nova safra de estilistas franceses que surgiu no underground e hoje faz barulho no *mainstream*, como Demna Gvasalia e Jacquemus, a DJ Clara 3000 sintetiza o visual e a música da temporada POR **ANA CAROLINA RALSTON** FOTOS **HICK DUARTE**

Era quase meia-noite de uma quarta-feira de novembro passado quando o quarto andar do charmoso predinho que abriga o Chez Oscar – restaurante, bar e balada comandado por Karina Mota, Seba Orth, David Laloum e Lucas Mello –, no bairro dos Jardins, em São Paulo, parou. O motivo não foi uma falha do som, mas sim a entrada da francesa Clara Deshayes, DJ conhecida como Clara 3000, nova musa da turma fashionista, convidada pela marca paulistana basico.com para assumir as picapes em sua última festa.

A música e o estilo da francesa de 26 anos viraram obsessão no mundo da moda. Com um visual particular, misturando com elegância peças *gender neutral* e *street*, ela virou ícone da nova geração de estilistas parisienses que tem espírito underground, mas vem fazendo barulho com o *mainstream*. No ano passado, Clara não só criou inusitadas trilhas para os desfiles das grifes Balenciaga, Vetements, Jacquemus e Sies Marjan, como também desfilou para as duas primeiras, a convite do amigo e diretor criativo de ambas, o estilista Demna Gvasalia. "Adoro criar algo que ajude meus amigos a materializar o *mood* de suas coleções", conta ela, durante um café da manhã na casa do casal franco-brasileiro Karina e Seba, após mais uma agitada noite comandando o som do Bar Secreto.

"Minha relação com a moda começou nas boates, onde conheci muitas pessoas desse universo. Acabei me tornando próxima delas e logo me convidaram para produzir as trilhas de seus desfiles e a participar deles", conta Clara, que encerrou a apresentação do inverno 2016/17 da Balenciaga – a primeira assinada por Demna para a marca – em março passado, carregando a bolsa listrada estilo sacola de feira que virou febre da temporada, ao som de suas próprias batidas. No desfile do verão 2017, em outubro, ela repetiu a dose: com um look total pink, cruzou a passarela no ritmo de seu remix de "Wicked Game", de Chris Issak, seguida de outras canções românticas de Whitney Houston e George Michael.

Autodidata, Clara apaixonou-se pela música eletrônica quando ainda estava no colégio. Um amigo levou-a em um show de techno e "a energia daquele lugar me deixou extasiada", conta. Decidiu concorrer a um estágio na *Trax*, revista especializada no assunto, que a permitiu mergulhar ainda mais nesse universo. "Escutava os discos durante o dia e ia às boates à noite", relembra. Como ainda era menor de idade, ficava em um canto da festa apenas de olho nos movimentos dos DJs. Aos 17 anos, passou a colocar em prática o que via na noite. "Em pouco tempo, fui trabalhar com Pedro Winter na Ed Banger [uma das mais importantes gravadoras de música eletrônica do mundo], até o dia em que ele disse que eu abriria o show do Justice. Surtei", conta, sobre o evento que definiu o início de sua carreira, em 2008, quando ganhou o apelido de Clara 3000. Por ser a mais nova da trupe, com apenas 20 anos, diziam que ela era o futuro, a "Clara dos anos 3000". Desde então, não saiu mais da pista seguindo sempre em sintonia com o codinome.

A partir da esquerda, Clara no desfile de estreia de Demna na Balenciaga no inverno 2016/17. Na mesma temporada da Vetements e no verão 2016 da Acne. Abaixo, na capa da edição de junho passado da revista britânica *i-D*

Aos 20 anos, ganhou o apelido dos *amigos* por ser o FUTURO, a "Clara dos anos 3000"

Clara veste jaqueta Lee e camiseta (R$ 93) basico.com

PRODUÇÃO: ANA ELISA ARIETTI BELEZA: AMANDA SCHÖN ASSISTENTE DE FOTOGRAFIA: RAPHAEL DINIZ

Herança TOP

Acostumada com os flashes e o melhor da moda mundial desde o berço, uma geração de filhos de supermodelos dos anos 80 e 90 desponta nas passarelas, em editoriais e nas primeiras filas **POR JULIA DINIZ**

À esquerda, Lucie em capa da *Vogue* italiana de 1992 e, acima, com a filha Ella em fotos para a grife Stella McCartney

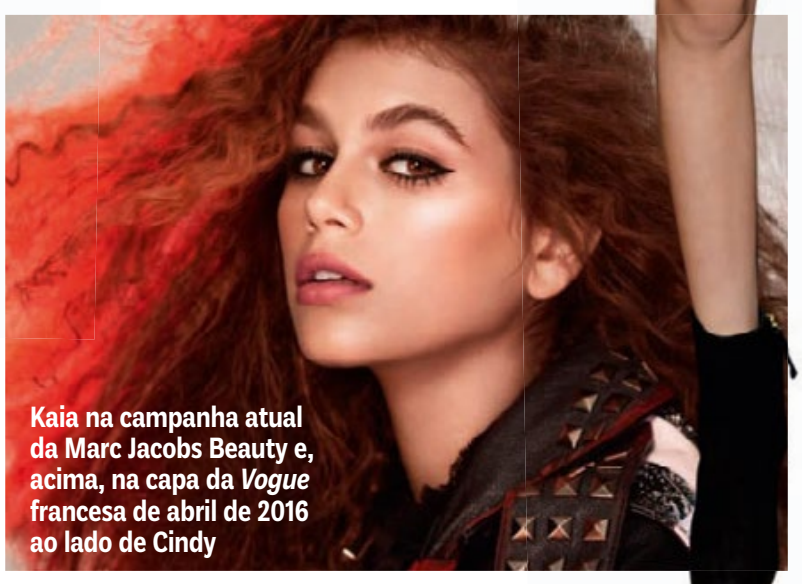
ELLA RICHARDS
MÃE: LUCIE DE LA FALAISE

Clicada com apenas 1 ano por Bruce Weber ao lado da mãe e de Kate Moss numa banheira, Ella praticamente nasceu em frente às câmeras. A sobrinha-neta de Loulou de la Falaise e neta do Stone Keith Richards estreou nas passarelas em 2012 – e desde então não parou mais. Aos 20 anos, tem no currículo campanhas para Tom Ford e Burberry, desfiles para grifes como Dolce & Gabbana, Fendi e Alexander McQueen, além de inúmeras aparições em revistas. Dividindo-se atualmente entre Londres e Nova York, circula com um estilo despojado e tem como grifes preferidas Isabel Marant e Chloé.

À direita, Ella em editorial para esta *Vogue*, em novembro passado

KAIA GERBER
MÃE: CINDY CRAWFORD

A caçula de Cindy Crawford e do empresário Rande Gerber já provou que não tem apenas os belos traços da mãe, mas também seu talento: aos 15 anos, estrelou campanhas para a Alexander Wang e a Marc Jacobs Beauty, editoriais para a *Teen Vogue* e uma capa da *Vogue* francesa ao lado de Cindy, em abril passado. Criada em Malibu, Kaia faz o típico estilo LA *girl,* circulando com looks boho, microcomprimentos e longos cabelos com mechas californianas. "Kaia sempre amou moda, mas o conselho mais importante que lhe dei foi que as tendências devem ser seguidas apenas como inspiração. Ela tem que desenvolver um estilo próprio", conta a mamãe coruja à *Vogue*.



Kaia na campanha atual da Marc Jacobs Beauty e, acima, na capa da *Vogue* francesa de abril de 2016 ao lado de Cindy

À esquerda, Ilona com vestido Dior, e Estelle em capa da *Vogue* americana de 1987. Abaixo, a jovem com o estilista Olivier Rousteing

ILONA SMET

MÃE: ESTELLE LEFÉBURE

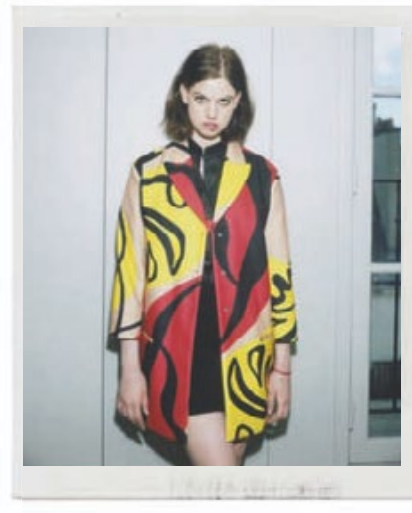
Criada entre Paris, Los Angeles e Mônaco, a filha da top e do cantor David Hallyday estudou pintura na Central Saint Martins e, aos 21 anos, já é presença frequente na primeira fila de desfiles de marcas como Dior, Sonia Rykiel e Kenzo. Além da beleza, Ilona também herdou da mãe o estilo casual – no dia a dia, circula de jeans e t-shirt. Já nos momentos de festa, elege modelos ultrafemininos da Dior e da Balmain. Apesar da paixão declarada por moda, ela quer mesmo é seguir os passos da tia, a francesa Laura Smet, e fazer carreira como atriz.

Kristen em capa da *Vogue* italiana de 1992

LILY MCMENAMY

MÃE: KRISTEN MCMENAMY

A filha da top começou com o pé direito na moda: ainda bebê, cruzou a passarela da Chanel no colo de Kristen – a mãe é amiga íntima de Karl Lagerfeld, que, inclusive, a acompanhou até o altar no seu casamento com o fotógrafo Miles Aldridge, ex-padrasto de Lily. Criada em Londres, a americana se mudou para Paris aos 18 anos e chegou a trabalhar como garçonete antes de ser fisgada pela moda. Estreou nas passarelas em 2012, em um desfile da Saint Laurent, e hoje é *new face* disputada. Com enormes olhos azuis e lábios carnudos, esbanja uma beleza de personalidade como a de Kristen, que hoje circula com longos cabelos grisalhos. Yohji Yamamoto, Comme des Garçons e Gucci estão entre as grifes preferidas de Lily, que também adora garimpar preciosidades em *vintage stores*.



À direita, Lily na campanha da Iceberg, em 2015, e, à esquerda, vestindo Gucci

PETER E HARRY BRANT

MÃE: STEPHANIE SEYMOUR

Com 23 e 20 anos, respectivamente, Peter e Harry fazem a alegria dos fotógrafos com seu estilo dândi no *front row* de desfiles ou em eventos como o Baile do Met – sempre impecavelmente vestidos de Givenchy, Dolce & Gabbana e Gucci. A paixão pela moda definitivamente corre no sangue dos filhos de Stephanie Seymour e do empresário Peter Brant: eles já desfilaram para a Balmain, estrelaram uma campanha da Givenchy e até assinaram uma coleção de maquiagens unissex para a MAC.

À esquerda, Stephanie em capa da *Vogue* americana de 1998 e, à direita, os filhos Harry e Peter

LILA GRACE MOSS

MÃE: KATE MOSS

Em 2011, Kate Moss protagonizou um casamento inesquecível com Jamie Hince – mas quem roubou a cena foi mesmo sua filha, Lila Grace (fruto do relacionamento com o editor Jefferson Hack). Aos 14 anos Lila já acompanha a top em eventos mundo afora, mas ainda não tem planos concretos de seguir a carreira da mãe e da tia, Lottie Moss. O primeiro passo já foi dado: em junho passado, Lila estrelou a capa da *Vogue* italiana ao lado de Kate.

Acima, Lila Grace e Kate em premiére em Londres e, à direita, na capa da *Vogue* italiana de junho de 2016

FOTOS: GETTYIMAGES, REPRODUÇÃO INSTAGRAM E DIVULGAÇÃO

EDIÇÕES | GLOBO CONDÉ NAST

GLAMOUR BEAUTY FESTIVAL

O PARQUE TEMÁTICO DA BELEZA

A primeira edição do **Glamour Beauty Festival** reuniu **1.500 pessoas** para conhecer os top lançamentos de **grandes marcas** de make-up, skin care e cabelo e participar de talk shows com **experts do mercado** e **influencers** do mundo da beauté. Foi um dia inteiro repleto de experiências únicas de beleza, tudo com curadoria do **time Glamour**.

O sucesso do evento nos deixa uma certeza: em 2017 tem mais!

*Que São Paulo precisava de um evento deste ficou óbvio com a fila da entrada do público. Muito aconchegante, de uma qualidade alta, o Beauty Festival da **Glamour** agradou tanto os clientes quanto as consumidoras. Conseguimos falar com pessoas realmente interessadas no assunto, tirando as dúvidas e explicando os benefícios em detalhes. Gostei também muito das palestras, assuntos relevantes, conteúdo interessante com palestrantes de grande nível."*

Nazish Munchenbach, diretora de marketing e vendas da Granado

*"Tivemos o imenso prazer de sermos convidados a participar desta primeira edição do The Beauty Festival em parceria com a **Glamour**. O espaço estava ótimo, repleto de experimentações, celebridades e influenciadores com quem pudemos compartilhar conhecimentos sobre o universo da beleza que tanto nos encanta. Foi uma bela experiência, ainda mais pelo cunho social que acreditamos ser o foco principal desta ação e com o qual tanto nos identificamos."*

Daniela Cruz Cunha, sócia/diretora de marketing da Vult Cosmética

"A mulher brasileira é apaixonada por beleza, somos o 4º maior mercado do mundo e faltava um evento como esse que expressasse essa paixão nacional! Fazer parte da primeira edição foi fantástico, pudemos compartilhar com as visitantes um pouco mais da The Body Shop, apresentar nossos produtos e compartilhar a nossa história."

Karina Meyer, diretora de marketing da The Body Shop

"Ficamos muito satisfeitos com o evento Glamour Beauty Festival! Desde a organização, equipe de atendimento e ativações no dia. Foi uma experiência marcante para a Keune, cheio de novidades e lançamentos, com um público qualificado e talk shows reunindo experts da beleza. Foi um prazer atender tantas mulheres apaixonadas pelo mundo beauty!"

Isabel Uchôa, coordenadora de marketing da Keune

*"A primeira edição do Glamour Beauty Festival trouxe conteúdo de qualidade e tendências de beleza com toque irreverente, uma perfeita sinergia com o espírito Givenchy. Como tudo que a equipe **Glamour** toca vira ouro, o evento certamente entrará na lista de imperdíveis!*

Pierre Parra, diretor-geral da Givenchy Parfums no Brasil

patrocinadores:

THE BODY SHOP · paco rabanne · GRANADO — PHARMÁCIAS — DESDE 1870 · KEUNE HAIRCOSMETICS · vult

GIVENCHY · CAROLINA HERRERA NEW YORK

apoio: PayPal · elo

participação: TANGLE TEEZER GET YOUR YEAH HAIR

VOGUE

beleza

NO MESMO TOM

Cores como coral, laranja, vermelho e magenta esquentam o make – e em diversos pontos do rosto de uma só vez. "Otimizar a maquiagem é o futuro. Aposto em produtos com texturas cremosas que permitem usar o mesmo tom na boca, nos olhos, nas bochechas e têmporas", afirma a maquiadora Cris Biato, responsável por criar o look oitentista em Mariana Ximenes.

STYLING: LARA GERIN PRODUÇÃO: PEDRO REGO TRATAMENTO: MONTANHA AGRADECIMENTO: MAC STUDIOS NYC E MELINA TAVARES COMUNICAÇÃO

PODE VIR QUENTE!

Confira 15 novidades que prometem invadir seu nécessaire, atualizar seus rituais de beleza e injetar gás extra aos treinos e à dieta no ano que se inicia

POR **LUIZA SOUZA** FOTO **JACQUES DEQUEKER** BELEZA **CRIS BIATO**

INVASÃO HIGH-TECH

PEELING CRIOGÊNICO: Rosto, pescoço e colo estão na mira dos tratamentos feitos sob baixas temperaturas. No procedimento (feito em quatro sessões no consultório) é aplicado um creme com ativos que, quando resfriados, promovem uma melhor circulação sanguínea, resultando em rosto preenchido e contornos faciais mais definidos. A novidade está disponível no Espaço Kurma, em SP.

FOTONA NOS FIOS: Conhecido aliado em tratamentos faciais que melhoram acne, cicatrizes e flacidez do rosto, o laser Fotona leva seus benefícios para os cabelos que sofrem com queda e enfraquecimento. A nova ponteira Erbium Smooth é aplicada no couro cabeludo, melhorando a circulação sanguínea e o aporte de nutrientes.

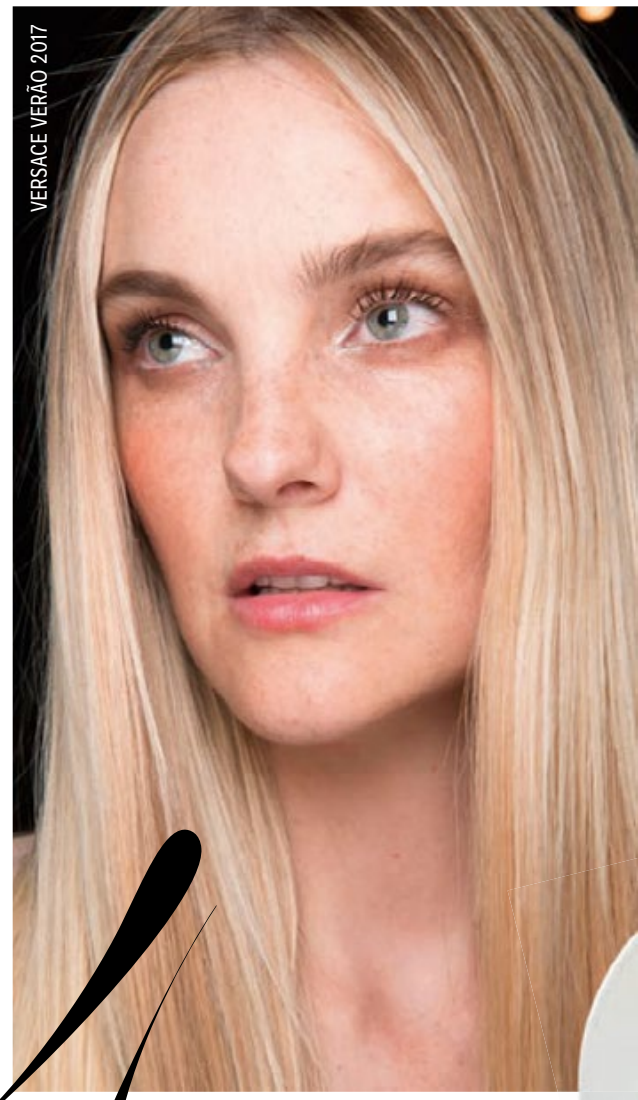
DEPILAÇÃO ROBÓTICA: A Depilrobot, primeira depilação robotizada do mundo, acaba de desembarcar no Brasil. O tratamento, totalmente automatizado, retira os pelos sem entrar em contato com a pele, com uma técnica inovadora que escaneia a área desejada para então começar a aplicação do laser de forma homogênea, sem risco de algum fio ficar esquecido.

REVIVAL 80'S

Em resposta às tendências como o make natural ou até o extremo rosto lavado, looks fortes com pegada *artsy* e oitentista despontam nas passarelas. Na última semana de moda, em outubro passado, Kenzo e Louis Vuitton exibiram maquiagens exuberantes, com direito a blush vermelho invadindo as têmporas no desfile da primeira grife e sombra gráfica, colorida e exagerada no da segunda. Na próxima festona, já sabe: mais é mais!

A VOLTA DO LISO

Pode ir tirando a poeira da chapinha. Para o top cabeleireiro Guido Palau, o cabelo superliso foi o maior *comeback* das semanas de moda para o verão 2017. "Foi interessante usar a chapinha novamente, para criar fios hiperlisos no desfile da Versace. Nem sei há quanto tempo não fazia esse look", conta. Mais: o comprimento médio também está com os dias contados, enquanto fios longuíssimos voltam à baila. *Celebs* já começam a encarar a combinação das duas tendências, caso de J.Lo e Ariana Grande, que apareceram com as madeixas escorridas na altura da cintura em *red carpets* recentes.



5 Melancia PÓS-TREINO

Depois da água de coco, a nova mania saudável vem de outra fruta tropical, a melancia. A febre começou nos Estados Unidos, onde a *watermelon water* se transformou na bebida hit do pós-treino graças ao seu potencial hidratante e alto índice de potássio (550 mg por garrafinha), além de licopeno e vitamina C – tudo isso com baixíssimo teor de açúcar. O hype ganhou força após Beyoncé divulgar a compra de ações da WTRMLN WTR, marca que vende versões prensadas a frio da água de melancia – um mix do líquido extraído da própria fruta e da parte branca da casca, um pouco de limão orgânico para conservar e só. Saúde!

6 A VEZ DA CHAGA E DA ORA-PRO-NÓBIS

Hora de atualizar sua lista de compras no mercado com dois *superfoods* que já estão dando o que falar. Na Califórnia, onde nasce a maioria dos modismos de nutrição, a nova mania é a chaga, cogumelo da Sibéria que tem ganhado espaço nos *juice bars* de LA (ou em versão quente, o "chagaccino") graças às propriedades excepcionais. O fungo é anti-inflamatório, rico em antioxidantes, vitaminas e minerais, além de dar um *boost* no sistema imunológico. Por aqui, a aposta da chef Andrea Henrique, pioneira no universo do detox, é o ora-pro-nóbis, plantinha com alto teor de proteína e fibras, que ajuda no processo digestivo, promove a saciedade e ajuda a recompor a flora intestinal. "Com sabor neutro e textura macia, é uma boa opção para receitas de saladas, omeletes e sopas", indica.

7 REVOLUÇÃO NO NÉCESSAIRE

BEAUTY PIE (1): Da mesma fundadora da Bliss e da Soap & Glory, a neomarca britânica vende maquiagens diretamente da fábrica, a preços módicos como US$ 5 por uma base com fórmula tão boa quanto a de uma marca de luxo.

THE ORDINARY (2): Recém-lançada pela canadense Deciem, uma das empresas de cosméticos mais interessantes em ação hoje, a marca tem dado o que falar por suas fórmulas simples, com foco em ingredientes de qualidade e alta performance e preço absurdamente baixo - pense em um sérum por US$ 5.

KENZO WORLD (3): Chega ao Brasil em setembro o maior lançamento de perfumaria da Kenzo desde o Flower by Kenzo, de 2000. Ousado e criativo tanto no aroma (um floral energético) quanto na campanha, um vídeo comentadíssimo de Spike Jonze.

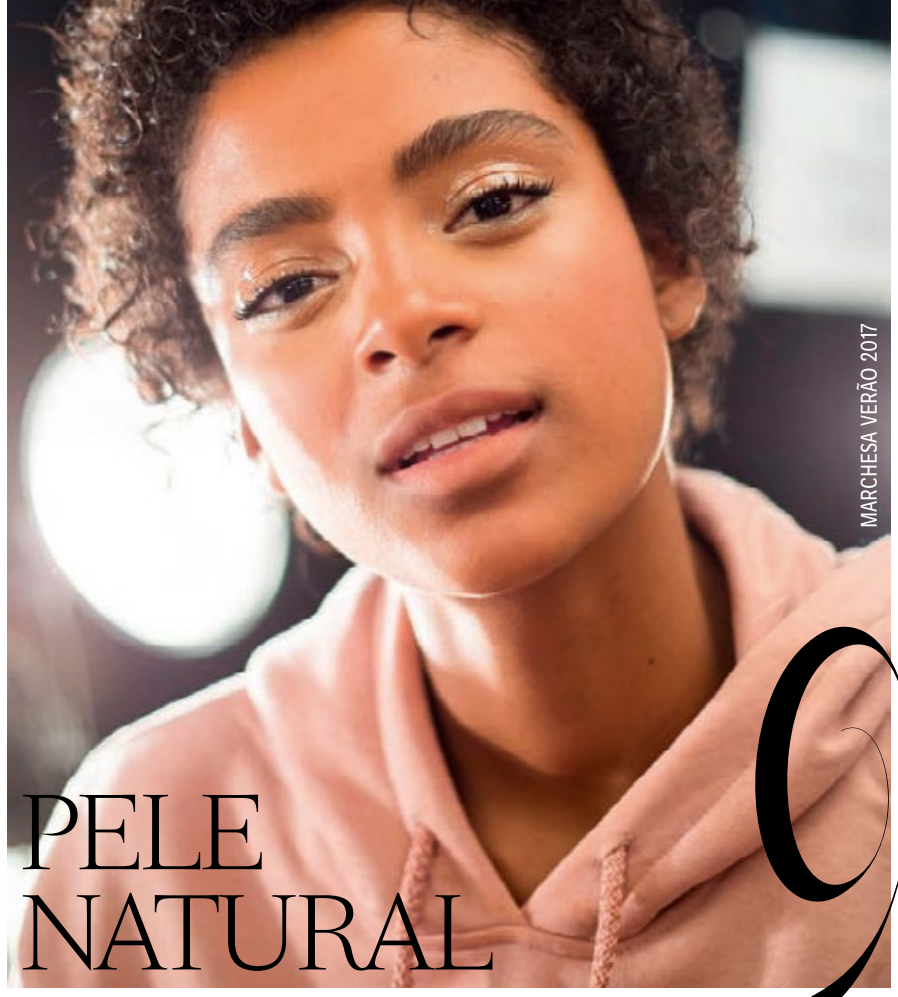
NOIR INTERDIT: Responsável por uma revolução no universo das máscaras para cílios com a Phenomen'Eyes, de 2008, e sua escovinha que lembra um ouriço, a Givenchy promete agitar 2017 com a Noir Interdit, que também possui aplicador diferentão (uma espécie de pente para os cílios) e vai mudar o gesto habitual de passar rímel. No Brasil em setembro.

FENTY (4): Após uma coleção de sucesso com a MAC, Rihanna vai lançar sua própria linha de maquiagem, a Fenty. Os produtos serão fabricados pela Kendo, divisão da LVMH responsável também pelas Marc Jacobs Beauty e Kat Von D, e vendidos na Sephora. Lançamento previsto para o segundo semestre.

4

8 BOOM DE GADGETS

Eis três acessórios de beleza revolucionários que você vai querer testar. Para dar um basta à dificuldade que grande parte das mulheres tem na hora de fazer o delineado gatinho, o Vamp Stamp é uma caneta com uma ponta triangular que funciona como um carimbo: basta prensá-la no canto externo dos olhos para conseguir o risco perfeito em segundos. Já a esponjinha multifuncional beauty blender ganhou uma versão futurista, a Sillisponge, feita de silicone transparente que não acumula base e corretivo na superfície – resultado: menos desperdício de produto e mais facilidade de limpar. Para os cabelos, o secador da Dyson é o gadget mais falado – compacto, megapotente e surpreendentemente silencioso.



MARCHESA VERÃO 2017

9 PELE NATURAL

Enquanto olhos, têmporas, bochechas e lábios vêm maximalistas, a pele surge o mais natural possível. "A ideia de perfeição na maquiagem não será vista em 2017", decreta Fabiana Gomes, maquiadora sênior da MAC. Dê um tempo no contorno exagerado, troque as bases de alta cobertura por versões mais leves e ouse misturar texturas. "Brincar com lip balms nos olhos, criando um ar mais *glossy*, ou até mesmo nas maçãs do rosto para quebrar a rigidez da base é divertido e cria um aspecto maravilhoso", sugere Raffaela Crepaldi, *make-up artist* da Nars para a América Latina.

10 Lábios em foco

A Coreia do Sul volta a decretar novas tendências que prometem animar nosso nécessaire – desta vez para a região dos lábios. A principal novidade são as *lip masks*, que seguem o mesmo princípio das máscaras faciais. Adorada por Jessica Alba e Lady Gaga, a Kiss Kiss Lovely, da Tony Moly, é um adesivo carregado de colágeno que hidrata profundamente a região. Também prometem virar assunto os batons em pó. Com uma embalagem que parece a de um esmalte, os da RiRe se transformam em uma espécie de geleia pigmentada altamente hidratante ao entrar em contato com a pele.

FOTOS: JAQUES DEQUEKER / ARQUIVO VOGUE, MARIO TESTINO / ARQUIVO VOGUE, PHILIPPE KLIOT / ARQUIVO VOGUE, RAPHAEL BRIEST / ARQUIVO CASA VOGUE, REPRODUÇÃO INSTAGRAM, IMAXTREE, KEVIN MAZUR / GETTY IMAGES, CONDÉ NAST DIGITAL ARCHIVE, THINKSTOCK, E DIVULGAÇÃO

O RELAX DA VEZ

Em 2017, considere trocar visitas a spas médicos por um novo hábito em sua casa: o banho de banheira. Há um movimento entre atrizes de Hollywood de adotar essa simples prática diária como aliada para o corpo e a mente – a atriz January Jones ama tanto (vide seu Instagram *@januaryjones*) que virou até "expert em banho de banheira" no incensado site de beleza Violet Grey. Pense na modalidade como um mix de meditação e tratamento – afinal, além dos benefícios relaxantes, há diversos produtos para turbinar o ritual. Olho na Pursoma, à venda na Shen Beauty, loja do Brooklyn expert em marcas naturais, que oferece sais de banho com diferentes funções – há até um especial para acompanhar um detox digital.

11

12

MÁSCARA **A SECO**

Antes item secundário na rotina de beleza, as máscaras faciais ganharam protagonismo e se tornaram ritual semanal obrigatório. Agora, a novidade são as *dry masks*, fenômeno desencadeado pela canadense Nannette de Gaspé, que lançou uma coleção de cinco tipos de versões sem água. Cada uma contém uma mistura de ingredientes ativos que são impressos a seco em techstile, um tecido fabricado no Japão.

13

JÁ PARA A ÁGUA!

Tudo indica que o ano será de atividades praticadas dentro d'água. Na França, a turma do balé tem ido para a piscina fazer barra solo aquática, novidade criada por dois bailarinos da Opéra de Paris. A modalidade é toda inspirada nos exercícios de dança na barra, que ficam ainda mais difíceis na água por causa da resistência. Enquanto isso, a tendência nas piscinas de Londres e no mar de Ibiza é a Aquaphysical, uma mistura de exercícios funcionais e alongamento feita em cima de uma espécie de tatame flutuante. O foco é o trabalho da região do abdome e da lombar, mas a instabilidade da prancha exige força e equilíbrio do corpo todo. A Bodytech traz a novidade para suas unidades ainda este ano.

TRACKING ZEN

14

Na esteira do hiking, que virou moda entre as LA *girls*, a modalidade ao ar livre de 2017 é o Forest Bathing, uma caminhada de baixa intensidade em meio à natureza, que deve ser feita controlando a respiração – o objetivo é diminuir o ritmo cardíaco. A atividade termina com 20 minutos de meditação. A ideia, que começa a ganhar adeptos no norte da Califórnia, nasceu de um estudo conduzido pela Universidade de Chiba, no Japão, que analisou seus benefícios psicológicos e fisiológicos: diminuição da pressão sanguínea e dos níveis de cortisol (o hormônio do estresse), além de um *boost* na imunidade.

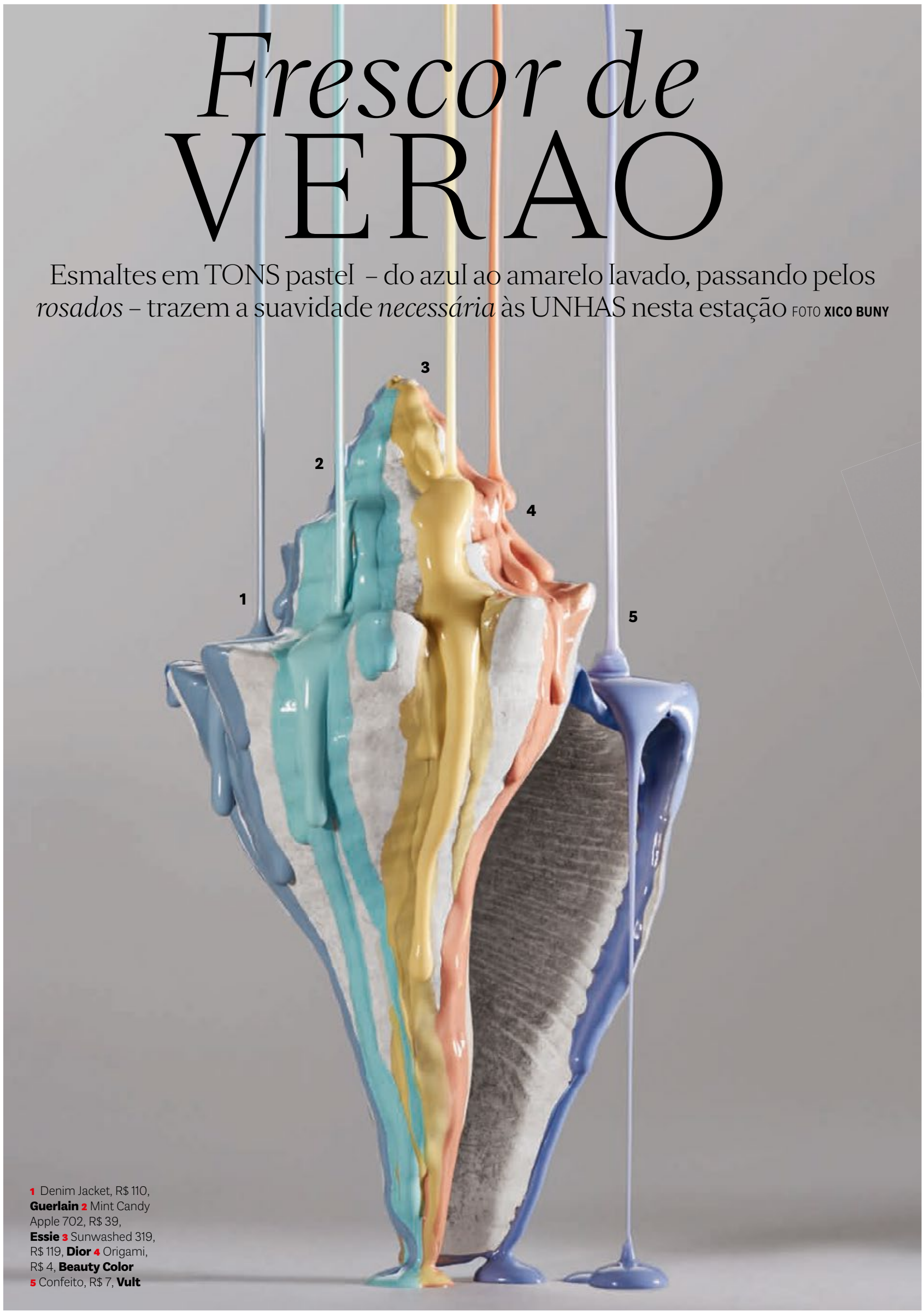
15

ALIADOS DA DIETA

Nos recentes congressos de nutrição, uma das principais pautas foi sobre os benefícios do consumo da vitamina D. As últimas pesquisas apontam que sua ação vai além do fortalecimento dos ossos. "Ela participa de processos importantíssimos do organismo – e um deles é o ganho de massa muscular", conta a nutróloga Esthela Conde, de São Paulo. Ou seja: para um corpo sarado, precisamos mantê-la em níveis ideais no corpo. Já o famigerado whey protein volta ao topo depois que estudos apontaram que sua suplementação é considerada benéfica até para idosos com perda progressiva de massa muscular. No quesito dieta, a discussão gira em torno dos carboidratos ingeridos pela manhã, que seriam mais engordativos do que os consumidos à noite. "Pesquisas mostram que depois de um longo período em jejum não é bom termos um pico glicêmico. Começar o dia com proteínas, gorduras e antioxidantes garante menos fome ao longo do dia", afirma a nutricionista Karina Al Assal, de São Paulo.

Frescor de VERÃO

Esmaltes em TONS pastel – do azul ao amarelo lavado, passando pelos *rosados* – trazem a suavidade *necessária* às UNHAS nesta estação FOTO **XICO BUNY**



1 Denim Jacket, R$ 110, **Guerlain** **2** Mint Candy Apple 702, R$ 39, **Essie** **3** Sunwashed 319, R$ 119, **Dior** **4** Origami, R$ 4, **Beauty Color** **5** Confeito, R$ 7, **Vult**

REPORTAGEM: LAURA STABILE PRODUTORA DE OBJETOS: LARISSA DANTAS TRATAMENTO: RODOLFO MELLO

EDIÇÕES | GLOBO CONDÉ NAST

CASA VOGUE BRASIL

NESTE MÊS, O NOVO ESPECIAL DECORADORES, ARQUITETOS E PAISAGISTAS.

500 PÁGINAS COM OS MAIS BEM SUCEDIDOS PROJETOS RESIDENCIAIS, COMERCIAIS E PAISAGÍSTICOS REUNIDOS EM UMA ÚNICA EDIÇÃO

Foto: Ruy Teixeira

casavoguebrasil
@casavoguebrasil
casavogue.com.br

NOVO **APP CASA VOGUE**: UMA NOVA EXPERIÊNCIA MOBILE QUE CONECTA O CONTEÚDO DA REVISTA AO DO SITE E AINDA CONTA COM ATUALIZAÇÕES DIÁRIAS DIRETO DA REDAÇÃO!

DISPONÍVEL PARA **APP.CASAVOGUE.GLOBO.COM**

FESTA *da uva*

Quando me mudei para Paris há três anos, entendi logo que a capital francesa não era o lugar onde modismos se propagavam com facilidade – ainda que nos últimos dois anos a cidade tenha surpreendido com novos restaurantes *healthy* e com a adoção da *avocado toast* em alguns cafés mais antenados. Mas, ainda que as locais comam steak tartare com fritas sem culpa e não troquem o café preto por um smoothie de legumes com chia pela manhã, existe um ritual desintoxicante que boa parte delas adota pelo menos uma vez por ano.

É entre o fim de setembro e o início de outubro que começa a temporada da chamada cura da uva, detox popular na França desde a década de 20, quando a aristocracia se reunia em vinhedos na região de Moissac e passava dias a fio comendo uvas recém-colhidas. A fama dessa prática, que em 1933 recebeu a aprovação da Academia de Medicina Francesa, veio após Johanna Brandt, enfermeira sul-africana (e espiã durante a Guerra dos Bôeres), atribuir a cura de um câncer de estômago às uvas em seu livro *The Grape Cure*.

Mathilde Thomas, fundadora da Caudalie – marca francesa conhecida pelos cosméticos feitos à base de extratos da fruta –, pratica o ritual todos os anos, desde 1998. "Os benefícios são muitos: sinto a minha pele melhor, um *boost* de energia e, claro, uma perda de peso que anima. Além disso, o pós exige uma alimentação bem equilibrada, essencialmente vegetariana, o que ajuda a me manter na linha", conta a francesa. "A uva é a fruta do detox por excelência. Ela é rica em oxidantes, flavonoides e tem um efeito depurativo significante que age nos rins, fígado e intestino. Além disso, seu teor de açúcar garante energia", explica Valérie Espinasse, nutricionista parisiense expert no assunto.

No começo do outono passado, no auge da oferta da fruta, decidi me aventurar pela primeira vez nesse desafio. Fiquei estimulada após ver os efeitos em uma amiga que, munida de cachos de uva dentro da bolsa, parecia ter rejuvenescido dez anos, ostentando cabelos e pele reluzentes.

Antes de começar a substituir todas as minhas refeições pela fruta, me preparei: li bastante sobre o assunto, in-

CURA EM CACHOS

ANTES E DEPOIS
A preparação e o pós são tão importantes quanto os dias de detox. Saem do cardápio álcool, açúcar, carne vermelha; entram legumes e cereais

À VONTADE
A variedade de uvas é fundamental para quebrar a monotonia e mudar um pouco o sabor. A casca e a semente são importantes e devem ser sempre ingeridas

REPORTAGEM: LAURA STABILE E LUIZA SOUZA MODELO: NIKKI (ULLA MODELS) FOTOS: BARRIE HULLEGIE (HALAL), IMAXTREE, THINKSTOCK E DIVULGAÇÃO

Três dias, uma fruta: testamos o ritual de detox mais tradicional da França, que promete *boost* de energia, pele e cabelos renovados e, claro, quilos a menos POR **VITÓRIA GUIMARÃES**

clusive o *Le Petit Guide de la Cure du Raisin*, com depoimentos reais de pessoas que afirmam ter melhorado sintomas e doenças ligadas ao sistema digestivo após fazer o detox da uva por uma ou mais vezes. Também fiz um tour por mercadinhos orgânicos para garantir uma boa variedade de sabores. Além disso, cortei o álcool alguns dias antes e convenci meu marido a encarar o desafio comigo.

Foi então que na manhã de uma segunda-feira, munida de todos os tipos, cores e tamanhos de uvas, comecei o ritual. Coloquei como meta três dias – o tempo ideal, segundo Valérie, para qualquer monodieta.

O primeiro dia foi fácil. Segui todos os conselhos à risca: comer à vontade quando e onde tivesse fome (grande vantagem, já que a fruta exige preparação zero), misturar diferentes tipos, ingerir a casca e as sementes, beber bastante água e tisanas – todas as outras bebidas, incluindo café e sucos, devem ser eliminadas. O café da manhã foi o mais fácil e, no almoço, sem precisar me sentar em um restaurante, passei um tempo caminhando e comendo as uvas. No fim do dia, estava me sentindo tão bem que decidi correr e fiquei surpresa com a minha energia – ainda que alguns experts digam que é melhor evitar as atividades físicas intensas no período.

No dia seguinte, acordei menos entusiasmada e com uma dor de cabeça que se manteve até a noite. Mesmo assim, continuei no mesmo ritmo e troquei a corrida por uma caminhada que aliviou o incômodo. Tive de declinar o convite de um jantar – o caráter pouco sociável da cura é um dos pontos negativos. No terceiro dia, o café da manhã frugal me desanimou e, no almoço, acabei encerrando a cura graças a uma comemoração inesperada que merecia o desvio – mas, claro, não troquei de cara a uva pelo vinho.

Ainda que não tenha completado os três dias, mantive os conselhos pós-regime: uma dieta leve, sem álcool ou açúcar, e à base de legumes e cereais. Instintivamente minha alimentação entrou nos trilhos: comecei a prestar mais atenção no que entra no meu prato, a identificar todos os sabores e a mastigar mais devagar. Os efeitos físicos foram notáveis: uma leve perda de peso, pele hidratada e energia de sobra. Este ano, farei de novo. E, desta vez, até o fim.

NOVAS SAFRAS

Duas marcas que apostam em fórmulas à base dos ativos naturais das uvas trazem lançamentos de skincare

Desembarcou recentemente no Brasil o Soft Cream (R$ 329), novo produto da Resveratrol Lift, bem-sucedida linha da francesa Caudalie, que promete mais firmeza e diminuição das rugas com a combinação do resveratrol retirado das videiras e ácido hialurônico. Ativos extraídos das uvas também são a essência da Vinotage, marca fundada em meio às vinícolas do Grupo Famiglia Valduga, que produz vinhos no Sul do Brasil. Vale testar o esfoliante corporal com sementes de uvas moídas (R$ 54) da Vitis Merlot, lançamento da marca.

DE PEITO ABERTO

Dê um *up* nos seios para encarar a tendência fashion do momento, que coloca a região em evidência

O it-tratamento

Queridinha das clínicas de dermatologia e usada em tratamentos que amenizam rugas e cicatrizes, a tecnologia do laser Fotona ganha nova função. Na clínica da carioca Karla Assed, o aparelho conta com o scanner Tight Sculping para tratar a gordura localizada, a flacidez e a fibrose dos seios. O preço médio da sessão pode variar entre R$ 800 e R$ 1.200.

A malhação ideal

A boa e velha musculação é tiro e queda para quem quer fortalecer a região. "Para ver resultados mais rápido, use 80% da carga máxima", indica o personal trainer Fabio Aquino, de SP. Ele aposta numa série para o peitoral que inclui crucifixo reto combinado com flexão de braço feita no solo.

Os cuidados diários

Para aquela ajudinha extra, lance mão de produtos específicos para a área. O novo Super Bust Tense-in-Serum (R$ 239), da Biotherm, é um sérum que molda, tonifica e dá suporte aos seios. Entre os clássicos, fique com o ElastCream (R$ 189), da Adcos, creme super-hidratante que previne e suaviza estrias.

SUPER**FANTÁSTICO**

Com o lançamento da coleção Natura Fabularis, a **L'Artisan Parfumeur** entra na turma das grifes de perfume que estão apostando em uma coleção completa de fragrâncias em vez de uma novidade chegando ao mercado por vez. Marca de nicho francesa fundada em 1976 pelo perfumista Jean Laporte, a L'Artisan sempre teve como inspiração uma natureza fantasiosa, e foi justamente esse aspecto que a *nez* Daphné Bugey explorou. Uma floresta xamanista onde passa um raio de sol é a ideia por trás de Tenebrae, um dos mais interessantes da linha. Arcana Rosa, Mirabilis, Venenum, Violaceum e Glacialis Terra completam a família, todos em frascos escuros. À venda por € 160 (cada) no Le Bon Marché, em Paris, e na Selfridges, em Londres.

ATRAÇÃO *FATAL*

Após consolidar em pouco mais de três anos uma marca de maquiagem, hoje fenômeno de vendas, **Charlotte Tilbury** dá o próximo passo lançando seu primeiro perfume. Batizado de Scent of a Dream, o aroma foi inspirado na mistura secreta que a maquiadora britânica usa em si própria há anos. "Sempre fui fascinada pelo poder que ele tem de atrair as pessoas e de mudar a energia do ambiente ao meu redor", contou Charlotte. Cada nota foi analisada por uma neurocientista: pêssego, por exemplo, inspira desejo; tuberosa ativa a circulação e ajuda na libido; e a substância sintética Iso-E Super funciona como feromônio. O aroma final é um chipre floral que promete ativar uma frequência que Charlotte batizou de "fleurótica", para atrair amor, poder, positividade e sexo. Kate Moss, melhor amiga e garota-propaganda de Scent of a Dream, assina embaixo. Pelo sim ou pelo não, vale a pena experimentar. À venda por US$ 75 na Bergdorf Goodman, em Nova York, e na Selfridges, em Londres.

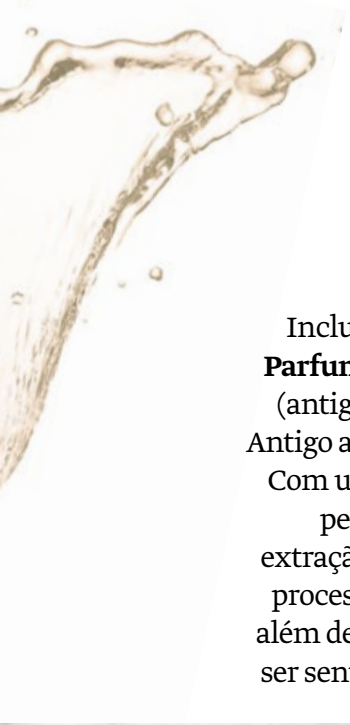
CHEIRO *de* NOVO

Da abertura do aguardado MUSEU do Perfume em Paris às primeiras FRAGRÂNCIAS da maquiadora britânica Charlotte Tilbury e do fotógrafo Rankin, *Vogue* apresenta as *novidades mais quentes* do universo dos AROMAS

REPORTAGEM: LUIZA SOUZA, VICTORIA CERIDONO E VITÓRIA GUIMARÃES FOTOS: THINKSTOCK E DIVULGAÇÃO

A FAMÍLIA *cresceu*

Boa-nova para a legião de fãs do Ruby Woo, o vermelho mais icônico da **MAC**. O incensado batom agora virou perfume – um floral amadeirado com aroma intenso de couro. Ele faz parte da MAC Shadescents, nova linha de fragrâncias da gigante da *beauté*, que acaba de ser lançada lá fora e chega às lojas brasileiras em março. Além do Ruby Woo, outros cinco batons famosos inspiraram perfumes, caso do vermelho alaranjado Lady Danger, com notas de cereja; do roxo My Heroine, que ganhou aroma de açafrão e incenso; e do bege clássico Crème d'Nude, que na versão perfumada vem com cheiro de âmbar e almíscar. Cada unidade custará R$ 229.



HISTÓRIA NO AR

Inclua já no roteiro da próxima viagem a Paris: a cidade ganha este mês o **Grand Musée du Parfum**. Instalado em um *hôtel particulier* com um enorme jardim no Faubourg Saint-Honoré (antigo QG da maison Christian Lacroix), o museu conta a história do perfume desde o Egito Antigo até os dias de hoje, através de um percurso interativo com vídeos e instalações olfativas. Com uma proposta diferente do famoso Musée International de la Parfumerie de Grasse, que pertence à casa de perfumaria Fragonard e se concentra em objetos raros, dispositivos de extração e frascos antigos, o novo espaço vai por um caminho mais contemporâneo e revela o processo de criação atual dos perfumistas e as matérias-primas mais utilizadas na indústria, além de explorar a ligação entre os cheiros e a memória olfativa. Sessenta aromas, que podem ser sentidos ao longo da exposição, completam a visita. *73 Rue du Faubourg Saint-Honoré, Paris 8*

OUSADIA NO FRASCO

O primeiro perfume do britânico **Rankin**, o S&X, é ousado como as imagens de moda e beleza clicadas pelo icônico fotógrafo, que entre outros feitos é o fundador das revistas *Dazed & Confused* e *AnOther* e já trabalhou com praticamente todos os nomes de peso da indústria. Criado em colaboração com a perfumista inglesa Azzi Glasser para sua marca The Perfumer's Story by Azzi, a fragrância é provocante e ultrassexy. "Queria um aroma animalesco e viciante, do tipo que faz as pessoas te seguirem na rua", provoca Rankin. Entre as notas estão pimenta, couro, magnólia, musk e resina de âmbar. À venda por € 115 na Harvey Nichols, em Londres.

LUXO AROMÁTICO

Uma das marcas mais luxuosas do gênero, a **Roja Parfums**, do inglês Roja Dove, acaba de ganhar sua primeira loja própria. Hit na Harrods, a Roja trabalha com ingredientes raros – o preço médio de um perfume é € 400 – e é conhecida por oferecer uma experiência superpessoal, com vendedoras imbuídas de encontrar a fragrância perfeita para cada cliente. A loja fica na Burlington Arcade – endereço histórico de Londres, onde recentemente também se instalaram as maisons Frederic Malle, By Kilian e Chanel – e dispõe de toda a coleção de fragrâncias da grife, além de velas e difusores e uma sala para consultas olfativas no andar de cima. Vá com tempo!
51 Burlington Arcade, Mayfair

Sem medo DO MOTOR

Aparelhos à prova de desconfortos e técnicas de relaxamento são os pilares de uma odontologia humanizada, que vem ganhando espaço nos consultórios POR **MARCIA DISITZER**

Esqueça o motor com barulhinho de dar arrepios, o pavor da agulha de anestesia, o cheiro típico do consultório que provoca ondas de pânico. A odontologia vem ganhando uma abordagem mais humanizada, com profissionais que não medem esforços para transformar o tratamento odontológico em uma experiência menos dolorosa. A tendência surgiu na última década e veio bem a calhar: segundo dados da Sociedade Americana de Odontologia, três em cada dez adultos têm medo de ir ao dentista. Já uma pesquisa norueguesa mostrou que pessoas que sofrem da chamada odontofobia apresentam maior incidência de cáries e placas de tártaro por não marcarem consultas periodicamente. Como aliados desse novo enfoque estão recursos lúdicos, técnicas de relaxamento e aparelhos de ponta.

Em seu consultório recém-inaugurado em Ipanema, no Rio, Juliana Hirsch dá ênfase a essa abordagem já na recepção: por lá, há livros sobre beleza e nutrição e velas perfumando o ambiente. "Gosto de um tratamento mais pessoal e de engajar os pacientes", diz ela, que faz parte da quarta geração de uma família com tradição na área. Ao seguir essa corrente humanista, o dentista usa o diálogo como ferramenta essencial ao trabalho. "Juliana não me impõe nada, tira todas as minhas dúvidas e explica os prós e contras de cada procedimento", conta a atriz Isabella Santoni, paciente da dentista há um ano.

Especializada em odontologista preventiva e estética, Juliana é digital sem perder a ternura. Além de muita conversa para quebrar resistências, ela utiliza aparelhos que mostram em tempo real o que se passa dentro da boca. "Uso uma câmera intraoral que projeta a imagem em uma tela de plasma. Dessa maneira, o paciente consegue, por exemplo, visualizar uma cárie ainda no começo", descreve. Na hora de encarar o procedimento, em vez do motor de ar comprimido, responsável pelo barulho que deixa muita gente de cabelo em pé, ela usa uma versão elétrica vinda da Alemanha, bem mais silenciosa. Se mesmo assim o som ainda perturbar, disponibiliza fone bluetooth antirruído, com o qual pode-se ouvir música ou assistir a uma série no Netflix, em uma cadeira que faz massagem. A anestesia computadorizada, com agulha bem pequena, controla o gotejamento, minimizando a dor.

A dentista Andrea Cury, que atua em São Paulo e atende uma turma da moda que inclui os canadenses Dean e Dan Caten, da Dsquared2, e a estilista Martha Medeiros, também tem seus truques para acalmar os mais apavorados. No seu consultório, a cadeira odontológica faz massagem, e uma TV concentra as atenções dos mais ansiosos. Além da anestesia computadorizada, Andrea utiliza um vibrador odontológico que ameniza desconfortos. "Ele fornece uma vibração suave no local da injeção dentária, 'tapeando' o sistema nervoso central e fazendo com que o paciente não sinta a picada da agulha", explica.

Proporcionar conforto aos pacientes também é uma das prioridades do cirurgião-dentista especializado em estética Marcelo Kyrillos, sócio-diretor do Ateliê Oral, localizado na Vila Nova Conceição, em São Paulo. A recepção lembra o lobby de um hotel: uma ameixeira divide lugar com poltronas, e iPads ficam à disposição dos pacientes. Entre as salas da clínica há uma denominada Vip, utilizada por quem vem de fora de São Paulo (até do exterior) e literalmente se interna por lá para realizar vários procedimentos em um só dia. Há também um espaço onde a esteticista Daniela Kyrillos aplica drenagem facial linfoenergética que tem função anti-inflamatória e relaxante.

No teto das três salas do consultório de Ariel Apelbaum, no Leblon, no Rio, chamam a atenção painéis com imagens de nuvens, céu e peixes. "Nada pior para os ansiosos do que uma parede branca", avalia o dentista. Quando se depara com fobias que parecem insuperáveis, Ariel recorre a uma técnica chamada alfagenia. "É um trabalho de relaxamento que começa com o paciente de olhos fechados, enquanto é orientado a respirar compassadamente, para ir desacelerando e relaxando mentalmente membros inferiores e superiores", resume. Com tantos cuidados, sorrir – com dentes perfeitos – nunca foi tão fácil.

BOTOX ALÉM **DAS RUGAS**

A substância é a nova aposta dos dentistas em tratamentos de bruxismo e sorriso gengival

Por anos, a toxina botulínica ficou conhecida por sua atuação em rugas e linhas de expressão. Hoje, a substância ganha também espaço nos consultórios odontológicos, em tratamentos estéticos e até de questões mais sérias. Tido como aliado em casos de bruxismo, sorriso gengival, dores musculares provenientes de apertamento dental e disfunção da ATM (articulação que liga o maxilar ao crânio), o botox é a nova aposta dos profissionais da área. "No caso do bruxismo, ele promove a inibição da força muscular na região do maxilar amenizando o desgaste do dente e diminuindo a dor que o paciente sente por causa do atrito constante dos dentes durante a noite", explica o cirurgião-dentista Gustavo Giordani, do Ateliê Oral, de São Paulo. Já o famoso sorriso que coloca em evidência a gengiva também pode ser amenizado com a aplicação do botox na região do lábio superior. Nesse caso, a substância favorece a simetria do sorriso ao diminuir a abertura da boca. Entretanto, há ressalvas nessas aplicações. Segundo a cirurgiã e implantodontista Andrea Cury, de São Paulo, é preciso cuidado na dosagem para que não haja deformidade facial. "O especialista deve fazer o diagnóstico exato da necessidade do tratamento e ministrar a quantidade aplicada de forma precisa para que um músculo não seja erroneamente atingido", opina. **ANDRÉIA MENEGUETE**

FOTOS: ANTONIO TERRON / TRUNK ARCHIVE E THINKSTOCK

Espelho *meu*

Nossa SELEÇÃO dos melhores *produtos*, TRATAMENTOS e as últimas novidades do universo FITNESS

ARSENAL DE VERÃO

Para enfrentar a temporada de sol, mar e piscina, lance mão de produtos que protegem e reparam os danos causados aos cabelos, como o PhytoPlage Protective Sun Veil (R$ 180), da **Phyto** – um spray que confere um véu de brilho aos fios enquanto hidrata e bloqueia a incidência dos raios. Enriquecido com as propriedades antioxidantes da vitamina E, o novo leave-in Equave Sun Protection Detangling (R$ 99), da **Revlon**, é outro bom aliado: conta com filtros UVA e UVB e pode ser usado antes, durante e após a exposição solar. Já o SOS Serum (R$ 54), da **Cadiveu**, é ideal para completar os cuidados depois do banho, somando 15 benefícios como reparação, nutrição e proteção térmica.

REPORTAGEM: LAURA STABILE E LUIZA SOUZA FOTOS: J.R. DURAN / ARQUIVO VOGUE, ROGÉRIO CAVALCANTI / ARQUIVO VOGUE, REPRODUÇÃO INTERNET, THINKSTOCK E DIVULGAÇÃO

Make precioso

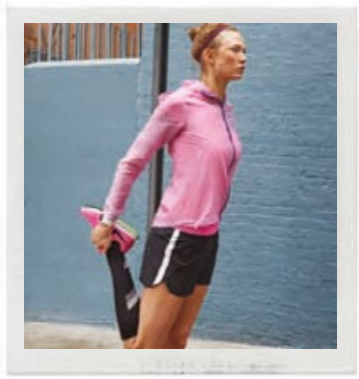
Já estão gerando desejo três lançamentos da linha de *beauté* da Chanel que desembarcam no Brasil este mês. Combinando textura de gloss com intensidade de cor de batom, a caneta labial Rouge Coco Stylo (R$ 220) colore a boca em oito cores, do rosa discreto ao vermelho poderoso. Já a Le Vernis, incensada linha de esmaltes da grife, ganha nova fórmula que promete alta duração, maior fixação e brilho intenso – chegam por aqui 14 cores novíssimas (R$ 160 cada). Enquanto isso, a base Les Beiges (R$ 340), enriquecida com a tecnologia Healthy Glow Booster, promove um efeito natural e luminoso à pele. **SAC**: *0800 014 3090*

PINCELADA BRASILEIRA

Para se juntar aos 15 pincéis já existentes em sua linha, a Vult acaba de lançar 11 novos modelos com diferentes funcionalidades, como a versão com esponjinha cônica na ponta (R$ 26), ideal para fazer correções pontuais na pele; e a escovinha em formato oval (R$57), nova febre dos maquiadores,que garante uma aplicação (de iluminador, blush e base) mais precisa.

UNIFORME RENOVADO

Assim como na moda, novas tendências despontam no universo fitness a cada temporada. Confira três modinhas para atualizar o seu look na academia.

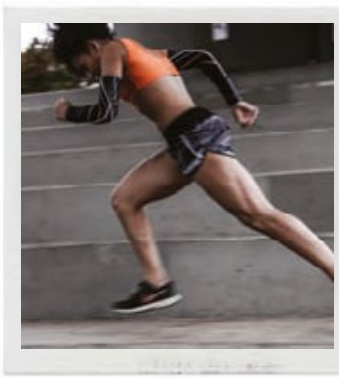


A VEZ DO MEIÃO

A meia compressora não é lá muito fotogênica, mas virou mania principalmente entre a turma da corrida. "Ela tem a função de facilitar a melhora do retorno venoso e retardar a fadiga muscular, auxiliando na recuperação", explica o preparador físico Renan Viana. Vai encarar?

CABE TUDO!

Uma mochila esportiva específica para corrida virou mania entre os londrinos que aproveitam o trajeto trabalho-casa para fazer o treino do dia. Multifuncional, o acessório fica bem preso ao corpo e leva chave, carteira e até os sapatos. Será que a moda pega por aqui?



MANGUITO HIT

As ciclistas adoram usar as mangas de lycra em dias de treino no frio por causa de sua praticidade. "Quando o corpo esquenta, é só abaixá-las", diz Marina Rovery, triatleta e sócia da marca de fitness Lauf, que tem manguitos estampados em todas as coleções.

Efeito Cinderella

Desde 2015 no Brasil, o pioneiro Instantly Ageless, da americana Jeunesse, virou hit por ser um creme que alisa temporariamente bolsas, olheiras e linhas de expressão. Duas marcas brasileiras acabam de lançar por aqui produtos que prometem o mesmo efeito "milagroso". É o caso do Age Away (R$ 100, a caixa com dez sachês), da **Dermage**, com seis horas de ação, e do Instantly Anti-Aging (R$ 134, o kit com 21 sachês), da **Be Young**, que foi desenvolvido para o nosso tipo de pele e pode ser aplicado também ao redor dos lábios.

ADEUS, FRIZZ

Se depender do último lançamento da Kiehl's, aqueles teimosos fios arrepiados prometem ser coisa do passado. A Smoothing Oil-Infused Haircare tem fórmula natural livre de silicone e sulfatos, com óleos de argan e babaçu que hidratam profundamente cabelos secos e porosos. Para um tratamento completo, experimente a trinca xampu (R$ 94), condicionador (R$ 98) e leave-in (R$ 116) da linha. **SAC:** *(11) 3031-1633*

SUPERSUCOS

Referência no mercado saudável carioca, a La Fruteria, butique de frutas e produtos naturais em Ipanema, agora conta com um *juice bar* da Greenpeople, marca carioca precursora em sucos prensados a frio. O novo espaço serve versões das bebidas em copos (a partir de R$ 18), feitas na hora e para consumo imediato, como o Amarelo, que mistura abacaxi, manga e maracujá, com ação antioxidante e que favorece o bronzeado. A diferença para as casas de suco presentes em cada esquina do Rio? No *juice bar* eles podem ser batidos com leites vegetais, whey protein, proteína vegana e xilitol (adoçante natural com função probiótica) e ter como complementos *superfoods* como chia, cúrcuma, nibs de cacau orgânico e matchá. *Rua Visconde de Pirajá, 559, Rio de Janeiro*

BOOST NA ENERGIA ◂
Ideal para levar na bolsa, o spray é a maneira mais prática de manter o rosto sempre energizado, revitalizado e protegido das agressões externas. Além de hidratar, pode ser usado como fixador de maquiagem. R$ 56

O PODER DA ÁGUA ▲
Com textura leve, o sorbet facial proporciona frescor e hidratação à pele graças à nova tecnologia aqua sphere, que usa esferas hidratantes microscópicas que agem como minúsculos reservatórios de água. Cada pote soma 2 milhões de aqua spheres. R$ 68

CRUELTY FREE
Fundada há 40 anos por Anita Roddick, a **The Body Shop** tem entre seus preceitos a defesa do meio ambiente, dos animais e dos direitos humanos. A empresa é a primeira marca de beleza a buscar na natureza os melhores ingredientes para seus produtos 100% vegetarianos e nunca testados em animais

ESSENCIAIS DO verão

AS ALTAS TEMPERATURAS PEDEM CUIDADOS EXTRAS COM A PELE. PARA AJUDAR A MANTER A HIDRATAÇÃO EM DIA, CONFIRA UMA SELEÇÃO CAMPEÃ DE PRODUTOS DA INGLESA **THE BODY SHOP**

BRONZEADO NATURAL ▸
Gel com cor em formato de spray que hidrata a pele e, ao mesmo tempo, confere um bronzeado natural e uniforme, com acabamento matte. R$ 157

MUST SEE!

DE PÉS PARA O AR ▸
Hidratante de rápida absorção para os pés com textura leve, que deixa a pele macia, suave e fresquinha. Isso ocorre porque sua fórmula inclui manteiga de cacau, óleo de hortelã, pimenta, óleo de amêndoas e extrato de uva. R$ 47

HIDRATAÇÃO REFRESCANTE ▸
Hidratante corporal com rápida absorção que nutre a pele com folhas de chá verde do Monte Fuji, proporcionando uma sensação refrescante. Para uma experiência ainda mais *fresh*, coloque na geladeira antes de usar. R$ 66

thebodyshop.com.br

GLAMOUR®

Gabriela Pugliesi, Renata Kuerten e Sabrina Sato: musas fitness, você vê por aqui!

E mais...

O hype dos penteados com boné

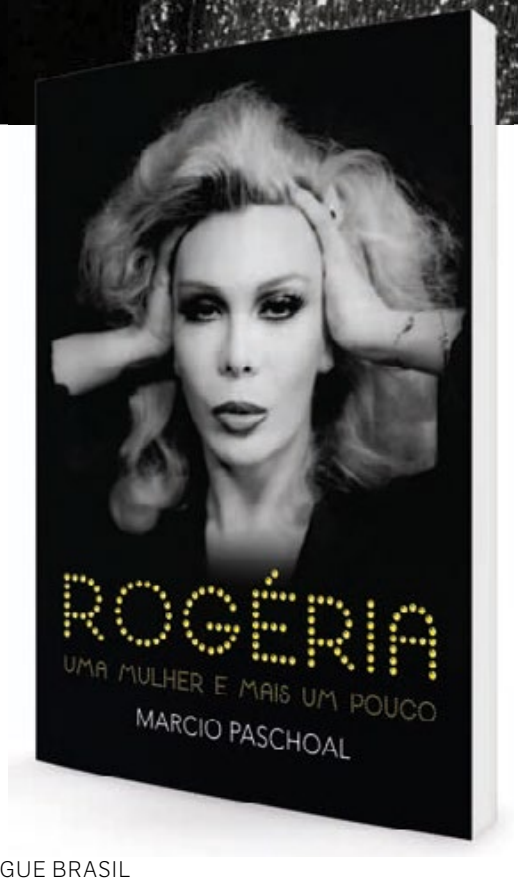
Pompom colorido invade a moda

Terapias alternativas para te transformar em 2017

Novo APP Glamour: experiência mobile que une revista + site + atualizações diárias!

DISPONÍVEL PARA
APP.**REVISTAGLAMOUR**.GLOBO.COM

Rogéria no espetáculo *Gay Fantasy*, dirigido por Bibi Ferreira e, abaixo, capa de sua biografia



MARAVILHOSA

Glamorosa, divertida e popular, Rogéria é a travesti mais famosa do Brasil. Sua recém-lançada biografia comprova que ela também tem lugar de honra no panteão das grandes estrelas nacionais

POR **BRUNO ASTUTO**

O garçom do restaurante La Fiorentina, tradicional reduto da boemia carioca, chega à nossa mesa e pergunta: "A senhora já quer tirar seu pedido?". Rogéria pede uma banana, cortada em rodelas, porque se sente *e-xaus-ta*, precisando de potássio para ganhar um *boost* de energia. Desde que lançou sua biografia, *Rogéria – Uma Mulher e Mais um Pouco* (Sextante, R$ 50), escrita pelo amigo Marcio Paschoal, ela não para. No *Programa do Jô*, deixou um seio escapar da blusa, sem querer. "Ele me disse que iria editar e, quando eu assisti em casa, lá estava a *peitchola*. Fiquei apavorada", conta. "Não sabia como o meu público de senhorinhas iria reagir, se elas iriam pensar que fiz uma cena apelativa. Mas, no dia seguinte, comecei a ser parada nas ruas pela mulherada, me elogiando. Tô toda em cima e sem silicone."

Aos 73 anos, Rogéria reforça que nunca fez plástica, exceto uma, em 1981, quando sofreu um acidente de carro e teve o rosto desfigurado – depois refeito por Ivo Pitanguy. "Fico mortificada com essas mulheres que colocam silicone na bunda, na perna. As travestis queriam se vestir como as divas chiquérrimas de Hollywood, e as mulheres hoje querem parecer travestis", opina. Ela me puxa pelo cangote e sussurra que ainda ri internamente quando a chamam de senhora, como fez nosso garçom. "Acho engraçado, porque, na verdade, eu sou o Astolfo Barroso Pinto. Rogéria é a personagem."

FOTOS: DIVULGAÇÃO

Antes de topar lançar a biografia, avisou ao escritor: "Não ache que vou contar uma história de bicha infeliz, porque eu sou felizérrima". O livro é um delicioso passeio pela trajetória da mais famosa travesti do Brasil, que começou a vida profissional maquiando estrelas na extinta TV Rio e, sob a bênção de Fernanda Montenegro, resolveu encarar o desejo de subir aos palcos. "Tive a sorte de estar naquele momento admirando os monstros sagrados do País: Fernanda, Nathália Timberg, Bibi Ferreira, Glauce Rocha. Esse foi meu Actors Studio."

O début se deu em 1964, em plena ditadura militar, no espetáculo *Les Girls*, retumbante sucesso protagonizado por artistas transformistas, na Galeria Alaska, reduto gay de Copacabana. Já o nome surgiu num concurso de Carnaval em que ela adotara Rogério ("Mais artístico que Astolfo"), mas a plateia a ovacionou aos gritos de "Rogéria! Rogéria!", e pronto: estava batizada. "Por três anos, fui vedete do Carlos Machado, uma coisa raríssima, porque ele sempre trocava suas estrelas." Terminada a parceria com Machado, Glauce Rocha a aconselhou a tentar carreira internacional. "Ela me disse: 'Você chegou ao ápice por aqui, agora é hora de conquistar o mundo'", lembra. Antes da Europa, Rogéria embarcou para Angola e Moçambique.

As páginas da biografia denunciam que sua vida sexual foi bem animada, mas sem nomes. "*Noblesse oblige*, né, querido? Não vou sair por aí dando nomes de senhores hoje casados e pais de família. Por causa do livro, você até pode achar que rodei tanto quanto a Bruna Surfistinha. Se eu vender tantos livros quanto ela, estarei bem", brinca. A única exceção é o polêmico Mariel Mariscot, lendário policial do Rio que, na verdade, era membro do temido Esquadrão da Morte. "Era o homem mais gato e gostoso da cidade, e todas caíam aos pés dele. Mas foi a mim que ele escolheu, uma paixão avassaladora." Rogéria jura, no entanto, que o único amor de sua vida foi um certo Múcio, com quem viveu na juventude, mas que se viu obrigada a dispensar quando ele exigiu que escolhesse entre o amor e a carreira. "A resposta todo mundo conhece, né? Mas foi bem difícil, uma dor que eu sinto até agora." O celular toca e ela dispensa rápido o interlocutor: "É o cara com quem me relaciono há 16 anos, mas não tenho muita paciência. Casar nem pensar: sou péssima dona de casa, coloco óculos escuros para fritar ovo, com medo de respingar óleo no meu rosto. Apenas me veria de noiva na ficção. E, mesmo assim, só com o vestido da princesa Diana, o mais lindo de todos".

Das passagens marcantes de sua vida, escolho logo a que menos foi explorada no livro: o período entre 1971 e 1973, durante o qual ela viveu em Paris e virou estrela de renome internacional, graças a sua temporada na boate Carrousel, em Montparnasse, ao lado de grandes nomes do transformismo mundial, como Coccinelle, Bambi, Chou-Chou e Galia, além das amigas brasileiras Valéria e Eloína. "Rogéria tinha uma voz arrebatadora", conta Galia, hoje hostess do restaurante-cabaré-sensação Manko. "Conquistei tudo pelo gogó. Cheguei a Paris praticamente fugida de Barcelona, porque o dono da casa de shows onde eu me apresentava *queria-porque-queria* que eu fizesse a operação, dizendo que eu ficaria milionária. Fingi que precisava de um tempo para pensar e ver a neve. E me mandei para a França", conta. Com a trupe do Carrousel, Rogéria rodou o mundo, com direito a duas apresentações no Egito, de frente para as pirâmides, e outras duas em Teerã, para o xá Reza Pahlavi e a xabanu Farah Diba.

> "Casar nem pensar: sou péssima dona de casa, coloco óculos escuros para fritar ovo, com medo de respingar óleo"

Em Paris, Astolfo decidiu ser Rogéria em tempo integral. "Deixei o cabelo crescer, e veio essa cabeleira *ma-ra-vi-lho-sa*. As colegas queriam saber que pílula eu estava tomando, mas foi Deus quem me fez assim, querido, o que eu posso fazer?", esnoba. Paris era uma festa: na boate New Jimmy'z, de Régine Choukroun, deu uma célebre esnobada em Marlon Brando; em seus shows, sentou no colo de Sacha Distel e Jean-Paul Belmondo. O visual do dia a dia era basicamente formado por peças de Saint Laurent vendidas a preços camaradas por Chou--Chou, que só se vestia com looks assinados pelo mestre. "Eu conheci Saint Laurent no camarim da Zizi Jeanmaire no Cassino de Paris, cujos figurinos do show foram feitos por ele. Também fiquei amiga de seu namorado cubano na época, o Jorge Lago. Saint Laurent era um perfeito *gentleman*, tímido, sempre com ar desprotegido. Não cheguei a ser apresentada ao lado furacão dele", relembra, às gargalhadas.

Pois o furacão Rogéria decidiu dar sua carreira internacional por encerrada e voltar ao Brasil, de onde os convites para trabalhar não paravam de chegar. Em 1979, ganhou o Prêmio Mambembe de atriz revelação pela atuação na peça *O Desembestado*, de Aderbal Freire-Filho, na qual contracenava com Grande Otelo. Fez diversas participações em novelas e seriados de TV, foi jurada de programas de auditório, mas nunca deixou o teatro. "O primeiro vestido glamoroso que comprei, em duas prestações, foi do Hugo Rocha, um estilista divino que tinha um ateliê em Ipanema. Minhas roupas mais incríveis foram feitas por Viriato Ferreira e Afonso Guedes. Mas, no geral, não sou ligada a marcas", afirma. A idade, segundo ela, vem simplificando seu estilo. "Tirei meus cílios postiços, por exemplo. Para ter cara de mulher rica, você não pode colocar muita coisa. Eu sou a minha grife, meu amor", sublinha.
(Continuação da página 184)

Rogéria se apresentando no Beco das Garrafas, o berço da bossa nova, em Copacabana, no Rio, no fim dos anos 60

Helena Linhares vestida com seu novo look do dia: o de apicultora, na fazenda da família, no interior do Mato Grosso do Sul

Da moda ao mel

Depois de 20 anos na área, Helena Linhares trocou uma bem-sucedida carreira nos bastidores do mundo fashion pela apicultura. Aqui, conta como e por que mudou o ritmo de sua vida, na fazenda da família, no Mato Grosso do Sul EM DEPOIMENTO A **ANA CAROLINA RALSTON** FOTO **MARINA NAJJAR**

A vida é feita de ciclos – e a minha não é uma exceção. Passei 20 anos atuando na moda em diferentes áreas desse mercado. Mas, desde 2015, venho finalizando essa etapa para começar outra, como apicultora e administradora de um agronegócio.

Sou filha de fazendeiro e, durante parte da infância, passei longas temporadas na propriedade da minha família, chamada Rio Bonito, no interior do Mato Grosso do Sul, onde criamos gado, carneiros e cavalos e temos uma parceria no cultivo de eucaliptos. Estar rodeada pela natureza sempre foi algo normal para mim. Quando cheguei à adolescência e passei a ficar mais tempo em São Paulo, meu hobby tornou-se rapidamente a jardinagem. Era um momento no qual me sentia conectada novamente a terra, às minhas origens. Mas logo me descobri apaixonada por moda, quando percebi que existiam outras roupas além do uniforme da escola. Não pensei duas vezes: antes mesmo de começar o curso de administração na PUC, decidi que iria trabalhar na área. O conhecimento sobre negócios me colocou em uma posição diferente nos anos 2000, quando era mais comum entre minha geração a vontade de desenhar roupas que lidar com números. Trabalhei no marketing do Mappin e da Mesbla e na Iódice, entre outras empresas.

Em 1999, decidi que era hora de morar fora por um tempo. Fui para Nova York, onde estudei marketing de moda no Fashion Institute of Technology (FIT), e depois para Paris, para fazer um curso de estilismo e modelismo na École Supérieure des Arts et Techniques de la

Mode (Esmod). Nessa época, integrei o time de comunicação da grife francesa Emanuel Ungaro. Toda essa experiência me preparou para o desafio que viria a seguir: a criação da Pelu. Duas amigas – Ducha Lopes e Claudia Tannous – me convidaram para fazer parte de um projeto que unia bar, cabeleireiro e uma multimarca com peças criadas por novos nomes da moda brasileira. Foi um empreendimento inovador, que existiu por oito anos. Na época, uma nova safra de estilistas foi revelada em eventos como o Amni Hotspot e a Casa dos Criadores, e conseguimos reunir coleções do grupo na Pelu. Na sequência, criamos uma grife própria, assinada pela minha prima Cacá Garcia. Encerrar o ciclo da loja, em 2011, não me tirou a vontade de trabalhar na moda: no ano seguinte, fui convidada para fazer parte de um projeto pioneiro, o e-commerce OLook, voltado para a classe C.

Até que, em 2014, tudo começou a mudar. Passei a me sentir mal por estimular um consumismo em ritmo desenfreado – no site, chegamos a lançar 12 coleções em apenas um ano! Foi aí que me vi olhando novamente para a natureza. Fazia paralelos curiosos, comparando, por exemplo, o ciclo das roupas com o de um tomate. Quanto tempo demorava para essa fruta se desenvolver, ser colhida e consumida? O fascinante da vida é que, quando nos conectamos à nossa essência, o mundo dá respostas e nos guia para outros caminhos. Meus sócios e eu tivemos a oportunidade de vender o OLook por uma boa quantia e pensar no que iríamos fazer.

Decidi, então, tirar um período de descanso na fazenda da minha família. O ano de 2015 foi o primeiro em muito tempo que passei mais de um mês por lá, ao lado do meu pai. Entre boas conversas com ele, percebi que a fazenda precisava de uma modernização em sua gestão. Prontifiquei-me a tocar esse projeto e, depois de finalizá-lo, voltaria ao mundo da moda. No meio do caminho, no entanto, vi como gostava de estar lá e de trabalhar com a terra. Era o oposto da vida louca que eu tinha em São Paulo. Pouco a pouco, cheguei à conclusão de que era na fazenda que eu gostaria de morar. Mas como? Não conseguiria apenas trabalhar para o meu pai, na área administrativa da Rio Bonito.

Certo dia, durante uma cavalgada, reparei o quanto ele me alertava para tomar cuidado com abelhas e colmeias que existiam no percurso. Foi quando pensei: "Adoro mel, acho que esse seria um assunto com o qual gostaria de trabalhar". Quando criança, lembro de sentir medo ao ouvir o zumbido das abelhas vindo das mangueiras da fazenda, mas essa sensação logo passou. Hoje, vejo o quanto eu admiro esses insetos: primeiramente, porque as abelhas fazem parte de uma sociedade extremamente organizada e feminina – a rainha dita o ritmo da colmeia. Mas, principalmente, porque elas são um dos importantes termômetros de nosso planeta. As abelhas estão sempre à frente, já que conseguem perceber o desequilíbrio climático antes de outros bichos.

Nenhuma *mudança* radical de vida acontece como num mar de ROSAS. Nesse processo, tive várias *dificuldades*, como lidar com os predadores naturais das *abelhas*, como o tatu-canastra e o tamanduá

Em 2015, decidi fazer um curso para desvendar esse universo e, em maio passado, montei meu primeiro apiário na Rio Bonito – uma experiência incrível que confirmou a escolha em investir nessa área. A partir do próximo mês, terei, enfim, uma primeira leva do meu mel artesanal para distribuir em cafés e espaços escolhidos com cuidado, primeiramente em São Paulo.

Verdade seja dita, nenhuma mudança radical de vida acontece como num mar de rosas. Estudar sobre um tema e colocar em prática o que você aprendeu nos livros é muito diferente. Nesse processo, tive várias dificuldades, como lidar com os predadores naturais das abelhas, entre eles o tatu-canastra e o tamanduá – que me deram um baile no início, destruindo algumas vezes meu apiário. Foi também um grande exercício de humildade entender que eu não trabalhava mais em um mercado que dominava e que, nessa nova área, precisaria da ajuda e do conhecimento de terceiros para ser bem-sucedida.

Atualmente, passo 15 dias por mês no Mato Grosso do Sul e 15 em São Paulo, onde também estou fazendo um MBA na Fundação Getúlio Vargas em agronegócio. Quando estou na cidade, aproveito para adiantar a parte administrativa, mas também dedico mais tempo a mim mesma. Faço aulas de dança três vezes por semana, medito todos os dias, cuido dos meus cachorros (Tatu e Gin), leio e passo mais tempo com a minha família. Para uma pessoa que não tinha tempo para nada, isso é um parque de diversões – e um aumento imensurável na minha qualidade de vida.

Quando optei por esse novo ritmo, muitos amigos me questionaram, achando que eu havia enlouquecido. Repetiam: "Como assim você vai trabalhar com abelhas? Você cansou da moda?". Mas, não, eu não deixei de gostar dela, pelo contrário. Apenas percebi que havia um novo caminho a seguir, mais condizente com quem me tornei. Antigamente, tinha vontade de fazer diferença no mundo da moda. Hoje, quero fazer outro tipo de diferença para as pessoas que me rodeiam. Buscar uma consciência maior sobre nossas vidas, sobre o que consumimos, o que comemos e, principalmente, sobre nossas escolhas.

Em 2007, na loja Pelu

FOTO: RAQUEL ESPÍRITO SANTO/ARQUIVO GLAMOUR

Cartas do EXÍLIO
POR **HERMÉS GALVÃO**

Conta exata

Em Barcelona, vivendo em espaços diminutos, é preciso montar um quebra-cabeça no dia a dia: ter apenas o que se usa, com qualidade para durar, sabendo que tudo combina entre si e cabe numa única mala de mão ILUSTRAÇÃO **DÉBORA CHODIK**

A conta precisa fechar todo mês, mas, além dela, é necessário fazer com que a vida caiba em espaços tão estreitos quanto o saldo bancário. É dureza, mas é uma beleza – em Barcelona, onde vivo há um ano, quando se é duro pela própria natureza, a ordem é se virar nos 30 (metros quadrados, inclusive) para arcar com os custos e controlar os gastos.

Nessa redefinição espacial, a regra é simples e requer paciência como montar um quebra-cabeça de mil peças: na geladeira ou no armário, ter apenas o que se usa de fato. E assim aprendemos a ser neutros no paladar e no vestir: as roupas precisam ser brancas, marinho, cinza, cáqui, pretas e verde-musgo, sem estampas. Basta um item de cada modelo, e tudo deve casar com tudo e ir junto para máquina de lavar (portanto nada de ler a etiqueta!), sem medo de ver camiseta virar top.

Qualidade acima de tudo: roupas, assim como bicicletas e tênis, precisam durar – e quanto mais usadas, antigas, melhor e mais, humm, cool. Na Espanha e na Suécia, por exemplo, cresce o número de jovens que aprendem a costurar para salvar seus looks de cada dia – ironia do destino, justo nas terras natais de Zara e H&M, que lotam armários da Europa para fora com seu fast-fashion, o novo vilão da ecopatrulha, com suas peças de coleções-cápsula que ninguém espera durar mais que algumas lavagens.

Mas voltemos no tempo para falar da falta de espaço: "tudo" que se tem, alívio para os olhos, precisa estar no campo de visão para caber numa mala, seja para uma viagem de última hora para uma esquina qualquer a preços de promoção relâmpago ou, acontece, para mudar de casa ou até mesmo de cidade – a mesma da nova paixão inflamável que deve ser consumada e consumida antes que entremos em autocombustão por uma depressão que terapia por Skype não dá conta de apagar.

Ah, sim, e a mala precisa ser diminuta, uma só e leve (não tem nada mais fora de sintonia com a vida atual que carregar o mundo nas costas ou num *trolly* repleto de bagagens) para caber na mão, no avião (seja *low-cost* ou não) e para que nos acompanhe de porta a porta por toda a vida e não por uma temporada apenas: desce a escada de casa, sobe a escada do metrô, desce a escada do trem, sobe no ônibus, nas costas, na marra. E, ao chegar ao destino ou voltar para casa, no desafivelar das bagagens, ter a certeza de que sempre cabe mais uma pecinha de roupa na sacola para doação.

BANCO DO BRASIL S.A.

O atendimento próximo e pessoal de sempre. E, agora, na palma da mão.

Banco do Brasil Estilo Digital
Você conectado ao bom da vida.

ESTILO

Atendimento estendido das 8h às 22h; assessoria financeira completa com especialistas em investimentos, previdência, seguridade e crédito imobiliário; acesso online ao gerente; e atendimento por mensagens instantâneas, chat, videoconferência, e-mail e telefone. Tudo para você aproveitar os momentos bons da vida.

bb.com.br/bbestilodigital

Baixe o aplicativo Banco do Brasil.

Central de Atendimento BB | **SAC** | **Deficiente Auditivo ou de Fala** | **Ouvidoria BB** | ou acesse **bb.com.br**
4004 0001 ou 0800 729 0001 | 0800 729 0722 | 0800 729 0088 | 0800 729 5678 | @bancodobrasil /bancodobrasil

BELEZA: LETICIA DE AGOSTINO FOTOS ROUCHON PARIS (C) HERMÈS 2016

Tesouros RECICLADOS

Parte do clã Hermès, a francesa Pascale Mussard criou a petit h, métier da grife cujas coleções são feitas com sobras de produtos da maison fundada por seu tataravô FOTO **JULIA RODRIGUES**

De dentro de uma sacola repleta de objetos coloridos, a francesa Pascale Mussard retira - um a um - seus tesouros. Os olhos azuis da herdeira do clã Hermès brilham enquanto ela espalha sobre uma mesa miniaturas de animais feitas de couro, colares e cartões-postais revestidos de seda estampada e pulseiras de porcelana. As peças, todas diferentes umas das outras, formam a coleção da petit h, um métier da Hermès que, apesar da grafia minúscula, tem um objetivo grandioso: seus produtos são confeccionados com sobras de matérias-primas utilizadas para fabricar acessórios de couro, lenços e louças da casa-mãe. Para se ter uma ideia de como funciona esse processo *upcycling*, uma xícara de cerâmica quebrada pode se transformar num pingente (como o que Pascale carrega no pescoço na foto ao lado) e as alças de uma Kelly, um dos modelos de bolsa icônicos da marca, são usadas como suporte para um vaso de cristal.

Diretora criativa da petit h, Pascale atuou mais de três décadas em diversos setores da maison fundada em 1837 por seu tataravô Thierry Hermès, até que, há seis anos, ela deixou o posto de codiretora artística para desenvolver esse novo ofício - que ela compara a um ateliê de recriação. "Quando comecei, ninguém na empresa acreditava no projeto. Éramos apenas um artesão e eu trabalhando numa cave pequena e mal iluminada. Pedi a ele que se sentisse como num laboratório", conta ela.

Sob olhares incrédulos, Pascale persistiu, convencida de que repensar os processos de maneira sustentável era essencial para garantir o futuro da casa. "Em alguns anos, os materiais serão cada vez mais raros: haverá menos couro, menos seda, menos água... Temos de pensar sobre como continuaremos essa magnífica aventura de seis gerações de criadores e artesãos", reflete.

Pascale deu início à sua primeira coleção percorrendo os ateliês da Hermès espalhados pelo país, onde descobriu tesouros como o micocoulier, árvore comum na região de Bordeaux, cuja fibra era usada pela marca para fabricar chicotes. "Hoje, eles são produzidos com fibra de carbono, material que é muito mais leve", conta a francesa – que reutiliza a madeira para fazer alças para bolsas da petit h.

Ao mesmo tempo, ela cercou-se de um time de designers que atuou tanto desenvolvendo objetos - como Gilles Jonemann, autor dos colares feitos com seda plissada, e sua mulher, Stefania di Petrillo, responsável por peças de couro - quanto dando bons conselhos. Os encontros ocorreram quase sempre de maneira inusitada, como o que a colocou frente a frente com os irmãos Humberto e Fernando Campana. "Meu filho Dimitri [Mussard], que mora no Brasil, um dia me ligou e disse: 'Mamãe, encontrei dois artistas que pensam como você, e eles estão em Paris. Você tem de conhecê-los'. Eram os Campana", lembra Pascale. "Eles tinham pouco tempo livre antes de deixar a cidade naquele mesmo dia, mas, mesmo assim, fui vê-los. Acabamos conversando por cinco horas, e Fernando me falou: 'Você tem o mais importante para realizar seu projeto, que são os criadores", descreve.

Quando os cem primeiros objetos ficaram prontos, Pascale os mostrou à cúpula da grife, encabeçada por seu primo, o diretor artístico Pierre-Alexis Dumas. "Não tive medo da reação deles, mas, sim, dos artesãos da Hermès", afirma. "Eles poderiam achar que eu faria bricolage ou uma reciclagem de má qualidade. Não gostaria que pensassem que eu queria diminuir o trabalho deles." Apesar de restarem alguns "senões", Pascale foi autorizada a apresentar a linha na loja mais completa e badalada da marca, a do Faubourg Saint-Honoré, em Paris. "Estava prestes a pagar as pessoas para que elas comprassem as peças", lembra, rindo. Nem precisou: a ideia foi um sucesso de público e também na mídia, o que lhe garantiu o aval para continuar sua aventura. Hoje, com quase 3.000 objetos, a petit h tem um espaço fixo na luxuosa unidade parisiense da Rue de Sèvres e também realiza vendas anuais em outros países – as próximas serão em Roma, a partir de março, e Seul, na Coreia do Sul, em novembro.

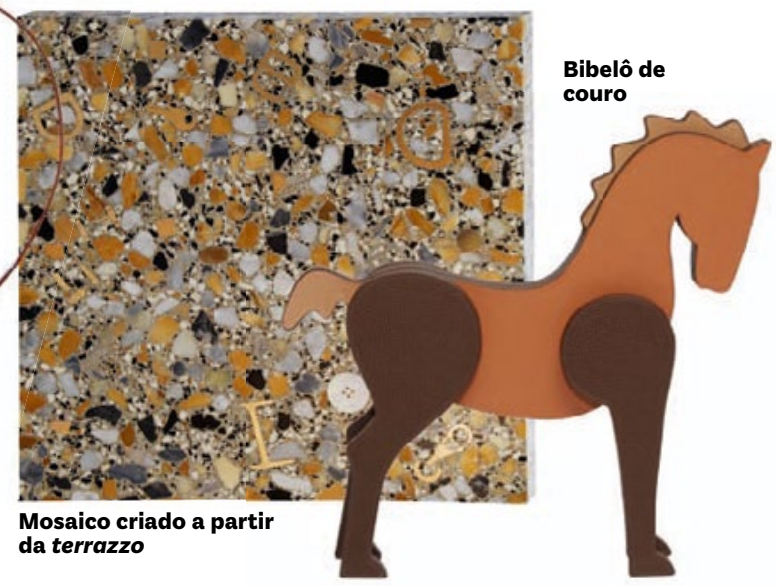
Desde então, as experiências de Pascale no que ela chama de sua "caverna de Ali Babá" atingiram altos níveis de sofisticação. Ela resgatou métodos tradicionais como o kintsugi, arte japonesa de restauração de cerâmica que utiliza cola e pó de ouro, prata ou platina, transformando as rachaduras num belo desenho. Seu mais recente lançamento traz de volta também a técnica italiana do *terrazzo*, um tipo de mosaico feito com pedaços de couro, metal, botões e porcelana, entre outros materiais.

Algumas invenções da petit h foram inclusive incorporadas à Hermès. "É um círculo virtuoso: temos uns 30 objetos no catálogo da maison e cerca de 15 artesãos trabalhando para eles. Costumo dizer que eles deveriam ser mais fiéis!", brinca Pascale. "Mas minha principal descoberta foi sobre mim mesma: é como se eu tivesse hibernado por 30 anos, mas na verdade, acredito que estava amadurecendo essa ideia. A petit h me permitiu conhecer o mundo e as pessoas. Não imaginei que poderia ser tão tenaz." ADRIANA FERREIRA SILVA

3.000 OBJETOS
FAZEM PARTE DA COLEÇÃO DA PETIT H, QUE UTILIZA SOBRAS DE PRODUTOS FEITOS PELA HERMÈS
EM SUAS COLEÇÕES

Cômoda de madeira estampada

Pingentes moldados com a técnica *terrazzo*



Mosaico criado a partir da *terrazzo*

Bibelô de couro

NOVA ONDA

Biquínis e *maiôs lisos* com calcinha tipo asa-delta voltam à tona e ganham a companhia de *maxitricôs*, parkas, moletons e jeans de silhueta máxi, dando vida a uma *moda praia* que flerta com o sexy e o *street*

Fotos *Giampaolo Sgura* Edição *Yasmine Sterea*

Irina Shayk usa maiô,
R$ 247, **Osklen**

Parka, **Prada**; top, R$ 168, e calcinha, R$ 138, ambos **Amir Slama**; calça, **Gap**. Colar, R$ 7.980, e escapulário, R$ 11.420, ambos **Carla Amorim**. Na página ao lado, tricô, **Roberto Cavalli**

ENDLESS SUMMER
JAM

Moletom, R$ 249, **Adidas**; calcinha, R$ 138, **Amir Slama**; calça, R$ 360, **Colcci**. Alianças, a partir de R$ 3.660, ambas **Carla Amorim**. Na página ao lado, moletom, R$ 598, **Cris Barros**; calça, **Gap**. Pulseira, R$ 13.940, **Carla Amorim**

Moletom, R$ 199, **New Balance**; macacão, R$ 850, **Jo de Mer**. Colar, R$ 7.980, e escapulário, R$ 11.420, ambos **Carla Amorim**. Na página ao lado, tricô, **Altuzarra**; calcinha, R$ 138, **Amir Slama**. Boné, **Balenciaga**; chinelo, R$ 2.740, **Chanel**; meias, R$ 12, **Lupo**

BALENCIAGA

Calvin Klein Jeans

Roupão, **Balenciaga**; sutiã, R$ 89, e calcinha, R$ 39, ambos **Intimissimi**; shorts, R$ 397, **Osklen**. Na outra página, moletom, R$ 319, **Calvin Klein**; calcinha, R$ 138, **Amir Slama**; calça, R$ 990, **Diesel**

Blusa, **Prada**; calcinha, R$ 39, **Intimissimi**; calça, R$ 269, **Adidas**. Na página ao lado, maiô, R$ 248, **Cia. Marítima**. Pulseira, R$ 13.940, **Carla Amorim**

Maquiagem: Niki M'nray (The Wall Group)
Cabelo: Ben Skervin (Streeters)
Manicure: Gina Viviano (ABTP)
Produção de moda: Antalya Atkinson (NY) e Luiz Freiberger e Otavio Rosselli (SP)
Assistente de fotografia: Filippo Tarentini
Digital tech: Giuliano Carparelli
Produção executiva: Dario Callegher e Carolina Takagi
Tratamento de imagem: Digital Area

Filha da icônica modelo *Pat Cleveland* e atual sensação das passarelas com sua beleza incomum e andar performático, Anna Cleveland veste a *couture* do francês Jean Paul Gaultier, irreverente como ela, em plena praia de Ipanema

POR **ROSANA RODINI** FOTOS **GIL INOUE** STYLING **PATRICIA TREMBLAIS**

MUSA FORA DA CAIXA

Jean Paul Gaultier posa na praia de Ipanema com Anna Cleveland, que usa vestido e capa decorados com desenho metálico de floresta. Todos os looks são da coleção de alta-costura para o inverno 2016/17 do estilista

RIO DE JANEIRO, DOMINGO ESCALDANTE DE OUTUBRO. Um casarão no bairro de Santa Teresa se transforma numa espécie de porto antigo para receber a tripulação de Jean Paul Gaultier, *in town* para badalar o relançamento de dois de seus perfumes, o Classique e o Le Male. Para o mais irreverente dos estilistas da alta-costura francesa, marinheiros descamisados, seios à mostra, uma Josephine Baker tupiniquim e batuque brasileiro evocando o candomblé. No cenário em que tudo salta aos olhos, Anna Cleveland, 27 anos, filha da icônica modelo americana Pat Cleveland e atual sensação das passarelas com sua beleza fora do comum e andar performático como o da mãe, se destaca – linda, exótica, provocativa. Além da boa silhueta, o vestido transparente evidencia propositalmente a ausência de calcinha. Na cidade especialmente para participar da festa, a modelo dança, dona da cena.

SEGUNDA-FEIRA PÓS-FESTA NABABESCA. A estonteante vista do Vidigal dá as boas-vindas à trupe de Gaultier. Lá no alto, na escola do artista Vik Muniz, Anna surge de alta-costura na favela, se encanta com a caipirinha, toca pandeiro e samba, de forma excêntrica, mas samba. "Como eu aprendi? Eu nunca me preocupo em aprender. Você deveria tentar também", sugere ela, em entonação teatral.

TERÇA-FEIRA PÓS-SAMBA NO VIDIGAL. Numa sala no hotel Fasano, às 10h, Anna não demonstra sinais de cansaço antes de começar a fotografar o editorial que ilustra estas páginas da *Vogue*. Recebe os retoques finais na pele e prefere pintar as unhas sozinha. "*Do it yourself, babe*." Um set na praia de Ipanema, que ela insiste em chamar de Copacabana, mais para cantarolar os versos do clássico kitsch de Barry Manilow que por falta de informação, a espera. De braços dados com Jean Paul e nem aí para os mais de 30º C, usa peças da coleção *couture* do francês para o inverno 2016/17. Em plena areia de Ipanema, Anna cria um novo hi-lo. "A coleção é inspirada em diferentes tipos de madeira, mas representa também todos os tons de pele. É sobre diversidade", explica o estilista, em sua típica fala veloz.

"Minha mãe sempre me disse que um dia eu encontraria um grupo de pessoas que me aceitaria como sou. Há dois anos, um de meus primeiros castings como modelo foi no ateliê de Jean Paul. Ao entrar ali, apesar de o lugar ser grandioso, me senti em casa", diz ela, sobre a emblemática sede da maison, com sua escadaria imponente, na Rue Saint-Martin, em Paris. "Ele gosta do incomum, me faz acreditar que a mulher pode ser bonita sem personagens", completa. O estilista conta que sua relação com Anna foi amor à primeira vista. "Eu não queria mais uma modelo robótica, precisava de uma musa, com emoções que se sobressaíssem às imagens. Isso faz só dois anos, mas parece uma vida."

Fruto do casamento de mais de três décadas de Pat Cleveland – uma das primeiras modelos negras a se consagrarem na moda nos anos 70 – com o holandês Paul Van Ravenstein, que também foi modelo, Anna ensaiou os primeiros passos sobre saltos, mas demorou a se entregar à profissão. "Quiseram me colocar numa caixa, mas nunca deixei. Meu primeiro ensaio foi aos 5 meses. Aos 12 anos, posei para um editorial da *Vogue* Paris. Mas, como não tinha certeza se a moda seria para mim, fui vivendo longe dela. Quando percebi que não era completa sem ela, me entreguei", explica a modelo, que nasceu em Amsterdã e hoje vive entre Nova York e Paris.

Em 2016, Anna apareceu em duas campanhas da Marc Jacobs e está na atual da Moschino, usando o mesmo vestido em chamas com o qual cruzou a passarela da grife italiana na temporada do inverno 2016/17 em Milão. Também desfilou para as mais diferentes marcas, da Maison Margiela à Carolina Herrera e clicou editoriais para a *Vogue* Itália. Consolidou seu espaço na cena fashion e lugar de destaque na gangue de Gaultier – em julho passado, ela acompanhou o francês na passarela nos agradecimentos finais de sua apresentação.

Além da devoção à moda, Jean Paul e sua musa dividem também o amor pelo Brasil. O dele despontou em 1981, quando fez um desfile em São Paulo. "Não existe país mais multicultural que o de vocês", acredita o estilista. Já o dela é tão simbólico quanto real. "Vim ao Brasil criança e me lembro de ter perdido o voo de volta por não querer partir." Mas há mais: sua mãe aparece nua na praia de Copacabana em cena do filme *Rio Babilônia*, dirigido por Neville de Almeida em 1982. "Eu gosto da nudez com sentido, enquanto arte. Acho lindo e irônico minha mãe ter participado desse filme. Estive na mesma praia, mas um pouco mais vestida que ela", brinca.

Depois da temporada no Brasil, a modelo seguiria para o Peru, para o aniversário do fotógrafo Mario Testino. Como companhia, a amiga stylist Catherine Baba, tão excêntrica quanto ela. "*More is never enough*", adora repetir Anna. "Amo me vestir. Mas, quando ninguém me olha, não uso nada. Aliás, soube que o topless ainda é motivo de polêmica nas praias do Rio. Vivemos um período tão libertador décadas atrás, mas parece que agora entramos numa era de retrocesso. Isso me assusta." Ela interrompe o papo para trocar o look para as fotos da *Vogue*, numa tenda improvisada nas areias de Ipanema. Seminua, muda o tom da prosa, sedutora, excêntrica, livre. "*Free the nipples, babe, and let's have some fun.*"

O longo de um ombro só é formado por tiras de tule e seda de tons diferentes de marrom costuradas umas às outras no viés, simulando o tronco de uma árvore

Longo de chiffon combinado a longas luvas de couro, recurso de styling usado no desfile de alta-costura que aconteceu em Paris em julho passado

Tomara que caia de seda com aplicação de flores tridimensionais. Na página ao lado, longo esvoaçante de chiffon estampado

Beleza: Amanda Schön. Direção executiva: David Jensen e Patricia Veneziano (WBorn Productions). Produção executiva: Monica Borges (WBorn Productions). Assistentes de fotografia: Renato Gonçalves e Breno Turnes.
Assistente de beleza: Renata Brazil. Assistente de produção: Jeferson Hulk (WBorn Productions). Tratamento de imagem: Kiki & Masha

ELE REINA!

Consagrado por criar coleções femininas e sofisticadas, *Reinaldo Lourenço* tem espaço cativo no closet de brasileiras acostumadas a vestir o melhor da moda mundial. Aqui, *sete clientes fiéis* posam com o *inverno 2017* do estilista e contam por que ele é rei em seus guarda-roupas POR **VÍVIAN SOTOCÓRNO** FOTOS **HICK DUARTE** SET DESIGN **MANGABA**

Sabrina Sato usa vestido de paetês e cristais Swarovski (R$ 8.489) com botas de couro (R$ 1.133) e Fernanda Motta usa blazer de paetês (R$ 3.497), blusa de tule e paetês (R$ 827), calças de gabardine (R$ 1.994) e botas de couro (R$ 1.133)

Mariana Aydar usa vestido de crepe de chine estampado, choker Reinaldo Lourenço + Camila Klein (R$ 1.997), bolsa estampada (R$ 1.670) e botas de couro estampadas (R$ 1.133); Martina Ritter usa vestido de seda (R$ 5.998), botas de couro estampadas (R$ 1.133) e anel com ágata negra Reinaldo Lourenço + Camila Klein (R$ 656); e Natalia Machado usa vestido de seda estampado (R$ 9.859), bracelete com ágata negra Reinaldo Lourenço + Camila Klein e botas de couro estampadas (R$ 1.133)

Jaque Cantelli usa blusa de tule e couro cobre (R$ 4.190), calças de gabardine (R$ 1.994) e pochete de couro (R$ 1.658); Natalia usa blusa de tricô (R$ 1.053) e saia de tule e couro metalizado (R$ 7.998); e Caroline Ribeiro usa vestido de tule e tiras de couro (R$ 13.991) e regata de tricô (R$ 1.092). Os anéis são Reinaldo Lourenço + Camila Klein (R$ 539 cada)

No início dos anos 90, quando cheguei a São Paulo ainda adolescente, vinda de Belo Horizonte para trabalhar como modelo, me impressionei com a vitrine da loja de Reinaldo Lourenço no Shopping Iguatemi e prometi para mim mesma: 'um dia irei vestir só roupas desse estilista'", relembra, emocionada, Cassia Avila, que elegeu um look de Reinaldo até em seu casamento com o joalheiro Jack Vartanian, em 2010, e hoje só alterna as peças de Rei com itens de marcas internacionais como Azzedine Alaïa, Givenchy, Chanel e Fendi. Dono de uma das primeiras filas mais prestigiadas – edição após edição – do São Paulo Fashion Week, sempre repleta de clientes fiéis vestindo seus hits da vez, o paulista nascido em Presidente Prudente conquistou lugar cativo no closet de brasileiras que amam moda e estão acostumadas a vestir o que há de melhor aqui e lá fora.

É o caso de Ana Paula Junqueira, cliente de Reinaldo há uma década que, mesmo morando em Londres na época em que descobriu a grife, corria para a loja do estilista nos Jardins toda vez que desembarcava em São Paulo. "As peças dele eram diferentes de tudo que eu via por lá. São sofisticadas, confortáveis e muito bem-feitas. Quando as visto, me sinto instantaneamente bem", diz Ana Paula, que reveza os vestidos de festa da grife com outros de Stella McCartney e Valentino. A modelo Carol Ribeiro, que debutou nas passarelas justamente em um desfile do estilista, no extinto Phytoervas Fashion, faz coro: "Sempre que uso uma peça do Reinaldo sei que estarei bem-vestida, independentemente da ocasião. Um blazer preto que tenho há mais de dez anos é o campeão de quilometragem do meu guarda-roupa: posso comprar modelos novos de outras marcas, mas nenhum me veste como ele".

Seja criando elaborados looks de festa, peças ultrafemininas com estampas instigantes ou uma alfaiataria impecável para o dia a dia, Reinaldo vem lapidando ao longo das últimas três décadas a habilidade para desenhar roupas sofisticadas e bem cortadas, que, apesar de seu olhar sempre voltado para o novo, resistem a muitas estações – vestindo, com louvor, diferentes corpos e idades, do almoço informal ao jantar de gala. "Na minha casa, tanto eu quanto minha mãe e minha avó usamos Reinaldo", diz a blogueira gaúcha Marina Ritter. As peças são sucesso também entre famosas como Sabrina Sato que, em vez de simplesmente pedirem aos seus stylists que peguem emprestado criações do estilista para vestir em eventos ou no trabalho, fazem questão de comprar boa parte dos itens, para usar também em momentos de lazer. "Todo mundo que gosta de moda sempre quer comprar o que está 'acontecendo'. A diferença é que a roupa do Reinaldo não fica ultrapassada. E, por mais sexy que seja um look, também é sempre elegante", diz a apresentadora.

Em seu inverno 2017, inspirado em uma viagem por Ahus, cidade de 10 mil habitantes no interior da Suécia, e pela capital Estocolmo, que tive o prazer de acompanhar em julho passado, a meticulosidade foi tamanha que Reinaldo precisou contratar uma equipe extra de costureiras apenas para dar conta da linha de vestidos com fitas aplicadas sobre tule – uma evolução do trabalho com tiras que é sua assinatura e vem sendo exercitado com primor ao longo dos anos. "Cada peça dessa família demanda quatro dias só na máquina de costura", conta ele, que mantém mais de 60 funcionários. Na passarela, tais vestidos apareceram usados sobre tricôs de manga longa e gola rulê, em um styling inspirado nos jogos de *layering* que vimos nas ruas de Estocolmo. "Foi uma maneira de atualizar minha moda festiva, deixá-la mais contemporânea e jovem. A roupa de festa precisa de novos códigos, inspirados em design e arquitetura", acredita.

Sua obsessão pelo que é original fez com que em Estocolmo, berço do *normcore*, seu radar apontasse justamente na direção contrária à do design de traços puros e minimalistas. Foi no vestuário folclórico dos sámi, povo do Norte europeu, que Reinaldo encontrou o fio condutor de seu inverno. Após explorarmos campos de trigo em Ahus e de um inesquecível jantar dentro de uma cabana de caça nos domínios do castelo de Rabelovsjon, com direito ao pôr do sol à meia-noite que marca o verão no país, a coleção ganhou clima campestre – decorada com belos florais inspirados nas tapeçarias e bordados usados pelos sámi, peças que tivemos a oportunidade de conferir de perto no Museu Nórdico, em Estocolmo. Sob o olhar sempre atento do estilista, até o bordado de uma almofada encontrada em um armarinho acabou inspirando um dos *prints*. Já no Skansen, enorme museu a céu aberto criado em 1891 para exibir o estilo de vida da população local ao longo dos últimos séculos, ele se encantou com o vermelho acobreado que tingia parte das casas, tom que conseguiu reproduzir com perfeição em anoraques com modelagem inspirada em peças garimpadas em um brechó de Copenhague, por onde havia passado antes da temporada na Suécia.

Como em um quebra-cabeça, a última peça veio das ruas de Estocolmo. Explorando a culinária e a noite local com a mesma atenção com que visitamos os museus, foi ao ver uma jovem na porta de um bar vestindo um trench coat camelo de proporções *oversized* que lhe veio o clique final – o providencial ar *street* e esportivo que deixou tudo mais *fresh*. "Reinaldo Lourenço é interessante para mim porque ele tem tudo que esperamos de um criador brasileiro: muita noção de cor, noção do caimento da roupa, movimento do corpo", elogiou em entrevista a Maria Prata para o canal GloboNews a editora inglesa Suzy Menkes, que estava em meio às "Reinaldistas" na primeira fila de seu desfile para o inverno 2017, no São Paulo Fashion Week, em outubro passado. No fim da apresentação, a clientela fiel do estilista aplaudiu de pé, é claro.

"Na minha casa, tanto EU quanto minha MÃE e minha AVÓ usamos Reinaldo", diz a gaúcha *Marina Ritter*

“Um blazer preto do Reinaldo que tenho há mais de DEZ ANOS é o CAMPEÃO de quilometragem do meu *guarda-roupa*: posso comprar modelos novos de outras marcas, mas nenhum me VESTE como ele”, diz *Carol Ribeiro*

Ana Paula Junqueira usa vestido de tule e paetês (R$ 5.000) e Nathalia usa vestido de tule e paetês (R$ 11.993) e bolsa de couro metalizado (R$ 2.171). Na página ao lado, Cassia Avila usa blusa de tricô (R$ 1.053) e trench-coat de jacquard (R$ 4.997); Carol usa blusa de tricô (R$ 1.053), blazer de jacquard (R$ 2.993), calças de jacquard (R$ 2.072) e brincos Reinaldo Lourenço + Camila Klein (R$ 791); e Jacque usa body (R$ 762), colete de jacquard (R$ 3.710), calças de jacquard (R$ 2.072) e choker Reinaldo Lourenço + Camila Klein (R$ 1.997)

Beleza: Amanda Schön usando produtos Sisley Paris e Schwarzkopf
Beleza Sabrina Sato: Rodrigo Costa (MLages) usando produtos MAC, Vult Cosméticos e Wella
Assistentes de beleza: Renata Brazil, Camila de Alexandre e Jean Ricardo
Assistente de styling: Fabiana Leite
Assistentes de fotografia: Pedro Pinho e Victor Takayama
Tratamento de imagem: Nicolas Leite

A ARTE DE MISTURAR

A *enxurrada* de acessórios *multicoloridos* que tomou a *moda* de assalto neste *verão* encontra na casa do *galerista* Daniel Roesler e da *publicitária* Bia Rosa o cenário *perfeito* para ressaltar seu caráter *artsy*

FOTOS **MICOL SABBADINI** EDIÇÃO **ANA PIVA**

Celina Locks usa jaqueta, R$ 4.725, **PatBo**. Brincos, R$ 448, **Lool**; mochila, R$ 6.500, **Les Petits Joueurs** na **Acaju do Brasil**. Ao fundo, obra de Rodolpho Parigi. Na página ao lado, bracelete verde-água, R$ 298, bracelete quadrado, R$ 358 o kit com três, e anéis, R$ 198 cada, tudo **Lool**; braceletes nas cores rosa e verde, R$ 252 cada, bracelete estrela, R$ 240, e brincos, R$ 540, tudo **Cine 732**; braceletes ondas, R$ 450 cada, **Vanda Jacintho**; colar, R$ 179, **Luiza Dias 111**; tênis, R$ 1.600, **Twins for Peace** na **Acaju do Brasil**

AMOR É
O QUE SE
APRENDE
NO LIMITE

Conhecida por seus DELICADOS bordados, a artista *paulistana Mônica Figueiredo* levou um trecho do poema *AMOR EM SEU TEMPO*, de *Carlos Drummond* de Andrade, aos *tecidos*, em uma *série* de obras que falam sobre PAIXÃO

Em frente à fachada da casa, cujo projeto leva a assinatura de Ruy Ohtake, blusa, R$ 698, **Juliana Jabour**; calça, R$ 579, **Plural**. Brincos, R$ 360, braceletes transparentes, R$ 180 cada, e bracelete rosa, R$ 320, tudo **Cine 732**; pulseira violeta, R$ 368, e pulseira turquesa, R$ 448, ambas **Lool**; clutch, R$ 898, **La Spezia**. À direita, vestido, R$ 1.872, **Coven**. Óculos, R$ 2.500, **Thierry Lasry** na **Acaju do Brasil**; brincos, R$ 398, pulseira amarela e pulseira turquesa, R$ 368 cada, e pulseira azul-royal, R$ 448, tudo **Lool**; braceletes quadrados, R$ 220 cada, ambos **Ivana Salume**. Na página ao lado, brincos, R$ 330, **Gla Acessórios**; clutches, a partir de R$ 739, tudo **La Spezia**. Obra da artista Mônica Figueiredo

A *gaúcha* LUCIA KOCH e o *dinamarquês* OLAFUR ELIASSON
são dois importantes *artistas* contemporâneos que *colocam*
a LUMINOSIDADE como *tema* central de suas criações

Top, R$ 581, **Coven**. Brincos, R$ 330, **Gla Acessórios**; e colar de murano, R$ 568, **Lool**. Obras assinadas por Lucia Kock (janela) e Olafur Eliasson (estrela). Na página ao lado, pulseira, colar e brincos, a partir de R$ 368, tudo **Lool**

Beleza: Cris Biato. Produção de moda: Fabiana Leite. Assistentes de fotografia: Fabio Enes e Tiago Gracindo. Manicure: Rose Luna

MAIS
AMOR
POR
FAVOR

Apostando em produções *pequenas* e ARTESANAIS, uma série de estilistas brasileiros vem adotando o *slow fashion* como filosofia de suas marcas, com peças ATEMPORAIS e feitas *para durar*

POR **VÍVIAN SOTOCÓRNO** FOTOS **HELM SILVA** STYLING **RAQUEL KAVATI**

RITMO PRÓPRIO

As modelos Ju Mendes e Larissa Marchiori vestem tricôs (R$ 800 cada) Tricoma; calças (R$ 265 cada) NØN; colares (R$ 1.290 cada) e sapatos (a partir de R$ 1.620), Lane Marinho

À esquerda, quimono (R$ 658) e calça (R$ 398), ambos Le Soleil D'été; colar (R$ 540) Julia Gastin e sandálias (R$ 980) Marcela B. À direita; macaquinho (R$ 358) e saia (R$ 1.980); ambos Le Soleil D'été, colar (R$ 1.180) Julia Gastin; e sandálias (R$ 590) Marcela B.

À esquerda, camisa (R$ 270) e calça (R$ 380), ambas Comas; bolsa preta (R$ 269) e bolsa caramelo (R$ 169), ambas Alexandre Pavão; e sapatos (R$ 698) Mari Giudicelli. À direita, camisa (R$ 205) e saia (R$ 205), ambas Comas; bolsa (R$ 389) Alexandre Pavão; e sapatos (R$ 598) Mari Giudicelli

Desde que lançou a grife que leva seu nome, em 2013, e conquistou fashionistas pelo País com sapatos artesanais decorados com cordas, conchas e pedras, Lane Marinho tem chamado a atenção das melhores multimarcas brasileiras, de olho em sua sensibilidade ímpar. Mas, até hoje, as peças – que recentemente ganharam a companhia de colares de cerâmica e bolsas de palha – seguem sendo vendidas unicamente sob encomenda e confeccionadas pela própria Lane e seus assistentes no ateliê da designer em Santa Cecília, em São Paulo. "Assim como faço com meu corpo e minha mente, respeito meu processo de criação. Todos temos um ritmo próprio. Não consigo conceber nada genuíno se não trabalhar desse jeito", diz ela. Marcas de *slow fashion* como a de Lane propõem peças desenvolvidas sem pressa e à prova de tendências passageiras, em sintonia com a sustentabilidade. "Depois de notícias de escravidão e condições de trabalho trágicas envolvendo grandes redes de fast-fashion internacionais, como o desabamento de um edifício que matou mais de mil pessoas em Bangladesh, em 2013, o *slow fashion* desponta como uma forma de provar que roupas podem ser feitas com respeito – ao produtor e ao planeta", defende a britânica Safia Minney, fundadora da grife pioneira em comércio justo People Tree e autora de dois livros sobre o tema.

Nos últimos anos, essa maneira de encarar a moda ganhou adeptos por aqui, principalmente em São Paulo e no Rio. São marcas que trabalham com produções pequenas e artesanais e cujas vendas geralmente se concentram no próprio ateliê ou e-commerce, quase sempre refletindo o *lifestyle* de seus fundadores. "Gostamos de receber amigos em casa para longos almoços e amamos viajar para lugares tranquilos, onde é possível ficar em contato com a natureza. Somos *slow* no dia a dia, e não faria sentido criar uma marca que não seguisse essa filosofia", conta a carioca Roberta Belotti, que há um ano e meio fundou a grife de roupas Le Soleil D'été ao lado das filhas, Flora e Isabella. "Vivemos um momento em que as pessoas são incentivadas a encontrar seu propósito, sua felicidade, o trabalho dos sonhos. Essa visão também vem sendo aplicada à moda, numa busca por novos modelos. Um dos caminhos do futuro está em redes colaborativas, nas quais as pessoas aprendem e tratam as dificuldades em conjunto", diz o publicitário André Carvalhal, autor do recém-lançado livro *Moda com Propósito* (Editora Paralela, R$ 50), há um ano à frente de um espaço em São Cristóvão, no Rio, que reúne co-working, uma fábrica compartilhada e uma agenda de cursos, conectando criadores, empreendedores, produtores, fornecedores e consumidores em prol de uma moda colaborativa, local e sustentável.

A busca por um novo ritmo começou com o movimento *slow food*, que despontou há três décadas na Itália. Em 1986, com o anúncio da inauguração de uma franquia do McDonald's próxima às escadarias da Piazza di Spagna, em Roma, o jornalista italiano Carlo Petrini armou um protesto no qual os participantes seguravam pratos de penne e gritavam: "nós não queremos fast-food... queremos *slow food!*". Três anos depois, um manifesto foi redigido e endossado em 15 países, propondo uma celebração à cozinha local, feita com os melhores ingredientes.

Uma lógica similar permeia hoje as grifes que buscam o *slow fashion*. "Mas não basta criar uma moda atemporal ou apenas investir em matérias-primas sustentáveis", frisa Safia. "As marcas precisam construir relacionamentos de longo prazo com seus fornecedores, suas coleções devem levar em consideração os trabalhadores e o impacto no meio ambiente." No Brasil, uma série de iniciativas tem surgido como alternativa ao modelo de produção tradicional. Em Estância Velha (RS), a grife de sapatos Vinci Shoes não trabalha com estoque de produtos, apenas de matéria-prima: cada par só é produzido após a venda no e-commerce da marca, em um processo que leva no máximo quatro dias e que os sócios Sara Lanzini, Rodrigo Morsch e Bruno Henkel planejam manter mesmo após a inauguração da primeira loja física, que também trabalhará sob encomenda. "Somos uma empresa jovem, não tínhamos como não nascer com essa visão", diz Sara.

> "Assim como faço com meu CORPO e minha MENTE, respeito meu processo de CRIAÇÃO. Todos temos um ritmo próprio. Não consigo conceber nada GENUÍNO se não trabalhar desse jeito", diz Lane Marinho

Já a paulistana Comas e a carioca Svetlana utilizam sobras da indústria – a primeira investe no *upcycling*, com criações desenvolvidas a partir de camisas descartadas pelo controle de qualidade de fábricas brasileiras; a segunda customiza itens antigos da própria marca, que depois voltam à loja. "Quero que cada uma das minhas criações dure por muito tempo no guarda-roupa de uma mulher", diz a modelo carioca radicada em Nova York Mari Giudicelli, que há um ano lançou uma grife de sapatos com seu nome. Utilizando couro certificado pelo Ibama e desenvolvendo todas as peças manualmente em uma pequena fábrica familiar em São Paulo, ela já conquistou pontos de venda superprestigiados, como a loja nova-iorquina Barneys e o e-commerce Moda Operandi. "A vida hoje é composta por uma oferta infinita de produtos, e muitos deles são descartáveis, acabam indo para o lixo muito rápido. Não me vejo fazendo parte desse ciclo", pontua ela, seguindo sempre em seu ritmo próprio.

À esquerda, vestido (R$ 376) Muggia; bolsa (R$ 1.794) Wai Wai; e sapatos (R$ 420) Vinci Shoes. À direita, moletom (R$ 188) e saia (R$ 158), ambos Svetlana; bolsa (R$ 1.920) Wai Wai; e sapatos (R$ 430) Vinci Shoes

Beleza: Renato Mardonis
Assistente de beleza: Suelen Nogues
Produção de moda: Re Morrone
Agradecimentos: Restaurante Serafina

SEM PRESSA

A trajetória das 13 MARCAS NACIONAIS que investem no SLOW fashion e foram clicadas pela *Vogue*

LE SOLEIL D'ÉTÉ

"Somos *slow* na vida e não faria sentido criar uma marca que não seguisse essa filosofia", conta a carioca Roberta Belotti, que há um ano e meio fundou no Rio a Le Soleil D'été ao lado das filhas, Flora e Isabella. O trio investe em charmosos caftãs, vestidos e *separates* de linho, seda e algodão decorados com bordados manuais de linha. "Apostamos nas melhores matérias-primas e acabamentos, pois nossas peças são pensadas para durar toda a vida." **Onde encontrar:** nas lojas da grife em São Paulo (*Praça Panamericana, 42*) e em Trancoso (*Rua Carlos Alberto Parracho, 35, Quadrado*)

TRICOMA

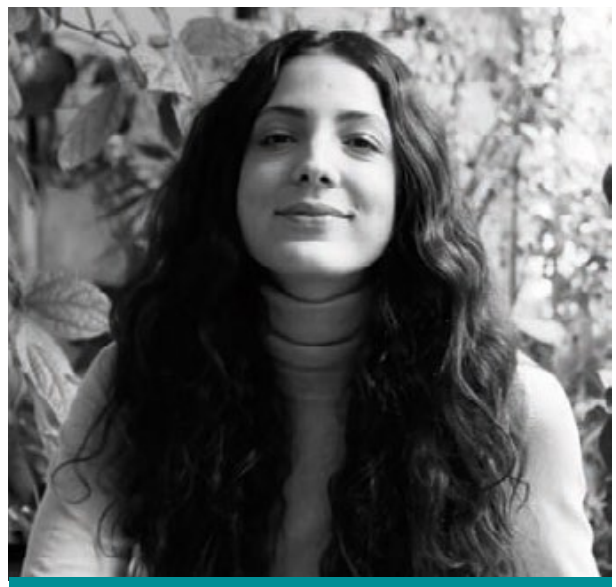
Sempre com ótimas combinações de cores, os tricôs criados pela paulista Aline Tima são fabricados só após a peça ser comprada no e-commerce da grife. "A nova revolução na indústria é seu modelo de estocagem", acredita a estilista, que investe em peças sem gênero definido, "mas que nem por isso precisam ser neutras ou parecer pijamas". A grife não tem a ambição de vender mais que cem itens por mês "para que possamos produzir sempre no nosso tempo, respeitando nossas limitações e ideais. Além disso, utilizamos apenas matérias-primas nacionais e apoiamos a mão de obra local." **Onde encontrar:** *sptricoma.com*

MARCELA B.

Após se especializar em moda no Istituto Marangoni, em Milão, Marcela Basto lançou em seu Rio de Janeiro natal uma grife de sapatos artesanais, que prioriza o uso de matérias-primas naturais e recicladas, como palha, bambu, elástico, ráfia, couro, rede e juta. **Onde encontrar:** nas lojas da grife no Shopping Rio Design Leblon e em São Paulo (*Rua Cônego Eugênio Leite, 190, Pinheiros*)

MUGGIA

Diretora de design de moda e designer de acessórios da Osklen, respectivamente, as gêmeas Juliana e Ana Suassuna há 13 anos se dedicam também à carioca Muggia – uma pequena grife que não se atém ao calendário da moda, apostando em peças de linho, seda e algodão de design limpo e preciso. "Nosso ingrediente mais valioso é o tempo. Tínhamos curiosidade de descobrir novos processos, materiais e ferramentas. Ideias precisam amadurecer e evoluir, por isso respeitamos e valorizamos esse ritmo", contam. **Onde encontrar:** no ateliê da grife no Rio (*Rua Real Grandeza, 182, casa 8, Botafogo*) e nas multimarcas Frey Kalioubi (Rio) e Choix (SP)



JULIA GASTIN

Figurinista-assistente na Rede Globo (são escolhas dela os looks que Regina Casé veste no programa *Esquenta*), a carioca que estudou artes em Milão e Paris viu seus colares de búzios virarem hit instantâneo entre as fashionistas assim que a marca que leva seu nome foi lançada no Rio, há um ano. "Acredito no atemporal e no artesanato. Quero que minhas clientes tenham a oportunidade de usar peças que passaram pelas mãos de artesãos de verdade, que ganharam bem para desenvolvê-las." Entre as novidades da grife, estão peças de madeira reaproveitada. **Onde encontrar:** pedidos pelo e-mail *contato@juliagastin.com.br*

FOTOS: DIVULGAÇÃO

MARI GIUDICELLI

Coleções concisas são a premissa da grife de sapatos lançada há um ano em Nova York pela modelo carioca radicada na cidade. Suas criações de madeira, camurça e couro bovino vindo de criadouros certificados pelo Ibama, produzidas em uma pequena fábrica familiar em São Paulo, já conquistaram 50 pontos de venda ao redor do mundo, como a Barneys (NY) e o e-commerce Moda Operandi. **Onde encontrar:** no Brasil, na multimarcas carioca Frey Kalioubi

VINCI SHOES

Lançada há três anos por Sara Lanzini, Rodrigo Morsch e Bruno Henkel, a grife de sapatos gaúcha especializada em flats não trabalha com estoque de produtos, apenas de matéria-prima. Cada par adquirido só é produzido após a venda no e-commerce da marca, processo que será mantido mesmo com a inauguração da primeira loja, em Porto Alegre, planejada para este semestre. **Onde encontrar:** *vincishoes.com.br*

WAI WAI

Criada há um ano no Rio, a grife do stylist carioca Leo Neves caiu instantaneamente nas graças das fashionistas da cidade com suas bolsas desenvolvidas artesanalmente com madeira reaproveitada, cipó, acrílico e borlas de seda. "Acredito no luxo do produto feito à mão", diz ele, que já ganhou *trunk show* no Moda Operandi e se prepara para lançar neste ano uma coleção-cápsula desenvolvida em parceria com índios guaranis. **Onde encontrar:** *waiwairio.com.br*

NØN

Foram dois anos de planejamento até a paulistana NØN ser lançada, em outubro passado, tendo como destaque calças jeans feitas de denim bruto. "É preciso pensar no futuro que vamos deixar para nossos filhos. O descartável ficou antigo", acredita Marcio Negrão, que comanda a grife ao lado de Igor Alexandre. Os estilistas Julie Lawson (foto acima) e Paulo Gerhard estão à frente do design, e o fotógrafo Marcio Scavone assina a direção criativa. **Onde encontrar:** *nonjeans.com*

COMAS

"Nossa ideia é eliminar o conceito de sobra dentro da indústria", conta a uruguaia radicada em São Paulo Agustina Comas, ex-estilista da Daslu Homem, que cria vestidos, saias e camisas a partir de peças descartadas pelo controle de qualidade de fábricas ao redor do País. Em paralelo à grife paulistana, a estilista também se dedica à consultorias sobre *upcycling*. **Onde encontrar:** *comas.com.br*

ALEXANDRE PAVÃO

Convidado a desenhar coleções-cápsulas para grifes como Egrey e Cris Barros, o paulista Alexandre Pavão cria em São Paulo bolsas e acessórios que carregam uma rica mistura de materiais e texturas. "Todas as peças são desenvolvidas à mão por mim, e cada uma leva o nome da cliente no forro." As criações não saem de linha e podem ser encomendadas mesmo anos após serem lançadas, desde que ainda exista estoque da matéria-prima. **Onde encontrar:** *alexandrepavao.com*

SVETLANA

Criada por Mariana Iacia em 2010, a carioca Svetlana não utiliza materiais de origem animal e aposta em matérias-primas biodegradáveis, como tecidos de poliamida eco. "Muitas vezes customizamos peças que não foram vendidas, e elas voltam para a loja com uma nova cara. Evitamos a todo custo o desperdício", conta a estilista. **Onde encontrar:** *akasvetlana.com* e na loja própria da grife (*Rua Visconde de Pirajá, 580, loja 206, Ipanema*)

LANE MARINHO

Combinações únicas de conchas, corais, jade, pérolas e turquesas são bordadas em sandálias de couro, tela e corda desenvolvidas à mão por Lane Marinho em seu ateliê em São Paulo - as peças são vendidas sob encomenda e levam 40 dias para ficar prontas. "O meu intuito é que esta marca seja uma forma de expressão pessoal, de exercício estético, mais que um *business*. Minha maior conquista foi receber reconhecimento nacional e internacional." **Onde encontrar:** vendas com hora marcada pelo e-mail *contato@lanemarinho.com*

VESTINDO A CAUSA

Superexecutiva da indústria de moda por três décadas, *Sonia Quintella de Carvalho* desbrava o melhor do artesanato brasileiro à frente da *ArteSol*, criando ações que realizam os *sonhos* de comunidades de *baixa renda* – e os seus próprios

POR **JEFF ARES** FOTO **DECO CURY**

Os olhos azuis vão sorrindo enquanto Sonia Quintella de Carvalho desfia seu relicário de aventuras pelos rincões do País. Conta histórias que têm geografias e nomes exatos, com a propriedade de quem as vive diariamente, planejando o futuro dos 127 grupos produtivos que formam a rede da ArteSol – Artesanato Solidário, organização que preside há três anos. Inicialmente idealizada como projeto de combate à pobreza em regiões castigadas pela seca dentro do programa Comunidade Solidária, a ArteSol nasceu em 1998 pelas mãos da antropóloga e ex-primeira-dama Ruth Cardoso (1930-2008). Em 2002, tornou-se uma OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público), com uma clara missão: a salvaguarda do fazer artesanal de tradição cultural, promovendo o desenvolvimento social e econômico das comunidades envolvidas nessas ações.

Com 30 anos de carreira como alta executiva de empresas como Alpargatas, Triumph e Gucci, Sonia revigorou o trabalho da ArteSol, promovendo, no jargão corporativo, um choque de gestão. Em 2014, ao assumir a presidência da instituição, passou um ano em campo, viajando o País para conhecer de perto os grupos produtivos e suas idiossincrasias. Encontrou uma intrincada realidade, pela falta de políticas públicas para o artesão. Veio então a primeira grande conquista: uma lei federal que o reconhece como profissional. "Mas não adianta só assinar a lei: é preciso escrever a portaria, colocar as diretrizes, tem 27 Estados envolvidos. É um longo processo", explica. A lei foi um esforço conjunto, que ela credita em boa parte ao grupo Mulheres do Brasil, criado pela empresária Luiza Helena Trajano, presidente do Magazine Luiza, para pensar o desenvolvimento do País, com especial olhar para as questões femininas. Sonia faz parte do núcleo principal, formado por dez executivas, entre elas Claudia Sender, presidente da Latam; Patricia Moraes, diretora do JP Morgan no Brasil; e Andrea Alvares, vice-presidente de marketing da Natura.

"Sempre quis trabalhar no terceiro setor", diz Sonia, que nasceu em São Paulo, mas é carioca por paixão. "Moro nas duas cidades, literalmente." Boa gestora, não só planejou com maestria a vida na ponte aérea – conjugando casas, dois filhos e três enteados – como determinou com precisão sua trajetória profissional: definiu que em 2014 se aposentaria para enveredar pelo sonho. Nesse ínterim, fez carreira brilhante no mundo corporativo. "Meu marido [o economista Eleazar de Carvalho, filho do maestro homônimo] brinca dizendo que eu adoro um vale-refeição", diverte-se ela, que estudou administração de empresas na Faap e fez mestrado em marketing na Fundação Getúlio Vargas. "Meu primeiro trabalho foi na Alpargatas, recém-formada. Virei assistente de produto da Conga e das Havaianas." Somou 17 anos na empresa. "Fui a primeira mulher a fazer parte da diretoria." Depois, presidiu a Triumph por dois anos, até receber um inusitado convite. "Uma amiga [a headhunter Fátima Zorzato] me pediu um favor: ir a uma entrevista para a vaga de diretora da Gucci no Brasil. Ela tinha certeza de que o cargo não era para mim. Mas não achavam ninguém do sexo feminino, e ela não queria que ficassem com a imagem de que nenhuma mulher poderia assumir o posto. Fui lá... E saí contratada", lembra.

Em novembro de 2008, foi inaugurada a primeira loja da grife italiana no Brasil, no Shopping Iguatemi de São Paulo. "Desse início, carrego até hoje aprendizados que me marcaram", conta. Como as memórias da primeira visita a uma fábrica de protótipos, em Florença. "Caí na choradeira. Ouvir um artesão falar com amor sobre as 12 etapas pelas quais passa uma peça é algo verdadeiro. Aí você entende o valor de uma bolsa de luxo", diz. Ela aplicou esses ensinamentos ao seu mais recente feito, a Artiz. Inaugurada em setembro passado, no Shopping JK Iguatemi, em São Paulo, uma loja elegante se tornou moldura para produtos tradicionais de comunidades, sob exigente curadoria. A pop-up funcionou até o fim do ano e, a partir de fevereiro, a Artiz ocupará novo espaço no mesmo shopping. (*Continua na página 184*)

BELEZA: MARI KATO COM PRODUTOS NARS ASSISTENTE DE BELEZA: DANI HILARIO ASSISTENTE DE FOTOGRAFIA: FABIO XAVIER

Sonia Quintella usa capa Fernanda Yamamoto. Pulseiras Redeiras; colar Lucia Ferreira de Andrade; e brincos Lokalwear

Styling: Aderbal Freire

Vera Cortez rodeada pelas amigas, (a partir da esquerda), Isabella Giobbi, Isabel Wilker, Lina Miranda, Ana Raia e Helena Lunardelli, no jardim projetado por Gil Fialho

Styling: Victor Miranda

BELEZA PURA

Projetada por *Carlos Motta*, a casa de praia de *Vera Cortez* sintetiza a simplicidade sofisticada da joalheira, num cenário que combina madeira, Mata Atlântica e móveis que guardam memórias de família

POR **HELENA LUNARDELLI** FOTOS **DECO CURY**

Pensado para ser uma sala de TV, o bangalô anexo à casa principal foi transformado em suíte do casal. Abaixo, a coleção de pranchas da família

A casa é térrea, de madeira, mas elevada do chão como uma palafita. Já o jardim, exuberante, reúne uma grande variedade de espécies da Mata Atlântica. À primeira vista, tudo no refúgio da joalheira Vera Cortez e sua família em Taguaíba, uma praia fechada ao lado de São Pedro e Iporanga, no Guarujá, parece simples, rústico. Mas nada ali é obra do acaso: o projeto da construção saiu das pranchetas do arquiteto Carlos Motta, e seu paisagismo leva a assinatura de Gil Fialho – duas feras que imprimiram suas marcas no litoral de São Paulo.

Quase todos os fins de semana, Vera segue para Taguaíba com o marido, Luis Felipe Moraes, o Ipe, dono dos bem-sucedidos restaurantes paulistanos Adega Santiago e Taberna 474, e as três filhas – Maria, de 15 anos, Cecília, de 12, e Beatriz, de 8. Entre caminhadas, práticas de ioga, meditação e surfe, o casal cria novas receitas e curte os amigos. Toda a elegância despretensiosa da casa se estende ao modo como eles recebem seus convidados: o bolo de chocolate em cima da mesa logo na chegada; a taça de vinho servida com peixe fresco assado na hora do almoço; o arroz de polvo que já é um clássico da família. No caso de minha última visita, no mês passado,

BELEZA: VIRGINIA BARBOSA ASSISTENTE DE BELEZA: LORI DIAS

Os nomes do casal e de suas filhas foram pintados na entrada principal da casa projetada por Carlos Motta

éramos apenas mulheres: além de Vera e eu (que sou prima de Ipe), estavam a atriz Isabel Wilker, a estilista Isabella Giobbi, a coach Ana Raia e a designer Lina Miranda.

O processo de construção da casa foi intenso e interessante: depois de decidir que Carlos Motta seria o arquiteto, o casal passou meses visitando outros projetos criados por ele no litoral, entre jantares e papos sobre o que seria necessário ali para atender à família – foi assim, sem querer, que nasceu também uma grande amizade entre os três. Ipe e Vera sabiam desde o princípio que queriam uma casa de madeira, térrea e que fosse totalmente integrada à mata do terreno. Os espaços comuns também são totalmente interligados: a sala de jantar faz parte da cozinha e da sala de estar, que se junta ao terraço. Mas, com os anos, o lugar vem se transformando. Um bangalô anexo, que originalmente servia como sala de TV, hoje é ocupado pela suíte do casal, enquanto as filhas tomaram conta das outras três que existem dentro da casa. Já a piscina de pedra surgiu há três anos, da vontade da família de permanecer cercada por mata e água doce depois da praia. Mas as visitas ao mar continuam sendo sagradas: Ipe surfa desde a adolescência e levou o esporte para a rotina da mulher e das filhas. Depois de uma temporada morando na Califórnia, no ano passado, a paixão dos cinco pelas ondas só aumentou.

Na decoração da casa, alguns móveis, como as camas e a mesa da sala de jantar, são assinados pelo próprio Carlos Motta.

À esquerda, Vera posa na sala de estar decorada com sofá e almofadas assinados pelo estilista Alexandre Herchcovitch para Micasa. Ao lado, detalhe da mesa amarela vintage que dá charme à varanda

O armário verde, da extinta loja de decoração Jacaré do Brasil, faz as vezes de bar no living. Em cima do móvel, árvore garimpada durante viagem à Califórnia. À direita, a sala de TV, com sofá de Carlos Motta e, abaixo, detalhe do remo comprado na Amazônia

Outros foram garimpados em viagens a Minas Gerais ou guardam memórias de família. Como a mesa do terraço, usada na hora do almoço, que era da casa da mãe de Ipe na praia da Baleia, onde passamos a infância. Há também uma escultura de areia que os dois ganharam de casamento, há 22 anos. Não conseguem lembrar o nome de seu autor, mas ela faz parte da história do casal. "É quase o sexto elemento da família", brinca Vera.

Ela aplica essa mesma simplicidade (mas com acabamentos impecáveis) às joias que cria. Há oito anos, deixou a psicologia para se dedicar à grande paixão, logo após o nascimento de Beatriz. "A inspiração vem sempre de algo em que acredito e vivencio", diz. Sua aposta são materiais sustentáveis de reuso, como chifres e madeiras. E os desenhos saem muitas vezes do próprio jardim – flores e insetos são uma constante em seu trabalho. No ano passado, Vera também desenvolveu uma parceria com artesãos do sul da Bahia e, em 2017, pretende fazer o mesmo na Amazônia. "A sensação que tenho é de que até o silêncio da mata tem uma forma", acredita ela, antes de servir um delicioso arroz de frutos do mar. À mesa, Ana, Lina, Isabel e Isabella já estão com suas taças de vinho na mão e nos esperam para o almoço. Tim-tim!

5-6 APRIL 2017, MUSCAT, OMAN
SHANGRI-LA BARR AL JISSAH RESORT & SPA

OMAN 2017

MINDFUL LUXURY

CONDÉ NAST INTERNATIONAL | LUXURY CONFERENCE

In Partnership with

PLACE VENDÔME

الطيران العماني OMAN AIR

Navigating the New Silk Routes

THE PREMIER EVENT FOR THE FASHION AND LUXURY INDUSTRY

Curated and hosted by Suzy Menkes, International Vogue Editor, the Condé Nast International Luxury Conference brings together the industry's top creative and business figures from over 30 countries.

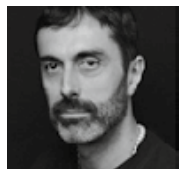
TOPICS TO BE DISCUSSED INCLUDE:

Defining luxury for the "post-luxury" consumer
The power of fragrances and accessories
Navigating the evolving luxury business landscape
New pockets of growth and demand
Opportunities in childrenswear

SPEAKERS INCLUDE:

Alber Elbaz

Guram Gvasalia
CEO, Vetements

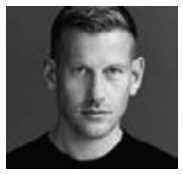


Giambattista Valli

Solange Azagury Partridge

David Crickmore
CEO, Amouage

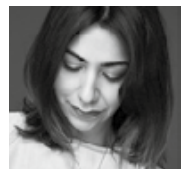
Lapo Elkann
Chairman and Founder, Italia Independent Group and Garage Italia Customs



Paul Andrew
Design Director, Women's Footwear, Salvatore Ferragamo

Elie Saab

Yasmin Sewell
Fashion Director, Style.com



Danielle Ryan
Founder and CEO, ROADS Group

SEE THE FULL SPEAKER LIST AND FIND OUT MORE AT WWW.CNILUXURY.COM
+44 20 7152 3472 / @CNILUXURY

CO-LEAD PARTNERS:

PLACE VENDÔME

الطيران العماني OMAN AIR

Quebrando O GELO

De Courchevel a Vail, descubra todas as novidades que vão esquentar esta temporada de esqui

POR **CAMILA SAWAMURA** E **ISABEL JUNQUEIRA**

FOTO: ARTHUR ELGORT

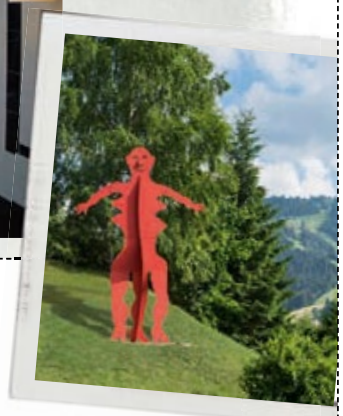
O spa-bolha da marca francesa Exertier e, abaixo, o recém-inaugurado hotel Les Neiges

Courchevel, França

Localizada na maior área esquiável do mundo, Courchevel atrai há 60 anos visitantes internacionais interessados em muito mais que suas pistas: a estação favorita de Kate e William concentra hotéis, restaurantes e butiques de luxo como nenhuma outra. Inauguração *talk of the town*, o **Les Neiges** (*diárias a partir de € 1.600*) traz para a montanha um pouco do glamour cinematográfico de outros estabelecimentos do grupo Barrière, como o Majestic de Cannes. O cinco estrelas certamente vai ter as mesas mais disputadas desta temporada: além do infalível **Fouquet's**, o chef argentino Mauro Colagreco (do premiado Mirazur, em Menton) vai comandar o **BFire**, primeiro restô com sotaque sul-americano de Courchevel. Também vale passar no **Cheval Blanc**: para seu aniversário de dez anos, o hotel repaginou o menu do restaurante do estrelado Yannick Alléno, rebatizado de **Triptyque**, enquanto o salão do cabeleireiro das celebridades John Nollet ganhou uma imperdível loja de acessórios. Para quem não se abstém de comprinhas, a **Fendi** é a mais nova marca de luxo a inaugurar loja no centro de Courchevel, e a **Chanel** também mantém uma pop-up por lá. Para uma experiência fora do comum, reserve um tratamento no spa **La Bulle Exertier**, uma bolha transparente com vista para os pinheiros e a neve.

À esquerda, look do inverno 2016/17 da Fendi e esquis da Chanel

Banheiro com vista de tirar o fôlego no Palace e, abaixo, escultura de Alexander Calder



Gstaad, Suíça

Primeiro grande hotel a abrir em mais de um século desta estação, conhecida como refúgio de superpoderosos e celebridades internacionais (Valentino e Madonna têm pied-à-terre por lá), o **The Alpina** se destaca pelo décor típico de chalés, que ganharam toque contemporâneo. A entrada subterrânea de carros, que passa por um túnel e ressurge no jardim do hotel, tem todo o glamour que se espera de Gstaad – aliás, até março, tem exposição ao ar livre de móbiles e esculturas de Alexander Calder, batizada *Calder in the Alps*. O spa **Six Senses** é *must-go*: faça o tratamento facial ultrapenetrante graças ao aplicador de oxigênio QMS. Para quem curtir Gstaad dos tempos de Jackie O. e Elizabeth Taylor, o destino é o **Palace** (*diárias a partir de € 651*), hotel com – atenção! – *dresscode* obrigatório no seu restaurante mais gastronômico, o **Le Grill**. Mesmo se não ficar hospedado por lá, passe para comer um fondue na **Fromagerie**. "Não esquio há anos, mas sempre que vou a Gstaad, faço longas caminhadas até cidades vizinhas como Schonried, Launen, Rougemont", conta Fernanda Abdalla, habituée do Palace.

Aspen, Estados Unidos

Aspen não sai do mapa dos jet-setters que amam esqui. Ponto de encontro da turma descolada, o **Cloud Nine** tem almoços animados. "Vá preparado para dançar, pois o salão do bistrô vira pista. E o mexicano **Venga Venga**, no complexo de Snowmass, é outro endereço com boa música", dá a dica a fundadora da grife Jo de Mer, Amalia Spinardi. Mais descontraído, o **Ajax Tavern** é ótima opção para petiscar: se delicie com a *truffle fries*, carro-chefe do endereço. Para uma pausa doce, compre os cookies "to go" da **Up4Pizza**: "São os melhores do mundo", conta Didi Krepinsky. Se quiser se sentir em casa, reserve um dos apartamentos superequipados, com sala de estar, lareira e minicozinha no **The Little Nell** (*diárias a partir de US$ 480*). Além de grifes como Prada e Dior, a estação tem ótimas butiques para garimpo. "Adoro as camisetas *fun* da multimarcas **Boogie's**", conta Amalia. A marca de óculos **Barton Perreira** (fundada pelos ex-designers da Oliver Peoples e desfilada nos rostos de Angelina Jolie e Rihanna) também tem loja por lá. Traga na mala o modelo em edição limitada com armação geométrica desenvolvido em parceria com a perfumaria Byredo.

O delicioso chocolate quente do Remedy Bar, no Four Seasons, e mimos para casa da multimarcas Gorsuch. À direita, vista externa do restô The 10th

Vail, Estados Unidos

Com clima cozy e a maior área esquiável em solo americano (são 234 km de pistas para todos os níveis), Vail é o destino certo de celebridades e fashionistas – a família Kardashian e a top Gigi Hadid são assíduas. Se a ideia é aproveitar todo o charme do lugar, o hotel **The Arrabelle** (*diárias a partir de US$ 825*) reabriu as portas em junho do ano passado após renovar suas 81 suítes e 22 residências privées. Já o cinco-estrelas **Four Seasons** (*diárias a partir de US$ 600*), além de contar com suítes aconchegantes e serviço impecável, abriga o **Remedy Bar**, point para ver e ser visto durante o drinque après-ski, e um spa perfeito para renovar as energias. Experimente a High Altitude Massage, que combate problemas respiratórios, dores de cabeça e outros efeitos colaterais causados pelos 2.500 metros de altitude. "O melhor lugar para comer fondue é o Swiss Chalet. Outro programa imperdível é subir de snowcat até o **Game Creek**, restô no meio da montanha Game Creek Bowl. Não saia de lá sem provar o tortellini de abóbora: é de comer rezando", indica a carioca Joana Nolasco. Já o restô The 10th é perfeito para almoço em família na montanha. O renomado **Matsuhisa**, assinado pelo chef Nobu, é o mais famoso e concorrido restô da cidade, com sua fusão de ingredientes típicos do Peru e da Argentina aos tradicionais pratos da culinária japonesa. Na pausa para as compras, vá direto para a multimarcas **Gorsuch**, que tem um mix caprichado de moda (os suéteres de cashmere são must-have) e decoração.

Megève, França

Enquanto o **Four Seasons** não fica pronto (a inauguração está prevista para o fim de 2017), Megève ressurge este ano com o **Ararat** (*diárias a partir de € 3.200*), perfeito para o clima *low-profile* e familiar, mas não menos elegante e refinado da estação de esqui frequentada há gerações pelos Rothschild. O luxuoso chalé localizado ao lado da pista Princesse tem sete quartos, uma vista de tirar o fôlego e cozinha assinada pelo chef estrelado Raphaël Le Mancq. Já o **Zannier** (*diárias a partir de € 1.100*), com sua decoração rústica, é uma opção mais simples, mas não menos charmosa – a escolha de Paola de Orleans e Bragança e seu marido, o fotógrafo Tinko Czetwertynski. Impossível não comer fondue nas férias de inverno e, em Megève, o **L'Alpage** serve o melhor! Quando o assunto é alta gastronomia, impossível fugir do **Flocons de Sel**, três estrelas *Michelin* do chef Emmanuel Renaut, e do **1920**, restô do tradicional Chalet du Mont d'Arbois que acabou de ganhar sua segunda estrela. Para atualizar o guarda-roupa de inverno, passe no **A.Allard**, marca local fundada em 1926 que inventou a calça fuseau e vende as roupas de esqui mais chiques da região.

Acima, um dos chalés do hotel Zannier e, à esquerda, o quarto rústico do hotel Ararat. À direita, bota e pôster da marca local Allard

FOTOS: DIVULGAÇÃO

It's cold outside

Conhecido pelos arranjos exuberantes, verdadeiras instalações florais que decoram o Four Seasons George V, Jeff Leatham, diretor artístico do hotel, surpreende com seu décor invernal, que carrega a ousadia que lhe é cara. Pinguins gigantes feitos com facetas de vidro decoram o pátio interior de mármore, recriando um cenário fantasia que convida os hóspedes e visitantes a conhecerem o novo Ice Lounge. No bar efêmero (vai até março de 2017), os três chefs da casa propõem aperitivos acompanhados por um *winter cocktail* ou uma taça de champanhe, tudo isso a - 8°C – mas não se preocupe, o hotel garante o look polar com peças da marca de esqui Fusalp. **Four Seasons George V:** *31 Avenue George V, Paris 8*

RADAR PARIS

Superpop

O endereço da Rue Cambon será sempre mítico, mas a Chanel se aventura neste início de ano em um novo *quartier*, o Marais. Depois da loja dedicada só à beleza na Rue des Francs-Bourgeois, a maison abre uma pop-up a poucos metros dali, no Hôtel Amelot de Bisseuil, endereço histórico do século 17 que é patrimônio nacional. A loja foge à arquitetura tradicional da Chanel, que aproveitou as características originais do imóvel para abrigar as coleções de prêt-à-porter e os acessórios irresistíveis da coleção Cruise desfilada em Cuba. A *boutique éphémère* funciona até o fim de maio. **Chanel:** *47 Rue Vieille du Temple, Paris 4*

Pescado capital

Reduto de encontros políticos durante três décadas, o Divellec se moderniza e renasce com um décor assinado pelo badalado escritório KO e um chef estrelado, Mathieu Pacaud – jovem revelação que em outros dois estabelecimentos, Hexagone e Histoires, conquistou uma e duas estrelas *Michelin,* respectivamente, em apenas um ano. O endereço se mantém especializado em peixes e frutos do mar, mas com uma apresentação mais moderna. Ainda que seja o preferido dos membros da Assembleia Nacional, que fica a poucos passos dali, o restaurante agora tem atmosfera mais colorida e cool. Ideal para almoço pós-comprinhas em Saint-Germain. **Divellec:** *18 Rue Fabert, Paris 7, tel. +33 (0) 1 45 51 91 96*

REPORTAGEM: VITÓRIA GUIMARÃES FOTOS: DIVULGAÇÃO

A partir de € 47

Além do macaron

Você certamente adora os macarons da Ladurée. Mas agora será possível descobrir os ótimos chás e mimos para casa da marca, que ganharam uma loja dedicada a eles: a Ladurée Thé & Beauté. Por lá, a seleção completa da bebida conta com mais de 20 tipos, muitos batizados com os sabores dos macarons mais pedidos: Rose, Vanille, Caramel e Amande. Para os fãs de chá-verde, o Mille et une Nuits, de origem chinesa, leva notas de flor de laranjeira, menta e gengibre. Mesclando-se ao décor, as velas – em lindas embalagens com cores pastel e estampas delicadas que são um ótimo presente – também estão disponíveis, assim como os incensos e perfumes de ambiente.

Ladurée Thé & Beauté: *232 Rue de Rivoli, Paris 1*

Clássico renovado

O Café de la Paix está entre os mais icônicos de Paris. Ponto de encontro de intelectuais e artistas como Émile Zola, Tchaikovski e Oscar Wilde, o local foi inaugurado em 1862 como o restô do Le Grand Hôtel, hoje o Intercontinental Paris Le Grand, ao lado da Opéra Garnier. Um motivo a mais para reservar uma mesa ali é o novo menu, criado pelo recém-chegado chef Laurent André, que manteve os clássicos, mas adicionou outros pratos mais femininos (como a salada de vagens com medalhão de lagosta). Programa infalível: balé na Opéra seguido de *late dinner* no La Paix.

Café de la Paix: *5 Place de l'Opéra, Paris 9*

Garimpo COOL

Sarah Lavoine, mulher do cantor Marc Lavoine, prima de Caroline de Maigret e decoradora cujo estilo parisiense contemporâneo ritmado pela cor se tornou reconhecível de bate-pronto, abre sua terceira loja na cidade. O novo espaço condiz com o nome, Maison Sarah Lavoine, já que lá dentro é possível encontrar não só sua coleção de móveis e objetos (boa parte coloridos pelo Bleu Sarah, um azul esverdeado que se tornou sua assinatura), mas também sua linha de roupas e peças garimpadas por ela como as toalhas de banho La Serviette, fotografias de Leon & Harper e lingeries de Vanina Vesperini. Para completar, um cantinho *mezzo* café *mezzo* delicatéssen, para se sentir *chez elle*. **Maison Sarah Lavoine:** *6 Place des Victoires, Paris 2*

BOTA NO PÉ

Uma das 18 (!) colaborações apresentadas no desfile *couture* da Vetements ganhou atenção especial: a colorida e assimétrica cuissard assinadas por Manolo Blahnik e que fará a transição da passarela para a rua em uma parceria entre a grife hype e o célebre sapateiro. Além das botas altíssimas, uma versão do clássico escarpim Hangisi, que perdeu a fivela e ganhou tiras no tornozelo, também faz parte da coleção. **Printemps:** *64 Boulevard Haussmann, Paris 9*

Corra!

Hit incontestável entre fashionistas, os acessórios da Mansur Gavriel ganham pop-up em Downtown, até o dia 11 deste mês. No estoque, edições limitadas de peças criadas para o endereço, como a Baby Bucket Bag, que aparece em quatro cores (marrom, camelo, preto e rosa blush, com preços entre US$ 195 e US$ 225), além de sandálias, loafers e sapatos de salto alto. A cereja do bolo é a floricultura, com arranjos feitos pela talentosa americana Brittany Asch. **Mansur Gavriel:** *134 Wooster Street, SoHo*

RADAR

NOVA YORK

NOME NA LISTA

Comece já a acionar seus contatos mais quentes em Nova York. Para conhecer o restaurante pop-up do momento, você tem de ser convidado. Clássico parisiense inaugurado nos anos 20 e hotspot das semanas de moda, o Caviar Kaspia acaba de fechar parceria com o clube e espaço de co-working Spring Place, em Tribeca, e vai funcionar na cidade até o fim da *fashion week*, em fevereiro. Essa é apenas uma de várias colaborações que o endereço pretende armar nos próximos meses, além da curadoria cultural que eles já organizam para os sócios. *www.springplace.com*

Looks do verão 2017 da Acne Studios

Passaporte carimbado

Um sopro de estética sueca chega a Uptown graças a Acne Studios, que inaugura ao lado do Met Breuer (antigo Whitney Museum) seu primeiro e maior endereço na região. Para assinar o novo espaço, a *label* de Estocolmo escalou o britânico Max Lamb, famoso por seus móveis que mixam técnicas tradicionais e digitais. Ele cobriu as paredes da loja com molduras douradas, onde são exibidos os destaques da última coleção da marca escandinava, além de criar uma série inédita de móveis de bronze especialmente para o novo endereço. **Acne Studios:** *926 Madison Avenue, Upper East Side*

REPORTAGEM: NÔ MELLO E GISELA GUEIROS FOTOS: IMAXTREE E DIVULGAÇÃO

American way

Quando foi chamada para projetar a reforma do Kimpton Ink48, a arquiteta Anna Busta, do Busta Studio, decidiu criar quartos com a *vibe* de um loft minimalista – inspirada no passado do prédio, antes ocupado por uma gráfica (vem daí o nome, tinta em inglês). Com amplas janelas com vista para o rio Hudson, os ambientes seguem a linha clean. O ponto alto é o *rooftop* com cenário de tirar o fôlego. **Kimpton Ink48:** *diárias a partir de US$ 255*

US$ 30

Avant-garde

Neste ano, comemora-se o centenário da Revolução Russa e, para marcar a data, o MoMA acaba de inaugurar a exposição *A Revolutionary Impulse: The Rise of the Russian Avant-Garde*. Com foco entre 1912 e 1935, a mostra reúne desenhos, pinturas, esculturas, gravuras, livros, fotografias, pôsteres e filmes – todas essas peças do acervo do museu, que tem a maior coleção de avant-garde russa fora do país de origem. **MoMA:** *11 West 53rd Street. Até 12 de março*

***Flight of Forms* (1919), de Jean Pougny**

Oriente-se

Não é de hoje que a Opening Ceremony reúne o melhor da moda de outros países – Rússia, Brasil, Bélgica e por aí vai. Agora, numa iniciativa inédita, a multimarcas abre suas portas para o segmento de beleza internacional, começando pela Coreia do Sul. As butiques de Carol Lim e Humberto Leon passam a oferecer em seus endereços de Nova York, Los Angeles e Tóquio uma coleção-cápsula que traz de máscaras faciais e hidratantes a batons e escovas de cabelo vindos de 28 marcas, entre elas Manefit, Memebox, SkinRx e Too Cool for School. **Opening Ceremony**: *35 Howard Street, SoHo*

A partir de US$ 1.200

CASA CHEIA

Para comemorar seus 75 anos em grande estilo, a Coach expandiu seus domínios com a inauguração de uma nova flagship na Quinta Avenida. Intitulada Coach House, a loja tem quase 2.000 m². Por seus três andares, se espalham as coleções feminina e masculina, além de serviços inéditos de customização de bolsas. **Coach:** *685 Fifth Avenue, Midtown East*

LUIZA DIAS

O pêndulo Norway, da joalheira Luiza Dias – que expandiu seus negócios e agora também cria objetos para casa –, reúne pedras poderosas no quesito energia, como o quartzo rosa, que representa amor e paz; e o olho de tigre, muito utilizado em amuletos de proteção. *luizadias111.com.br*

CASA VIOLETA

Feito com osso de boi esculpido à mão e fibra de folha de coqueiro trançada, o talismã Telúrico, criado por Camila Cutolo, da Casa Violeta, representa a energia da terra e está associado a sucesso, cura, abundância material e força física. *casavioleta7@gmail.com*

ESTHER GIOBBI

Expert em garimpo com perfume oriental, Esther Giobbi reúne em sua butique uma fina seleção de pêndulos tibetanos, perfeitos para serem mesclados entre si. *esthergiobbi.com.br*

JAPONIQUE

Adornada com os sete deuses da sorte, a cesta de Jana Tahira, da Japonique, é recheada com pedras, conchas e outros elementos que representam proteção, cura, purificação, fluidez e bem-estar. *japonique.com*

PODE *entrar!*

Joias de parede, talismãs esculpidos à mão e pêndulos vindos do Tibete: escolha a peça que, além de decorar, vai proteger e trazer bons fluidos para sua casa em 2017

POR **ALLINE CURY** FOTOS **GUILHERME NABHAN**

HOTEIS OTHON

GENTE CUIDANDO DE GENTE

Todo investidor dos **Hotéis Othon** sabe o que significa ter sucesso e rentabilidade em seus empreendimentos.

Isso faz toda a diferença na hora de investir bem seu capital no mercado hoteleiro.

Com unidades no Brasil e exterior, o **Grupo Othon** tornou-se referência na administração e gerenciamento de hotéis. A tradição da marca forte e reconhecida no mercado hoteleiro, a gestão moderna e a distribuição eficiente formam um elo imbatível para investidores que desejam rentabilidade e tranquilidade em seus empreendimentos.

Studio Lou Chaves

Informações

Tel: 21 2106-0200 ou 0800 725 0505

othon.com.br

Meu bar, MINHA VIDA

Esqueça a história de drinque da vez. Na *new age* da coquetelaria, a tendência é valorizar a complexidade das receitas e investir em um bom arsenal de acessórios e ingredientes para chamar de seu

POR **ALLINE CURY** FOTO **CACÁ BRATKE**

Em 2010 anunciávamos o hype do spritz, clássico da coquetelaria italiana, perfeito para quem não abre mão de um drinque nem mesmo dentro da piscina. Dois anos depois, a aposta foi o amargo e seco negroni, o que mostrou uma evolução no paladar do brasileiro, apreciador de sabores mais doces e suaves. Já no fim de 2014, os coquetéis tradicionais vieram à tona novamente. Bares ultraespecializados – com taças vintage, canecas de cobre, gelos cristalinos e mixologistas (como passaram a ser chamados os barmen) – pipocavam nas principais capitais ao redor do globo, assim como restaurantes investiam em suas cartas de drinques.

Até a França, conhecida por seus vinhos que dispensam apresentações (o país é o segundo maior produtor do mundo, só atrás da Itália), se rendeu à *new age* dos drinques. A popular loja de vinhos Nicolas, presente em 20 dos 20 *arrondissements* de Paris, agora tem uma seção completíssima dedicada aos destilados. O hotel Ritz, depois de uma reforma de € 400 milhões, fez seu *grand retour* em julho do ano passado com três bares, sendo um deles novo – o icônico Hemingway recebeu twist em seu menu e agora afronta os puristas com um dry martíni servido com uma enorme pedra de gelo cristalina. "Os clássicos devem ser reinventados", decreta o barman Walter Bolzonella, do hotel Cipriani, em Veneza. Em sua temporada no Ritz parisiense, em novembro passado, ele desenvolveu o negroni royal, feito à base de redução do clássico italiano mais uma dose de champanhe.

Ainda em Paris, o melhor restaurante de 2016 no ranking do incensado guia *Le Fooding*, o Dersou, oferece menus-degustação de comer rezando, harmonizando cada prato com um drinque diferente. Coincidência ou não, também está na capital francesa a melhor (sim, uma mulher!) bartender do mundo. Em outubro passado, Jennifer Le Nechet, do Café Moderne, no 11ème, venceu a World Class, renomada competição de coquetelaria organizada pela Diageo, a maior fabricante de bebidas destiladas do mundo.

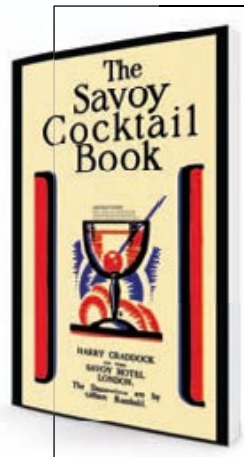
Durante a oitava edição do evento, que, dessa vez, aconteceu em Miami e reuniu mais de 700 profissionais da área, entre uma prova e outra (a etapa final teve 57 participantes, selecionados entre 10 mil bartenders – representando o Brasil, Marcos Feliz, do Bar Ponto), gurus da coquetelaria respondiam perguntas sobre o assunto. Quando questionados sobre o próximo hype, a resposta era unânime: com receitas cada vez mais complexas, é improvável que exista um novo ícone. Se há uma tendência, essa é a vez do *do it yourself* – nunca foi tão importante ter um bar equipadíssimo em casa, com um arsenal de bitters, belas taças e esculturais forminhas de gelos.

TEMPERA **QUE EU GOSTO**

Conhecidos como o tempero secreto dos drinques, os bitters (aromatizadores amargos criados a partir da mistura de ervas, flores, cascas de árvores, frutas e especiarias e normalmente com embalagens que lembram remédios vintage) acompanharam a evolução da coquetelaria. Hoje, além dos clássicos Angostura, criado em 1824, e Fee Brothers, de 1864, estão disponíveis no mercado novas marcas como a americana Scrappy's Bitters e a alemã The Bitters Truth.

DRINQUE À MÃO

Para quem não tem a habilidade de fazer o próprio drinque, eis a solução perfeita: coquetéis prontos, preparados na dose certa e engarrafados. No Brasil, o melhor exemplo é o artesanal Le Negroni 36, desenvolvido pelo chef e restaurateur Benny Novak e vendido em seu Ici Bistrô. Mas, se o seu destino for os Estados Unidos, vale trazer para cá clássicos à base de uísque (Old Fashioned e Manhattan) produzidos pela marca Studebaker, de Connecticut.



ALUNO **NOTA 10**

Se você quer preparar seus próprios drinques, o primeiro passo é rechear sua biblioteca com bons livros. The Savoy Cocktail Book *reúne 750 receitas do lendário barman americano Harry Craddock, que ganhou fama na década de 20 no hotel Savoy, em Londres. Outro clássico é* Cocktails for Drinkers, *que ensina com humor ácido o bê-á-bá para montar um bar sem firulas. Já* Spritz, *apesar do nome, vai muito além do aperitivo italiano e ensina diversas receitas do drinque. A cereja do bolo são as sugestões de petiscos de acompanhamento. Também vale se aventurar lendo a bíblia* Bartenders Guide: How to Mix Drinks, *a primeira publicação oficial sobre o assunto, escrita por Jerry Thomas, o pai da coquetelaria, em 1862.*

MEU BAR É MAIS **COOL QUE O SEU**

O universo dos coquetéis invadiu o mundo do design. Basta entrar na Crate and Barrel ou navegar pelo site do americano Jonathan Adler para se deparar com inúmeras coleções de acessórios para drinques. O designer britânico Tom Dixon, famoso por suas luminárias-desejo, acaba de desenvolver uma coleção que dá upgrade instantâneo ao bar de casa. Também vale investir em gelos extra large, *que deixam os coquetéis mais bonitos e interferem menos no sabor dos drinques porque demoram mais para derreter. O uísque Macallan tem sua própria máquina, que transforma um cubo de gelo em bola cristalina em minutos. Outra opção são as forminhas da americana Tovolo.*

FOTOS: DIVULGAÇÃO PRODUÇÃO: ELLEN ANNORA

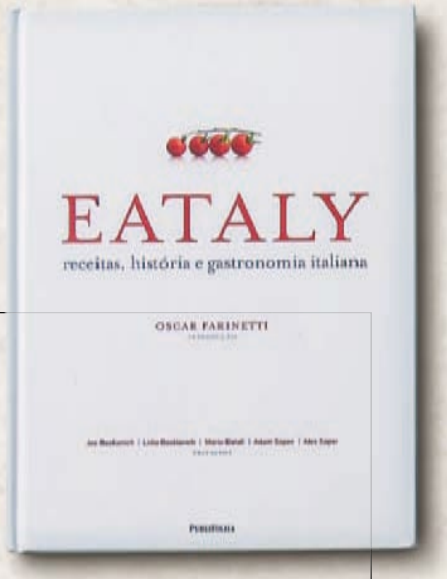
Para COMER com os OLHOS

Os novos livros de gastronomia que vão ditar o cardápio da sua cozinha neste ano POR **ALESSANDRA BLANCO**

"Não estou interessada na alta gastronomia", diz Gabriela Barreto em ***Como Cozinhar sua Preguiça*** (Melhoramentos, R$ 130), depois de um prefácio que narra sua infância em meio a pés de frutas, hortas e queijos caseiros. Para quem conhece o seu restaurante, o Chou, no bairro paulistano de Pinheiros, a afirmação faz sentido: suas receitas são simples, mas com sabor inesquecível. O segredo é o seu tempero, generosamente destrinchado em 51 receitas no livro.

As pesquisas de tendências para 2017 apontam que os vegetais são o novo hype. Então, ***Leve & Saudável – A Moderna Cozinha Vegetariana*** (V & R, R$ 160) é uma ótima pedida para o seu dia a dia. O casal alemão do blog gastronômico Kraut-Kopf (cabeça de repolho, em alemão) Susann Probst e Yannic Schon aposta em receitas básicas e rápidas, como espigas de milho fritas, e outras mais interessantes como nhoque de alho-silvestre com brotos de couve-de-bruxelas.

As receitas também estão lá, clássicas e deliciosas, mas é através de memórias, descobertas e tentativas de levar certa brasilidade ao trabalho como aprendiz de cozinheiro na França que Alexandre Staut vai conquistando o leitor em ***Paris-Brest*** (Companhia Editora Nacional, R$ 30). O livro é um misto de romance com diário de viagem, que vai deixar você com água na boca.



Outra bíblia da comida italiana, ***Eataly*** (Publifolha, R$ 80) explica desde como esmagar tomate pelado até a melhor maneira de tomar um digestivo. Extremamente completo e didático, traz receitas clássicas, diferentes harmonizações, explicações sobre azeites, acetos, queijos e por aí vai...

Yotam Ottolenghi é daqueles autores que despertam amor à primeira vista. Foi assim com *Jerusalém*, seu primeiro livro lançado no Brasil. A história se repete agora em ***Comida de Verdade*** (Companhia da Mesa, R$ 98), uma ode aos vegetais. Destaque para a salada de tomate com romã e o patê de fava com ricota de alho assado.

Francis Mallmann tem uma leva de fãs no Brasil por conta do seu incrível modo de preparar carnes. Em ***Terra de Fogos*** (V & R, R$ 110), ele mostra que sua cozinha vai muito além, com sanduíches, pães, saladas e peixes em receitas simples, rústicas e deliciosas.

Massa! Mangia Che Ti Fa Felice (Melhoramentos, R$ 85), o novo livro do jornalista e escritor J.A. Dias Lopes, é uma bíblia para os amantes da gastronomia italiana. O autor parte dos ancestrais da massa e toda a narrativa de sua história até a escolha de 12 pratos clássicos, para destrinchar suas origens e receitas, do spaghetti al sugo ao tonnarelli cacio e pepe.

Jamie Oliver tem dezenas de livros lançados no Brasil, todos com um leque de receitas rústicas e fáceis de fazer. A diferença de ***Comida Saudável*** (Globo Estilo, R$ 70), é que como indica o título, todas as receitas trazem valores nutricionais. Também há ótimas dicas, como formas de transformar o frango cozido da semana em caldo, além de ideias para fazer as crianças comerem melhor.

Todas as Sextas (Melhoramentos, R$ 140), de Paola Carosella, é daqueles livros clássicos, lindos, didáticos, inspiradores, fundamentais para ter à mão ao lado do fogão. Nele, a chef compartilha seus clássicos como as empanadas do La Guapa, que já tem três unidades em São Paulo, e o pão do Arturito, em Pinheiros.

FOTOS: CACÁ BRATKE E DIVULGAÇÃO PRODUÇÃO: ELLEN ANNORA

GASTRO MIX

Por **Ale Blanco** e **Alline Cury**

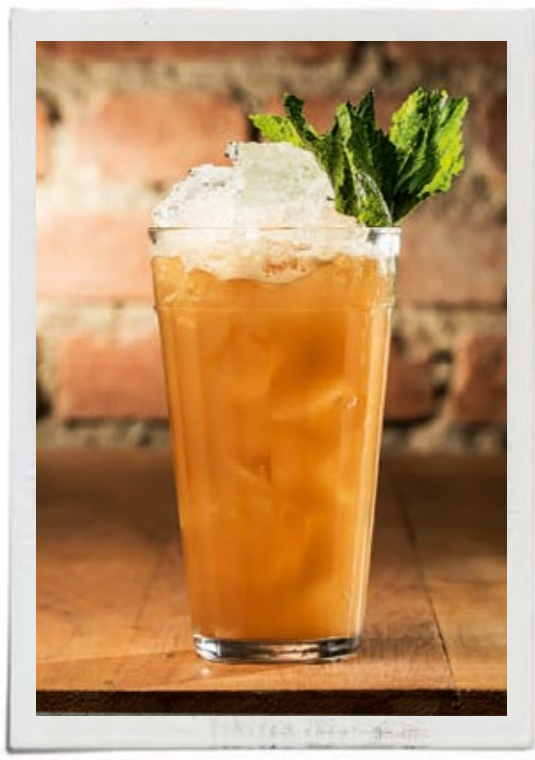
VOCÊ TEM fome de quê?

A abertura do Palaphita, do Rubaiyat e do Bagatelle nos últimos anos foi apenas um *amuse bouche* para a inauguração do novo complexo gourmet e *artsy*, batizado Vila Portugal, que está transformando o Jockey Club do Rio de Janeiro novamente em *talk of the town*. A largada da ocupação do endereço encravado entre o Jardim Botânico, a Lagoa e o Leblon foi dada em novembro passado com a chegada da **Carpintaria**, espaço cultural comandado pelo time da galeria paulistana Fortes Vilaça. Na sequência, foi a vez de Vik Muniz e Cello Macedo (proprietário do Zazá Bistrô, Vezpa e 00) abrirem as portas da **Casa Camolese**, mix de bar e restaurante com cabaré e rotisseria. Ao longo deste ano ainda serão inaugurados mais dois espaços por lá: o **Estúdio Oskar Metsavaht** e a galeria **Nara Roesler**. Outro bar que não faz parte do projeto Vila Portugal, mas vale a visita, é o bar **Inverso Gávea** (à direita), com vista privilegiada da pista do Jockey, perfeito para drinques no fim de tarde.

R$ 827

É do Brasil!

A multimarcas de décor Dpot mudou-se do número 1.250 da Alameda Gabriel Monteiro da Silva para o 479. No antigo espaço, continua com um novo projeto: a Dpot Objeto, que reúne uma fina seleção de mimos para casa pinçados de norte ao sul do País. Destaque para as fruteiras da Alva Design, de Belo Horizonte, e as cerâmicas do paulistano Studio Neves, presentes nos melhores restôs de São Paulo. **Dpot Objeto:** *Alameda Gabriel Monteiro da Silva, 1.250, Jardim Paulistano, SP*



Mais um

O Baixo Pinheiros vibra com a abertura de mais um bar especializado em drinques, o Guilhotina, comandado pelo bartender Márcio Silva, que inaugurou o SubAstor em 2009. No menu estão oito coquetéis autorais, mas clássicos também podem ser pedidos. Vale provar o Maldade Pouca É Bobagem (ao lado) à base de rum com especiarias, bourbon e club soda. **Guilhotina:** *Rua Costa Carvalho, 84, Pinheiros, SP, tel.: 3031-0955*

FOTOS: DIVULGAÇÃO

Portas abertas

Depois de um hiato de 15 meses, André Mifano volta à ativa, desta vez no comando das panelas de seu recém-inaugurado restaurante, o Lilu. Por lá, nada de menu convencional. Todos os pratos do cardápio devem ser compartilhados, no centro da mesa, e não há distinção entre entrada e prato principal. Por isso, a boa pedida é criar seu próprio menu-degustação para provar de tudo um pouco. Comece com os tomates tostados com soja crocante e capuchinha (acima) e ainda o tartare de wagyu. Lembrando que é preciso reservar apetite para degustar as sobremesas do talentoso *pâtissier* Rafael Protti – o arroz-doce com caramelo e granola é de comer rezando! **Lilu:** *Rua Francisco Leitão, 269, Pinheiros, SP, tel.: (11) 99746-0269*

Sob o sol do Uruguai

Gourmets de carteirinha têm mais um bom motivo para visitar o Uruguai. Conhecido por seus azeites de oliva com aroma frutado e menos de 0,2% de acidez, o grupo Garzón expandiu seu portfólio com uma marca própria de vinhos desenvolvidos em uma parceria entre o empresário Alejandro Bulgheroni e o enólogo italiano Alberto Antonini. A última boa-nova na região é a inauguração de sua adega, localizada num complexo de 19 mil m², a 64 km de Punta del Este, com direito a um restô do top chef argentino Francis Mallmann. No Brasil, os vinhos e azeites estão à venda nas lojas da World Wine. *www.worldwine.com.br*

R$ 48 R$ 81

Quando bater saudade dos sabores da infância, vale sair do regime com os bolos gelados da Le Délice. A doceria acaba de lançar uma linha que explora o tradicional bolo de coco em versões com chocolate branco e leite em pó. **Le Délice:** *Avenida Agami, 236, Moema, SP*

Hotspot

Endereço queridinho de uma turma cool desde a sua inauguração, em abril passado, o Cozinha 212 começa o ano com uma novidade quente. A partir deste mês, Victor Collor de Mello e Stefan Weitbrecht servirão aos sábados ostras fresquíssimas, tanto na parte interna do restaurante quanto na calçada, *point* certo para bons drinques. **Cozinha 212:** *Rua dos Pinheiros, 174, Pinheiros, SP, tel. (11) 2120-0174*

A partir de R$ 199

À moda DA CASA

A grife cearense Água de Coco vai além da moda praia com o lançamento de sua segunda coleção de mesa e decoração. São mais de 400 produtos – entre castiçais, bandejas, vasos, taças, copos, talheres e capas de almofada – inspirados no universo náutico, que injetam instantaneamente clima tropical ao décor. Vogue *ama os talheres para salada e massa com cabo em forma de coqueiro. Kitsch e lindos! Outra novidade da marca de Liana Thomaz é o recém-lançado e-commerce, que faz entregas em todo o Brasil.* **Água de Coco:** *Rua Oscar Freire, 1.181, Jardins, SP, www.aguadecoco.com.br*

MISS V

JOHANNA, DE CHANEL, E ALEXANDRE BIRMAN

FERNANDA VIDIGAL E RENATA QUEIROZ DE MORAES

São Paulo

Lance do bem

Em sua terceira edição no País e a segunda tendo a Chanel como *co-host* do evento, o gala da BrazilFoundation reuniu na Casa Fasano uma boa turma de fashionistas, empresários e celebridades para a noite beneficente em prol da instituição que financia e monitora iniciativas sociais por aqui, com direito a show de Paula Lima. Na cerimônia apresentada pela atriz americana *mezzo* brasileira Julia Goldani Telles, da série *The Affair*, e pelo ator Cauã Reymond, o casal Alexandre e Johanna Birman foi o grande homenageado da noite pelo apoio à fundação desde 2010. Os 300 convidados participaram ativamente do leilão-jantar, que teve saldo total de R$ 800 mil. Os itens mais disputados foram a prancha de surfe da Chanel comprada por R$ 30 mil por Marina Ruy Barbosa e a visita *privée* ao apartamento de Coco Chanel, em Paris, seguida de um dia de tratamentos de beleza no spa da grife no hotel Ritz, tudo arrematado por R$ 21 mil.

FOTOS: RICARDO TOSCANI E DIVULGAÇÃO

MARINA RUY BARBOSA, DE MARCELO QUADROS

BARBARA MIGLIORI, DE CHANEL

PATRICIA LOBACCARO

RENATA KUERTEN

MARIA PRATA E PEDRO BIAL

AMALIA SPINARDI, DE JOHANNA ORTIZ

LAURA NEIVA E SOPHIE CHARLOTTE

DONATA MEIRELLES, DE MARES

MARIE LAURE CLOS-SOLARI, DANIELA FALCÃO, CAUÃ REYMOND E MARIANA GOLDFARB

JOHANNA BIRMAN, MARLISE E KAROL MÜLLER STEIN

TACIANA VELOSO, DE HELO ROCHA

ISABELLA FIORENTINO, DE CHANEL

BRUNA TENÓRIO, DE CHANEL

SILVIA ROGAR

MARCOS VERAS E MARCELO SERRADO NO PALCO DO PRÊMIO MEN OF THE YEAR

MARIANA GOLDFARB, CAUÃ REYMOND, ISABELLA SANTONI E LUCAS WAKIM

Rio de Janeiro

Deu samba

Pelo sexto ano consecutivo, a *GQ* reuniu no Copacabana Palace brasileiros de destaque de diferentes áreas, da moda à televisão, para a entrega do Prêmio Men of the Year. Entre os homenageados, destaque para Martinho da Vila, Monarco e Diogo Nogueira, vencedores na categoria Música, que celebrou o centenário do samba; Cacá de Souza, o homem do ano no quesito Estilo; Vik Muniz, destaque na categoria Artes; e Taís Araújo, que, além de ser considerada a mulher do ano, recebeu uma homenagem emocionante de seu marido, Lázaro Ramos. Os atores Marcos Veras e Marcelo Serrado, que comandaram a noite, repetiram o gesto de Bruno Gagliasso e João Vicente de Castro na premiação passada e trocaram um beijo de protesto contra o preconceito. Na sequência, os convidados dançaram na pista ao som de clássicos de samba interpretados por Diogo Nogueira e Rogê.

CHARLENE SHORTO E CACÁ DE SOUZA

JULIANA CARVALHO, DE VALENTINO

LÁZARO RAMOS E TAÍS ARAÚJO

JULIANA PERES, CIX E YASMINE VILHENA

MICHELLE E GISELLE BATISTA

TEO CHERMONT, VIK MUNIZ, PAULA BEZERRA DE MELLO E PEDRO TOURINHO

ANITTA

RICARDO CRUZ, DANIELA FALCÃO, KARINA DOBROTVORSKAYA E FREDERIC KACHAR

São Paulo

À italiana

Para celebrar o lançamento da coleção-cápsula desenvolvida pela Giorgio Armani para a NK Store, a multimarcas reuniu fashionistas no Baretto em noite animada com direito a *pocket show* de Marina de La Riva. No dia seguinte, os convidados puderam conferir as peças em primeira mão no *trunk show* armado na loja nos Jardins.

DRIELY BENNETTONE, FERNANDA BARBOSA, ALEXANDRA BENENTI, MELANIE BITTENCOURT E ANA CLAUDIA MICHELS

HELENA BARBERO

SILVIA ROGAR E THIAGO COSTA REGO

MARINA DE LA RIVA

RENATA KUERTEN, DE ARMANI PARA NK STORE

BETA WHATELY E STEPHANIE KOPENHAGEN

ALEXANDRA FORBES E PIERRE LURTON

GIULIANA SESSO, SILVIA ROGAR, FREDERIC KACHAR E DANIELA FALCÃO

São Paulo

Eco-friendly

Idealizado pela colunista Chiara Gadaleta em parceria com a *Vogue* e o Sistema B, o Prêmio Ecoera teve como palco de sua segunda edição a Casa Vogue Experience. O evento elegeu empresas do setor de moda, beleza e – pela primeira vez – design que se destacam por suas práticas sustentáveis. Entre os vencedores de 2016, a Damyller, a Malwee e a Vert Shoes.

FABIANA SCARANZI

CHIARA GADALETA, CARLOS MURDOCH, PATRICIA CARDIM, TAISSA BUESCU E PAULO ALVES

RACHEL MANCINI

REPORTAGEM: CAMILA SAWAMURA FOTOS: MIGUEL SA E DIVULGAÇÃO

DOCES NA LOJA DA LANÇA PERFUME

A PARTIR DA ESQUERDA, BARBARA MIGLIORI, BRUNO ASTUTO, GIOVANNA LOURENÇO, DONATA MEIRELLES, NÔ MELLO, ALLINE CURY, CATARINA DICKSTEIN E ANNA CAROLINA BIANCHI

DONATA MEIRELLES, DIÓGENES COSTA, BARBARA MIGLIORI E BRUNO ASTUTO

Manaus

Shopping Ponta Negra

A maratona anual do Fashion's Night Out (em 2016 participaram 20 cidades, de 14 países) foi fechada no Brasil, no fim de novembro, com dois dias de programação especial no Shopping Ponta Negra, em Manaus. Palestras de moda, *lifestyle* e comportamento comandadas pelo time da *Vogue* e influenciadores locais tomaram conta do palco armado no segundo piso. Entre um bate-papo e outro, os fashionistas curtiram os workshops e as festinhas armadas nas principais lojas. Que venha a edição de 2017!

CICLO DE PALESTRAS AGITOU A MARATONA DO FASHION'S NIGHT OUT, EM MANAUS

MICAELA GARCIA

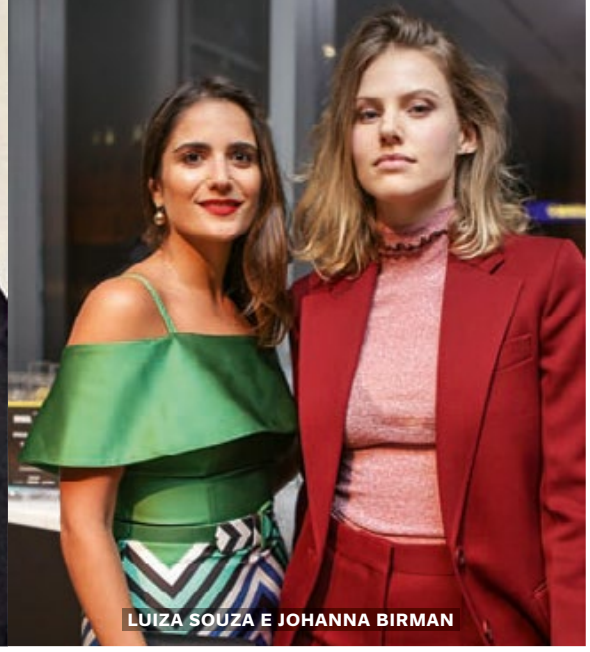
ALLINE CURY, NA COPAMART

RAFAELA PASSOS E MONTAHA JASSERAND

DONATA MEIRELLES, CRIS CALDERARO, PATRÍCIA RUIZ E RAFAEL JAFRA

FOTOS: DIVULGAÇÃO

OLIVIA PALERMO E ALEXANDRE BIRMAN



LUIZA SOUZA E JOHANNA BIRMAN

CHARLOTTE RAMPLING, PETER LINDBERGH E UMA THURMAN

MARCO CORTINOVIS E GABRIELA SAAD

ELLEN VON UNWERTH

CHIARA FERRAGNI

RIHANNA E DASCHA POLANCO

Nova York

Salto alto

Considerado o Oscar dos sapatos, o Footwear News Annual Achievement Awards, cuja 30ª edição aconteceu no mês passado, em Nova York, teve ganhador brasileiro: a Schutz, eleita a marca do ano por seu destaque no mercado internacional. O CEO Alexandre Birman, que recebeu o prêmio, dividiu o palco da noite com estrelas como Rihanna (que levou o troféu por sua colaboração com a Puma), Iris Apfel e Chiara Ferragni.

IRIS APFEL

Paris

Strike a pose

O lançamento do calendário Pirelli 2017, que tem 40 retratos assinados por Peter Linderbergh, aconteceu em uma grandiosa festa em Paris. Na celebração, o fotógrafo subiu ao palco ao lado das atrizes Uma Thurman, Helen Mirren, Nicole Kidman e Charlotte Rampling para discurso emocionante e bem-humorado sobre a beleza natural e o empoderamento feminino.

NICOLE KIDMAN

CHANTAL THOMASS

BATE-PAPO COM CAROLINA HERRERA NA CASA DO EMBAIXADOR AMERICANO EM MADRI

Madri

ALÉM DA camisa branca

O embaixador americano em Madri, James Costos, abriu a residência oficial para um coquetel animado em comemoração aos 35 anos da marca da venezuelana Carolina Herrera. Da lista de *special guests*, a sempre animada Karlie Kloss bancou a DJ nas carrapetas. No dia seguinte, a estilista apresentou seu livro com bate-papo sobre sua trajetória: "As pessoas pensam que só uso camisa branca e até hoje vivo no Studio 54", brincou.

CAROLINA HERRERA E KARLIE KLOSS

VALENTINA COLLADO E SILVIA ROGAR

VESTINDO A CAUSA

(Continuação da página 154)

Outra grande sacada do projeto: o Coletivo ArteSol, no qual Sonia convidou jovens estilistas e designers como Camila Cutolo, Flavia Aranha e Luly Vianna para imersões criativas, in loco, nas quais cocriaram itens com artesãos, num *crash* de tradição e contemporaneidade que já rende frutos. "Em uma semana, vendemos quase tudo", comemora, ressaltando a parceria com Carlos Jereissati Filho, CEO do Grupo Iguatemi, que abraçou a ArteSol depois de ser apresentado ao trabalho da instituição por Sonia na época em que ela ainda estava na Gucci.

Já Sonia descobriu a ArteSol graças à loja que a OSCIP mantinha nos Jardins, em São Paulo, onde a executiva comprava presentes para suas inúmeras viagens internacionais a trabalho. Depois, conheceria a organização de maneira mais especial. "Tive o privilégio de passar o Réveillon de 2007 com dona Ruth em Trancoso", conta. As famílias são próximas: Evangelina Seiler e Paulo Henrique Cardoso, nora e filho de Fernando Henrique Cardoso e dona Ruth, são amigos de Sonia e Eleazar, que comandou o BNDES na gestão do ex-presidente. "Me lembro dela na piscina falando de seu amor pelos artesãos, do mapeamento que fez pelo Brasil inteiro, de todos os trançados, tipologias, biomas. Ali, aquilo virou meu sonho."

Protegida por um sem-fim de colares de teçume no pescoço – vestir a causa é sua marca de estilo –, Sonia defende: "O artesanato brasileiro tem ascendência africana, europeia e indígena. E, como suas matérias-primas vêm de muitos biomas, podemos dizer que ele é o mais rico do mundo". Para o maior do mundo, naturalmente os planos são ambiciosos. A Artiz deve ganhar mais endereços pelo Brasil e exportar seus produtos. Este ano, Sonia também espera lançar o que chama de ArteSol 2.0, a maior plataforma virtual de artesanato nacional. Em curso, há ainda um projeto revolucionário para o setor: um e-commerce, com participação efetiva dos jovens das comunidades. Tem mais: Sonia quer fazer crescer um projeto de turismo de experiência, com base em viagens que a instituição já promove para pequenos grupos – Jalapão, Vale do Jequitinhonha e rio São Francisco na rota. Ao lado da chef Ana Luiza Trajano, ainda pretende criar uma espécie de "Eataly do Brasil, um grande espaço que venda a alma do País, no bom sentido", ri. "Não nasci milionária, mas penso como bilionária! O que eu quero mesmo é ver esse milhão de artesãos brasileiros riquíssimos e fortes!" O *business plan* já está pronto.

MARAVILHOSA

(Continuação da página 105)

Da nova geração trans, ela se diz fã incondicional de Lea T. "Como é fina, essa menina. Fico orgulhosa de vê-la nas campanhas de moda pelo mundo, algo que não acontecia desde que Roberta Close desfilou para Thierry Mugler." Mas se sente desesperançosa com os rumos que o Brasil está tomando. "Uma gente preconceituosa e careta que não combina com o País e tenta tirar o nosso patrimônio de alegria e tolerância", reclama. "Antigamente, a gente se juntava, corria atrás dos homofóbicos e dava surra neles. Hoje, eles são uns covardes escondidos atrás do Facebook. Mas o Brasil me defende. Sou a travesti da família brasileira, chéri." Rogéria mantém contas nas redes sociais, alimentadas por um assistente, mas confessa que não tem interesse em aprender a "mexer nessas coisas". "A minha internet é na rua; sou parada por senhoras, crianças. Tenho uma força descomunal no dedo, então não me dou bem com esses aparelhos. E minha vida real é tão incrível, que ainda não senti a necessidade de me esconder no mundo virtual."

ENDEREÇOS

MODA

A.Brand, www.abrand.com.br. **Adidas**, Rua Oscar Freire, 678, tel. (11) 3587-8301, SP. **Adriana Barra**, Alameda Franca, 1.243, tel. (11) 2925-2300, SP. **Adriana Degreas**, www.adrianadegreas.com.br. **Alexandre Birman**, Shopping Iguatemi, tel. (11) 3031-6195, SP. **Alexandre Pavão**, www.alexandrepavao.com. **Altuzarra**, www.altuzarra.com. **Amir Slama**, Rua Oscar Freire, 977, tel. (11) 3061-0450, SP. **Andrea Marques**, www.andreamarques.com.br. **Apartamento 03**, www.apartamento03.com.br. **Artiz**, Shopping JK Iguatemi, SP. **Balenciaga**, www.balenciaga.com. **Bo.Bô**, Rua Oscar Freire, 1.039, tel. (11) 3842-2965, SP. **Bottega Veneta**, Shopping Iguatemi, tel. (11) 5904-6670, SP. **Burberry**, Shopping JK Iguatemi, tel. (11) 3032-7274, SP. **Calvin Klein**, Shopping JK Iguatemi, tel. (11) 3071-0249, SP. **Capodarte**, tel. (11) 3086-3779, SP. **Carla Amorim**, Shopping JK Iguatemi, tel. (11) 2146-1250, SP. **Carolina Herrera**, Shopping Cidade Jardim, tel. (11) 3552-7777, SP. **Ceres Gioielli**, www.ceresjoias.com.br. **Chanel**, Shopping Iguatemi, tel. (11) 3032-7287, SP. **Ché Store**, tel. (11) 95556-6063. **Cia. Marítima**, Shopping JK Iguatemi, tel. (11) 3078-7546, SP. **Cine 732**, tel. (11) 3032-3718, SP. **Colcci**, Shopping Morumbi, tel. (11) 5181-1980, SP. **Comas**, www.comas.com.br. **Corello**, www.corello.com. **Cris Barros**, tel. (11) 3082-3621, SP. **Cruise**, Shopping Cidade Jardim, tel. (11) 3198-9376, SP. **Diesel**, Shopping JK Iguatemi, tel. (11) 3071-1253, SP. **Diferenza**, www.diferenza.com.br, tel. (11) 99666-8447, SP. **Dior**, Shopping Cidade Jardim, tel. (11) 3750-4400, SP. **Dolce & Gabbana**, Shopping JK Iguatemi, tel. (11) 3152-6230, SP. **Dryzun**, Shopping Iguatemi, tel. (11) 3811-4100, SP. **Fendi**, Shopping Cidade Jardim, tel. (11) 4873-5592, SP. **Fernanda Yamamoto**, Rua Aspicuelta, 441, SP. **Flex Jewel Maria Rovery**, SAC (11) 3081-4340, SP. **Gap**, www.gap.com. **Gilda Midani**, Rua Oscar Freire, 236, tel. (11) 3083-2621, SP. **Gucci**, Shopping Iguatemi, tel. (11) 3097-8655, SP. **Helena Bordon**, www.byhelenabordon.com, tel. (11) 3774-2342, SP. **Hope**, www.hopelingerie.com.br. **Iódice**, tel. (11) 3082-4145, SP. **Izabel Esteves**, Shopping JK Iguatemi, SP. **Jimmy Choo**, Shopping Cidade Jardim, tel. (11) 3552-2052, SP. **Jo de Mer**, Rua Oscar Freire, 329, tel. (11) 3081-4232, SP. **La Spezia**, www.laspeziaweb.com.br. **Lane Marinho**, www.lanemarinho.com. **Lapima**, www.lapima.com. **Le Soleil D'été**, Praça Panamericana, 42, tel. (11) 99105-7950, SP. **Lokalwear**, www.lokalwear.com. **Longchamp**, Shopping Cidade Jardim, tel. (11) 3552-1555, SP. **Louis Vuitton**, Shopping Cidade Jardim, tel. (11) 3060-5099, SP. **Lupo**, Rua Oscar Freire, 566, tel. (11) 3062-2110, SP. **Marcela B**, Rua Cônego Eugênio Leite, 190, tel. (11) 2883-6417, SP. **Mares**, Rua da Consolação, 3.589, tel. (11) 3181-4142, SP. **Mari Giudicelli**, www.marigiudicelli.com. **Maxior**, Morumbi Shopping, tel. (11) 5183-2912, SP. **Miu Miu**, Shopping JK Iguatemi, tel. (11) 5525-6370, SP. **Mixed**, Shopping Iguatemi, tel. (11) 3032-7286, SP. **Moncler**, Shopping JK Iguatemi, tel. (11) 3152-6262, SP. **Muggia**, www.muggia.com.br. **Nannacay**, www.nannacay.com. **Olympiah**, www.olympiah.com.br. **New Balance**, Shopping Cidade São Paulo, tel. (11) 3595-2510, SP. **OQVestir**, www.oqvestir.com.br. **Osklen**, Rua Oscar Freire, 645, tel. (11) 3083-7977, SP. **PatBo**, Shopping JK Iguatemi, tel. (11) 3152-6580, SP. **Paula Raia**, Rua André Fernandes, 175, tel. (11) 3073-1275, SP. **Prada**, Shopping JK Iguatemi, tel. (11) 3078-8326, SP. **Projeto Akra**, www.akracollection.com. **Ralph Lauren**, Shopping Cidade Jardim,

tel. (11) 3198-9470, SP. **Reinaldo Lourenço**, Rua Bela Cintra, 2.167, tel. (11) 3085-8150, SP. **Roberto Cavalli**, Rua Bela Cintra, 2.218, tel. (11) 3088-7657, SP. **Rodrigo Massot**, rodrigo@rodrigomassot.com. **Salvatore Ferragamo**, Shopping Cidade Jardim, tel. (11) 3758-4791, SP. **Scarpa Manrubia**, www.scarpamanrubia.com.br. **Schutz**, www.schutz.com.br. **Silvia Furmanovich**, Shopping JK Iguatemi, tel. (11) 3168-1263, SP. **Sportmax**, Shopping Iguatemi, tel. (11) 3032-7835, SP. **Svetlana**, www.akasvetlana.com. **Talento**, www.talentojoias.com.br. **Talie NK**, Rua Sarandi, 34, tel. (11) 3897-2600. **Tiffany & Co.**, Shopping Iguatemi, tel. (11) 3815-7000, SP. **Tigresse**, www.tigresse.com.br, Shopping Cidade Jardim, tel. (11) 3755-1174, SP. **Tommy Hilfiger**, Rua Oscar Freire, 848, tel. (11) 3596-7551, SP. **Tory Burch**, Shopping Iguatemi, tel. (11) 3031-0363, SP. **Tricoma**, www.sptricoma.com. **Valentino**, Shopping Cidade Jardim, tel. (11) 3755-1174, SP. **Versace**, Shopping Iguatemi, SP. **Iorane**, www.iorane.com.br. **Vinci Shoes**, www.vincishoes.com.br. **WAIWAI**, www.waiwairio.com.br.

NO RIO DE JANEIRO

A.Brand, Fashion Mall, tel. (21) 99568-9867. **Adriana Degreas**, Fashion Mall, tel. (21) 3252-2562. **Amsterdam Sauer**, Rua Visconde de Pirajá, 484. **Andrea Marques**, tel. (21) 3202-2700. **Bo.Bô**, Fashion Mall, tel. (21) 4222-3177. **Capodarte**, tel. (21) 2947-3740. **Chanel**, Shopping Leblon, tel. (21) 2529-8209. **Cris Barros**, Village Mall, tel. (21) 3252-2564. **Dior**, Village Mall, tel. (21) 3252-2763. **Dolce & Gabbana**, Village Mall, tel. (21) 3590-7712. **Dress To**, tel. (21) 2521-5703. **Gucci**, Village Mall, tel. (21) 3252-2700. **Julia Gastin**, tel. (21) 98012-1221. **Ka Store**, Rua Anibal de Mendonça, 114, tel: (21) 2247-2768. **Mariana Penteado**, Shopping Leblon. **Mixed**, Village Mall, tel. (21) 3252-2524. **Osklen**, Village Mall, tel. (21) 3252-2654. **PatBo**, Village Mall, tel. (21) 97317-8855. **Salvatore Ferragamo**, Village Mall, tel. (21) 3252-2523. **Schutz**, Village Mall, tel. (21) 3252-2584. **Tigresse**, Fashion Mall, tel. (21) 3322-4744. **Tory Burch**, Village Mall, tel. (21) 3252-2522. **Versace**, Village Mall, tel. (21) 3252-2657, RJ. **Zerezes**, Shopping Rio Sul.

BELEZA

Beauty Color, SAC 0800 704 9030. **BeYoung**, SAC 4000 1480. **Bodytech**, Shopping JK Iguatemi, tel (11) 3849-0184, SP. **Cadiveu**, sac@cadiveu.com. **Caudalie**, Shopping Iguatemi, tel (11) 3032-7564, SP. **Dermage**, SAC 0800 024 1064. **Dior**, SAC 0800 170 506. **Espaço Kurma**, tel. (11) 2528-9588, SP. **Guerlain**, SAC 0800 170 508. **Kenzo**, www.sephora.com.br. **MAC**, SAC 0800 892 1695. **Phyto**, www.sephora.com.br. **Revlon**, SAC (11) 4878 2001, SP. **Vinotage**, www.vinotage.com.br. **Vult**, www.vult.com.br, tel. (11) 4736-8890, SP.

VOGUE BRASIL

Uma publicação das **EDIÇÕES GLOBO CONDÉ NAST S.A.**
Av. Nove de Julho, 5.229, São Paulo, SP

Publicada nos Estados Unidos por **THE CONDÉ NAST PUBLICATIONS INC.**
Chairman Emeritus S. I. NEWHOUSE, JR.
Chairman CHARLES H. TOWNSEND
Presidente e Chief Executive Officer ROBERT A. SAUERBERG, JR.
Diretora Artística ANNA WINTOUR

Publicada nos outros países por **CONDÉ NAST INTERNATIONAL LTD.**
Chairman e Chief Executive JONATHAN NEWHOUSE
Presidente NICHOLAS COLERIDGE
Vice-Presidentes GIAMPAOLO GRANDI, JAMES WOOLHOUSE, MORITZ VON LAFFERT, ELIZABETH SCHIMEL
Chief Digital Officer WOLFGANG BLAU
Presidente Ásia-Pacífico JAMES WOOLHOUSE
Presidente de Novos Mercados e Diretora Editorial de Desenvolvimento de Marca KARINA DOBROTVORSKAYA
Diretor de Planejamento JASON MILES
Diretor de Aquisições e Investimentos MORITZ VON LAFFERT

GLOBAL
Presidente, Condé Nast E-commerce FRANCK ZAYAN
Diretor Executivo, Condé Nast Global Development JAMIE BILL

O GRUPO CONDÉ NAST DE REVISTAS INCLUI

Estados Unidos
Vogue, Vanity Fair, Glamour, Brides, Self, GQ, GQ Style, The New Yorker, Condé Nast Traveler, Details, Allure, Architectural Digest, Bon Appétit, Epicurious, Wired, W, Golf Digest, Teen Vogue, Ars Technica, Condé Nast Entertainment, The Scene, Pitchfork

Inglaterra
Vogue, House & Garden, Brides, Tatler, The World of Interiors, GQ, Vanity Fair, Condé Nast Traveller, Glamour, Condé Nast Johansens, GQ Style, Love, Wired, Condé Nast College of Fashion & Design, Ars Technica

França
Vogue, Vogue Hommes International, AD, Glamour, Vogue Collections, GQ, AD Collector, Vanity Fair, Vogue Travel in France, GQ Le Manuel du Style, Glamour Style

Itália
Vogue, L'Uomo Vogue, Vogue Bambini, Glamour, Vogue Gioiello, Vogue Sposa, AD, Condé Nast Traveller, GQ, Vanity Fair, Wired, Vogue Accessory, La Cucina Italiana, CNLive

Alemanha
Vogue, GQ, AD, Glamour, GQ Style, Myself, Wired

Espanha
Vogue, GQ, Vogue Novias, Vogue Niños, Condé Nast Traveler, Vogue Colecciones, Vogue Belleza, Glamour, AD, Vanity Fair

Japão
Vogue, GQ, Vogue Girl, Wired, Vogue Wedding

Taiwan
Vogue, GQ

México e América Latina
Vogue Mexico and Latin America, Glamour Mexico and Latin America, AD Mexico, GQ Mexico and Latin America, Vanity Fair Mexico

Índia
Vogue, GQ, Condé Nast Traveller, AD

WPUBLICAÇÕES EM SOCIEDADE
Brasil – *Vogue, Casa Vogue, GQ, Glamour, GQ Style*
Rússia – *Vogue, GQ, AD, Glamour, GQ Style, Tatler, Condé Nast Traveller, Allure*

PUBLICAÇÕES SOB LICENCIAMENTO
África do Sul – *House & Garden, GQ, Glamour, House & Garden Gourmet, GQ Style*
Austrália – *Vogue, Vogue Living, GQ*
Bulgária – *Glamour*
China – *Vogue, Vogue Collections, Self, AD, Condé Nast Traveler, GQ, GQ Style, Brides, Condé Nast Center of Fashion & Design*
Coreia – *Vogue, GQ, Vogue Girl, Allure, W, GQ Style, Style.co.kr*
Holanda – *Glamour, Vogue*
Hungria – *Glamour*
Islândia – *Glamour*
Oriente Médio – *Condé Nast Traveller, AD, Vogue Café at The Dubai Mall, GQ Bar Dubai*
Polônia – Glamour
Portugal – *Vogue, GQ*
República Tcheca e Eslováquia – *La Cucina Italiana*
Romênia – *Glamour*
Rússia – Vogue Café Moscow, Tatler Club Moscow
Tailândia – *Vogue, GQ, Vogue Lounge Bangkok*
Turquia – *Vogue, GQ, Condé Nast Traveller, La Cucina Italiana, GQ Style, Glamour*
Ucrânia – *Vogue, Vogue Café Kiev*

Distribuição FERNANDO CHINAGLIA COMERCIAL E DISTRIBUIDORA S.A.
Avenida Engenheiro Roberto Zuccolo, 134, Jardim Humaitá, São Paulo/SP CNPJ nº 28.322.873/0002-10
EDITORA ABRIL S/A Avenida Otaviano Alves de Lima, 4.400, Freguesia do Ó, São Paulo/SP CNPJ/MF nº 02.183.757/0001-93

Impressão PLURAL EDITORA E GRÁFICA LTDA – AV. MARCOS PENTEADO ULHOA RODRIGUES, 700 - TAMBORÉ

LAST LOOK

Louis Vuitton
R$ 8.250

Não foram apenas os looks do resort 2017 da Louis Vuitton, apresentados em maio passado no Museu de Arte Contemporânea de Niterói, que ganharam *mood* esportivo e enérgico - os acessórios também exibiram vibração à altura. Caso da bolsa Alma, lançada em 1992, que cruzou a passarela em versão que remete à estética das corridas de automobilismo. Batizada de Race, a peça alia três elementos supertradicionais da grife: o couro Epi e as canvas Monogram e Damier. Serão apenas três unidades a desembarcar no fim deste mês nas duas lojas paulistanas da marca francesa (shoppings Cidade Jardim e Iguatemi). Corra! *Shopping Cidade Jardim, piso térreo, tel. (11) 3017-5371*

EDIÇÃO DE MODA **DONATA MEIRELLES** FOTO **XICO BUNY**

REPORTAGEM: JULIA DINIZ PRODUÇÃO DE MODA: CRISTIANO OIWANE E NEEL CICONELLO SET DESIGN: LARISSA DANTAS AGRADECIMENTO: MONZA AUTOMODELISMO DE FENDA.

Inspired by Red

O LUXO ESPANHOL CHEGA AO RIO DE JANEIRO

O Gran Meliá abrirá suas portas no icônico Hotel Nacional,
oferecendo sofisticação atemporal com toques de vanguardia.

GRAN MELIÁ
LUXURY URBAN RESORT

NACIONAL RIO DE JANEIRO
BRAZIL

BRASIL • CHINA • INDONÉSIA • ITÁLIA • PORTO RICO • ESPANHA • VENEZUELA

Para informações e reservas 0800 591 3008, granmelia.com ou sua agência de viagens
Avenida Niemeyer, 769 - São Conrado | Rio de Janeiro

MELIÁ *Rewards*

Brasília. Curitiba. Rio de Janeiro. São Paulo. Bogotá. Cidade do Panamá. Santiago. Tel 011 3050 5099 louisvuitton.com.br

The Spirit of Travel

LOUIS VUITTON