

GLAMOUR

ANO 11 • ED. 52

JARDIM

**CAMILA
COELHO**
E A NOVA
INFLUÊNCIA
*“Menos likes,
mais amor real”*

REFRESH

Os hábitos que arejam o closet e as ideias numa temporada em sintonia com o planeta

PRADA





FENDI BOUTIQUES 55 11 4873 5592 FENDI.COM



SCAN WITH THE FENDI APP
TO SEE EXCLUSIVE CONTENT



FENDI

PISO TÉRREO
CHLOE.COM



Chloé

© 2019 Chloé SAS. All rights reserved.

BALMAIN.COM



SHOPPING CIDADE JARDIM - PISO TÉRREO



BALMAIN
PARIS



follow @Armani

Kate Moss



GIORGIO ARMANI

エミリオ・プッチ



EMILIO PUCCI
PISO TÉRREO



O jardim da moda

 WWW.CJFASHION.COM

SHOPPING
CIDADE
JARDIM

CiDAdeIE

ANO 11 • ED. 52

JARDIM

- 18 BONJOUR
- 20 NOSSA TURMA
- 22 CJ FASHION
- 32 MAPA ARTSY
- 54 BEAUTY INSIDER
- 86 DE/PARA

MIX

- 25 DOS SETE MARES
Erika dos Mares Guia entrega os detalhes da nova CJ Mares
- 30 PALÁCIO FLUVIAL
Conheça o SS Maria Theresa, cruzeiro de luxo inspirado no Império Austro-Húngaro

CAPA

- 34 PRIMAVERA QUENTE
Em Paris, Camila Coelho veste as peças-statement da temporada

CORPO&ALMA

- 44 ECOSHOW SEM CHATICE
Alê Farah entrega o manual para mostrar que ser sustentável pode ser fashion e elegante
- 48 GEMAS DO BEM
Ao rastrear seus diamantes, a Tiffany & Co. dá um passo além em prol da sustentabilidade
- 50 O REI DO CASHMERE
A trajetória de sucesso de Brunello Cucinelli e seu amor pela Itália

MODA

- 56 TECHNICOLOR
A alfaiataria colorida é a tendência forte da atualidade

CLOSET

- 67 NOVAS ENERGIAS
A nova loja de Carol Bassi
- 69 FINO TRATO
Escarpins para todas

- 73 CABEÇA FEITA
Acessórios de cabeça para um look cheio de frescor
- 79 ATELIÊ ABERTO
Peças em tons pastel para os minifashionistas
- 80 A HORA É ESSA
Os lançamentos de relógios mais quentes do momento

TOUR CJ

- 88 AS NOVIDADES DO SHOPPING:
Salvatore Ferragamo e Alexandre Birman

DELEITE

- 95 PAUSA PARA O CAFÉ
Um papo com Keiko Sato, barista do Santo Grão

HAPPENING

- 100 RSVP
Os eventos que agitam o CIDADE JARDIM

- 108 ANIVERSARIANTES
- 110 ENDEREÇOS

ÍCONES

- 114 PRINCESA MODERNA
A bolsa Lady Dior, da Christian Dior



CAPA
FOTO Joseph Degbadjo.
STYLING Lucio Fonseca
MAKE Erika Monteiro.
CABELO Paul Duchemin.
Camila usa vestido Chloé e colares Ana Rocha e Appolinario.
Produção executiva: Bernardo da Mata.
Assistente de styling: Kevin Tertuliano (Brasil) e Flávia Gay (Paris).
Assistente de foto: Alfa Arouna



Camila Coelho usa VESTIDO, CAMISA e SANDÁLIAS Prada e BOLSA Matri



56

CLASH DE *Cartier*



CARTIER.COM.BR

bonjour

naturalmente MAGICA

Quando convidei Camila Coelho para estrelar a capa da nossa revista, estávamos almoçando num dos restaurantes mais badalados – e um tanto esnobe – de Paris, desses que estão habituados a receber as celebridades mais nababescas do planeta, onde pedir uma selfie é quase um crime de lesa-majestade, o decreto da morte social.

Pois não é que, na nossa saída, uma garçonete me interpelou? “Olha, eu já vi o mundo aqui e, pela primeira vez, vou arriscar meu emprego. Tira uma foto minha com a Camila?” Pronto, não restava dúvida de que a escolha do rosto desta edição era acertadíssima.

Mas eu queria uma Camila que seus mais de 8 milhões de seguidores não estão acostumados a ver: a papisa da *make* com uma *make* quase nada, solta pelos jardins da capital francesa com (muito) sol a pino no rosto, um dos maiores maiores não-mandamentos da foto perfeita – fazia 42°C naquela tarde, não sei como ela não nos matou.

Pois Camila embarcou nessa viagem com tudo, ainda mais sabendo que nossa revista estaria recheada de artigos em prol do natural e da natureza. Temos a neopapisa da sustentabilidade na moda, a jornalista Alexandra Farah, contando como se sentiu mais sexy desde que decidiu adotar uma rotina em sintonia com as práticas *ecofriendly*. Minha



Bruno Astuto
DIRETOR DE REDAÇÃO

viagem à paradisíaca Ilha Maurício me fez descobrir o mundo maravilhoso dos diamantes rastreáveis. Uma entrevista raríssima com o *Signor* Brunello Cucinelli, o rei dos cashmeres, mostra como é mais do que possível para uma empresa tornar-se uma potência fashion internacional investindo na cultura local, na celeridade dos processos e na felicidade dos funcionários – sua cidade mágica no interior da Itália é um exemplo que precisa ser replicado.

Esta primavera traz também a nova campanha do CIDADE JARDIM, uma fábula que conta como um shopping em plena São Paulo se tornou uma floresta habitada por seres mágicos e histórias inesquecíveis. Nossos “bichinhos” vão invadir os corredores, o *e-commerce*, seu celular e até o seu guarda-roupa, aguarde. A festa fica ainda mais completa com a chegada de Chloé, Hering, Carol Bassi, o café da Chocolate du Jour, além de novas marcas no *cj*fashion.com, que está comemorando um ano de sucesso com direito a uma loja virtual da Vogue Brasil. E muito, muito mais.

Encantar é o nosso lema. E a magia começa quando abrimos os olhos para enxergar o mundo de um jeito diferente, deixando a imaginação solta e colocando a mão na massa. Assim, ele estará cada vez mais próximo daquilo com o que sonhamos. É preciso torcer, é preciso acreditar.

FOTO: IUDE RICHELE

#DontCrackUnderPressure



TAG Heuer
SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860

TAG HEUER CARRERA CALIBRE 16

Chris Hemsworth works hard and chooses his roles carefully. He handles pressure by taming it, and turning it to his advantage. #DontCrackUnderPressure was coined with him in mind.



BOUTIQUES TAG HEUER
São Paulo: Shopping Cidade Jardim (11) 3198-9458
Rio de Janeiro: Shopping Village Mall (21) 3252-2846
<https://store.tagheuer.com/>

nossa turma

O NOSSO
TIMAÇO DE
COLABORADORES
CHEIOS DE IDEIAS
FANTÁSTICAS PARA
ESTA EDIÇÃO



Thiago Ferraz

Com um extenso currículo na moda nacional, Thiago cria imagens incríveis tanto para o universo feminino quanto o masculino. Para esta edição, ele mescla um pouco de cada no editorial *Technicolor*.



Mari di Pilla

Colaboradora internacional da Condé Nast, a jornalista ítalo-brasileira destrincha a incrível história do italiano Brunello Cucinelli e como ele se tornou o rei do cashmere com sua marca homônima.



Joseph Degbadjo

Primeiro fotógrafo africano a clicar o maior número de capas da *Vogue* na História, Joseph é o nome por trás das imagens de Camila Coelho. Radicado em Paris, ele também revelou algumas das principais tops hoje, como Lineisy Montero.



Paul Duchemin

Pupilo de David Mallet e Stéphane Bodin, o *beauty artist* francês assina a beleza de Camila Coelho. Inspirado no glamour de Los Angeles, ele descreve seu trabalho como “um estilo californiano à la française”.



Alexandra Farah

Fundadora e curadora do evento de moda e tecnologia WeAr Brasil, a jornalista e expert em sustentabilidade, além de ativista *ecofriendly*. Nesta edição, Alé mostra como entrar na onda *green*, com equilíbrio.



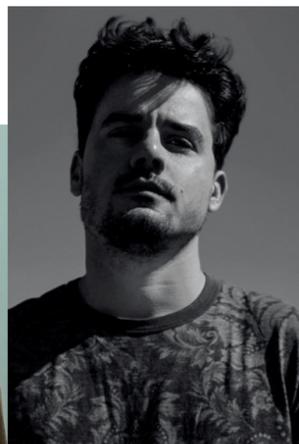
Fernando Tomaz

Juliana Paes, Taís Araújo e Anitta são algumas das celebridades que já passaram pelas lentes do fotógrafo paulista. Para esta edição da CIDADE JARDIM, ele traz seu olhar poético e minimalista ao ensaio *Technicolor*.



Helder Rodrigues

Colaborador assíduo das principais publicações de moda do país, o *beauty artist* assina a beleza suave do editorial *Technicolor*, que explora a tendência da alfaiataria colorida.



Thiago Biagi

Stylist por trás dos looks de Fernanda Motta, Thiago pinçou as melhores peças da nova CJ Mares para vestir a dona do projeto, Erika dos Mares Guia, e a modelo (sua cliente e melhor amiga), na matéria *Dos sete mares*.

FOTOS: ARQUIVO VOGUE (ALEXANDRA) E ARQUIVO PESSOAL

Tiffany.com | ©2019 T&CO.



TIFFANY & CO.

Tiffany T

Miami vibes

Sinesia Karol, estilista brasileira radicada nos Estados Unidos, comanda a marca homônima que é sucesso garantido em terras nacionais e também americanas. Com sua linha focada em peças de design exclusivo, ela entra para o time do CJ Fashion com modelagens democráticas, que agradam a todos os estilos de silhuetas e gostos.



DEU LIGA

Loucas por acessórios, uni-vos! A SCARF ME, famosa pelos lenços, echarpes e pashminas, está disponível em nossa loja virtual, pronta para animar suas produções com muita cor, atitude e sofisticação.



CONFORTO SEM ERRO

A Gii Sleepwear, especializada em pijamas femininos, desembarca em nosso e-commerce com ampla variedade de estampas que colorem looks em tecidos ultramacios como viscosa, voile de algodão, linho ou seda.



PURO LUXO

Nasce a irmã mais nova da Mares, a CJ Mares, parceria entre a icônica multimarcas da empresária Erika dos Mares Guia e o CIDADE JARDIM. De identidade própria, a loja, que tem *first view store* no piso térreo do shopping, está disponível também no catálogo on-line do CJ Fashion com marcas nacionais e internacionais renomadas, como Self-Portrait, America & Beyond, Sea New York, entre outras.



Febre pink

Após a abertura de loja física no CIDADE JARDIM, a marca especializada em lingerie La Rouge Belle é outra novidade on-line. Criada em 2012 por Lala Rudge, uma das maiores influenciadoras de moda e estilo no Brasil, a grife tem coleções que vão dos clássicos sutiãs, bodies e calcinhas rendadas aos pijamas sofisticados, que transformam qualquer dia de preguiça no sofá em uma experiência de luxo.

COUTURE ON-LINE

Uma das maiores referências na moda festa brasileira, Sandro Barros acaba de chegar ao nosso e-commerce com coleções clássicas do Atelier, Blue Label e peças Resort. Inspirado no sonho de cada cliente, o designer cria vestidos com técnicas únicas e especializadas, materiais nobres como couro e linho, estampas elegantes, rendas feitas à mão e bordados preciosos.



ANDROID



IOS



COMPRAS EXPRESS

Aprimorando a experiência única de compras on-line, a nossa plataforma agora traz o exclusivo serviço CJ Express. Além da enorme variedade de marcas e produtos disponíveis para venda on-line (são mais de 170 grifes atualmente), você também pode adquirir remotamente qualquer item disponível no Shopping CIDADE JARDIM. Tudo por meio do aplicativo Cidade Jardim Fashion. É só baixar e preparar a lista de desejos para arrematar.

AQUAZZURA



SHOPPING CIDADE JARDIM - PISO TÉRREO - (11) 3198-9495

AQUAZZURA.COM

mix

“Nenhuma grande descoberta foi feita jamais sem um palpite ousado”*

DOS SETE MARES

Por CHANTAL SORDI

Um novo destino promete conquistar fashionistas em São Paulo. Trata-se da CJ Mares, uma aposta conjunta da multimarcas Mares, de Erika dos Mares Guia, e do Shopping CIDADE JARDIM. A loja, que desde junho funciona em formato *first view*, no piso térreo, abrirá as portas em breve trazendo mais de 70 marcas nacionais e internacionais, com algumas grifes inéditas no país, como Zimmermann, Mother of Pearl, David Koma e Marion Parke. Fiel à essência da Mares (que tem *flagship* em Belo Horizonte), o espaço promete muito mais do que uma seleção de roupas e acessórios para todas as ocasiões: será uma verdadeira e completa experiência.

FOTO: MARCIO DEL NERO. PRODUÇÃO EXECUTIVA: BERNARDO DA MATA STYLING: THIAGO BIAGI. BELEZA: PATRICK GUISSO (SD MGT). AGRADECIMENTOS: PERSEU COFFEE HOUSE E CASIMIRO RISTORANTE DAL TATINI



cj mares

ERIKA DOS MARES
GUIA REVELA OS
DETALHES DE SUA NOVA
LOJA NO SHOPPING

Erika dos Mares Guia (esq.) usa vestido Ulla Johnson, cinto Essenciale, sandálias Aquazurra e braceletes de seu acervo pessoal. Fernanda Motta veste blusa bordada e saia Ulla Johnson; joias Cartier e sandálias Aquazurra

*Isaac Newton



“Sentíamos que faltava um lugar que proporcionasse uma experiência completa de loja, da praia à festa, para qualquer momento da vida, e essa é a base do projeto. A CJ Mares se propõe um programa em que as pessoas possam passar o dia e se sentir acolhidas, como se estivessem em casa”, explica Erika, que vem trabalhando há quatro anos no projeto ao lado da JHSF. “Tudo foi pensado cuidadosamente para trazer algo que não existisse em São Paulo”, completa. “Sempre tive loja em rua e não pensava em levá-la ao shopping, mas, quando surgiu a opção de ter aquele espaço físico, que sempre foi o que mais gostei do CIDADE JARDIM, decidi que era o momento”. A loja terá 800 m² de área, localizada no Piso Térreo do mall.

Com projeto assinado pela arquiteta Carolina Proto, a CJ Mares vai abrigar um café com menu exclusivo assinado pela Anusha, espaço kids, *shop-in-shops* da australiana Zimmermann e da Dolce & Gabbana, um *corner* especial de marcas colombianas, uma seleção de joalherias, provadores amplos com iluminação estratégica e ambientes divididos entre as grifes internacionais, nacionais e as coleções de festa, além de outros detalhes que ainda estão por vir. “Ando com a planta na bolsa, pois todo dia temos ideias. Cada metro quadrado foi concebido nos mínimos detalhes”. Um exemplo é o espaço para os pequenos fashionistas, onde as mesas e cadeiras serão iguais às dos

“Sentíamos que faltava um lugar que proporcionasse uma **EXPERIÊNCIA COMPLETA** de loja, da praia à festa, para qualquer momento

adultos, porém com tamanho adaptado para crianças, além de lápis de cor e materiais desenvolvidos especialmente para a boutique.

A cor lilás, uma assinatura da marca, não poderia faltar, assim como o número 7, outro símbolo poderoso para Erika. “O roxo é uma cor de espiritualidade positiva, e o numeral representa os sete mares. A tonalidade é a sétima cor do arco-íris, a loja estará aberta sete dias por semana, algo inédito na nossa história, então, é nosso *lucky number*”, diz. “Todos esses elementos foram coordenados na decoração, como a inserção dos mares e o *mood* alegre. Teremos frases e espaços instagramáveis sempre trazendo boas vibrações”.

Com 30 anos de experiência, Erika se tornou expert em farejar o novo. “Venho de uma escola e de uma época em que era preciso ter faro para sentir o que as pessoas queriam. Aprendi isso desde muito cedo, com a minha mãe. Não tenho redes sociais,

FOTOS: MARCIO DEL NERO; STYLING: THIAGO BIAGI; BELEZA: PATRICK GUISSO (SD MGT)

www.brunellocucinelli.com

time for *Spirit*, time for *Harmony*



BRUNELLO CUCINELLI



Fernanda (esq.) usa macacão Sea New York, cinto Essenciale, joias e relógio Cartier. Erika veste blusa Self-Portrait e calça Sea New York. Na página ao lado, Fernanda (esq.) usa vestido Zimmermann e joias Cartier; e Erika veste look total Zimmermann

CJ
COMPRE
ON-LINE

gosto de sentir as coisas, os lugares, as pessoas e, naturalmente, essas tendências vêm”, avisa. “A Self-Portrait, para se ter ideia, vendemos desde a primeira coleção, quando a marca era minúscula”. Anthony Vacarello, hoje diretor criativo da Saint Laurent Paris, é outro exemplo. “Todos os compradores vão ver, mas poucos têm a confiança e a segurança de apostar naquilo no momento zero. Nós temos isso. Nossa principal característica é não procurar o óbvio. Rodamos o mundo e por isso dizemos que nossa curadoria é dos sete mares: temos marcas romenas, australianas, russas, israelenses, entre outras.”

As colombianas Silvia Tcherassi e Leal Daccret, a romena Maria Lucia Hohan, a australiana Camilla, as turcas Raisa Vanessa e Queen and Pawn são algumas das descobertas recentes de Erika que estarão disponíveis nas araras da CJ Mares. A norte-americana Ulla Johnson e a linha de *beachwear* de Stella McCartney também estarão no espaço, provando a curadoria afinada da equipe de compras. “Nosso time é forte e coeso. Agora também temos a Donata Meirelles na equipe internacional da JHSF, o que foi uma benção, pois sempre tivemos o sonho de trabalhar juntas”.

Entre as grifes nacionais estão Andrea Marques, Barbara Casasola, Two Denim, além de outras, como a Pynablu, que está desenvolvendo uma coleção a quatro mãos especialmente para o CIDADE JARDIM, e Nathi Faria, que chega com uma linha para as festas de fim de ano. “Não iria deixar para trás o DNA mineiro, então trouxe ao mix grifes como a Gig, Essenciale e Bianza”, antecipa Erika, que diariamente pinça o melhor entre as mais de 500 marcas que passam por suas mãos. “Não temos a pretensão de ditar coisas. Respeitamos a individualidade e o que fica bom para cada mulher. Queremos que ela saia bonita e que se sinta assim. Isso é muito sério quando estamos fazendo a curadoria.” É desse princípio que surge o slogan *pretty inside, pretty outside*.

Fernanda Motta, amiga pessoal de Erika e cliente da CJ Mares desde os primeiros passos em São Paulo, sabe bem disso. “Consigo encontrar peças que posso misturar de acordo com a minha personalidade e para todas as ocasiões, do *minimal* à festa”, conta a modelo, que elege a Zimmermann e a Self-Portrait como suas favoritas. “Gosto de roupas que tenham um toque feminino e, na curadoria da Erika, até os looks mais conceituais sempre têm esse detalhe sexy. Isso é perfeito”, completa.

FOTOS: MARCIO DEL NERO; STYLING: THIAGO BIAGI; BELEZA: PATRICK GUISSO (SD MGT)

www.brunellocucinelli.com



BRUNELLO CUCINELLI

mix

Palácio FLUVIAL

Conheça o SS Maria Theresa, cruzeiro de luxo inspirado no Império Austro-Húngaro, que propõe uma experiência única de turismo em rios

Por DANIELA FILOMENO,
DO SITE VIAGEM E GASTRONOMIA

O navio SS Maria Theresa passando por Viena, onde para por dois dias. Abaixo, ambiente do restaurante Baroque



Um dos mais poderosos e exuberantes impérios que já existiram, o Austro-Húngaro é símbolo da opulência máxima, a exemplo das grandes recepções feitas pelos imperadores, czares e reis do século 18, com suas magnéticas imperatrizes, como Isabel da Baviera, a Sissi, e Maria Theresa, última chefe da Casa de Habsburgo. A abundância econômica e a riqueza arquitetônica que fizeram desta família real uma das mais importantes da história da Europa são evidenciadas no SS Maria Theresa, navio fluvial que atravessa o Danúbio, de Passau, na Alemanha, a Budapeste, na Hungria, levando consigo toda a fartura barroca em seu grau máximo.

Logo na entrada, um imenso lustre de cristal veneziano centralizado em uma dupla escadaria dourada, que ladeia uma recepção com piso de mármore, já indica que se trata de uma experiência única. A imagem da imperatriz austríaca dá boas-vindas ao que parece seu palácio flutuante e uma ode ao *lifestyle* de seu tempo. A impressão é que o viajante está realmente em sua casa. Espelhos trabalhados e tecidos nacarados em tons for-

tes criam uma mistura elegante que impressiona qualquer um que entre no SS Maria Theresa, da Uniword. Trata-se de uma das melhores empresas de cruzeiros fluviais atualmente, ao lado da Crystal, Viking e Avalon, que também oferecem opções de viagens pelo Danúbio.

O navio faz seu trecho completo (ida e volta) em oito dias, passando por quatro países: Alemanha, Áustria, Eslováquia e Hungria. O mais explorado é a Áustria, com quatro paradas, incluindo Viena, onde ele fica por dois dias. Budapeste é ainda privilegiada

FOTOS: DIVULGAÇÃO



A suntuosa entrada do navio. Abaixo, a piscina (esq.) e o ambiente do café vienense



EXPLOSÃO DE REFERÊNCIAS BARROCAS EM UMA DAS SUÍTES DO NAVIO

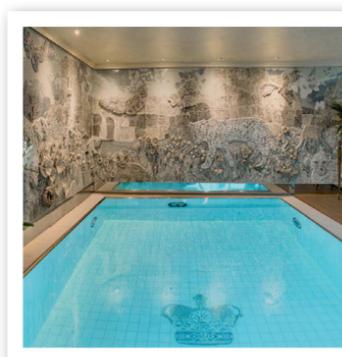
com uma noite a bordo e destaque para os cruzeiros cênicos oferecidos na chegada à cidade e o noturno, inesquecível.

Primeira e única mulher a governar a Casa de Habsburgo, a imperatriz Maria Theresa começou a reinar após a morte de seu pai, Carlos VI. Foi a responsável por instituir ensino para todas as crianças, fez reformas financeiras, promoveu a agricultura e governou durante um período de pujança econômica. Sua força é lembrada em cada canto do navio. A contribuição de Strauss e outros importantes compositores também é homenageada na trilha sonora do cruzeiro ou em um exclusivo concerto apresentado em Viena, um dos principais programas inclusos no roteiro.

A EXPERIÊNCIA LUXUOSA do SS Maria Theresa é uma das responsáveis pelo recente aumento na busca por CRUZEIROS FLUVIAIS

AS CABINES

Ao todo são 78 cabines com vista para o rio e mais da metade possui varanda privativa, além de uma suíte presidencial, com quarto, sala e *walk-in closet*. Em todas as acomodações, o hóspede é recebido por uma explosão de tecidos trabalhados, entre outros móveis igualmente exuberantes. Destacam-se a riqueza de detalhes e o mix de cores e estampas esplendorosas. Cada cabine possui uma paleta de cores, reforçando ainda mais o clima opulento e exclusivo da viagem. Mobiliário antigo, espelhos venezianos, obras de arte e objetos diversos compõem o décor que remete ao século 18. As TVs que descem do teto e o frigobar são totalmente adaptados ao gosto do viajante. Chocolatinhos, frutas e pequenos presentes fazem parte dos mimos. O banheiro é tão impecável que nem parece que estamos em um navio, graças ao piso de mármore, toalheiro aquecido, ótima ducha e móveis elegantes.



área comum

O SS Maria Theresa também inclui academia, cinema, piscina, spa, entre outras atrações. O restaurante Baroque e o Bar du Leopard estão entre as opções gastronômicas, todas com décor suntuoso. Não deixe de reparar nos painéis pintados à mão e na tapeçaria impecável, capazes de hipnotizar por horas. Este, aliás, é um dos programas do navio: observar seus detalhes com um bom drinque. Não há dúvidas de que se trata de uma hospedagem completa e luxuosa, com paisagens indescritíveis e cenários inesquecíveis.

mix

MAPA artsy

Marcado por feiras e exposições imperdíveis, o segundo semestre está fervendo o mundo artístico

Por IGOR ZAHIR



PARIS

Expoente do tachismo – a pintura abstrata com “manchas” que fez sucesso na França nos anos 40 e 50 - **Marie Raymond** ganha retrospectiva na Galerie Diane de Polignac & Chazournes. É uma ótima oportunidade para apreciar as inspirações da artista em seus passeios pelo interior e na vida boêmia em Nice e Montparnasse, onde conviveu com nomes como Émile Gilioli, Alexandre Stoppler e Fred Klein – com quem teve um filho, o também lendário pintor Yves Klein. De 19 de setembro a 20 de dezembro. dianedepolignac.com



NOVA YORK

Maior feira de arte internacional focada exclusivamente no gênero de gravura, a **Fine Art Print Fair** é disputada por colecionadores e curadores do mundo todo por suas raras e excepcionais obras, de artistas consagrados e emergentes, dos séculos 16 a 21. Sem falar na localização privilegiada do evento: o River Pavilion no Javits Center, próximo ao High Line, ao Chelsea Arts District e ao Whitney Museum of American Art. De 23 a 27 de outubro. printfair.com



TORONTO

Feira anual mais importante do Canadá, a **Art Toronto** reúne um público que vai de artistas, galeristas e amantes da arte contemporânea a palestrantes e figuras de importância global no mercado cultural. Nesta edição comemorativa de 20 anos, o evento anunciou como nova diretora Mia Nielsen, que ficou conhecida como curadora e diretora da coleção de arte privada do hotel The Drake. De 25 a 27 de outubro. arttoronto.ca



MIAMI

Com mais de 200 obras garimpadas ao longo de 30 anos, More/Less traz o melhor do acervo dos colecionadores Rosa e Carlos de la Cruz. Segundo o casal, o projeto é resultado do estudo em curso sobre o vínculo íntimo entre gesto, abstração e linguagem escrita. Em exibição na **de la Cruz Collection**, estão peças de nomes como Salvador Dalí, Arturo Herrera, Jim Hodges e Martin Kippenberger, entre outros. Até 1º de novembro. delacruzcollection.org

BERLIM

Wu Tsang abre uma exposição individual, resultado de um ano como residente no programa In House: Artist in Residence, no museu Martin Gropius Bau. As obras em vitrais exibem imagens em movimento, marca registrada do criador, que questionam como corpos são vistos como uma ameaça às estruturas sociais normativas e se movem dentro da violência dos ambientes cotidianos para garantir sua sobrevivência. Com linguagem cinematográfica híbrida, que combina os registros de ficção e documentário, o artista concebe uma forma de coreografia, que explora tanto o movimento dos artistas quanto o da câmera. De 4 de setembro a 12 de janeiro de 2020. berlinerfestspiele.de



LOS ANGELES

O norte-americano **Bruce Alan Greene**, com uma carreira de mais de três décadas em Hollywood, nunca sonhou em pisar na União Soviética. Isso mudou quando conheceu o que chama “universo paralelo”, e, hoje em dia, é diretor de fotografia especializado no mercado russo. Na exposição “Comrade Photographer”, ele compartilha registros do seu olhar após essa experiência. Na Perfect Exposure Gallery, de 26 de outubro a 30 de novembro. thepfectexposuregallery.com

BERLIM

Dez anos atrás, a cineasta **Stefanie Schneider** lançou o curta-metragem “Till Death Do Us Part”, com Daisy McCrackin e Austen Tate, sobre uma história de amor entre duas mulheres no deserto da Califórnia. O vídeo é feito a partir de fotos Polaroid, com o efeito vintage e poético que consagrou a artista no mercado entre Los Angeles e a capital alemã. Agora, uma mostra na galeria Instantdreams traz as melhores (e mais belas) cenas. Até 30 de novembro. instantdreams.net

FOTOS: DIVULGAÇÃO

capa



PRI MA VER BA QUENTE

•
FULL
LOOK Christian
Dior
•

EM PARIS, CAMILA COELHO
VESTE AS PEÇAS-STATEMENT
DA TEMPORADA COM
ESTAMPAS E SILHUETAS QUE
SE DECLINAM EM FLORES SEM
PERDER A FORÇA JAMAIS

Por BRUNO ASTÚTO | Fotos JOSEPH DEGBADJO
Edição de moda LÚCIO FONSECA



•
VESTIDO,
CAMISA e
SANDÁLIAS
Prada, CHAPÉU
Zara e BOLSA
Matri. Na página
ao lado, VESTIDO
Balmain e ANEL
Ana Rocha e
Appolinario
•



M

ineira de Virgínia, Camila Coelho emigrou aos 14 anos com a mãe para os Estados Unidos em busca de uma vida melhor. Diante do exemplo em casa, resolveu também arregaçar as mangas nas horas vagas da escola para conquistar a independência financeira.

O dom para maquiagem acabou levando-a a um emprego de vendedora da Dior numa loja de departamentos em Boston. Diante do sucesso com as clientes, resolveu despretensiosamente abrir um canal de tutoriais de maquiagem no YouTube.

O sucesso foi tamanho, que, quatro anos depois, lá estava ela sentada na primeira fila de um desfile de alta-costura da grife francesa. E hoje, quase uma década passada, o tal canal tem mais de 4,6 milhões de inscritos, sem contar os mais de 8 milhões de seguidores no Instagram. Fenômeno planetário do universo digital (planetário mesmo; seus assentos nos desfiles internacionais são selecionados pelas matrizes das marcas), ela se tornou uma marca poderosa. Após algumas *collabs*, acaba de lançar uma linha com a gigante do varejo Revolve – a primeira coleção praticamente se esgotou em dias.

Agora, este mesmo sucesso a está levando para a Costa Oeste; nosso bate-papo aconteceu em meio à mudança de Boston para Los Angeles. Mas, mineirinha de raízes, ela avisa que não perdeu seus *uais*, com muito orgulho. Quando se sentiu perdida entre os milhões de *likes* que recebe, deu uma virada na vida digital para sacudir a real. Atualmente, organiza o tempo para rever os familiares e amigos na cidade natal, colocar o pé na terra e até deixar o celular no modo avião. A maior influenciadora digital profissional do país segue também no mesmo coletivo que apostou lá atrás no seu *star quality*, o F*Hits. Mais do que saber para onde vai, ela aprecia de onde veio. E assim vai subindo, subindo, para o lugar que merece.

CIDADE JARDIM Para este ensaio, você quase não usou make nenhuma. Logo você, que é uma das papisas da make nas redes sociais e no mundo. Achou estranho?

CAMILA No início, quando comecei a fazer fotos e editoriais para revistas, foi muito difícil me ver diferente. Claro que me vejo todo dia sem maquiagem, mas numa publicação é diferente, demorou para que eu me sentisse confortável. Meu público está acostumado a me ver maquiada sempre. Na minha cabeça, eles não me reconheceriam, então, tive uma fase de ansiedade por causa disso. Hoje adoro me ver diferente do que sou no dia a dia. Se não, você acaba ficando com a mesma cara.

CIDADE JARDIM O que achou dessa decisão do Instagram de acabar com os *likes*?

CAMILA Já saíram do Brasil?

CIDADE JARDIM Já.

CAMILA Mentira! Estou chocada, não sabia. Nos Estados Unidos está tudo tranquilo.

CIDADE JARDIM Um dia você vai acordar sem curtidas. O que acha disso? Vai deixar de ser tranquilo?

CAMILA Sabe o que eu acho? Que as pessoas vão passar a curtir menos também e se engajar mais com comentários. No início, quando vi a primeira matéria sobre o desaparecimento dos *likes*, achei bom. Porque eu mesma me julgo às vezes por isso. A ponto de achar uma foto incrível e espontânea, postar, não ganhar o engajamento que pretendia e me questionar se deveria ter postado. Talvez a espontaneidade volte às redes, o que só pode ser positivo.

CIDADE JARDIM Você tem muitos fãs jovens. Algum deles já a abordou com alguma angústia por causa dessa exigência de vida perfeita das redes sociais?

CAMILA Já aconteceu. Na verdade, eu não tenho tantos seguidores novinhos. A minha maioria é de 18 a 26 anos ou mais de 30 anos. Perguntam muito como podem ter mais seguidores, mais engajamento. Ou me contam que estavam passando por uma depressão, e o meu conteúdo ajudou a superá-la.

“Antes, por causa do engajamento, eu tinha uma pressão de postagem. Mas aprendi a dar mais tempo para mim”

CIDADE JARDIM Qual foi a maior mudança no relacionamento com os seguidores das redes sociais? Porque, ao longo desta década, você já deve ter experimentado tudo.

CAMILA No início, eu era muito mais presente. Porque era mais nova, tinha uma rotina mais tranquila. Hoje não faço tantos Stories, não exponho tanto minha vida como antes, por causa da rotina e da correria. Tem dias em que não acordo bem. Isso é normal e divido com os meus seguidores. Não preciso estar 100% ali. Antes, eu tinha uma pressão de postagem, porque era bom para o engajamento. Mas aprendi a dar mais tempo para mim.

CIDADE JARDIM Hoje se fala muito sobre os efeitos da vida perfeita das redes sociais sobre a saúde mental das pessoas. Você se preocupa em mandar a real?

CAMILA Várias vezes. A última vez que eu falei, estava

• VESTIDO Louis
Vuitton,
BRINCOS
Chloé
•





•
JAQUETA
Giorgio Armani,
BRINCOS
Anna Rocha e
Appolinario
•

em Minas. Foi o momento em que achei bom compartilhar o que sentia. Fazia um ano e meio que tudo de maravilhoso estava acontecendo comigo. Mas não estava feliz, não sabia por quê. E por isso me pressionava. Dividi isso com o público e lembro que recebi um *feedback* muito bom. Entendi que precisava priorizar meu tempo para coisas que eu gosto de fazer e para as pessoas que eu amava. Estava trabalhando tanto que não tinha tempo para a família, para ir a Minas. Isso pode acontecer com qualquer profissão, inclusive. Minha conclusão foi: priorize seu tempo para coisas que lhe fazem bem. Trabalhar e conquistar é bom, mas a vida não é só isso. Ela parece muito perfeita, só que o Instagram é um filtro, a melhor versão de todo mundo. É um problema dessa nova geração entender isso e trabalhar a autoestima. Menos *likes*, mais amor real.

CIDADE JARDIM E o que a força das redes trouxe de melhor?

CAMILA Vou citar um exemplo muito ligado à minha primeira profissão, de maquiadora. No começo, quando eu fazia os tutoriais de maquiagem, não existia essa diversidade que tem agora. Não havia no mercado, por exemplo, muitas opções para peles negras. O que eu mais recebia era: “nossa, não tem essa base na minha cor”, “não tem esse corretivo na minha cor”? E, para mim, era frustrante responder um comentário desse. Hoje tudo mudou. Até as marcas mais tradicionais estão criando para os diversos tipos de pele. As redes sociais foram uma grande ajuda para dar voz e rosto à diversidade, e forçaram as marcas a sair da bolha de preconceitos que as aprisionava.

CIDADE JARDIM Você gosta de ser chamada de blogueira ou de *digital influencer*? Ou acha que já tem uma outra profissão?

CAMILA Não me importo. Não uso muito blogueira porque hoje faço muito mais do que o blog. Mas me considero uma *digital influencer*. Influenciadores não são só pessoas que escrevem um blog. Você pode ser um chef de cozinha; se estiver presente e ativo nas redes sociais, é um *influencer*.

CIDADE JARDIM Você sente alguma pressão para se manifestar politicamente ou sobre alguma questão social?

CAMILA Na área política, não sinto uma pressão tão forte, porque as pessoas sabem que eu não moro no Brasil. Acho que, para me manifestar, preciso estar 100% a par do que está acontecendo. Entro muito pouco em polêmicas. Talvez devesse opinar mais, já conversei algumas vezes com meu marido sobre isso. Mas o fato é que eu jamais me manifestaria sem estudar profundamente um assunto. Tenho minhas causas, mas ainda trabalho sobre elas no silêncio. Quando eu realmente dominar o assunto, aí coloco para fora.

CIDADE JARDIM Em que momento você disse “uau, agora eu estou chegando a algum lugar nesse mercado”?

CAMILA Foram vários momentos, porque eu comecei do nada. Você sabe da minha história. Como eu comecei esperando nada e, na época, a internet era um hobby, tudo me surpreendeu. Iniciei com beleza, depois tive vontade de entrar na moda. Recebi tantos não, tantas pessoas disseram que eu não conseguiria ser uma blogueira de moda, que eu nem te conto. Mas não deixei que isso me colocasse para baixo ou não deixei de acreditar que chegaria a algum lugar. Ao mesmo tempo, toda pequena conquista, para mim, foi muito grande. Lembro que a primeira delas foi assistir a um desfile de alta-costura da Dior, com certeza. Porque eu comecei vendendo um produto em um estande da marca e, de repente, estava ali, na apresentação mais importante da maison. Foi um ciclo que se fechou naquele momento.

CIDADE JARDIM E alguma dessas pessoas que disseram que você jamais seria uma blogueira de moda depois a chamou para algum trabalho? Tipo: veja como o mundo gira...

CAMILA Eu não sei (risos). Deve ter chamado, mas tudo bem. Porque nós, seres humanos, julgamos e depois vemos que a vida dá muitas voltas. Às vezes, nem é porque a pessoa é má. Nós somos assim. Não vou ficar remoendo, vamos em frente.

“As redes sociais foram uma grande ajuda para dar voz e rosto à diversidade, e forçaram as marcas a sair da bolha de preconceitos”

CIDADE JARDIM Quantas pessoas trabalham no seu escritório?

CAMILA Éramos seis, mas agora somos oito.

CIDADE JARDIM Como você se vê no futuro?

CAMILA Como empresária. Quero desenvolver minha própria marca e atingir outros mercados também, não só moda e roupa. Se você me perguntar como me vejo daqui a cinco anos, vou dizer: dona de algumas marcas e com filhos.

CIDADE JARDIM Sente que tem de parar em algum momento para esses filhos?

CAMILA Já falei com o Ícaro (*Brenner, marido e sócio de Camila*). Eu não estou mais olhando agenda nem projeto, a gente precisa ter filhos. Quero muito ser mãe.

CIDADE JARDIM Que ferramenta vocês criaram para não contaminar essa relação de 14 anos com coisas do trabalho?

CAMILA Foi muito difícil no início aprender a separar

o trabalho da vida de casal. Se você não separar, acaba com a relação. A gente continua aprendendo. Primeira coisa que nós fizemos: parar de falar de trabalho depois das oito da noite. Aí assistimos a alguma coisa na Netflix, fazemos juntos coisas de que gostamos. Mas quando eu digo parar o trabalho, é assim: se chega um e-mail superurgente, deixa para o próximo dia. Porque não adianta ficar olhando o telefone.

CIDADE JARDIM Por que você saiu do Brasil?

CAMILA Nós tínhamos uma vida classe média e tranquila em Virginópolis. Depois que meus pais se separaram, minha mãe imigrou para os Estados Unidos e nós fomos também. Conseguimos os papéis porque meu pai já era legal no país, tinha trabalhado lá. Minha mãe foi imigrante e trabalhou muito para dar uma vida melhor para os filhos dela. Eu a admiro muito pela guerreira que ela foi, tenho muito orgulho. E ela me inspirou a ser quem eu sou.

CIDADE JARDIM Empoderamento você aprendeu em casa, então.

CAMILA Total. Lembro que, quando estava na *high school*, peguei um trabalho depois da escola numa pizzaria só para não ter que pedir dinheiro para minha mãe para cinema, essas coisas. E comecei a ser independente muito cedo.

“Sabe aquelas vezes em que o Instagram e o Whatsapp caem, por causa de algum bug? É um alívio para mim”

CIDADE JARDIM O que você traz de mineirinha pelo mundo?

CAMILA Fora os “uais”? (risos) É só passar três dias em Minas que volto com o maior sotaque. Acho que trago também ser uma pessoa acolhedora. O mineiro conhece alguém no primeiro dia, já chama para casa para tomar café. Levo muito isso comigo, de me preocupar com as pessoas. Mas isso é uma coisa do brasileiro, não só do mineiro.

CIDADE JARDIM E também aquela coisa quietinha. A sua primeira coleção para a Revolve me surpreendeu porque várias peças eram supersexy e você passa uma impressão meio Sandy digital. Eu estou errado?

CAMILA Ah não, Bruno! Sério? (risos) As peças que eu lancei são as que eu uso no meu dia a dia. E eram de verão, né? O outono-inverno é completamente diferente. Mas eu sempre tenho meu lado sexy, a mulher

pode ser o que ela quiser. Basta estar confortável e livre com as suas escolhas.

CIDADE JARDIM Agora você está deixando Boston para Los Angeles. Já está gostando da mudança?

CAMILA Em Boston vou deixar meus amigos, mas sei que eles vão me visitar e vou visitá-los sempre. Foram 12 anos lá. Vou sentir muita falta de ver todas as estações do ano. Amanhecer e ver a neve caindo, o outono com a mudança de cores, as folhas caindo, enfim. Mas em Los Angeles o que eu vou curtir muito é o lifestyle de ir para a praia, ser mais ativa, jogar vôlei que é uma coisa que eu amo.

CIDADE JARDIM Se eu a desafiasse para ficar 15 dias sem celular, você sofreria muito?

CAMILA Eu iria amar! Sabe aquelas vezes em que o Instagram e o Whatsapp caem, por causa de algum bug? É um alívio para mim. Quando vou para Minas, eu consigo realmente deixar meu telefone em casa e ir para fazenda, relaxar. O celular é um pouco meu escritório, né? Quem não gosta de dar uma folga do escritório?

CIDADE JARDIM Eu soube que você faz um bazar com as maquiagens que não usa e reverte para entidades beneficentes. Onde isso acontece, meu Deus?

CAMILA Isso começou muito do nada. Há cinco anos, recebi uma carta de um asilo da minha cidade que pedia ajuda, pois eles estavam prestes a fechar, não estavam conseguindo se manter. E uma amiga veio com a ideia: “Por que você não pega essas coisas que você ganha e vende?” Achei que ninguém quereria comprar minhas coisas usadas. Só sei que, no primeiro ano, a gente conseguiu 20 mil dólares; no segundo ano, arrecadou o dobro e assim vem crescendo. E nem é só maquiagem. São roupas, sapatos, bolsas, coloco de tudo. É uma forma também de eu poder dar de volta tudo que eu estou recebendo. E me faz tão bem, mas tão bem, que eu choro que nem criança.

CIDADE JARDIM Mas onde acontece isso?

CAMILA A gente fecha um lugar em Boston, uma sala de um local de eventos ou um hotel. Cada ano é num lugar diferente. No último ano, vendemos mais de 1.000 ingressos, os ingressos se esgotaram e arrecadamos 500 mil reais. Duzentos mil, por exemplo, vão pra reformar para um hospital da minha cidade.

CIDADE JARDIM Virginópolis é grande? Desculpe a ignorância.

CAMILA Não, é um ovo. Tem 15 mil habitantes.

CIDADE JARDIM E as pessoas lá têm um busto seu na praça, o dia oficial da Camila? Ou elas dizem: “lá vem a pirlalha da Camila”?

CAMILA Quase os dois! (risos). É muito bom poder ajudar a cidade onde eu cresci. Nunca imaginei que a vida virtual fosse me ajudar tanto a melhorar a vida real. A ideia, no final das contas, tem que ser essa. ●



MAXICOAT
Carolina Herrera,
TOP e CALÇA
Zara, ÓCULOS
Valentino, COLAR
Carolina Herrera,
SANDÁLIAS Jimmy
Choo, BOLSA e
LENÇO Prada

Produção executiva:
Bernardo da Mata
Maquiagem: Erica Monteiro
Cabelo: Paul Duchemin
Assistente de styling:
Kevin Tertuliano (Brasil)
e Flávia Gay (Paris)
Assistente de foto: Alfa Arouna



ECOSHOW sem chatice

UM MANUAL PARA MOSTRAR QUE SER SUSTENTÁVEL,
ALÉM DE ELEGANTE, PODE SER FASHION – E FÁCIL ATÉ

Por ALEXANDRA FARAH | Ilustrações CACO NEVES

não tem que temer nem que complicar. Ser sustentável não é tão difícil assim. É muito mais uma questão de se reeducar, rever conceitos, se reinventar. E sabe o quê? Pode ser uma experiência deliciosa. As regras dessa nova etiqueta passam por se informar sobre o que rola no mundo todo, no global. E informações não faltam, indicando que o aquecimento do planeta é real e um sintoma de que a maneira como impactamos a Terra precisa ser repensada. “Lembre-se de que a natureza vive superbem sem a gente, mas a gente não vive sem a natureza”, diz sabiamente Iza Dezon, diretora no Brasil do instituto de tendências Peclers Paris. Precisamos, cada vez mais, investir em hábitos que não poluam nem destruam o planeta. E dá para ser assim sem ser chata.

Ninguém aqui está sugerindo que ser sustentável é viver sem consumir ou sem luxo, pelo contrário. Ser sustentável é comprar aquilo que você ama tanto, que nunca vai virar lixo. Joias viram lixo? Não. Bolsas clássicas que passam de geração em geração terminam em aterros sanitários? Não. Luxo é o contrário de lixo. Quando a necessidade urgente é eliminar o desperdício, o luxo é o melhor amigo da sustentabilidade ambiental.

Tem gente que sabe disso há décadas, como a realeza da Suécia. O vestido de festa cinza e rosa que a princesa Victoria usou em dezembro do ano passado, 23 anos após o mesmo ter sido usado por sua mãe, a rainha Silvia, virou lixo? Não. Pois o episódio que correu o mundo é um exemplo contemporâneo de que ser sustentável, além de possível, pode ser muito chique.



Adotar práticas sustentáveis ainda é uma forma de exibir que você está à frente do seu tempo. Que você é atendida, interessante e até... atraente! Digo por experiência própria: ser sustentável aumenta a autoestima e causa uma ótima impressão. De bônus, você vai ficar muito mais saudável e radiante.

Isso me leva ao mandamento número um de como ser sustentável sem ser chata: atitudes reativas e impositivas não são legais. A gente se transforma em eco-chato, e as pessoas ficam com preguiça não só da gente, mas, pior, do nosso propósito. Mais interessante é dar o exemplo, apresentar ideias e soluções. Não precisamos fazer pregação nem discurso em jantares. Apenas sejamos. E ajamos. Façamos nossa parte, e todos acharão o máximo aprender algo conosco.

A segunda regra vem do meu amigo, o estilista e produtor de moda Dudu Bertholini. "Ter estilo é uma atitude sustentável. Invista em autoconhecimento, descubra que looks a valorizam e aposte neles". Assim, você vai comprar itens que realmente lhe agradam e vão durar muito. Outro amigo, o ilustrador e rei do *recycling* Fabio Kawallys, sugere: renove as peças que não gosta mais. "Antes de descartar, por que não mudar a cor ou aplicar uma estampa?" Além de dar uma nova cara, você aumenta a vida útil do produto.

Sustentabilidade é um aprendizado sem fim; cada dia surge algo novo. Por exemplo, desconfio de tudo que é muito barato. Para fazer uma roupa ou um acessório, há dezenas de etapas, matérias-primas que são plantadas, preparadas por muitas mãos de costureiros e artesãos e depois transportadas. Como uma roupa pode custar menos do que um hambúrguer? Também tento evitar ao máximo o descartável. Presto atenção no excesso de embalagem, tento prolongar a vida dos itens investindo na economia circular, reutilizando de sacolas de papel e saquinhos plásticos aos apetrechos que recebo no *delivery*.

Também é chique ter sempre na bolsa, durante o dia, uma garrafinha reutilizável de água (quando a bolsa é pequena, eu levo na mão mesmo, bem exibida). Mantenho-me hidratada e com água fresca o dia todo. As soluções não findam. Enviaram-me recentemente uma campanha que rolou na Tailândia com sucesso: plante sementes. Sim, o povo está lavando e guardando as sementes das frutas para depois jogá-las na natureza. Muitas delas crescem, florescem e frutificam. E o número de árvores multiplica-se na região.

Eu poderia continuar esta conversa por horas, ou melhor páginas e páginas, mas quero finalizar alertando para o outro *trending topic* da sustentabilidade: o consumo excessivo de alimentos de origem animal. Sei que comida é algo emocional, mas acredito que proteína em excesso aumenta o risco de muitas doenças, incluindo vários tipos de câncer. Pois bem, cortei todos os alimentos provenientes de animais desde novembro e... perdi três quilos, estou com a pele mais corada e até curei uma anemia recorrente.

Ser SUSTENTÁVEL aumenta a AUTOESTIMA e causa uma ótima impressão. De bônus, você vai ficar muito mais SAUDÁVEL E RADIANTE

Passéi a investir em alimentação *plant based*. Como muitos vegetais, folhas, raízes, queijos de amêndoas (*hummm*), abacate, e estou me sentindo cheia de vida. Claro, ninguém precisa virar vegana radical. Apenas preste atenção nas suas escolhas, corte aqui e ali, e se abra para um mundo de novos sabores. Deliciosos. As toxinas no seu corpo vão diminuir, você vai se sentir moderna, seu corpo vai agradecer, e o planeta também. ●

RENE CAO VILLA



PISO TÉRREO

GEMAS DO BEM.

AO RASTREAR SEUS DIAMANTES, A TIFFANY & CO. DÁ UM PASSO ALÉM EM PROL DA SUSTENTABILIDADE – UM BOM NEGÓCIO PARA O BOLSO E A CONSCIÊNCIA

Por BRUNO ASTUTO

No sudoeste do Índico havia um paraíso. E, no meio desse paraíso, encontrei o inimaginável, algo muito além das praias de água turquesa e da cordialidade de um povo tão hospitaleiro com os turistas.

Na Ilha Maurício, um dos destinos preferidos de lua de mel, descobro que muitos diamantes que enfeitam as alianças são lapidados, polidos e reclassificados numa fábrica de sonhos que abriga verdadeiros tesouros.

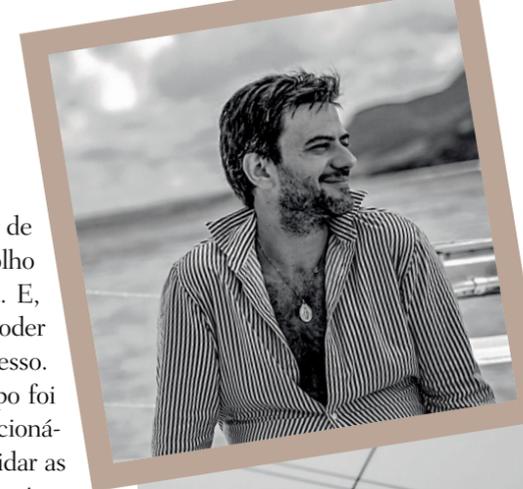
Trata-se de uma das dez usinas-ateliês da Laureton, subsidiária da joalheria americana Tiffany & Co. que desde 2002 adquire diamantes brutos e gerencia a cadeia mundial de suprimentos que corta, lustra e fornece pedras acabadas para a empresa-mãe. A verticalização do processo se deu por um motivo simples, mas incomum no setor: a marca percebeu que, se não controlasse boa parte das etapas por que passam seus diamantes, ela não conseguiria fiscalizar com rigor o desempenho ambiental e a observância dos direitos humanos e trabalhistas. “O que nos motivou foi uma pergunta simples: ‘se um cliente nosso visitasse uma usina, ele teria orgulho do diamante que está adquirindo?’ A resposta mudou tudo”, resume Andy Hart, vice-presidente de suprimentos da joalheria.

Discreta em sua jornada pioneira em prol da sustentabilidade, a Tiffany resolveu este ano tornar públicos seus esforços de transparência. A ocasião foi o lançamento do mais recente modelo de anel de noivado, encabeçado pelo novo diamante Tiffany True, que veio acompanhado do anúncio de que cada pedra

acima de 0,18 ct está ganhando um número de série exclusivo, gravado a laser e invisível a olho nu, para indicar sua proveniência geográfica. E, a partir de 2020, os clientes vão também poder conhecer todas as pessoas envolvidas no processo.

Ao visitar a usina em Maurício, nosso grupo foi convidado a conversar livremente com os funcionários, que nos ensinaram pacientemente a lapidar as pedras. Até então, nenhuma joalheria, neste universo recheado de mistérios, havia escancarado tanto seus bastidores. Quando adquiriu a fábrica, na época um casebre meio improvisado, a Tiffany fez uma revolução: colocou tudo abaixo e ergueu uma usina-modelo. Devido à localização remota e inacessível por transporte público, deslocamento e almoço gratuitos são fornecidos a todos os funcionários, que trabalham em jornadas de cinco dias por semana, oito horas por dia, e também participam de serviços comunitários, como pintar escolas locais. A produtividade aumentou; de 18 mil pedras produzidas por ano, a usina chegará em breve a 30 mil. Ali descobri, ainda, que somente 0,04% da oferta mundial de diamantes vão para as butikues da Tiffany, e que cada gema passa pelas mãos e pelos olhos rigorosos de cerca de 1.300 pessoas antes de chegar à caixinha azul – de papel sustentável, evidentemente.

Para finalizar, pegamos um veleiro rumo a um dos mais belos recifes de corais da região, cuja preservação é bancada pela Tiffany. Há 20 anos, a companhia aboliu os corais de suas coleções, em nome da proteção da vida marinha. “Toda adaptação é um processo complexo e caro”, aponta Hart. “Mas, no final, vimos que o nosso investimento não resultou somente em uma contribuição para um mundo melhor, como também aumentou a lucratividade da empresa”. Que os sigam os bons. ●



Bruno visitando os corais de Maurício; o processo rigoroso de lapidação e a seleção dos diamantes



Nova estrela da grife, o diamante Tiffany True tem número de série exclusivo que permite rastrear todas as etapas, da mina à caixinha azul

FOTOS: DIVULGAÇÃO

O REI DO CASHMERE

BRUNELLO CUCINELLI CONSTRUIU SUA VIDA NO BORGO MEDIEVAL SOLOMEO, TRANSFORMANDO-O NÃO SÓ NA SEDE DE SUA MARCA HOMÔNIMA, MAS TAMBÉM EM UM POLO DE APERFEIÇOAMENTO DA CULTURA E DAS TÉCNICAS ARTESANAIS, SÍMBOLOS ABSOLUTOS DA ITÁLIA

Por MARI DI PILLA

A

paisagem parece a de um sonho infantil, com direito a castelo e tantas casinhas charmosas em volta. Nada fora do lugar. O local fica na região da Úmbria, bem menos popular que duas de suas três vizinhas, a Toscana de Florença, e Lácio, que abriga a capital Roma (a terceira é

Marcas, banhada pelo Mar Adriático). Contudo, não menos *bella*, tida como o coração verde da Itália, a região é justamente conhecida pelas montanhas selvagens e pelos pequenos vilarejos medievais, tais como o lugar em questão: o Borgo Solomeo, escolhido por Brunello Cucinelli como sede da sua marca homônima e também como a sua casa.

Quem imaginaria que, há 41 anos, quando a grife foi criada, essa revolução teria acontecido. Atualmente, Brunello é proprietário do castelo e de diversas outras propriedades do borgo. Mas tudo começou por acaso, quando ele se apaixonou pelo cenário encantador de Solomeo, em 1978, e decidiu se mudar para lá. Na época, a sua hoje esposa Fe-

derica (ainda namorada) tinha uma pequena loja de roupas. Foi daí que surgiu a ideia de se aventurar no mundo dos tricôs, uma especialidade de Perugia, a cidade grande mais próxima. O toque de mestre foi dar mais cor às malhas, que eram vendidas apenas em tons clássicos. “O mercado estava empolgado com a revolução de cores das blusas de lã da Benetton, pensei que algo diferente poderia ser feito com o cashmere também”, diz ele. “Percebi que a fibra, preciosa e versátil, poderia se tornar parte do guarda-roupa feminino, mas de forma contemporânea”.

Paradoxalmente, hoje, reinam em suas coleções as tonalidades neutras, sempre, porém, com toques de cores mais fortes. Em termos de estilo, a empresa tenta constantemente inovar para continuar atendendo não só aos seus fiéis clientes, que escolhem a qualidade acima de tudo, mas para conquistar uma demanda mais fashion. “Quando encontro o time de criação, sempre discutimos aquilo que pensamos ser a tendência do momento, nos baseando na observação e na pesquisa”, conta. Outro fator é ter pessoas de idades distintas, para gerar um ambiente o mais diverso possível e poder ter conversas abertas

FOTO: DIVULGAÇÃO





A partir da esquerda; looks da coleção de inverno 19/20 da etiqueta; o pátio da Scuola di Solomeo e a paisagem da região italiana. Na página anterior, Brunello Cucinelli

sobre ideias variadas. E ainda, claro, tem a questão da identidade. “Temos de mantê-la em mente, assim como um nível muito alto de qualidade, aproveitando nosso know-how artesanal sempre que possível”.

O artesanato, inclusive, é coisa séria. Tão séria, que uma das iniciativas de Brunello foi montar a Scuola di Solomeo. “Ela funciona, especialmente, como um espaço de diálogo entre ‘discípulos’ e ‘professores’, oferecendo métodos e instrumentos para reconstituir a memória de antigas técnicas e lançar projetos sólidos para o futuro”, conta ele. Os cursos são realizados na vila e quem é aluno pode respirar o

“O mercado estava empolgado com a **REVOLUÇÃO DE CORES** das blusas de lã da Benetton, pensei que **ALGO DIFERENTE** poderia ser feito com o **CASHMERE** também”

ar da empresa, participando de reuniões e compartilhando experiências. “Lourenço, o Magnífico [parte da família Médicis e uma das figuras mais importantes de Florença no século 15] considerou os artesãos os irmãos dos maiores artistas. Assim como as oficinas de artesanato no Renascimento, nossa escola

é uma junção do artístico e do técnico, que pode ajudar na educação humana, cultural e espiritual”, opina o empresário. “Espero que isso instigue nos jovens o desejo de crescer, evoluir, ter honestidade para admitir erros, capacidade de colocar habilidades manuais a serviço e ser ‘efetivamente criativo’”. Fundada há pouco mais de cinco anos, a Scuola di Solomeo dispõe de cursos ligados à moda de modelagem e costura feminina, corte e costura de alfaiataria masculina, e bordado, além de cursos extras como horticultura, jardinagem e pintura.

A questão humana é outro fator muito valorizado na companhia. Brunello se lembra de como seu pai, chegando do trabalho como operário, tinha nos olhos a dor da exploração. “A lembrança dele ainda está na minha mente. Por isso, eu sou totalmente convicto de que, se as condições de trabalho são boas, as pessoas podem se beneficiar disso na vida pessoal delas. Acho que quem recebe um elogio sente-se melhor e isso certamente permite que seja mais criativo”, diz. Ninguém fica

depois das 17h30 – o horário de entrada é às 8h00, com uma pausa de 90 minutos para o almoço, e é proibido responder e-mails ou fazer ligações profissionais fora do expediente. Presente para os funcionários? Livros! Apaixonado pelo assunto, Cucinelli diz acreditar que seja umas das coisas mais impor-

FOTOS: DIVULGAÇÃO

tantes do mundo e chegou a declarar que, se perdesse tudo, gostaria de ficar apenas com a sua coleção literária. Cita filósofos com frequência e lançou a sua autobiografia, *Il sogno di Solomeo. La mia vita e l'idea del capitalismo umanistico* (O sonho de Solomeo. A minha vida e a ideia do capitalismo humanista, em tradução literal), ainda sem versão em português. Para cada uma de suas filhas, como presente de casamento, doou mil livros.

Como em tantas famílias italianas, aqui todos participam do *business*. Camilla, a primogênita, trabalha no departamento criativo de moda feminina, além de cuidar “de gostos gerais da empresa”. Já Carolina, a segunda e mais nova, atua em vários departamentos, tais como comunicação digital e linha masculina, coordenando tanto o desenvolvimentos de produtos quanto a produção de imagens. Ambas participam ao mesmo tempo do foco principal de Federica, a Fundação. “Graças a ela, eu, Federica e minhas filhas executamos projetos de cultura, restauração e também para apoiar pessoas com dificuldades. Nós tentamos olhar para o que está além de nós”, avisa ele. A *mamma* é quem coordena a maior parte das atividades que giram em torno da fundação, inclusive a programação do teatro que leva o nome da família. “E ela também supervisiona a nossa boutique na cidade”, completa.

Para quem pensa que a vida no interior da Itália é lenta, Brunello prova que quem trabalha normalmente, mas feliz, é mais eficiente. Desde 2012, a marca é cotada na Bolsa de Valores de Milão, mas ele garante que nada mudou na essência da empresa. “Claro que ficamos mais internacionais e também conseguimos

“Sou totalmente convicto de que, se as **CONDIÇÕES DE TRABALHO** são boas, as pessoas podem **SE BENEFICIAR** disso na **VIDA PESSOAL** delas”

atingir um crescimento mais sólido, porém temos os mesmos fabricantes contratados há anos, e nossos valores ainda se baseiam em respeitar as jornadas que achamos saudáveis”. Falando em crescimento, hoje são de cem lojas espalhadas pelo mundo, uma delas no Brasil, no Shopping CIDADE JARDIM. Inclusive, o italiano diz amar nossa vivacidade e nosso estilo de vida, apesar de nunca ter pisado em solo verde e amarelo. “Adoro o esplendor dos brasileiros, a positividade: eles olham para a realidade com ‘os olhos no céu’, como disse o (filósofo russo) Pavel Florenskij”, finaliza. A vida de Brunello Cucinelli é pura poesia. ●



Com quatro filhos pequenos e um gosto especial por beleza, Fernanda Fedak adora descobrir marcas sustentáveis e veganas para usar e compartilhar com a família

AS DICAS DE BELEZA DE... FERNANDA FEDAK

NA MALA

“Amo comprar em viagem. A primeira coisa que eu faço quando chego a um novo destino é garimpar produtinhos de beleza. Os hidratantes em bastão da Milk e o 24K Eye Elixir, sérum para área dos olhos da Pixi, são alguns dos meus últimos achados.”

BELEZA COMPARTILHADA

“Tenho uma variedade de bons produtos infantis no meu arsenal. Gosto de encontrar as alternativas veganas e mais naturais para as crianças e usamos vários produtos em conjunto. Alguns que estão no meu armário hoje: o hidratante Nappy Cream, da Childs Farm; o protetor solar da Babyganics; e o The Honest Shampoo, da The Honest Co.

ROTINA DIÁRIA

“Não vivo sem o Foreo Luna. Sempre estou com a minha versão *pocket size do gadget*, ótimo para limpeza da pele. Também incluo na minha rotina diária um roller facial de metal e acabei de adquirir um de quartzo rosa, da marca Inotka. Uma dica: guardar esses massagedores na geladeira para potencializar sua ação calmante.”

PRÉ-MAKE

PREPARO A PELE COM O LAIT CRÈME, DA EMBRYOLISSE, E SQUALANE ROSE OIL, DA BIOSSANCE



1 EAU DE BEAUTÉ, Caudalie. 2 ÓLEO FACIAL Squalane + Vitamin C Rose Oil, Biossance. 3 HIDRATANTE FACIAL Lait Crème Concentré, Embryolisse.

TRÈS CHIC

A partir de agora, a boutique de *beauté* Dominique recebe os sprays de ambiente da Cire Trudon. Famosa por ter sido a fragrância favorita de Napoleão, a etiqueta francesa faz sucesso com as diversas linhas de velas deluxe, que deixam qualquer casa mais elegante. A nova linha de vaporizadores é o complemento que faltava para deixar os ambientes perfumados, com frascos que são puro desejo.

1º PISO, INSTAGRAM: @DOMINIQUE_BEAUTE



FOTOS: ARQUIVO PESSOAL (FERNANDA FEDAK); MARK CUTHBERT/UK PRESS/GETTY IMAGES (MEGHAN); E DIVULGAÇÃO

nécessaire precioso

Com status de maquiagem colecionável, os últimos lançamentos da Smashbox parecem saídos de um ritual místico californiano. A marca, *made in L.A.*, desenvolveu edição limitada criada em parceria com Bri Luna, fundadora do The Hoodwitch – referência em misticismo. A coleção, chamada Crystalized, inclui sombra líquida, gloss, primers, *palette* de sombras... tudo com embalagem especial com aplicação de cristais *fake*. Belo!

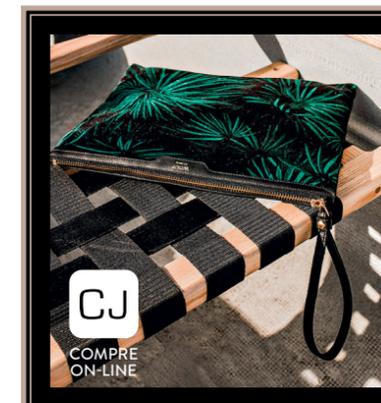
1º PISO, TEL: (11) 3198-9402, INSTAGRAM: @SEPHORA



1 GLOSS, Hi-Fi SPL, Urban Decay. 2 BASE, Flawless Lumière Radiance-Perfecting, Laura Mercier. 3 BLUSH, Sweethearts, Too Faced.

GET THE LOOK: PELE REAL

Fresh e com textura, eis um exemplo de *make* moderna via Meghan Markle. Os pontos-chave são a base leve, que permite ver as sardinhas através do pigmento, o gloss labial, que traz brilho à maquiagem, e um glow sem cintilância – mais atual.



LUXO GREEN

Os *nécessaires-desejo* da grife espanhola Wouf agora podem ser encontrados na *ê*. Com estampas cheias de bossa, os acessórios de *beauté* são todos produzidos com tecidos tecnológicos e tingidos de maneira ecologicamente correta em um processo livre de químicas.

2º PISO, TEL: (11) 3198-9347, INSTAGRAM: @CONCEITO.E



TEC NI CO LOR

DO VERMELHO PRIMÁRIO AO MENTA,
A ALFAIATARIA COLORIDA É A TENDÊNCIA
MAIS ANIMADA DA ESTAÇÃO

Fotos FERNANDO TOMAZ | Styling THIAGO FERRAZ



PALETÓ Balmain,
CALÇA Tig e
BRINCOS H.Stern





PALETÓ Balmain,
CALÇA Iorane,
BRINCO Dior,
SAPATOS Uza Shoes,
MEIA-CALÇA Lupo. Na
página ao lado, PALETÓ,
CALÇA e CHAPÉU
Hermès, MEIAS Lupo,
ÓCULOS Chloé

PALETÓ e CALÇA
lorane, TOP Triya,
na Ysla, BRINCOS
Dior, BOLSA Matri,
SAPATOS Blue Bird
Shoes, ANEL Yael
Sonia, no Gallerist. Na
página ao lado, PALETÓ,
CALÇA, MEIA-CALÇA
e SAPATOS Gucci,
BRINCOS H.Stern





PALETÓ Amissima, TOP
Triya, na Ysla, CALÇA
Carolina Herrera,
RELÓGIO Tag Heuer,
ANEL Tiffany & Co.,
SAPATOS Jimmy Choo,
MEIA-CALÇA Lupo. Na
página ao lado, PALETÓ
MSGM, na Ê, CALÇA
Triya, na Ysla, BRINCO
Yael Sonia, no Gallerist,
RELÓGIO Montblanc





CJ
COMPRE
ON-LINE



PALETÓ e CALÇA
Giorgio Armani, **MEIAS**
Lupo, **ÓCULOS** Salvatore
Ferragamo, **SAPATOS**
Blue Bird Shoes. Na
página ao lado, **PALETÓ**
e **CALÇA** Emilio
Pucci, **MEIAS** Lupo,
SANDÁLIAS Aquazurra

Produção executiva:
Bernardo da Mata
Beleza: Helder Rodrigues
Cenografia: João Arpi
Modelos: Malu Bortoline e
Savannah (Mega Models)
Produção de moda: Gabriel
Fabosa e Juliana Santos
Produção de jóias:
Paty Grunheidt
Camareira: Vilma Alcântara
Assistente de beleza:
Carlos Rosa
Assistentes de set: Diego
Terçariolli e Jeferson Ferezin
Assistentes de fotografia:
Victor Silva e Vinicius Córrea
Tratamento de imagem:
Doctor raw



JIMMY CHOO

closet

“Aprendi que a poesia é a descoberta das coisas que eu nunca vi”*

**carol
bassi**

A ESTILISTA SE PREPARA
PARA ABRIR SEU NOVO
ESPAÇO NO CIDADE JARDIM

NOVAS ENERGIAS

Foto MARCIO DEL NERO

“Estou me casando com o CIDADE JARDIM”, brinca Carol Bassi, sobre a mudança do QG de sua marca homônima para o shopping, em novembro. O projeto, assinado por Marcelo Passarelli, é bem diferente de sua primeira loja, nos Jardins. “Temos quase o dobro do espaço anterior. Trabalhamos com tons de azul, criamos um provador especial chamado Mundo CB, além de um café e uma sala VIP, para quem vem de fora e precisa de uma estrutura mais intimista”, antecipa a estilista, que também terá *collabs* e *shop in shops* com outras marcas, como Elisabete Aguiar. Já a coleção que chega à nova boutique é inspirada nas clientes CJ que estão se preparando para o fim de ano nos top balneários. “Usei muita renda e criei uma linha gigante de vestidos brancos e fluidos, com bastante transparência. Farei, ainda, uma edição comemorativa de casaquitos”.

Carol Bassi usa blazer, T-shirt e calça de sua grife homônima, brinco e braceletes de seu acervo pessoal

REPORTAGEM: CHANTAL SORDI E MARIANA BELLEY. STYLING: MARCO GURGEL BELEZA. PATRICK PONTES. PRODUÇÃO EXECUTIVA: BERNARDO DA MATA

* Oswald de Andrade



closet



CHOQUE DE MONSTRO

A nova linha Clash, da Cartier, chega para transformar o patrimônio estético de joias da maison. Nesta coleção, elementos como picots e tachas quadradas foram trabalhados a partir da ideia de dualidade e do jogo de opostos entre suave e estruturado, geométrico e fluido. O resultado são pulseiras, anéis, brincos e colares femininos e cheios de atitude.

PARA TODAS AS HORAS

Entre os desejos da vez está a nova bolsa Kan U, que fez debut na coleção de pre-fall 2019 da Fendi. O formato quadrado e tamanho médio, com alça tiracolo, vai do dia à noite, graças às diversas opções de cores – do vermelho ao roxo – e à textura levemente brilhante do couro.



ENDEREÇO ESTRELAÇO

O NÚMERO 11 TEM DIVERSOS SIGNIFICADOS PARA GIORGIO ARMANI – É O DIA DO MÊS EM QUE O ESTILISTA NASCEU E A ALTURA DA VIA BORGONUOVO, EM MILÃO, ONDE ESTÁ INSTALADO O QG DA MARCA QUE LEVA SEU NOME. AGORA, O NUMERAL TAMBÉM BATIZA A NOVA IT-BAG DA ETIQUETA: A BOLSA BORGONUOVO 11, QUE ACABA DE DESEMBARCAR POR AQUI.

CJ
COMPRE ON-LINE

FOTOS: DIVULGAÇÃO

fino TRATO

TEXTURAS, PRINTS E DETALHES DELICADOS DEIXAM OS ESCARPINS AINDA MAIS SEDUTORES



SAPATOS
AQUAZURRA

CJ
COMPRE ON-LINE

FOTO: RAFAEL EVANGELISTA. EDIÇÃO DE MODA: LUCIO FONSECA. PRODUÇÃO DE MODA: KEVIN TERTULIANO. PRODUÇÃO EXECUTIVA E SET DESIGN: BERNARDO DA MATA

códigos

MULTI-TALENTOSO
Desde que assumiu a direção criativa, em 2013, Nicolas Ghesquière vem injetando um frescor pop à grife.



MODA + ARTE

Lançada em 2012, a linha Objets Nomades traz móveis e objetos de decoração criados em parceria com alguns dos designers mais quentes do circuito, como os irmãos Campana.



hoje e sempre

Criativamente multifacetada, a Louis Vuitton permanece no topo unindo tradição e modernidade

LENDÁRIA

Em 1854, com a ajuda de sua esposa, Emilie, Louis Vuitton abriu sua primeira loja em Paris, na rua Neuve-des-Capucines. É daí que vem o nome do modelo da it-bag, apresentada em 2013.



RAÍZES

O baú foi o primeiro produto desenvolvido por Louis Vuitton, em meados de 1837. Desde então, a arte de viajar norteia a produção do item, que já ganhou as mais diferentes versões.



SIMBOLOGIA

Em 1896, Georges Vuitton criou o monograma das iniciais L e V, adicionando formas que lembravam flores – uma homenagem ao pai, Louis. Assim nasceu a icônica logomarca.



FOTOS: RICHARD YOUNG/DIVULGAÇÃO (NICOLAS) E DIVULGAÇÃO

SEPHORA



A MAIOR LOJA DE COSMÉTICOS NO MUNDO
SHOPPING CIDADE JARDIM - 1º PISO

sephora.com.br

f t i /sephorabrasil

#LETSBEAUTYTOGETHER

closet



CLÁSSICO revisitado

“OS ESCARPINS CAEM BEM COM TUDO”, AFIRMOU CHRISTIAN DIOR EM SEU *PETIT DICTIONNAIRE DE LA MODE*, ESCRITO EM 1954. NA MAISON, O CALÇADO FOI BATIZADO J'ADIOR E, PARA O INVERNO 2019, MARIA GRAZIA CHIURI REINVENTOU OS SALTOS E ESTAMPOU A PEÇA COM UM XADREZ INSPIRADO NAS BRITÂNICAS *TEDDY GIRLS. MUST HAVE!*



ponto de cor

A V-sling bag é o lançamento da Valentino para o inverno. Versátil, a peça conta com um detalhe que sobressai: a icônica logo da grife deixa de ser somente estética e passa a ter uma finalidade funcional. Aqui, faz as vezes de fecho e adiciona sofisticação e um novo olhar para o acessório. A bolsa pode ser usada nos ombros ou envolvida pelas mãos.



5 minutos com

Michelle Lima e Paula Proushan, fundadoras da Blue Bird Shoes, batem um papo sobre a nova coleção e o que não pode faltar no guarda-roupa da primavera

Qual é a inspiração da coleção atual?

Neste verão, olhamos para a obra do artista baiano Rubem Valentim, pintor construtivista que tinha como referências signos e emblemas geométricos. Exploramos algumas propostas apresentadas em suas pinturas, como o uso criativo da cor e suas combinações inusitadas. As peças bordadas são nossa assinatura e agora trazemos desde folhagens até espelinhos em diferentes bases. Também trabalhamos com recortes e aplicações em telas transparentes e muita palha, para dar um ar de frescor, que é a cara da Bahia.

Qual o maior desafio de trabalhar em dupla?

Temos muita sinergia, o que ajuda no processo. Para nós, essa é uma ferramenta poderosa para fomentar a criatividade e lidar com os desafios. Temos funções complementares, o que contribui para driblar confrontos. Mas, quando surge um problema, a primeira coisa que fazemos é nos alinharmos para depois resolver.

E o mais divertido?

É o máximo ter alguém ao seu lado dividindo seu sonho e seu propósito. Paula adora o processo de desenvolvimento e, quando ama um produto, mesmo na fase de protótipo, ela solta um gritinho de alegria, e muitas vezes são as peças mais vendidas.

Qual a sua dica para uma produção chic e confortável?

A mulher contemporânea tem desafios diários a serem resolvidos. Ela não precisa mais estar de salto para se sentir poderosa. As flats trazem tanta sofisticação quanto os saltos, basta estar segura e confortável. Isso é o mais importante.

O que não pode faltar no guarda-roupa de primavera?

Rasteiras urbanas que sejam versáteis para compor looks que vão do estilo mais descontraído até o mais formal.

FOTOS: DIVULGAÇÃO

FOTO: RAFAEL EVANGELISTA. EDIÇÃO DE MODA: LUCIO FONSECA. PRODUÇÃO DE MODA: KEVIN TERTULIANO. PRODUÇÃO EXECUTIVA E SET DESIGN: BERNARDO DA MATA



cabeça FEITA

DE PRESILHAS A LENÇOS DE SEDA, OS ACESSÓRIOS DE CÂBELO NÃO PODEM FALTAR NESTA PRIMAVERA

1. LENÇO EMILIO PUCCI;
2. PRESILHAS IORANE;
3. LENÇO DIOR;
4. PRESILHA GUCCI;
5. PRESILHA ATTUALITÀ;
6. FAIXA CJ MARES;
7. PRESILHAS ALEXANDRE DE PARIS;
8. TIARA PRADA

Lucas Albuquerque e Ricardo Nobel sempre gostaram de moda, mas trabalhavam com bebidas e finanças, respectivamente. Quando Ricardo decidiu trocar os bancos de investimento pelos ateliês de costura, em 2013, um novo caminho se abriu para os amigos. “Criei uma marca on-line de alfaiataria, a Camisaria 1818, e estava fazendo o terço de casamento do Lucas quando ele comentou que não conseguia encontrar shorts legais para levar na lua de mel, em St. Barths”. A dupla resolveu, então, criar seu próprio modelo, utilizando uma base de poliamida e aplicando nela as técnicas da alfaiataria. Ali nasceu a Barthélemy, nova grife de *beachwear* de luxo masculina que fez seu debut no CIDADE JARDIM em novembro passado. “Preparamos um estoque para seis meses, mas esgotou em um”, conta Lucas sobre o lançamento. “O acabamento do short é excelente, especialmente os ajustes laterais de cintura”, conta o produtor cultural Baptiste Demay, que faz parte do clã de clientes Barthélemy. “Posso ir da praia à festa sem precisar me trocar”, completa. O *feedback* positivo já se reflete na empresa, que está expandindo a linha com T-shirts de algodão, camisas e calças de linho, além de uma *collab* com Adriana Degreas, prevista para outubro.

Alfaiataria RESORT



COMPRE
ON-LINE



FOTO: MARCIO DEL NERO. PRODUÇÃO EXECUTIVA: BERNARDO DA MATA

DA ESQUERDA
PARA A
DIREITA: LUCAS
ALBUQUERQUE,
RICARDO NOBEL E
BAPTISTE DEMAY,
TODOS COM
LOOK TOTAL
BARTHÉLEMY

Inspire-se com a praticidade.
Suporte veicular com carregamento por indução.

morya



Para você carregar seu aparelho
e usá-lo ao mesmo tempo no seu carro.

Carregamento Fast Charger • Abertura automática para encaixe do aparelho • Sem fios • Potência 10W • Adaptador para saída de ar • Suporte com ventosa de alta aderência para painel ou vidro

Conheça toda a linha de acessórios iPlace.
lojaiplace.com.br/sub/produtos-iplace

Originais
iPlace

EDIÇÃO ESPECIAL

A Victorinox lança o I.N.O.X. Carbon Limited Edition, modelo criado em homenagem aos bombeiros e que une alta resistência, funcionalidade e qualidade suíça em um só relógio. Destaque para a caixa de carbono com vidro de safira e triplo acabamento antirreflexo. A peça é apresentada em uma caixa com uma pulseira feita com o mesmo couro da bota do Corpo de Bombeiros, um canivete Rescue Tool, chaveiro de Paracord e capa protetora.



OLHAR APURADO

Para reforçar a estética elegante do homem Jimmy Choo, a grife lança uma série de óculos de sol rica em detalhes: o modelo JACK tem armação em formato aviador, com hastes e entalhes embelezados com micropinos e pontos de couro aplicados à mão.

A MIL

À venda na World Tennis, o modelo Under Armour Charged Spread é perfeito para os amantes da corrida. Isso porque ele é superventilado ao longo do cabedal, tem palmilha especial que oferece conforto e estabilidade durante a prática esportiva, além de amortecimento para pisadas seguras.



QUENTES TRÓPICOS

O SOL DE VERÃO JÁ BRILHA NAS PRATELEIRAS DA ZAPÁLLA, QUE ACABA DE LANÇAR A SUA NOVA COLEÇÃO. A BELEZA NATURAL DO BRASIL FOI O PONTO DE PARTIDA PARA A CRIAÇÃO DOS DESENHOS COLORIDOS E VIBRANTES QUE ESTAMPAM AS ROUPAS. PENSE EM CAMISAS, T-SHIRTS, BERMUDAS E CALÇAS PRONTAS PARA A ESTAÇÃO MAIS QUENTE DO ANO.

FOTOS: DIVULGAÇÃO



Um lugar onde todas as grandes ideias podem morar.

conceitoe.com.br // @conceito.e // Shopping Cidade Jardim - 2º piso



CJ
COMPRE
ON-LINE

dobradinha

A Balletto Bambini uniu forças com a apresentadora Mariana Kupfer para desenvolver uma coleção a quatro mãos, que acaba de sair do forno. Inspirada na infância de Mariana e na herança fashion de sua família, que fundou a Giovanna Baby, a linha tem bodies, camisetas e tutus que podem ser customizados com ursinhos, pompons, coroas, flores, laços de organza e fitas de gorgurão coloridos, para os pequenos se divertirem e personalizarem suas criações.



pequena minimalista

Label infantil do Gallerist, a Edamami traz para o closet dos pequenos peças clean, modernas e com cores neutras. Destaque para a linha "Home is where the heart is" com bastante alfaiataria, tricô, veludo e tecidos naturais, gostosos de vestir.

FESTA NO JARDIM

Batizada "Let your dreams blossom", a nova coleção da Mixed Kids trabalha materiais molinhos para deixar as crianças livres na hora de brincar, além de estampar as peças com as diferentes cores das flores do campo, combinando a clássica *toile de joly* aos formatos de flores e borboletas.



CJ
COMPRE
ON-LINE

Vibe RETRÔ

A ESTÉTICA ELEGANTE E CHARMOSA DOS ANOS 1950 INVADE O GUARDA-ROUPA INFANTIL DA MONNALISA. AS REFERÊNCIAS MAIS FOFAS DA DÉCADA ESTÃO AQUI: PRINTS FLORAIS, LISTRAS E XADREZ COLOREM OS VESTIDOS DE CINTURA ROMÂNTICA E AS BLUSAS COM BABADOS.



FOTOS: DIVULGAÇÃO

VERSÃO PETIT

A Hering Kids se inspirou nas atividades ao ar livre e no universo urbano para criar uma linha clean que oferece desde padronagens com pegada lúdica até as mais variadas misturas de texturas.



ateliê ABERTO

PEÇAS EM TONS PASTEL FAZEM COMBINAÇÃO CHARMOSA COM ACESSÓRIOS ESTAMPADOS



FOTO: RAFAEL EVANGELISTA. EDIÇÃO DE MODA: LUCIO FONSECA. PRODUÇÃO DE MODA: KEVIN TERTULIANO. PRODUÇÃO EXECUTIVA E SET DESIGN: BERNARDO DA MATA. MÓBILE DE CHÃO, GUIRLANDA DE BOLINHAS E CADEIRA: ATELIÊ BAOBÁ

1 E 7. VESTIDO E CALÇA EDAMAMI, NO GALLERIST;
2. CAMISA MIXED KIDS;
3. BRINQUEDO PBKIDS;
4, 8 E 10. CHAPEU, BOLSA E SAPATOS ZARA; 5. CAMISA MONNALISA; 6. SAPATOS BLUE BIRD; 9. SHORT LE LIS BLANC PETIT

CJ
COMPRE
ON-LINE

a hora é essa

BONS RELÓGIOS NUNCA
SAEM DE MODA. CONFIRA
OS LANÇAMENTOS MAIS
QUENTES DA TEMPORADA
E ELEJA O SEU

Edição de moda LUCIO FONSECA
Fotos RAFAEL EVANGELISTA



De cima para baixo: Rolex,
Louis Vuitton e Cartier



De cima para baixo, à esquerda, Tiffany & Co.
e Cartier; e, à direita, H.Stern e Louis Vuitton



A partir da esquerda, de cima para baixo:
Breitling, Cartier, H.Stern e Vivara



De cima para baixo: H.Stern,
Montblanc e Breitling



CJ
COMPRE
ON-LINE



De cima para baixo:
Tag Heuer, Omega e Vivara



A partir da esquerda: Rolex,
Louis Vuitton e Cartier

Produção Executiva: Bernardo da Mata
Produção de Moda: Kevin Tertuliano
Set Design: Mayu Tanaka
Ilustrações: Getty Images

closet

“O faqueiro Christofle, da Presentes Mickey, é ideal para receber convidados em casa com sofisticação”



DE:
PARA:



O MÉDICO DERMATOLOGISTA
DR. ALBERTO CORDEIRO

Dr. Alberto Cordeiro, da clínica Horaios Estética, elege seus itens prediletos de decoração, para dar e receber

“Com fragrância de cassis e tangerina, as velas da Pucci exalam frescor cítrico e jovem”



CJ
COMPRE
ON-LINE

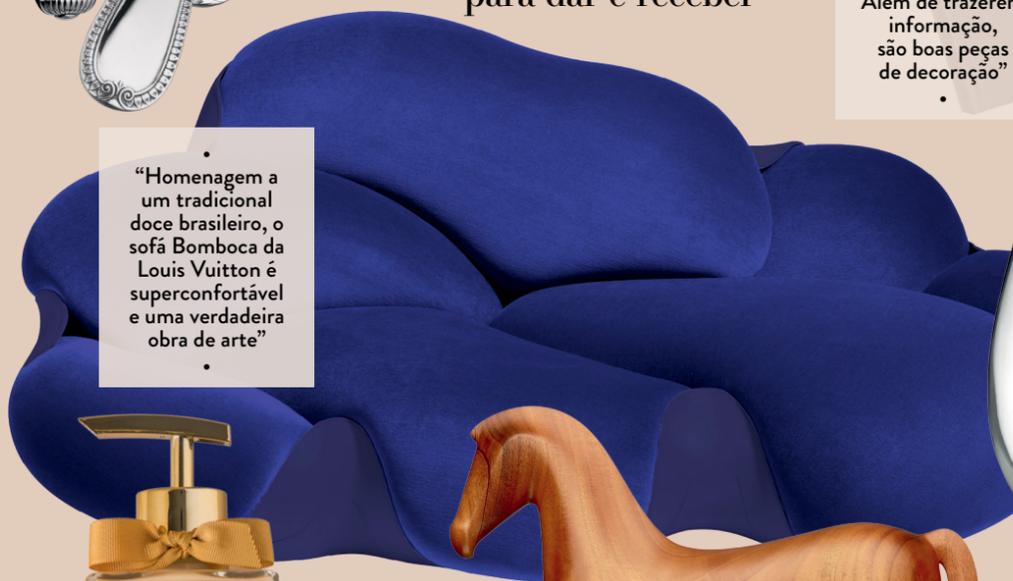


“Adoro ganhar livros da Livraria da Vila de presente. Além de trazerem informação, são boas peças de decoração”

“Feitas com vidro platinum cristalino, as taças da Spiegelau, à venda na Spicy, são mais resistentes e duráveis”



“Homenagem a um tradicional doce brasileiro, o sofá Bomboca da Louis Vuitton é superconfortável e uma verdadeira obra de arte”



“No lavabo, o sabonete líquido e hidratante Ouro Imperial, da Tânia Bulhões, é ótima pedida para dar charme ao ambiente”



“O icônico cavalo Hermès em madeira maciça é perfeito para deixar qualquer casa de campo discretamente elegante”

C
CHAPEL
THE INTERNATIONAL AMERICAN SCHOOL OF BRAZIL



vista aérea do campus

FOTOS: RAFAEL EVANGELISTA (TALHERES E COPO) E DIVULGAÇÃO



Mais Informações
admissions@chapelschool.com
www.chapelschool.com
(11) 2101-7400



tour cj

“O que vale não é o ponto de partida, mas a caminhada”*



futuro clássico

Privacidade, conveniência, resistência, beleza e ousadia. Estas são as características mais comuns que as mulheres consideram quando estão escolhendo uma bolsa. Pensando nisso, o diretor criativo da Salvatore Ferragamo, Paul Andrew, reuniu toda a expertise artesanal da maison para criar seu mais novo ícone: a bolsa Boxyz. Disponível em três tamanhos, dez cores e quatro materiais diferentes, a peça é a nova aposta da grife.

PISO TÉRREO, TEL: (11) 3758-4791, INSTAGRAM: @FERRAGAMO

VOCÊ NO CJ

Com a hashtag #cidadejardimshopping, seu post pode parar na nossa revista. Vem!



- @sarahmattar Pijama party at @larougebelle
- @michelebotan Passeio com a mamãe
- @dhulianobgt #TBT #fashionboy #mood #like4like #follow4follow #blogger #lookdodia #ootd
- @blogastro Parigi Bistrot. Mais um restaurante do @fasano na lista! Super-romântico e agradável
- @estoupaulinhaoliveira Gratidão @renatabazeiocasado e @wefit_store. Meu coração transborda a cada talk e meditação #shoppingcidadejardimsp

REPORTAGEM: MARIANA BELLEY. FOTOS: DIVULGAÇÃO E NICOLE HEINIGER/DIVULGAÇÃO (AMÍSSIMA)



HORA DO SIM

A T Collection da Tiffany & Co. acaba de ganhar um braço noivas: a T True. A coleção reúne ótimas alianças de ouro amarelo, branco e rosa com design geométrico formado a partir de letras Ts entrelaçadas. A ideia é que o anel possa ser combinado a outras joias e não se restrinja ao papel de aliança, mas funcione também como um presente para outras datas comemorativas.

PISO TÉRREO, TEL: (11) 3552-5200, INSTAGRAM: @TIFFANYANDCO

CONTO DE FADAS
 “Sonho de uma noite de verão”, de William Shakespeare, é o ponto de partida para o verão da Amíssima. Com referências do universo de ninfas, fadas e divindades da floresta pintado pelo artista Joseph Noel Paton, a coleção chega às lojas com vestidos fluidos plissados, alças e mangas marcadas por laços e faixas, camadas de babados e delicadas transparências.

2º PISO, TEL: (11) 3198-9350, INSTAGRAM: @AMISSIMAOFICIAL



PARA colecionar

A EDIÇÃO LIMITADA DE MÁLAS RIMOWA ASSINADAS PELO ARTISTA ALEX ISRAEL JÁ ESTÁ NAS PRATELEIRAS DA SHORTS.CO. SÃO APENAS CINCO ITENS, COM CORES INSPIRADAS NO PÔR DO SOL DE LOS ANGELES.

1º PISO, TEL: (11) 3198-9360, INSTAGRAM: @SHORTSCO



DICA DE BEAUTÉ

Contra o ressecamento das mãos nos dias de inverno, o Loft Hair oferece alongamentos de unha e hidratação com parafina, um intenso tratamento que ajuda no fortalecimento, na remoção de células mortas e na saúde da pele.

3º PISO, TEL: (11) 3755-0515, INSTAGRAM: @LOFTHAIRBOUTIQUE

tour cj



repaginada

Moderna, pouco convencional e conhecida como a “irmã mais nova” da famosa Kelly, a Herbag, da Hermès, foi lançada em 1998. Feita de materiais crus e não costurados, incorpora elementos familiares da etiqueta como o prego de sela, o cadeado e a chave. Agora, o mais recente lançamento da maison, a Herbag A Dos, traz toda essa modernidade em uma versão *cool* de mochila.

PISO TÉRREO, TEL: (11) 3552-4500, INSTAGRAM: @HERMES

Tá no AR!

As fãs e alunas do M.inq acabam de ganhar uma nova ferramenta on-line. O evento – que realiza uma série de cursos, *talks* e experiências com o objetivo de despertar o poder de transformação de cada indivíduo através da consciência e do conhecimento – agora também oferece conteúdos exclusivos para as redes sociais. Os vídeos são produzidos especialmente para o Instagram, e a primeira temática abordada é a cabala, com outras novidades ainda por vir. Fique de olho.

PISO TÉRREO, TEL: (11) 99463-8989, INSTAGRAM: @M.INQ



DOLCE FAR NIENTE

FLUIDEZ E CONFORTO, RESULTADOS DAS FORMAS SOLTAS DAS PEÇAS DE VERÃO DA MIXED, PAUTAM A NOVA COLEÇÃO, QUE TEM SABOR DE FÉRIAS. OS COMPRIMENTOS MÍDI E TECIDOS LEVES, COMO SEDA E CHIFON, DÃO ARES ROMÂNTICOS ÀS PRODUÇÕES RESORT.

1º PISO, TEL: (11) 3552-3111, INSTAGRAM: @MIXED_BRAZIL

Resgate criativo

Para o verão 2020, a artista plástica e estilista Kika Simonsen acessa sua memória afetiva. Da fazenda da família, por exemplo, resgatou os papagaios, flores e folhagens das almofadas para desenvolver estampas, enquanto as cortinas inspiram drapeados e amarrações. Já da criação das raças Quarto de Milha e Paint Horse, paixão de seu pai, nasce a padronagem de cavalos, que dá um ar lúdico aos looks.

1º PISO, TEL: (11) 3060-5639, INSTAGRAM: @KIKASIMONSEN



FOTOS: DIVULGAÇÃO

Foto: Thiago Farias



C'EST TOUT

cesttout.com.br

Shopping Cidade Jardim . 2º piso . Al. Tietê, 618 . casa 9 . TEL 11 3063 0513 . instagram@cesttoutbr

tour cj



sonho mediterrâneo

Alexandre Birman foi buscar nos balneários europeus referências para criar sua nova coleção-cápsula, a Eurosummer. Ao todo são sete versões do modelo Lolita Pool Sandal, que possui tiras com textura pítom, o clássico nó da marca e palmilha de cortiça natural. As variações surgiram a partir do clima e das cores de praias de Mykonos, Saint-Tropez, Monte Carlo, Capri, Ibiza, Positano e Hvar.

PISO TÉRREO, TEL: (11) 3198-9383, INSTAGRAM: @ALEXANDBIRMAN

CARTA DE AMOR
Uma gravura do ilustrador francês Edmund Dulac, conhecido por obras como “A princesa e a ervilha” e “As mil e uma noites”, deu o pontapé inicial ao mood board do verão 2020 de Cris Barros. O desenho, que retrata uma história de amor, influencia o romantismo das roupas, em versões lisas ou bordadas, repletas de mangas bufantes, laços, além de pedrarias, pérolas e cristais naturais.

PISO TÉRREO,
TEL: (11) 3758-3995,
INSTAGRAM:
@CRISBARROSOFFICIAL



DO SEU JEITO

Comemorando 10 anos, a MyCollection H.Stern, marca jovem da joalheria, ganha uma linha especial criada em parceria com Sasha Meneghel. Suaves elementos quadrados de ouro amarelo se contrapõem às formas arredondadas dos brilhantes brancos e negros e dão vida a anéis, que podem ser usados em um divertido jogo de encaixes, e brincos individuais em diferentes modelos.

PISO TÉRREO, TEL: (11) 3758-3480, INSTAGRAM: @HSTERNOFFICIAL

MIMO especial

A NOVA EDIÇÃO DO PERFUME GOOD GIRL DOT DRAMA, DE CAROLINA HERRERA, FOI INSPIRADA NO IRREVERENTE PADRÃO POLKA DOT, AS BOLINHAS PRETAS E BRANCAS, E ASSINADO PELA MODELO KARLIE KLOSS, O ROSTO DA FRAGRÂNCIA.

PISO TÉRREO,
TEL: (11) 3758-0719,
INSTAGRAM:
@CAROLINAHERRERA



BARTHELEMY

SHOPPING CIDADE JARDIM

@BARTHELEMYOFFICIAL

FOTOS: DIVULGAÇÃO



CACAU  NOIR

2º PISO.

deleite

“Gastronomia é comer olhando para o céu”*

**keiko
sato**

A BARISTA DO SANTO
GRÃO RECOMENDA
MICROLOTES E MÉTODOS
DE FAZER CAFÉ

Keiko também
é responsável
pelos cursos e
workshops do
Santo Grão

Santo Grão

PAUSA PARA O CAFÉ

Foto ROGÉRIO VOLTAN

“Hoje os clientes não querem apenas um café. Eles buscam algo que aguace a curiosidade”, diz Keiko Sato, barista-chefe do Santo Grão. Para ela, o café coado da casa oferece justamente isso. “Nosso método de imersão cria um sabor diferente dos coados normais. Também usamos um filtro que retém oleosidade e algumas partículas do café, tornando a bebida mais limpa e potente”, explica. Outra novidade são os microlotes de grãos de diversos lugares, como o Espírito Santo.

“Antes, havia preconceito com cafés que não são arábicas, mas, agora, o público quer provar um pouco de tudo”. A dica é perguntar quais os tipos disponíveis na unidade, pois há uma variação. Os fermentados e o Cold Brew – café nitrogenado que passa por um processo similar ao do chopp –, são, inclusive, ótimas opções para saborear a fruta de um outro jeito.

REPORTAGEM: CHANTAL SORDI. PRODUÇÃO: ELLEN ANNORA

* Millôr Fernandes



CJ
COMPRE
ON-LINE

SEM CULPA

O Choco Chá, lançamento da Chocolat du Jour, acaba de receber o certificado de produto vegano. A novidade agrada tanto aos fãs da bebida quanto aos da guloseima, graças ao seu sabor de cacau levemente tostado e ao aroma acentuado de chocolate.



SABOR EM DOBRO

O Makoto adicionou dois pratos ao seu cardápio: o clássico ceviche, recém-chegado por aqui, e o corn tempurá de milho, desenvolvido localmente e servido com exclusividade no endereço paulistano. A receita é típica de izakayas japoneses, mas, na versão Makoto, o ingrediente é cortado ao meio e apresentado quase inteiro.

Tempurá de milho no Makoto, *chá vegano de chocolate* na Chocolat du Jour e o novo *prato executivo do BGB Bar*

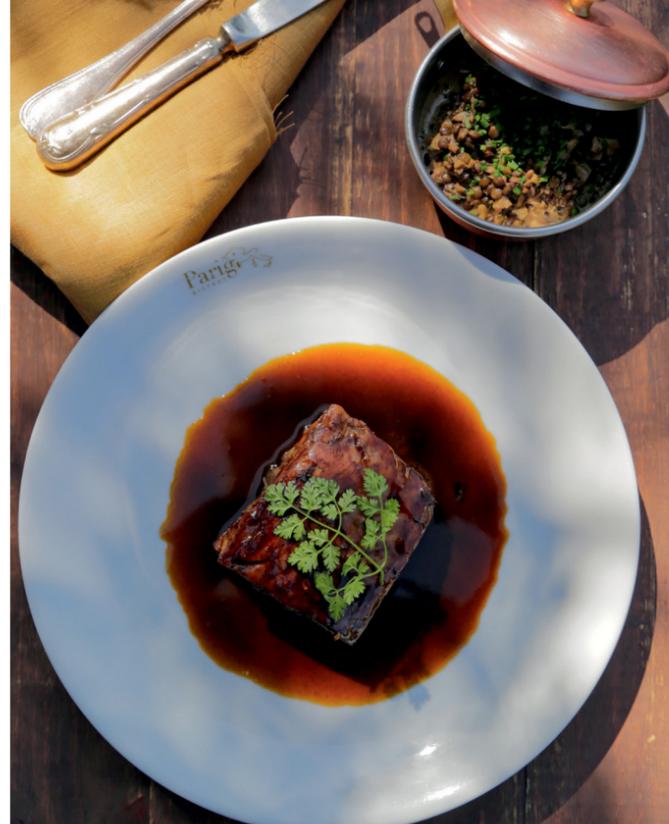
GRÃOS ESPECIAIS

O Rice Pot é o novo hit do Kosushi. A especialidade serve até quatro pessoas e é uma explosão de sabores que mistura arroz (gohan), camarão, shiitake, edamame, cenoura, vagem e manteiga trufada, finalizada com gema curada e servida em uma charmosa panelinha de ferro. O segredo fica por conta do caldo, que dá um toque especial.



HORA DO ALMOÇO

Famoso pela exclusiva carta de drinques assinada pelo premiado mixologista Marcelo Serrano, o BGB Bar lança, agora, um prato executivo especial: o bife de chorizo com batata e molho mostarda.



SLOW FOOD

O RÔTI DE CORDEIRO COM RAGU DE LENTILHA VERDE DU PUY É A NOVA ESTRELA DO PARIGI BISTROT. A CARNE DESMANCHA DE TÃO MACIA, E O DELICADO MOLHO É MATCH PERFEITO PARA A TEXTURA CREMOSA DO ACOMPANHAMENTO. MAS AS NOVIDADES NÃO PARAM POR AÍ. VANESSA SILVA VEM APOSTANDO EM PEIXES INUSITADOS PARA O MENU, COMO O ROBALO FLECHA, VERMELHO OLHO DE CÃO E OLHUDA. “RECEBO-OS INTEIROS E FALO DIRETAMENTE COM MEU PEIXEIRO PARA SABER O QUE ESTÁ CHEGANDO AO BARCO E SELECIONAR OS TIPOS EXÓTICOS. ASSIM, SAIO DO LUGAR-COMUM”, CONTA A CHEF.



MESA-REDONDA

O Pobre Juan tem novas criações assinadas pela chef executiva Priscila Deus. Conhecido pelos cortes nobres de carnes, o restaurante oferece o gran chorizo, um corte especial do bife de chorizo, com apetitosos 800 g, dois acompanhamentos para escolher e compartilhar entre amigos. Complementa a proposta a *Cocada al Horno*, como sugestão de sobremesa: uma cocada assada no forno com um toque de doce de leite, servida quente e com sorvete de baunilha.

Doces MIMOS

A LINHA DE INICIAIS DA THE GOODIES CRESCEU E É A LEMBRANÇA PERFEITA PARA OCASIÕES ESPECIAIS. JÁ É POSSÍVEL ENCONTRAR BARRAS DE DIVERSOS TAMANHOS, BOLSINHAS E ATÉ PRATINHOS COM AS LETRAS DO ALFABETO PARA VOCÊ ESCOLHER E PERSONALIZAR SEU GIFT. FEITAS COM CHOCOLATE PRETO E BRANCO, SÃO IRRESISTÍVEIS.



CHÁ DA TARDE

Pensando naquela fominha que bate no final do dia, a Pati Piva preparou novos sabores de tea cakes. Os bolinhos ganham versão de pistache ou cenoura e podem ser combinados com variados tipos de caldas, sempre servidas quentes em uma jarrinha – porções extras estão à disposição –, conforme a vontade do cliente. No caso dos salgados, os crostinis de brie são o destaque da temporada.

FOTOS: ROGÉRIO VOLTAN E DIVULGAÇÃO (KOSUSHI). PRODUÇÃO: ELLEN ANNORA



>>

RESIDÊNCIAS COM PROJETO TRIPTYQUE.
ACABAMENTOS DE ALTO PADRÃO.
CIRCUITO PRIVADO DE TRIATHLON.
PARQUE DE ESPORTES.

SPORTS HOUSE. PARA O
DESCANSO DOS INCANSÁVEIS.

TRIATHLON



Realização:



Visitas previamente agendadas: 11 3702 2121
boavista.com.br • @fazendaboavista
atendimento@centraldevendasfbv.com.br
Showroom: km 102,5 da Rod. Castello Branco

Lançamento Fazenda Boa Vista. Ofício de Registro de Imóveis e Anexos da Comarca de Boituva - SP. Matrícula 7.573 - Loteamento registrado sob R.07 de 07/06/2013. Em conformidade com a legislação vigente, as fotos, perspectivas e plantas deste material são meramente ilustrativas e podem sofrer alterações sem aviso prévio. Não há garantia de prazo ou consecução da totalidade das amenities ou de qualquer outro elemento constantes neste material, em virtude da dependência de aprovação por órgãos públicos e entidades administrativas.

S P O R T S
H O U S E



Fazenda Boa Vista

Tracy Locke

- > Residências de 531 m² e 576 m²
- > A partir de R\$ 5.376.400
- > Arquitetura Triptyque com acabamentos de alto padrão
- > Circuito de triathlon homologado pela Federação Paulista de Triathlon
- > Academia com equipamentos de última geração



happening

Por PATSY SCARPA

"Um dia sem rir é um dia desperdiçado"



Balmain Army

A ABERTURA DA PRIMEIRA BALMAIN NA AMÉRICA LATINA MOBILIZOU UM EXÉRCITO DE FÃS DA GRIFE. A NOVIDADE FOI CELEBRADA COM CHAMPAGNE NA LOJA E UM RENDEZ-VOUS CHEZ MAKOTO

FOTOS: BRUNA GUERRA



À francesa

A CHEGADA DA COLEÇÃO DE VERÃO DA DIOR FOI COMEMORADA NO MAKOTO, COM UMA ANIMADA TURMA DE CLIENTES E VINCENT BERNARD, DIRETOR DA DIOR PARA AMÉRICA LATINA E PAÍSES MEDITERRÂNEOS

FOTOS: RODRIGO ZORZI



FERNANDA PERLAKY, BRUNA MAHN E GISELA SABACK

CAU SAAD

CHRIS PITANGUY

DEBORAH QUINTELA

ESTHER GIOBBI

MARIA HELENA SIQUEIRA

FERNANDA PERLAKY

GABRIELA DUARTE E CAROL HOLZER

GABRIELA E ROSANA SAIGH

FRANCISCO E FELIPE MALAMUD E FERNANDA KELLER

FABIANO AL MAKUL E MARINA AURIEMO

FERNANDA BARBOSA

RAPHAEL SAHYOUN



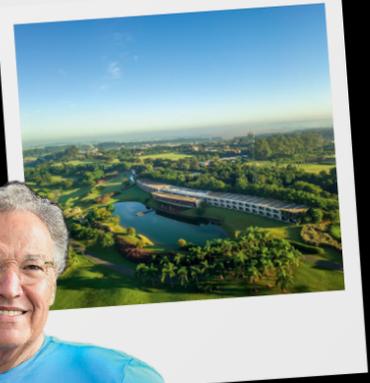
DIEGO ARANTES E ROY SIQUEIRA

CARLOS GALVÃO

PATSY SCARPA

FERNANDA KELLER

NIZAN GUANAES



Pista quente

INSTALADO NO PARQUE DOS ESPORTES, NA FAZENDA BOA VISTA, O NOVO CIRCUITO DE TRIATLO PAULISTA RECEBEU A PRIMEIRA EDIÇÃO DA COPA DE TRIATHLON JHSF E UM TALK DA TRIATLETA FERNANDA KELLER

FOTOS: RODRIGO ZORZI



ALICE FERRAZ E FERNANDO LEVY

GABRIELLA PEIXOTO ROCHA

PATRICIA GAIOTTO

CLEMILDA THOMÉ

VINICIUS RUFFO

CARLA E NAIM ETER

EDSÁ E DEBORAH SAMPAIO

LICIBETY E EDUARDO FAKIANI

CLAUDIA MARTINEZ E SAUL SABBA

UCHA MEIRELLES

TANIA DERANI

ROMEU TRUSSARDI

GRA BELTRÃO

ZECO E MARIANA AURIEMO

EDUARDO E MARCELA ELIAS

ANA MARIA VELLOSO

Noite preciosa

FASHIONISTAS E AMANTES DA TIFFANY & CO. FESTEJARAM A ABERTURA DA NOVA FLAGSHIP DA MARCA COM COQUETEL NA LOJA, MAIOR E AINDA MAIS ACONCHEGANTE QUE A ANTERIOR, SEGUIDO DE JANTAR

FOTOS: LUI PREZIA E ALE VIRGILIO



VERA MINELLI
SUZANA GULLO
SIMONE SANCHO
RENATA QUEIROZ DE MORAES
FERNANDA BERTONI
LUIZA ACCORSI
CARLOS PAZETTO
ANA CURY
GABRIELA MORENO SANCHES
DORIVAL NETO E MARINA DINIZ
ADRIANA HARLEY
FERNANDA MAKHOUL
BRUNA BERTO
CARLA CHOHI
STEPHANIE KOPENHAGEN
LUCAS ALBUQUERQUE
RICARDO NOBEL

Gouverneur feelings

DESBRAVADORA DO ESTILO DOS BALNEÁRIOS MAIS BACANAS DO MUNDO, A BARTHÉLEMY LANÇOU UM GUIA INSIDER DE ST. BARTH



MELANIE BITTENCOURT
CAROL GIL
JU PUGLISY
MAYSA MARQUES
MARCELLA BRANDÃO
MARA SALENI
JULIA ROSENTHAL
CARLA MAALLOULI
VALESKA NAHAS
OLIVIA CAMPEZ
LU MONTEIRO
TATI PILÃO
ANA CLARA SPYER
CAMILA ALMEIDA
RENATA FIGUEIREDO
ROSANA MERCADANTI
DANIELLE RAIOLA
CAROL QUINTEIRO
JACQUELINE SHOR
LIVIA LEÃO
KIKA SIMONSEN
SIMONE SAHADE
ANDREA BELTRAN
HELENA SILVAROLLI

Mercado fashion

A SEGUNDA EDIÇÃO DO CJ MARKET, QUE MISTURA NOVOS DESIGNERS DE MODA E DECORAÇÃO, FOI CELEBRADA COM AGITO NO KOUZINA

FOTOS: RODRIGO ZORZI



TANIA BULHÕES

São Paulo - Rua Colúmbia, 182 - Shopping Cidade Jardim - Shopping Iguatemi
Ribeirão Preto - Ammirati - Rio de Janeiro - Shopping Leblon - Shopping Village Mall
Curitiba - Shopping Patio Batel - Brasília - Shopping Iguatemi - Goiânia - Flamboyant Shopping

www.taniabulhoes.com.br



Beauty power

A SEPHORA PROMOVEU UM MOMENTO DE BELEZA PURA AO JUNTAR AMIGAS E CLIENTES DA LOJA PARA UM ALMOÇO PRÉ-FÉRIAS NO CJ



Páscoa

A CAÇA AOS OVOS ACONTECEU NO NOVO JARDIM DO PISO TÉRREO DO CJ COM MUITAS GULOSEIMAS



7 Mares

COM CURADORIA AFINADA, A 1ST VIEW DA CJ MARES DEU START NO PROJETO COM ALMOÇO NO KOUZINA

FOTOS: RODRIGO ZORZI (SEPHORA), CLEIBY TREVISAN (PÁSCOA) E IULDE (CJ MARES)



É VOCÊ INVESTIR NA COISA MAIS IMPORTANTE QUE EXISTE:

A SUA QUALIDADE DE VIDA.



FITMARKET

AS MELHORES MARCAS NUTRICIONAIS DO MUNDO

SIGA AS NOVIDADES: @FitMarketSuplementos

aniversariantes

POUR MÉMOIRE

SE VOCÊ TEM AQUELE VELHO PROBLEMINHA COM DATAS, O CJ VIRA SEU PERSONAL GOOGLE AGENDA. TKS!

BALMAIN EM FESTA PARA CELEBRAR OLIVIER ROUSTEING

UM BRINDE À QUERIDA FÁTIMA BERNARDES

AMAURY JR. ENCERRA O MÊS COM CHAVE DE OURO

FAMOSOS POR AGRADAREM A TODOS, OS LIBRIANOS SÃO PURA DIVERSÃO. VIVA!

setembro

- 1 Dori Neto, Kiki Moura Andrade Ferraz e Lalyzinha Mansur
- 2 Salma Hayek e Keanu Reeves
- 3 Luciano Huck
- 4 Paula Merlo
- 5 Beyoncé e Lianinha Moraes
- 6 Jeff Ares
- 8 Nando Vidigal e Nathalie Lenci
- 9 Carin Mofarrej e Nadia Setubal
- 10 Gabi Silvarolli Korall, Giu Romano e Marly Mansur
- 11 Tati de Gruttola e Vitoria Coutinho
- 12 Julinha Maringoni
- 13 Trix Moura Andrade Araújo e Olivier Rousteing
- 15 Marcella Kanner, Patricia Albuquerque Neuding, príncipe Harry, Renata Hawilla e Fernanda Torres
- 16 Cinara Ruiz
- 17 Fátima Bernardes
- 18 Matheus Mazzafera
- 20 Carol Ribeiro e Sophia Loren
- 21 Erika dos Mares Guia
- 22 Fernanda Tavares, Giuliana Mazzorra Kaufman e Tati Rosato
- 23 Bia Aydar e Silvana Bertolucci
- 25 Camila Guebur
- 26 Paula Pastore, Tania Derani e Serena Williams
- 28 Amaury Jr. e Naomi Watts
- 30 Caroline Carvalho

ILUSTRAÇÕES: AUTOESTUDIO.CO; FOTOS: CLEIBY TREVISAN / EDITORA GLOBO (AMAURY), GIANNE CARVALHO / EDITORA GLOBO (FÁTIMA), DAVID M. BENNETT / GETTY IMAGES (OLIVIER), IJDE RICHELE / EDIÇÕES GLOBO CONDÊ NAST (MARCELA), RICARDO CARDOSO / EDITORA GLOBO (UCHA), DIVULGAÇÃO (PATSY), THIAGO BERNARDES / EDITORA GLOBO (SABRINA), MARCOS ROSA / EDITORA GLOBO (BETE), CLEIBY TREVISAN / EDIÇÕES GLOBO CONDÊ NAST (LELÊ)

outubro

- 1 Beta Whately
- 2 Fernanda Perlaky e Cleo Pires
- 3 Marina Albuquerque, Maria Doria Lutz e Gwen Stefani
- 4 Fernanda Badra
- 5 Vick Martins Botelho
- 6 Carola Diniz, Dinho Diniz e Tania Wagner
- 7 Marcela S. Miranda Batista
- 8 Murilo Lomas
- 9 Bella Hadid, Ciccely Halpern e Dani Dantas
- 10 Julie Orberg Piovezanni e Miguel Falabella
- 11 Ucha Meirelles
- 12 Vic Meirelles
- 14 Silvia Lucia Monteiro
- 15 Patricia Gaiotto e Patsy Scarpa
- 16 Didi Wagner e Fernanda Montenegro
- 19 Glória Menezes e Patrícia Poeta
- 20 Candice Swanepoel e Kelly Gisck
- 21 Adriana Kherlakian e Kim Kardashian
- 23 Daniel Urzedo e Izabel Goulart
- 25 Piella Querido, Toninho Abdalla e Katy Perry
- 26 Bruno Garfinkel e Milton Nascimento
- 27 Paola Vorlander e Roberto Benigni
- 28 Camila Vicintin Vallone, Regina Moraes Waib, Julia Roberts, Ben Harper e Joaquin Phoenix
- 29 Wynona Ryder
- 30 Daniela Falcão, Gabriela Pugliesi e Paola Carosella

MUITOS AGITOS COM DIA DAS CRIANÇAS E HALLOWEEN PARA CURTIR NO MÊS

SEMPRE CHIC, UCHA MEIRELLES É DO CLÁ DE LIBRIANOS

PATSY SCARPA SEMPRE REÚNE TURMA BOA. CHEERS!

TODAS AS MELHORES VIBRAÇÕES PARA MARCELA BATISTA

BETE ARBITMAN CELEBRANDO EM GRANDE ESTILO

SABRINA GASPERIN APAGA VELAS COM TAÍS ARAÚJO E OUTRAS MUSAS

ANO CHEGANDO AO FIM, HORA DE DAR AQUELE GÁS PARA A VIRADA

DESEJOS DE SUCESSO PARA LELÊ SADDI, ESCORPIANA TOP

novembro

- 1 Angela Auriemo e Lázaro Ramos
- 2 Marieta Severo
- 3 Celita Procópio de Carvalho, Eduardo Neto, Kendall Jenner, Alice Wegmann e Luciana Gimenez
- 6 Joana Laprovitera, Emma Stone, Daniella Cicarelli, Ethan Hawke e Leona Cavalli
- 7 Luciana Faria Nascimento Belli
- 8 Kim Hamence e Marcelo Vicintin
- 9 Elisa Arruda Botelho Conde, Patricia Abdalla e Fernando Meirelles
- 10 Cris Tamer e Marcelo Tas
- 11 Leonardo DiCaprio e Bruna Linzmeyer
- 12 Reynaldo Gianecchini, Dani Calabresa e Anne Hathaway,
- 13 Helena Sicupira e Whoopi Goldberg
- 14 Lelê Saddi
- 15 Lily Aldridge, Maria Fernanda Araújo Pinheiro e Roberta Pires Oliveira Dias
- 18 Mariana Penteadó e Owen Wilson
- 20 Julie Montgomery e Marcos Derani
- 21 Björk
- 22 Hailey Baldwin e Eliana
- 25 Ana Paula Carneiro, Sabrina Gasperin, Ana Paula Padrão, Taís Araújo e Adriana Birolli
- 26 Duda Ramos, Samy Sass, Sheron Menezes e Rita Ora
- 27 Vera Fischer
- 28 Bete Arbitman e Tiago Iorc
- 29 Francisco Cuoco
- 30 Angélica

endereços



ALIANÇA TIFFANY & CO., CAIXA DE BARALHO LOUIS VUITTON, BOTA GUCCI, LIP GLOSS SMASHBOX, NA SEPHORA

LOJAS

ALEXANDRE BIRMAN TÉRREO, TEL. 3198-9383
 ALEXANDRE DE PARIS 1º PISO, TEL. 3552-2900
 ALFAIATARIA PARAMOUNT 1º PISO, TEL. 3552-1414
 AMISSIMA 2º PISO, TEL. 3198-9350
 ANA ROCHA E APPOLINARIO 1º PISO, TEL. 3552-5555
 ANIMAL TOUR 1º PISO, TEL. 98138-3432
 AQUAZZURA TÉRREO, TEL. 3198-9495
 ARA VARTANIAN TÉRREO, TEL. 3044-0133
 ATTUALITÀ 1º PISO, TEL. 3198-9339
 BALLETO 2º PISO, TEL. 3198-9356
 BALMAIN TÉRREO
 BARTHELEMY 2º PISO
 BED TIME 2º PISO, TEL. 98322-0702
 BLUE BIRD 1º PISO, TEL. 3198-9422
 BOBSTORE 2º PISO, TEL. 96634-3576
 BRADESCO 1º PISO, TEL. 3755-5710
 BREITLING 1º PISO, TEL. 3198-9366
 BROOKSFIELD 3º PISO, TEL. 3198-9337
 BROOKSFIELD DONNA 1º PISO, TEL. 3758-1443
 BROOKSFIELD JR. 1º PISO, TEL. 3755-0724
 BRUNELLO CUCINELLI TÉRREO, TEL. 3198-9387
 CAROLINA HERRERA TÉRREO, TEL. 3552-7777
 CARTIER TÉRREO, TEL. 3759-3240
 CASA BOSSA 3º PISO, TEL. 3492-2530
 CASA M.INQ TÉRREO, TEL. (11) 99463-8989
 CINEMARK 3º PISO, TEL. 5180-3297
 CJ MARES TÉRREO, TEL. (11) 3198 - 9365
 CLARO 3º PISO
 COSTURA DO FUTURO 3º PISO, TEL.3552-1050
 CRIS BARROS TÉRREO, TEL. 3758-3995
 CRUISE 1º PISO, TEL. 3198-9376
 DAISO 4º PISO, TEL. 3198-9460
 DANKI 1º PISO, TEL. 3198-9437
 DEMOCART 2º PISO, 3168-5871
 DIOR TÉRREO, TEL. 3750-4400
 DOMINIQUE MAISON DE BEAUTÉ 1º PISO

DROGASIL 1º PISO, TEL. 3758-5036
 É 2º PISO, TEL. 3198-9347
 EMILIO PUCCI TÉRREO, TEL. 3552-2050
 ESPAÇO LASER 3º PISO, TEL. 5094-7872
 FENDI TÉRREO, TEL. 4873-5592
 FIT 1º PISO, TEL. 3552-1060
 FOM 3º PISO, TEL. 3758-0719
 GALLERIST 1º PISO, TEL. 3198-9380
 GAP KIDS 2º PISO, TEL. 3038-0399
 GARAGEM BARBEARIA 2º PISO, TEL. 3198-9488
 GIORGIO ARMANI TÉRREO, TEL. 3755-0607
 GUCCI TÉRREO, TEL. 3759-8090
 GIOVANNA BABY 1º PISO, 98987-9005
 GUERREIRO 1º PISO, TEL. 3758-0198
 H.STERN TÉRREO, TEL. 3758-3480
 HERING 2º PISO, TEL. 3755-0887
 HERMÈS TÉRREO, TEL. 3552-4500
 HOPE 1º PISO, TEL. 3198-9479
 HUEB 1º PISO, TEL. 3168-5871
 INTIMISSIMI 1º PISO, TEL. 3198-9355
 IORANE 2º PISO, TEL. 3198-9405
 IPLACE 2º PISO, TEL. 3198-9309
 ISOLUTION 1º PISO, TEL. 3198-9354
 JIMMY CHOO TÉRREO, TEL. 3552-2052
 JOGÊ LINGERIE 1º PISO, TEL. 3758-4885
 JOHN JOHN 1º PISO, TEL. 3758-0972
 JOU JOU 1º PISO, TEL. 3198-9342
 K20 TOUR 3º PISO, TEL. 3552-2990
 KIKA SIMONSEN 1º PISO, TEL. 96197-7309
 L'ÉTÉ 2º PISO, 3198-9459
 L'OCCITANE 2º PISO, TEL. 3552-3035
 LACOSTE 1º PISO, TEL. 3198-9467
 LADO BASIC 1º PISO, TEL. 96979-0459
 LAVASECCO 3º PISO, TEL. 3758-5455
 LE CREUSET 1º PISO, TEL. 3198-9482
 LE LIS BLANC 1º PISO, TEL. 3758-1225
 LEGO 2º PISO, TEL. 2395-8012
 LEMON BASICS 2º PISO, TEL. (51) 99578-7844
 LIVRARIA DA VILA 2º PISO, TEL. 3755-5811
 LOFT HAIR BOUTIQUE 3º PISO, TEL. 3198-9390

LOUIS VUITTON TÉRREO, TEL. 3017-5371
 LU MONTEIRO 2º PISO, TEL. 3198-9336
 LUPO 2º PISO, TEL. 3198-9341
 MAGRELLA 2º PISO, TEL. 3198-9411
 MANUKA 3º PISO, TEL. 98223-7362
 MARIANA PENTEADO 2º PISO
 MATRI 2º PISO, TEL. 3198-9414
 MAYARA SANSANA 2º PISO, TEL. 3198-9416
 MISSINCLOF 2º PISO, TEL.3552-2680
 MIXED 1º PISO, TEL. 3552-3111
 MIXED KIDS 1º PISO, TEL. 3552-3111
 MONNALISA TÉRREO, TEL. 3198-9334
 MONTBLANC 1º PISO, TEL. 3552-8000
 MUNDO DO ENXOVAL 1º PISO, TEL. 3758-4945
 NOVO DE NOVO 3º PISO, TEL. 3198-9407
 OLYMPIAH 1º PISO, TEL. 3198-9481
 OMEGA TÉRREO, TEL. 3198-9370
 ÓPTICA SELLA 2º E 3º PISO, TEL. 3198-9308
 PAPER KING PAPELARIA 1º PISO, TEL. 3198-9375
 PBKIDS 1º PISO, TEL. 3198-9358
 PIPE ET MILA 3º PISO, TEL. 99660-7403
 PRADA TÉRREO, TEL. 3552-1030
 PRESENTES MICKEY 3º PISO, TEL. 3758-3005
 PRINT STORE 3º PISO, TEL. 3552-1444
 RED BALLOON 4º PISO, TEL. 3198-9491
 REEBOK SPORTS CLUB 4º PISO, TEL. 3759-7878
 RENÉ CAOVIILLA TÉRREO, TEL. 3198-9464
 REPETTO 2º PISO, TEL. 4873-5620
 RICHARDS 2º PISO, TEL. 3758-2237
 ROLEX TÉRREO, TEL. 3758-4953
 SALINAS 2º PISO, TEL. 3758-2237
 SALVATORE FERRAGAMO TÉRREO, TEL. 3758-4791
 SAPATARIA DO FUTURO 3º PISO, TEL. 3552-1050
 SECWAY 2º SUBSOLO, TEL. 3552-1300
 SEPHORA 1º PISO, TEL. 3198-9402
 SHORTS & CO 1º PISO, TEL. 3198-9360
 SILMARA 2º PISO, TEL. 3758-2028
 SILVIA FURMANOVICH 2º PISO, TEL. 3552-1460
 SMART PET 2º PISO, TEL. 3552-2002
 SPA CIDADE JARDIM 5º PISO, TEL. 3552-3575
 SPICY 2º PISO, TEL. 3758-2551
 S.U.B 1º PISO, TEL. 3552-6555
 SU & DO 2º PISO, TEL. 99703-9939
 TANIA BULHÕES TÉRREO, TEL. 3758-5010
 TABACARIA FIDEL 1º PISO, TEL. 3198-9410
 TAG HEUER TÉRREO, TEL. 3552-1888
 THAYANA VARIZO 3º PISO, TEL. 98805-4774
 TIFFANY & CO TÉRREO, TEL. 3552-5200
 TIG 1º PISO, TEL. 3755-1174
 TRACK & FIELD 1º PISO, TEL. 3048-1287
 TRILOGY 2º PISO, TEL. 98257-4747
 TROUSSEAU 1º PISO, TEL. 3758-3250
 TWENTY FOUR SEVEN 3º PISO, TEL. 3198-9454
 UZA SHOES 1º PISO, TEL. 3198-9385
 VALENTINO TÉRREO, TEL. 3274-6090
 VERBENA FLORES 3º PISO, TEL. 3057-3788
 VIVARA 2º PISO, TEL. 3198-9362
 VIVO 3º PISO
 WORLD TENNIS 2º PISO, TEL. 3198-9400
 WORLD WINE 3º PISO, TEL. 3383 7413
 YSLA 1º PISO, TEL. 3198-9430
 ZAPÁLLA 1º PISO, TEL. 3552-3110
 ZARA 1º PISO, TEL. 2101-1952
 ZARA HOME 1º PISO, TEL. 4134-2882

MUITO SABOR, NENHUMA CULPA



SHOPPING CIDADE JARDIM - FOOD HAUL

@boalibrasil
 /somos_boali
 www.boali.com.br

Boali
 Saladas Wraps & Bowls

FOTOS: DIVULGAÇÃO

endereços

GASTRONOMIA

ADEGA SANTIAGO 4º PISO, TEL. 3758-4446
ANUSHA FOOD HALL, TEL. 3045-6054
BAKED POTATO BOUTIQUE 1º PISO, TEL. 3758-5417
BGB 3º PISO, TEL. 3198-9409
BOALI FOOD HALL, TEL. 3198-9428
BURGER KING FOOD HALL, TEL. 3198-9505
BRÁZ TRATTORIA 4º PISO, TEL. 3198-9435
CASA DO PÃO DE QUEIJO 1º PISO, TEL. 3198-9418
CHOCOLAT DU JOUR TÉRREO, TEL. 3758-0561
DI CAPRI CAFFÈ BISTRÔ 2º PISO, TEL. 3552-1256
DRI DRI 1º PISO, TEL. 3552-1000
DUE CUOCHI CUCINA 3º PISO, TEL. 3758-2731
FIT FOOD 4º PISO, TEL. 3759-7878
KOPENHAGEN 2º PISO, TEL. 3758-3334
KOUZINA TÉRREO
KOSUSHI 4º PISO, TEL. 3552-7272
LANCHONETE DA CIDADE 1º PISO, TEL. 3198-9301
LE PAIN QUOTIDIEN 3º PISO, TEL. 3758-3597
MAKOTO TÉRREO, TEL. 3758-2565
MUNDO VERDE 3º PISO, TEL. 3198-9457
OAK BERRY 1º PISO
OCTAVIO CAFÉ 3º PISO, TEL. 3198-9476
OLEA MOZZARELLA BAR TÉRREO, TEL. 94777-9081
PARIGI BISTROT 4º PISO, TEL. 3198-9440
PATI PIVA 1º PISO, TEL. 3552-5670
POBRE JUAN 3º PISO, TEL. 3552-3150
RIZZO PREMIUM FOOD HALL, TEL. 3198-9449
SAL 3º PISO, TEL. 3198-9505
SALVATORE TRATTORIA FOOD HALL,
TEL. 3198-9420
SANTO GRÃO CAFÉ 2º PISO, TEL. 3198-9373
TEMAKERIA & CIA FOOD HALL, TEL. 3198-9374
THE GOODIES 1º PISO, TEL. 94131-7715
THE ASIAN FATHER FOOD HALL, TEL. 2508-2899
URBAN REMEDY 1º PISO, TEL. 97099-9568



BOLSA GIORGIO
ARMANI E PERFUME
CAROLINA HERRERA

HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO

SEGUNDA A SÁBADO
DAS 10H ÀS 22H

DOMINGO
DAS 14H ÀS 20H

APOIO AO CLIENTE
3552-3557

*FOOD HALL NO 4º PISO

FOTOS: DIVULGAÇÃO

SHOPPING
CIDADE
JARDIM

CONSELHO EDITORIAL
ANA FAVA AURIEMO
MARINA AURIEMO AL MAKUL
DONATA MEIRELLES

EDIÇÕES | GLOBO CONDÉ NAST

DIRETORA-GERAL
DANIELA FALCÃO

DIRETOR DE REDAÇÃO
BRUNO ASTUTO

PUBLICIDADE E PROJETOS ESPECIAIS

Diretor de negócios Luciano Ribeiro (lucianoribeiro@globocondenast.com.br)
Diretoras de publicidade Anita Castanheira (acastanheira@globocondenast.com.br) e Silvia Cordeiro (scordeiro@globocondenast.com.br)
Gerente de publicidade Elizandra Paiva (epaiva@globocondenast.com.br)
Executivos de negócios multiplataforma Alexandra Azevedo (acsazevedo@globocondenast.com.br), Camila Roder (croder@globocondenast.com.br), Catia Valese (cvalese@globocondenast.com.br), Flavia Gozoli (flaviag@globocondenast.com.br), Luiz Gomide (lgomide@globocondenast.com.br), Nathália Rodrigues (nbarbosa@globocondenast.com.br) e Rosa Maria Barreira (rbarreira@globocondenast.com.br)
Planner Ana Lucia Silva (anas@globocondenast.com.br) **Inteligência de mercado** Diego Cardoso (diegoc@globocondenast.com.br) **Assistente de publicidade** Mariana Emília da Silva (msilva@globocondenast.com.br) **Especialista de planejamento e controle financeiro** Wudson Mazalla (wmazalla@globocondenast.com.br)
Analista de Opec John Luiz dos Santos (johns@globocondenast.com.br)
Planejamento e controle de produção Roberto Apolinário

ESTÚDIO DE CRIAÇÃO EGCN

Direção Barbara Katz Miglioni (barbaram@globocondenast.com.br)
Coordenação de conteúdo Renata Piza (rpiza@globocondenast.com.br) **Produtoras de Conteúdo** Julia Maria Funck de Moura (jmoura@globocondenast.com.br)
Coordenação de atendimento Marina Chicca (mchicca@globocondenast.com.br)
Coordenadora de arte Audiane Amada (audiane@globocondenast.com.br)
Designer Igor Rufino (irufino@globocondenast.com.br) **Assistente de arte** Gabriela Mendes **Produção executiva** Larissa Carvalho (lcarvalho@globocondenast.com.br)
Planner Olimpio Junior (olimpioj@globocondenast.com.br) **Coordenadora de eventos** Nikki Felix do Espírito Santo (nikkif@globocondenast.com.br)
Produtora de eventos Aline de Oliveira Barsotti (aobarsotti@globocondenast.com.br)
Assistente de eventos Laura Denunci (ldlopes@globocondenast.com.br)
Analista de eventos Ricardo Frozoni (rfrozoni@globocondenast.com.br)

ACERVO DIGITAL Stephanie Mourad

REVISTA CIDADE JARDIM
Direção de arte Dushka Tanaka e Mayu Tanaka/estudio29.com (colaborador)
Coordenação Kariny Grativol (JHSF)
Produção Executiva Bernardo da Mata (colaborador)
Editora-chefe Chantal Sordi (colaborador)
Revisão Marley Galvão (colaborador)

COLABORARAM NESTA EDIÇÃO

Alexandra Farah, Daniela Filomeno, Deco Cury, Ellen Annora, Igor Zahir, Lucio Fonseca, Marcio Del Nero, Mariana Belley, Mari di Pilla, Marco Gurgel, Patsy Scarpa, Rogerio Voltan, Thiago Ferraz, Joseph Degbadjo, Erika Monteiro, Paul Duchemin, Fernando Thomaz, Helder Rodrigues, João Arpi, Marcio Del Nero, Thiago Biagi, Patrick Guisso, Paulo Fonte, Patrick Pontes

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Frederic Zoghaib Kachar, Jonathan Newhouse, Markus Grindel, Cristiane Delecrode Ribeiro, Selma Fernandes e Rafael Menin Soriano

CIDADE JARDIM é uma publicação das Edições Globo Condé Nast S. A.
Avenida Nove de Julho, 5.229, tel. +55 (11) 2322-4796, CEP 01407-907, São Paulo, SP
cidadejardim@globocondenast.com.br

NEON
VERÃO 2020



L'été
2º Piso

princesa MODERNA

Um dos modelos mais icônicos da maison francesa, a bolsa Lady Dior – uma criação inspirada na alta-costura da marca –, foi apresentada em 1994, com o nome de Chouchou. O item surgiu para suprir o desejo de uma bolsa com características marcantes e identidade incomparável. A textura “cannage”, cuja técnica homenageia a cadeira de Napoleão III utilizada no primeiro desfile da grife em 1947, é um exemplo, assim como os detalhes das letras “D, I, O, R” em metal, soltas como chaveiros acompanhados da alça. A peça teve seu nome modificado para Lady Dior dois anos após seu lançamento, em fevereiro de 1996, em homenagem à princesa Diana. Lady Di recebeu uma de presente da ex-primeira-dama da França, Bernadette Chirac, e gostou tanto que passou a usá-la sempre, além de encomendar posteriormente todas as versões existentes na época. Ao longo dos anos, o acessório ganhou diversas leituras, cores, decorações e materiais, tornando-se um verdadeiro fenômeno da moda.

Para o inverno 19/20, a diretora criativa Maria Grazia Chiuri aposta na Lady Dior com padronagem toile de jouty em versão tropical, inspirada nas obras do artista Mario Schifano

FOTO: RAFAEL EVANGELISTA. EDIÇÃO DE MODA: LUCIO FONSECA. PRODUÇÃO DE MODA: KEVIN TERTULIANO. PRODUÇÃO EXECUTIVA E SET DESIGN: BERNARDO DA MATA

we
fit



2° PISO
www.wefitstore.com.br

LOUIS VUITTON

