

# MasterCard *Black*™



## CENA CRIATIVA

ENTREVISTA O DESIGNER FRANCÊS PHILIPPE STARCK FALA SOBRE SUA NOVA LOJA NA CAPITAL PAULISTA

GASTRONOMIA OS VINHOS DA VEZ PELO SOMMELIER MANOEL BEATO, OS BASTIDORES DO PARIGI BISTROT E A TRAJETÓRIA DO CHEF ARGENTINO FRANCIS MALLMANN

CULTURA UMA CASA DE CAMPO ASSINADA PELO ARQUITETO MARCIO KOGAN E O OLHAR INVENTIVO DO FOTÓGRAFO CAIO REISEWITZ

VIAGEM O MELHOR DA ÁFRICA DO SUL, UM REFÚGIO DE PODEROSOS NA SELVA AMAZÔNICA E AS NOVIDADES DO CIRCUITO LONDRES-NY



Você que é amante da boa gastronomia não pode perder a segunda edição de 2015 da revista *MasterCard Black!* Para começar, faremos um passeio pelas cores e sabores do recém-inaugurado Eataly, complexo considerado novo *hit* do paulistano. Na mesma seção, você poderá conferir dicas de restaurantes, hotéis e espaços inaugurados no Rio de Janeiro e em São Paulo.

A culinária peruana, uma das mais famosas do mundo, também está retratada, em uma belíssima reportagem sobre o restaurante Central, considerado um dos melhores do mundo. A revista traz ainda um perfil do chef Wagner Resende, do Parigi Bistrot, nova casa do Grupo Fasano, e uma matéria sobre o renomado chef argentino Francis Mallmann. E nada melhor que um bom vinho para acompanhar as delícias da cozinha internacional. Para isso, o sommelier Manoel Beato apresenta sugestões de rótulos e harmonizações.

Quer viajar por um roteiro de vinícolas de encher os olhos e a boca? Então, não deixe de ler sobre Cape Town, na África do Sul, e descobrir os melhores vinhos da região. Aproveite para conhecer ainda o hotel localizado no coração da Amazônia que tem atraído executivos e empresários brasileiros interessados em praticar uma das mais antigas atividades da história: a pesca.

Por fim, uma entrevista de tirar o fôlego com o francês Philippe Starck, considerado o maior ícone do design contemporâneo, sobre a abertura da sua loja, a TOG, na capital paulista, e o impressionante projeto da casa desenhada pelo arquiteto Marcio Kogan no interior de São Paulo.

Gostou? Então, abra sua revista *MasterCard Black* e desfrute daquilo que a vida tem de melhor. Boa leitura!

**João Pedro Paro Neto**  
Presidente da MasterCard Brasil e Cone Sul





# MENTE BRILHANTE

Philippe Starck, o mais importante designer contemporâneo, acaba de inaugurar a loja de mobiliários TOG, em São Paulo. Com a marca, ele traz a promessa de produtos democráticos, inteligentes e exclusivos

Por **Brunno Jahara** Fotos **Arthur Nobre** e **Ilana Bessler**

Revolucionário e vanguardista em tudo aquilo que faz, o francês Philippe Starck carrega o *status* de maior ícone do design contemporâneo mundial. E não há exagero na colocação. Em mais de três décadas de carreira, ele desenhou móveis, utilitários, motos, iates, hotéis, restaurantes e cafés, tudo com aquele caráter surpreendente e pouco convencional tão indissociável de suas criações. No entanto, a beleza não é – e nem nunca foi – a principal pretensão de seus trabalhos. Segundo Starck, o importante é ser bom e democrático. “Quando me oferecem um valor exorbitante para criar uma peça única e exclusiva, eu recuso e respondo: ‘Com esse dinheiro, eu posso fazer centenas de produtos para milhares de pessoas’.”

Na toada de levantar a bandeira pela democratização do design, Starck acaba de inaugurar, em São Paulo, a primeira loja conceito da TOG, marca brasileira que criou em parceria com o grupo Grendene e os empresários André Esteves, Alexandre Allard e Nizan Guanaes. Com projeto da Triptyque e o novo restaurante Marakuthai, da chef Renata Vanzetto, ao fundo, a *concept store* vai concentrar mobiliários e objetos acessíveis, com forte pegada criativa. “A ideia principal da empresa é tentar resolver um paradoxo: somos cada vez mais pessoas e temos cada vez menos dinheiro. Precisamos de produção em massa”, diz Starck. Além do espaço físico, a marca vai disponibilizar os produtos via *e-commerce*, dedicado exclusivamente para o Brasil. Na entrevista a seguir, ele fala sobre sustentabilidade, criatividade, o futuro do design nacional e a nova loja na capital paulista.



**Como você vê o design brasileiro?**

Há um grande potencial de criatividade no País, porque é um povo bom, divertido e muito livre. Mas parece que muitos designers continuam a tradição de móveis de madeira, com um pouco de influência do que foi criado em Milão na década de 1960, um pouco da Escandinávia, e não vejo tanta evolução. Não há ninguém quebrando as barreiras tradicionais. Isso vai acontecer, mas, quanto antes, melhor. Vemos na feira de Milão muitos brasileiros, mais que pessoas de qualquer outra nacionalidade. Isso significa que vocês estão interessados em design e querem algo novo, alegre, brilhante.

**O que o Brasil pode agregar em termos de design? E o que o precisa aprender com outros países?**

Aprender com outros países? Nada. Apenas aprender com a vida e a civilização que criatividade é o maior bem e um dever. E brasileiros, chineses, japoneses, franceses, todos precisam trabalhar mais para pensar fora da caixa.

**“ACHO QUE HÁ UM GRANDE POTENCIAL DE CRIATIVIDADE NO PAÍS, PORQUE É UM POVO BOM, DIVERTIDO E MUITO LIVRE. MAS PARECE QUE MUITOS DESIGNERS CONTINUAM A TRADIÇÃO DE MÓVEIS DE MADEIRA”**



FOTOS DIVULGAÇÃO

**O designer transforma uma ideia em objeto, como um alquimista que pode criar qualquer coisa. Você desenvolve um formato e surge, por exemplo, uma cadeira. Tudo é possível. Você acha que podemos fazer qualquer coisa? Quais são os limites deste mundo material?**

Algumas pessoas dizem que o céu é o limite, mas não é verdade. Seus sonhos e suas ambições são o limite. Não há limite, exceto a ética. Sempre tente fazer produtos honestos, tente usar mais materiais recicláveis, nunca trabalhe em algo ruim para as pessoas, como bebidas alcoólicas, tabaco e jogos. E é isso. Você cria sua própria ética e deve ser fiel a ela. Esse é o limite. Fora isso, não se deve respeitar ou seguir regras.

**Atualmente, a sustentabilidade é um assunto muito discutido. Como produzir objetos sustentáveis num mercado destinado à massificação?**

É necessário criar coisas com qualidade para ter longevidade, para que elas não saiam de moda, para que durem. Não se deve comprar para si mesmo, mas, sim, para seus filhos. Quando algo pode ser usado por 20, 30 anos, o material não importa. O problema é usar um material que precisa ser jogado fora a cada seis meses. Precisamos inventar o que chamo de “des-crescimento” positivo. Vou “des-crescer”, consumir menos, mas continuarei criando.

Acima, time de designers da TOG. Na página seguinte, em sentido horário, a escada da loja projetada pela Triptyque, com banco Os Hen e cadeira Ola Chic ao fundo; a sala de reunião protegida pelo painel de acrílico; e o salão do restaurante de Renata Vanzetto. Na dupla de abertura, Starck, que defende a democratização do design



