

INVAG

POR QUE
estamos tão
Nostálgicos?

IT-GIRL
Kat from finance

CLUELESS
o hit
90's
fora das
TELAS

SHIRLEY
MALLMANN
is THE
GUEST

E MAIS!
Dicas de viagem,
gastronomia,
literatura e beleza

nVMAAG

POR QUE
estamos tão
Nostálgicos?

IT-GIRL
Kat from finance

E MAIS!
Dicas de viagem,
gastronomia,
literatura e beleza

CLUELESS
o hit
90's
fora das
TELAS

SHIRLEY
MALLMANN
is **THE**
GUEST



nvwAG

POR QUE
estamos tão
Nostálgicos?

IT-GIRL
Kat from finance

E MAIS!
Dicas de viagem,
gastronomia,
literatura e beleza

CLUELESS
o hit
90's
fora das
TELAS

SHIRLEY
MALLMANN
is THE
GUEST



Vejam só: a minha história começou de um desejo de trabalhar em uma revista e, depois de 17 anos, cá estou, escrevendo a carta da editora da NVMAG.

Sabe quando dizem para tomar cuidado com o que você deseja? Pois é, posso contar para vocês que é real.

O ano era 1996, a Natália de 12 anos mergulhou profundamente no mundo das revistas. Com isso ela se sentia segura, ela sabia que poderia ficar em seu mundo/quarto, ouvindo suas músicas e dissecando cada página das suas “melhores amigas”, lendo a carta da editora — e, não, ela não se imaginava sendo essa pessoa. Não, ainda.

Muito aconteceu até aqui. Não caberia na quantidade de caracteres, infelizmente, por isso vamos direto para 2008, quando ela criou um “portfólio” virtual para, quem sabe, ser selecionada para alguma entrevista no seu trabalho dos sonhos. Contudo, o mundo já andava rápido demais, as informações correndo na velocidade da luz e a internet tomando conta da maior parte do tempo das pessoas. A entrevista não veio, mas o “portfólio” acabou virando seu trabalho: um blog com mais de 3 milhões de acessos mensais, que foi o impulso necessário para tirar do papel o seu segundo sonho, uma marca de roupas própria, em 2011.

Vamos dar grande um salto para 2024, quando decidimos que o tema da nova coleção não seria apenas um tema, mas uma vibe, uma atmosfera, um sentimento: a nostalgia. Com a correria que aprendemos a viver, o excesso de informações por minuto que absorvemos, o comércio extremamente agressivo para conseguir se manter, acho que as pessoas estão sedentas por SENTIR — não apenas consumir.

Com o tema escolhido, criar a coleção foi fácil. Focamos em resgatar códigos dos anos 80/90 e início de 2000, épocas em que o mundo parecia andar um pouco mais devagar, as estéticas são bem distintas e a memória afetiva é bem vívida — pelo menos para mim. Sei que nem todos os nossos clientes viveram essas décadas, mas os filmes, as músicas e os álbuns de fotos estão aí para contar a história. Pensei em amarrar toda a narrativa e comunicação de marketing dessa coleção de maneira a realizar aquele primeiro desejo: não trabalhar EM uma revista, mas SER a revista.

Nosso preview da coleção foi marcado pelo backstage da correria e os últimos minutos de se lançar uma nova edição. Revisitamos e reverenciamos aquelas lá de trás, que esperávamos ansiosos para ver qual seria a grande aposta da moda, ou então fazer o teste de qual seria meu tipo de amor de comédia romântica. Ou aquela que as poses eram diferentes, ornamentadas, as modelos sempre as mesmas, rostinhos conhecidos, as cores um pouco mais apagadas. Isso em um contexto em que a informação chegava um pouco mais devagar, era apenas “O” momento do mês — ou da semana, dependendo da frequência.

E é isso que queremos causar em vocês, um sentimento.

As revistas impressas continuam aí lindamente, coexistindo com o digital e até se tornando também digitais, com suas editoras, seus jornalistas, colunistas e equipes brilhantes.

Sei que muitas marcas também têm suas revistas — não é sobre revolucionar a roda, é sobre fazer a roda rodar no nosso passo. Não é sobre criar uma revista, é sobre ser a revista. Mas não uma de 2025, e sim uma das décadas de 1980, 1990 e 2000. Poses, matérias, chamadas, tipografia, editoriais estão todos com ar de passado encontrando o futuro — e tenho certeza que todos conseguirão se inspirar nas nossas referências.

Aqui, nós somos um resgate de sentimento, com pitadas de moda, arte, beleza e, claro, da pluralidade que é a NV.

No final das contas, hoje posso dizer que consegui realizar os meus dois sonhos. A Natália de 1996 estaria terminando de escrever esta carta com lágrimas nos olhos e o coração cheio de gratidão. A Natália de 2025 está exatamente assim.

Espero que vocês sintam tudo que eu senti.

Beijos com mto amor,

Nati Vozza

COLABORADORES



BRUNA CASTANHEIRA
fotógrafa

Com um olhar sensível para o feminino, seu trabalho mistura delicadeza e força, e já foi publicado em revistas como *Vogue Portugal*, *Marie Claire* e *Elle*. Nesta edição, assina as imagens da capa com Shirley Mallmann.



PATI MACHADO
influenciadora

Formada em negócios da moda e publicidade, ela vive entre viagens, livros e um bom prato de pasta. Não à toa, assina nesta edição a matéria “Razão e Sensibilidade”, com um roteiro dos sonhos pelo *countryside* inglês.



MICA ROCHA
influenciadora

Mica Rocha é publicitária e influenciadora há 15 anos. Fundadora da Misha e da Open Era, abriu a sua empresa de educação para empreendedoras, que já conta com mais de 10 mil alunas. Seu humor rendeu ótimos textos sobre os signos nos anos 1990.



MAFE GANEM
influenciadora

Com mais de 15 anos de experiência no mercado editorial, já atuou em livros didáticos, revistas de moda e publicações para museus e marcas. Seu olhar apurado preza pela cadência e pelo rigor em cada texto — não à toa, revisou a nossa primeira edição.



IVAN ERICK
fotógrafo

Entre São Paulo e Nova York, Daniel é um dos maiores nomes da beleza no Brasil. Já assinou campanhas para marcas como Marc Jacobs e L'Oréal, editoriais nas revistas *Vogue Itália* e *W Magazine* e maquiou celebridades como Madonna, Gisele Bündchen e Naomi Campbell. É com esse currículo que ele criou a beleza do editorial “The Guest”.



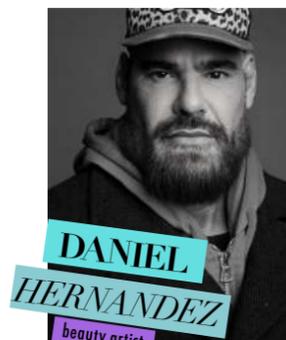
PAULA JACOB
redatora-chefe

Influenciadora digital desde 2023, ela une moda, *lifestyle* e esporte em um conteúdo autêntico. Aos 22 anos, é formada em publicidade e propaganda pela ESPM e já colaborou com diversas marcas nos segmentos de moda, beleza e bem-estar. Apaixonada por triatlo, compartilhou conosco os desafios de ter vários esportes como hobby.



VERIDIANA CUNHA
revisora

Natural de Belém do Pará, o fotógrafo é especialista em retratar pessoas, com força e sensibilidade — resultado que você confere no editorial “Main Character Energy”. Com passagem por Nova York, Ivan colabora com publicações como *Vogue Portugal*, *Elle*, *Vogue Brasil*, *Harper's Bazaar* entre outras.



DANIEL HERNANDEZ
beauty artist

DIREÇÃO CRIATIVA
Nati Vozza

CHIEF EXECUTIVE OFFICER
Antonio Junqueira

DIREÇÃO COMERCIAL
Daniele Mattar

DIREÇÃO DE MARKETING
Mayra Miranda

DIREÇÃO DE OPERAÇÕES
Beatriz Junqueira

REDAÇÃO

REDATORA - CHEFE
Paula Jacob

DIREÇÃO DE ARTE
Ste Sangi

REVISÃO
Veridiana Cunha

MARKETING
Mariana Castro
Isabela Gropp

STYLING
Rogério Martinez

DESIGNERS
Diego Giughiano
Pedro Meira
Thiago Silva

COLABORADORES

Afonso Campos, Ale Queiroz, Antônia Silva, Arabela (Pet Model), Beatriz Garbieri, Brava Produções, Bruna Castanheira, Caio Douglas Nascimento, Carol de Oliveira, Daniel Hernandez, Fernando Bentes, Flaviana Oliveira, Gabriel Filgueiras, Gabriel Salvador, Givanildo Simão, Helena Colliny, Innloco, Ivan Barria, Ivan Erick, Katherine Portillo, Leli Rodrigues, Luan Mendes, Luan Mendes, Mafé Ganem, Marcia Cristina da Silva, Marina Toledo, Marlene Accioly, Mica Rocha, Mischa Barros, Neide Nunes, Patricia Machado, Pepa, Raphaela Cruz, Ricardo Leal, Rô Resende, Rose Luma, Sidnei Brito, Stefany Villar, Thiago Lima, Yuri Godoy.

EQUIPE NV

Ateliê

Adailton Ferreira da Silva, Alessandra Chagas Rodrigues, Alice Mazuchin Pereira de Souza, Ana Carolina Almeida Camargo, Ana Marcia Helena, Ana Paula Lopes Garcia Correa, Debona Bucciarelli Alves, Isabel Roxana Gonzales Romero, Juliana Aparecida Morais dos Santos Teixeira, Kell Ferreira Pauka Coelho, Larissa Fernandes Lugli, Laura Teles de Souza, Lucas Fernandes Leite, Maria de Lourdes Souza Marques, Maria Enoe Barbosa Gomes, Maria Inez da Silva, Maria Iraci Bispo da Rocha, Maria José da Silva Mendonça, Maria Vilani Pereira Moraes, Maura da Rocha Leão, Sirllei Santos Gonçalves, Vanessa Santos Augusto, Veronica Ticona Pano, Zelita Deziderio de Jesus.

T.I.

Álvaro Llojlla Alanoca, Fernando de Almeida Valério.

Marketing

Ana Carolina Malfatti, Ana Melo, Diego Giughiano, Rogério Martinez Ferreira, Gabriella Concilio, Isabella Gropp, Jbeniffer Pacheco, Joao Vitor Loiola, Luiz Carlos Reis, Mariana Castro, Mayra de Miranda Marin, Nathalia Monreal, Pedro Meira, Samarab Oliveira, Ste Sangi, Tamires Magacho, Thiago Silva.

Projetos e Operações

Carla Monique Souza Santos, Claudia Da Silva Mota, Cristina Silva Sebastiao Do O, Erica Geraldini, Jessica Ferreira de Andrade, Josue Augusto da Silva Filho, Matheus Mazurek de Moura Lima, Mayara Balbino Nunes, Vanessa de Carvalho Testa Acoroni, Vinicius da Silva Oliveira, Zelia Pereira da Cruz.

PCP

Abigail Falcone, Aline Martins Sena, Diego do Carmo Simões, Fernanda Benedicto Jacinto, Giovanab de Lima Braga Francisco, Gustavo Spada Mastrocolla, Isabel Aguiar Kasius, Jenifer Moreira de Aguiar, Kessia Ribeiro de Almeida, Luana Kamila de Oliveira Poes, Mariana Ludovice, Vanessa Pereira Marcondes.

Planejamento

Bruno Basile Menezello, Flavia Bacedo Miranda, Gustavo Machado dos Santos, Mariana Moura do Val, Mateus Fresatto Martins, Pablo Fernandez Pereira, Patricia de Souza Exposito, Alaine Gonçalves de Melo Soares, Ana Carolina Lopes dos Santos, Bruna Fernandes, Camila Freitas Mesquita Lima, Caroline Cangelli de Lima, Caroline dos Santos Nascimento, Erika Leuterio da Silva, Larissa Macedo dos Reis, Laura Caroline Medeiros, Livia Melão Ferreira Colombo, Maria Fernanda Palhano Carlos, Milena Fernandes da Silva, Pedro Henrique Rodrigues da Costa, Thais Andrade Cardoso, Thais Rodrigues da Silva.

Qualidade

Ana Beatriz Lobato Ribeiro Zerkowski, Andréia Amorim Rodrigues da Silva, Camila Pedrosa dos Santos Carvalho, Daniela Campos Cesar Leite, Daniela Paula de Araújo, Edineia Meneses dos Santos, Karina Mahfoud Maroccia, Laura Bastos Ferreira, Rita Oliveira dos Santos, Rosivalda Célia dos Santos, Stefany Aparecida Machado da Silva, Talifab Mara de Santana Leite, Tatiane Feitosa Albino.

Supervisão de loja

Cristiane Lourenço, Luciana Braga, Vanessa Louzado



28

THE GUEST

UM EDITORIAL DE MODA ESTRELADO POR SHIRLEY MALLMANN



CAPA 1

Casaco couro Olivia, Saia Eleonora, Cinto Beatriz



CAPA 2

Trench Coat Chiara, Camisa Sasha e Bermuda Ceci, Cinto Matilda



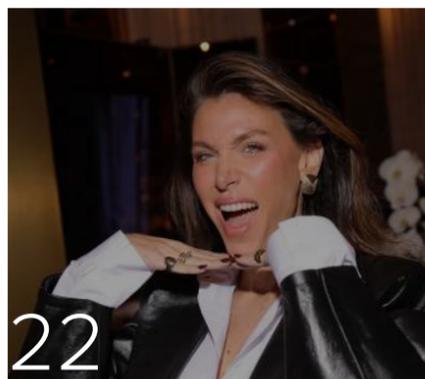
CAPA 3

Blusa Eleonora, Saia Eleonora, Cinto Catarina



40

MAIN CHARACTER ENERGY



22

OS SEGREDOS DE NATI VOZZA

Por dentro da bancada de beleza da nossa fundadora



10

MIL FACES Dicas de styling por um expert

Nati responde

DÚVIDAS ENVIADAS PELOS SEGUIDORES SOBRE CARREIRA, MODA E CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADE.

@VISTATEODOSIA

2 QUANTO TEMPO LEVOU, DE FATO, A TER LUCRO NA SUA MARCA?

“Os primeiros anos foram um desafio, não só de caixa, mas de aprendizado como um todo. Entender o negócio depende não só de vender, mas também de conseguir equilibrar cinco, por extenso, na última linha. Acho que realmente conseguimos equilibrar a equação do negócio depois de uns 5 anos.”

@RE_BRITTOAJORGE

4 COMO NÃO ESGOTAR A CRIATIVIDADE?

“Criatividade não é finita, porque não é palpável, tangível. Enquanto observo os movimentos, vou criando desejos e, com isso, entendendo o timing deles, isso é dos pontos mais importantes para se criar uma coleção de moda. Não tenho medo da criatividade acabar, talvez o medo seria de errar o timing – mas não sou muito medrosa. Sobre sempre criar algo novo, não estamos aqui para reinventar a roda, temos um DNA forte, sempre pautamos a coleção em cima dele, porém tentando não ‘ficar deitada em cima da receita que deu certo’, que acredito que possa ser o erro de muitas empresas.”

1

@EMOTIONCONCEPT_

1 QUAL PALAVRA RESUME SUA TRAJETÓRIA DE SUCESSO?

“Vou falar duas! Intuição, porque minha trajetória foi guiada por uma bem afiada: de entender o timing das oportunidades antes que elas virassem tendência de mercado. E diria também convicção, porque agi como se fosse possível, desde o início, muito antes de qualquer prova de que daria certo. A convicção te dá coragem, para seguir o caminho em que acredita, unindo a intuição e a razão.”

@NATIARAMORENO

3 O QUE VOCÊ FEZ PARA NÃO DESISTIR FRENTE AOS DESAFIOS?

“Coragem, persistência, intuição, fé... muitas coisas, mas principalmente ‘não poder não dar certo’. Não tinha essa opção para mim. Fui até esgotar todas as minhas tentativas e forças... Até que deu.”

3

@CLARAMANGUSSI

5 ONDE VOCÊ ENCONTRA SUAS INSPIRAÇÕES PARA AS COLEÇÕES?

“Eu sou muito observadora. Adoro analisar comportamento, pesquisar (faço isso como hobby, porém não deixa de ser trabalho) e, quando você vai entendendo comportamento humano, de consumo, desejo, as inspirações começam a vir. Acredito muito no meu *feeling* para criar algo que em um ano (tempo que a coleção demora da criação até chegar a vocês) será desejável.”

5

Obsessões nv

AS COISAS QUE NÃO SAEM DA CABEÇA DA NOSSA EQUIPE



Isabella Gropp

COORDENADORA DE MARKETING

“Com certeza, o novo álbum de Justin Bieber, *SWAG*. As

músicas estão menos pop e mais R&B (e eu amo!), então são gostosas para qualquer situação, seja no fone enquanto trabalho ou quando estou dirigindo – e cantando em voz alta, rs.”

Diego Giuliano

DESIGNER

“Não é novo, mas diria que *Sopranos*, clássica série de máfia italiana que tem um roteiro complexo e várias referências a filmes. Algumas situações e a ambientação são um pouco datadas, mas que reforçam a estética do final dos anos 1990.”



Ste Sangi

GERENTE DE CRIAÇÃO

“Desde quando comecei a trabalhar com moda, *O Diabo Veste Prada* é um assunto recorrente. Agora, com as gravações da continuação, estou ansioso para ver como essa história se desenrola.”



Larissa Lugli

ANALISTA DE ENGENHARIA DE PRODUTO

“Maxibrincos! Não saio de casa sem acessórios e eles complementam bem meus looks, mostram um pouco da minha personalidade.”

Camila Bueno

SUB-GERENTE NV HADDOCK LOBO

“O meu lip tint da Benefit que não saio de casa sem. Acho que me deixa com aspecto de saúde, dá aquele ar de que tomei sol e fiquei corada, sabe?”



Mariana do Val

ANALISTA DE PLANEJAMENTO COMERCIAL

“No momento, aquele corte dos anos 1990 cheio de camadas, com volume e movimento. Tem um ar chique e desprezioso.”



Maria Júlia Fuão

ESTILISTA DE IMPORTADOS

“A minha mais nova obsessão é o restaurante Z Deli, mais especificamente a entrada Alcachofra à Judeia, por ser uma das coisas mais saborosas que experimentei nos últimos tempos. Vale todo o *hype!*”

Camila Carvalho

ANALISTA DE PRODUTO

“Sou vidrada por uma sobremesa do Buzina: um bolo de leite frito, servido com doce de leite argentino e sorvete. Crocante por fora e macio por dentro, com toque cremoso. Uma das melhores sobremesas que já provei.”



MIL faces

OS HITS MAIS QUENTES
DO GUARDA-ROUPA FEMININO
COM DICAS DE EDUARDO TOZZI,
ESTILISTA DA NV, QUE MOSTRA
COMO USAR CADA VERSÃO
SEM CAIR NA MESMICE

FOTOS **IVAN ERICK**
DIREÇÃO DE ARTE **STE SANGI**
EDIÇÃO DE MODA **ROGÉRIO MARTINEZ**
BELEZA **IVAN BARRIA**

Athleisure

Perfeito para um almoço entre amigas ou uma visita a galerias de arte. O conjunto de cores coordenadas sai do óbvio com a camiseta polo, mas você também pode combinar com uma camisa *oversized* em tricoline. "Um cinto mais estreito por cima da sobreposição também ajuda a trazer ainda mais feminilidade para a silhueta."

RENATA SOZZI (WAY MODEL)
USA JAQUETA **CLEO**, R\$ 1.698,
BLUSA TRICOT **LEDA**, R\$ 448,
BODY TRICOT **MURY**, R\$ 698,
E CALÇA **CLEO**, R\$ 1.398, TUDO **NV**

All jeans

Do look canônico de Britney Spears no tapete vermelho do American Music Awards em 2001 para a versão 2025, a combinação de jeans com jeans se faz presente em sobreposição de peças e mistura de tonalidades. "Combine com acessórios texturizados para uma proposta mais casual ou opte por correntes de metal para algo mais bold."

RAISSA DIAK (MEGA MODEL) USA JAQUETA JEANS **MILLIE**, R\$ 898, REGATA **EUGENIA**, R\$ 298, E CALÇA JEANS ESCURO **LIGIA**, R\$ 598, TUDO **NV**

Grunge

A garota rebelde que ouvia (ainda ouve!) Nirvana aposta em texturas clássicas em contraponto aos *shapes* atuais, como mostra o look com short de couro e t-shirt de mangas ¾ sobre blusa de malha. Nos acessórios, bolsa metalizada e o combo sapato de couro + meia branca tiram a poeira da ref. "Finalize com um cabelo mais

T-SHIRT **KAREN**, R\$ 398, SHORT COURO **GIU**, R\$ 2.998, E CAMISA JEANS CLARO **MONICA**, R\$ 798, TUDO **NV**



Hippie chic

"Elencar uma peça-chave e compor com itens mais limpos de informação ou detalhes deixa o visual menos fantasioso." Aqui, o mix de estampas entre o conjunto e o lenço na cabeça ganha harmonia com a camisa jeans escura e a bolsa marrom com franjas. Finalize com um óculos geométrico máxi para aumentar o volume.

COLETE **LORENA**, R\$ 948, CAMISA JEANS CLARO **MONICA**, R\$ 798, E CALÇA **LORENA**, R\$ 1.348, TUDO **NV**

BELEZA: IVAN BARRIA COM PRODUTOS DIOR BEAUTY. ASSISTENTES DE BELEZA: KATHE PORTILLO, MISCHA BARROS, RAPHAELA CRUZ E RO RESENDE. ASSISTENTES DE FOTOGRAFIA: SIDNEI BRITO E THIAGO LIMA. PRODUÇÃO DE MODA: LUAN MENDES E JHENIFFER PACHECO. PRODUÇÃO EXECUTIVA: LEILI RODRIGUES. ASSISTENTES DE PRODUÇÃO EXECUTIVA: CAROL DE OLIVEIRA. COORDENAÇÃO DE SET: CAIO DOUGLAS NASCIMENTO. ASSISTENTE DE SET: GIVANILDO SIMÃO. CAMAREIRAS: FLAVIANA OLIVEIRA E MARCIA CRISTINA DA SILVA. MANICURES: MARLENE ACCIOLY E EQUIPE. TRATAMENTO DE IMAGEM: PHILIPPE MORTOSA



POR QUE

ESTAMOS TÃO

nostálgicos?

ATIRE A PRIMEIRA CALÇA DE CINTURA BAIXA QUEM NÃO CAIU NAS GRAÇAS DAS TENDÊNCIAS QUE REVISITAM DÉCADAS PASSADAS. NESSE CLIMA, CONVERSAMOS COM TRÊS ESPECIALISTAS PARA INVESTIGAR COMO A SOCIEDADE E A MODA RESPONDEM À ONDA DE SAUDADES

TEXTO PAULA JACOB

Não é raro se deparar com conteúdos que resgatam a estética de tempos passados na tentativa de captar algo que, muitas vezes, nem foi vivido – sejam imagens, campanhas ou conteúdos nas redes sociais. Isso tudo movido por uma sequência de questões que vão desde a ascensão dos Millennials aos cargos de chefia nas empresas até a hiperconexão que leva à Geração Z e Alpha a buscar maneiras analógicas (ou quase) de transitar os tempos atuais. “Por eles não terem vivido os anos 1990 ou 1980, romantizam a simplicidade da vida pré-digital”, comenta a expert em tendências Iza Dezon. “Mas quem nasceu nos anos 1990 mergulhou no New Age porque os nascidos em 1970 eram os que lideravam na época. Nos anos 2000, a vibe era oitentista e por aí vai. O desejo também é cíclico.”

Somam-se a isso as diversas crises que inundam as notícias e as redes sociais. “A insegurança e a instabilidade são muito fortes. A nostalgia, portanto, representa aquilo que está na nossa memória afetiva. É natural buscarmos pelo passado para conseguir lidar com tudo isso”, afirma Lorena Borja, professora no Instituto Europeu de Design (IED).

TikTok, Instagram e até mesmo o Pinterest são invadidos de imagens que reproduzem as câmeras de VHS e os filtros analógicos das câmeras de filme ou mesmo do começo das versões digitais. Arcades, jogos de tabuleiro e clubes de leitura ganham destaque na programação semanal e, muitas vezes, noturna das pessoas – e isso acontece de São Paulo a Nova York.

“Os Millennials fazem por nostalgia, a Geração Z por achar que é novidade, por isso viralizam. Quem cria, quer conforto; quem replica, sente que está inventando algo novo. O mashup cultural é recorrente, mas nunca tivemos tanta sobreposição de conceitos, músicas e filmes como agora. Por isso, as referências ficam mais misturadas e, conseqüentemente, menos óbvias”, diz Iza Dezon. Um ponto de atenção importante que a especialista levanta é em relação à imensa reprodução dos conteúdos. “Com a velocidade, vamos desassociando das coisas e o aspecto aesthetic dita tudo. É preciso sempre manter o cuidado com o risco algorítmico.”

Na moda, a disseminação do second hand e do vintage remodelado por nomes como Alessandro Michele contribui para o ar de trans-temporalidade. “A ‘estética do brechó’ caiu no gosto dos mais jovens, justamente pela questão da autenticidade, de visitar um passado que não existe mais e se sentir especial por ter uma peça exclusiva”, aponta Lorena.

Porém, quando olhamos para o que é novo nas araras e passarelas, esse contexto também se reflete em um resgate de shapes, estampas e releituras. “Não se trata apenas de olhar para trás, mas de reinterpretar o que já foi com uma nova perspectiva, que esteja mais conectada ao presente”, comenta Luana Goldstein, head de produto da NV. Para ela, a moda entende que a nostalgia é também autenticidade e conexão. “Ao visitar o passado, criamos pontes com o presente e damos novo significado às peças que marcaram gerações.

“
COM A VELOCIDADE,
VAMOS DESASSOCIANDO
DAS COISAS E O ASPECTO
AESTHETIC DITA TUDO.
É PRECISO SEMPRE
MANTER O CUIDADO COM
O RISCO ALGORÍTMICO.”

IZA DEZON

A moda não replica: ela conta histórias.”

O minimalismo conhecido dos anos 1990, por exemplo, que surgiu como resposta ao maximalismo da década anterior e trouxe uma base “menos é mais” para os looks, aparece com intenção. “O slip dress, por sua vez, é usado com sobreposições, alfaiataria oversized ou até mesmo em looks diurnos. Ele mantém a sensualidade discreta, mas com styling que reforça liberdade e versatilidade”, complementa Luana. As calças cargo dos anos 2000 saem do universo utilitário para um guarda-roupa mais urbano, com propostas sofisticadas de tecidos, cortes e acabamentos. “O discurso muda: é sobre conforto com atitude. A moda hoje olha para o passado com mais maturidade e menos rigidez. O que era tendência vira ferramenta de estilo pessoal.”

Luana Goldstein lista algumas de suas preferidas: alfaiataria xadrez, “que tem aquele ar clássico, mas com uma modelagem mais cool”, usada em conjuntos para um efeito interessante. A risca de giz também entra nessa lógica, que, agora, surge colorida. “É ótima para combinar com jeans.” A atmosfera preppy das peças de tweed remetem ao colegial glam que marcou os anos 1990 e 2000, “mas com uma paleta de cor atualizada e styling despretensioso”. Para a professora de moda, o ponto alto é a disseminação da customização das peças. “É um rework, que traz um tempero novo para os estilos. E o céu é o limite”, brinca Lorena Borja. **nv**

BAN DANE- SE

NESTA COLEÇÃO DA NV,
A ESTAMPA QUERIDA DA MODA
GANHA NOVO PATAMAR

FOTOS **IVAN ERICK**
EDIÇÃO DE MODA **ROGÉRIO MARTINEZ**
DIREÇÃO DE ARTE **STE SANGI**
TEXTO **PAULA JACOB**

A dica de ouro é usar uma base clássica, como jeans e camiseta branca, e apostar na estampa em acessórios ou peças *statement*

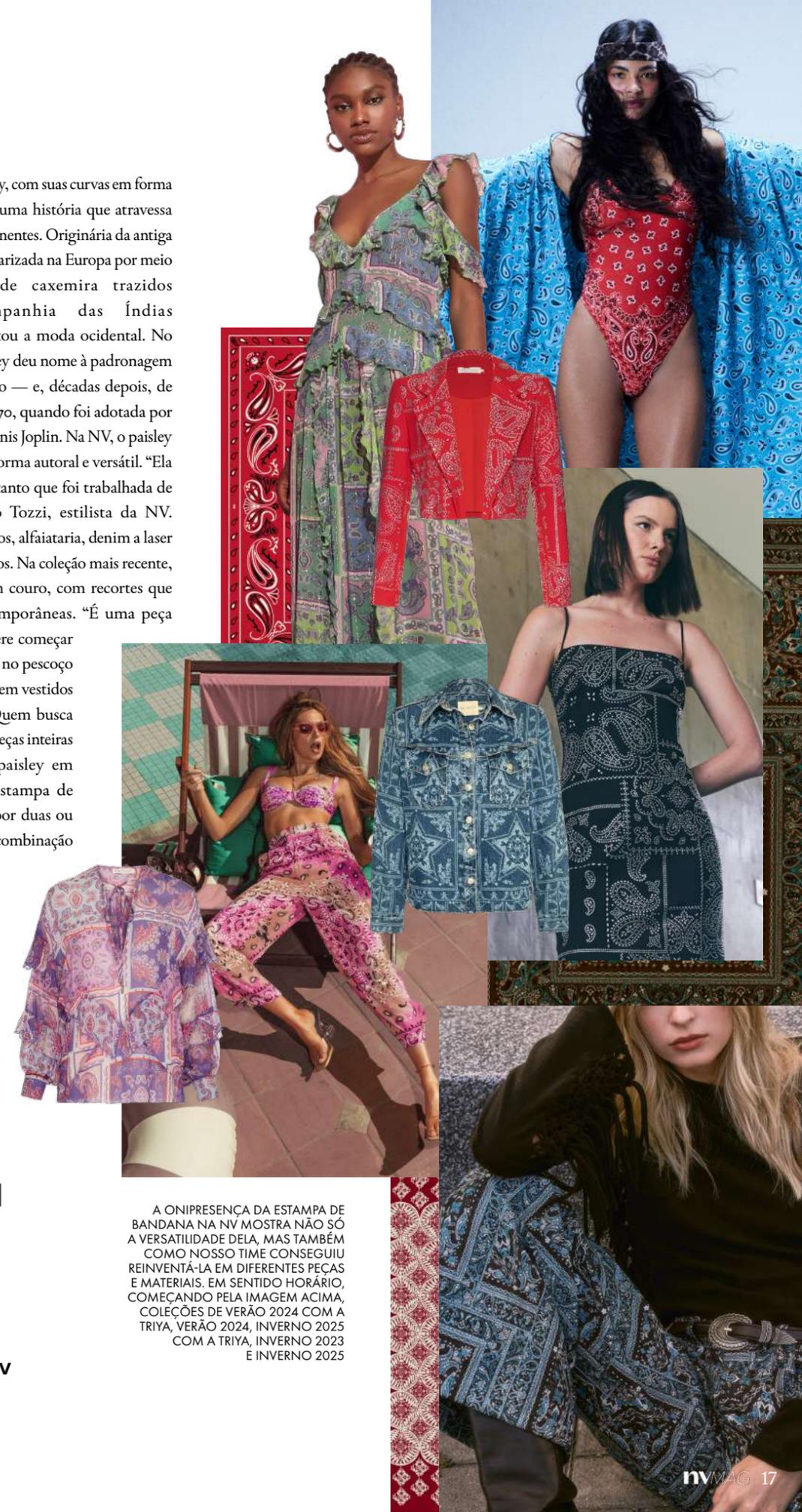
LUANA STAHL USA JAQUETA COURO
LENA, R\$ 7.998, REGATA **GABRIELLA**,
R\$ 248 E CALÇA JEANS **ANTONIA**
R\$ 598, TUDO **NV**



A estampa paisley, com suas curvas em forma de gota, tem uma história que atravessa séculos e continentes. Originária da antiga Pérsia e popularizada na Europa por meio dos xales de caxemira trazidos pela Companhia das Índias Orientais, ela rapidamente conquistou a moda ocidental. No século XIX, a cidade escocesa de Paisley deu nome à padronagem que se tornou símbolo de sofisticação — e, décadas depois, de liberdade e atitude nos anos 1960 e 1970, quando foi adotada por ícones como Jimi Hendrix, Beatles e Janis Joplin. Na NV, o paisley (ou estampa de bandana) aparece de forma autoral e versátil. “Ela já faz parte da identidade da marca, tanto que foi trabalhada de diversas formas”, explica Eduardo Tozzi, estilista da NV. A padronagem surge em tecidos fluidos, alfaiataria, denim a laser e até em aplicações de hotfix e bordados. Na coleção mais recente, ela ganha uma leitura sofisticada em couro, com recortes que criam composições únicas e contemporâneas. “É uma peça especial.” Para o dia a dia, Tozzi sugere começar com toques sutis, como uma bandana no pescoço com jeans e camisa branca, ou apostar em vestidos fluidos para um visual boho chic. Quem busca ousadia pode investir em jaquetas ou peças inteiras estampadas, que transformam o paisley em protagonista do look. “Como a estampa de bandana normalmente é composta por duas ou poucas cores, se torna mais simples a combinação com outras peças.”

“
A BANDANA
JÁ FAZ PARTE
DA IDENTIDADE
DA MARCA,
TANTO QUE FOI
TRABALHADA
DE DIVERSAS
FORMAS”

EDUARDO TOZZI, ESTILISTA NV



A ONIPRESENÇA DA ESTAMPA DE BANDANA NA NV MOSTRA NÃO SÓ A VERSATILIDADE DELA, MAS TAMBÉM COMO NOSSO TIME CONSEGUIU REINVENTÁ-LA EM DIFERENTES PEÇAS E MATERIAIS. EM SENTIDO HORÁRIO, COMEÇANDO PELA IMAGEM ACIMA, COLEÇÕES DE VERÃO 2024 COM A TRIYA, VERÃO 2024, INVERNO 2025 COM A TRIYA, INVERNO 2023 E INVERNO 2025

As escolhas do time

DO JANTAR AO FESTIVAL DE MÚSICA:
PEÇAS E COMPOSIÇÕES QUE FUNCIONAM
PARA TODOS OS ESTILOS



Ana Carolina Malfatti
ANALISTA DE MARKETING

OCASIÃO: JANTAR COM AS AMIGAS

É um look versátil, que, ao mesmo tempo, marca presença — funciona tanto para um jantar quanto para um festival.



Mayra Miranda
DIRETORA DE MARKETING

OCASIÃO: EVENTOS CORPORATIVOS DO AZZAS 2154

Escolhi estas peças porque elas carregam o DNA NV de alfaiataria e fica superadequado à ocasião. Mas, ao mesmo tempo, as riscas de giz coloridas trazem um ar com informação de moda.



Mariana de Oliveira e Castro
GERENTE DE BRANDING E COMUNICAÇÃO

OCASIÃO: EXPOSIÇÃO DE ARTE

Os jeans da marca são a minha paixão. Esta semana vou à exposição do Monet no Masp, meu pintor favorito, e o conjunto é perfeito, não é?



BRINCO ERRE

JAQUETA JEANS MILLIE

T-SHIRT NATI

BOLSA CELINE

CINTO QUITÉRIA

MOCASSIM SAINT LAURENT

CALÇA JEANS LIGIA



Nathalia Monreal
COORDENADORA DE TRADE MKT

OCASIÃO: SHOW DO OASIS

O trench coat de alfaiataria ganha um ar descomplicado quando combinado ao bermudão jeans destroyed e à t-shirt com estampa noventista. O coturno e a bolsa *crossbody* finalizam a *vibe* high-low.

IT-GIRL

NÃO SABEMOS NADA SOBRE ELA ALÉM DA SUA COLEÇÃO FASHIONISTA DE LOOKS CORPORATIVOS. SIM, ENTREVISTAMOS KAT FROM FINANCE SOBRE A REVOLUÇÃO QUE A MODA TROUXE PARA A SUA ROTINA

TEXTO PAULA JACOB



Se é por conta do sucesso de *Severance* ou da aposta de marcas como Prada e Stella McCartney na imagem contemporânea da mulher de negócios, uma coisa é fato: o guarda-roupa corporativo é tudo menos monótono. E ninguém melhor que Kat para incorporar este momento.

A persona por trás do *@katfromfinance* mantém seu nome, cargo, função e formação em segredo (uma raridade hoje em dia), mas ainda assim viralizou no Instagram e TikTok com inspirações de *office looks* nada convencionais. Pense em um corset de couro sobreposto a uma camisa listrada com gravata combinando, calça de alfaiataria e uma sandália de salto; ou então um terno risca de giz acinturado com sapatos tabi. Nada parece óbvio nas mãos desta “influenciadora-por-acaso”, que, em poses divertidas no banheiro arquitetônico do escritório em que trabalha, conquistou marcas de luxo e veículos europeus.

Ela credita essa virada de chave à mudança de uma cidade pequena para fazer faculdade na sempre efervescente Londres. “Ela me deu liberdade e confiança para explorar diferentes estilos sem me sentir inibida. Claro que cometi muitos deslizes no caminho, mas sinto que nos últimos anos encontrei meu ritmo”, conta ela à *NV Mag*. Mesmo sem ter trabalhado com uma personal stylist ou consultor de imagem, Kat compartilha que foi na tentativa e erro que construiu a sua evolução.

E mesmo com a discrição, sabemos ao menos que sua profissão é em um espaço corporativo, que, por décadas, engessou as possibilidades femininas quase como um espelho das masculinas. “Na minha cabeça, eu tinha uma ideia de como uma mulher de sucesso deveria se vestir, então, quando comecei nesse cargo, optei por roupas de trabalho mais convencionais – escolhendo peças que achava apropriadas. À medida que fui me sentindo mais confortável e trazendo mais de mim mesma para o dia a dia, percebi uma grande mudança tanto no meu desempenho quanto nas relações profissionais.” Superando o *dress code* rígido, o escritório de hoje se tornou um território de experimentação. “A roupa profissional não precisa ser sem graça ou genérica. É possível expressar seu estilo pessoal e, ao mesmo tempo, parecer elegante e adequada, seja por escolhas de cores, cortes ou detalhes sutis”, afirma Kat, que diz investir nos acessórios para quebrar algumas convenções. “Quando em dúvida, coloco o maior óculos de sol que tenho”, brinca.

Para quem fica babando nas composições inusitadas dela, a it-girl do momento afirma que não há jeito certo de começar, mas o seu próprio jeito. “Não precisa ir do 0 ao 100. Introduza elementos aos poucos e observe como eles te fazem sentir e como você é recebida. É um processo, que se estiver dando certo, continue”, diz. Além de tudo, é sensata! **nv**

OS SEGREDOS DE *nati* vozza

INVADIMOS A BANCADA DE MAQUIAGEM E SKINCARE DA NOSSA FUNDADORA PARA PEGAR AS MELHORES DICAS DE PRODUTINHOS QUE VÃO TRANSFORMAR A SUA ROTINA COM A PELE E CABELOS. ANOTE AÍ!

FOTOS: ANDRE LIGEIRO (NATI) / DIVULGAÇÃO (PRODUTOS)



1. Paleta de sombras Mini Biba, **Natasha Denona**; 2. Blush Dior Backstage Rosy Glow, **Dior**; 3. Corretivo líquido Soft Blur, **Mascavo**; 4. Base líquida Phyto Teint Nude, **Sisley**; 5. Spray fixador On 'til Dawn Matte à prova d'água, **One/Size On Patrick Starr**; 6. Batom Líquido NY Super Stay Vinyl Ink, **Maybelline**; 7. Pincel para corretivo Vanish Seamless Finish, **Hourglass**; 8. Batom Longwear Superstay Ink Crayon Matte, **Maybelline**; 9. Primer Dior Backstage Face & Body, **Dior**; 10. Máscara Voluminous Deep Burgundy, **L'Oréal Paris**; 11. Lápis multifuncional Artist Color Pencil Longwear Lip Liner, **Make Up For Ever**; 12. Bronzer em creme-gel Les Beiges Crème Mine Ensoleillée, **Chanel**. 13. Máscara para sobrancelha Realce, **Vic Beauté**; 14. Pincel de maquiagem duplo para rosto Mascavo Pro Series 01, **Mascavo**.



BELEZA
NECESSAIRE

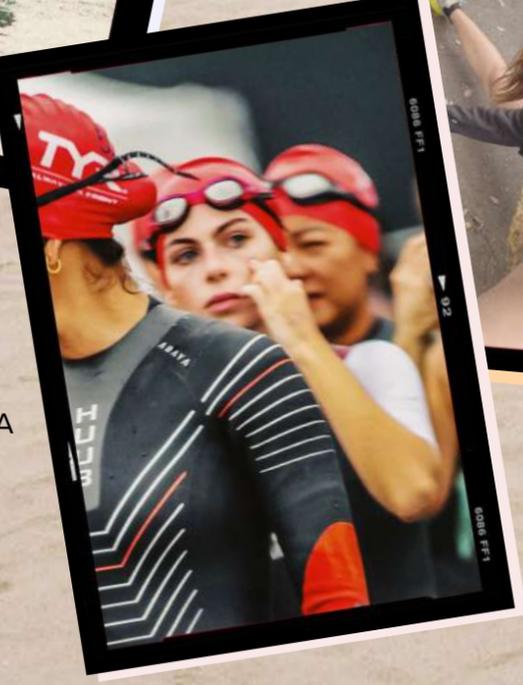


1. Sérum Óleo Rejuvenecedor Guerlain Abeille Royale, Guerlain; 2. Lip Glowly Balm Moisturize & Nourish Peach, Laneige; 3. Creme corporal L'Intégral Anti-Age Concentrated Firming Body Cream, Sisleya; 4. Creme para o pescoço StriVectin TL Advanced Tightening Plus, StriVectin; 5. Discos esfoliantes Zero Pore Pads 2.0, One/ Medicube; 6. Hidratante de colágeno Peter Thomas Roth Firmx Collagen Moisturizer, Peter Thomas Roth; 7. Creme Egípcio Mágico para pele e cabelo, Egyptian Magic; 8. Creme pré-maquagem Clarins Lisse Minute Base Comblante, Clarins; 9. Creme Bed Head After Party Smooth, Bed Head; 10. Creme Obagi Medical Retinol 1.0, Obagi Medical; 11. Creme facial reafirmante antirrugas Super Anti-Aging Face Cream, Dr. Barbara Sturm; 12. Creme Multirreparador Calmante Cicaplast Baume B5+, La Roche-Posay; 13. Dr. Barbara Sturm Night Serum, Dr. Barbara Sturm; 14. Gotas autobronzeadoras Isle of Paradise bronzeado leve, Isle Of Paradise.



“ ENTENDER NÃO SÓ O QUE EU GOSTO, MAS TAMBÉM O QUE MELHOR FUNCIONA EM MIM, ATRELADO A UM ACOMPANHAMENTO DERMATOLÓGICO, ME AJUDOU A TER UMA **ROTINA DE BELEZA ENXUTA**, COM PRODUTOS DE QUALIDADE E MULTIFUNCIONAIS. É UM NÉCESSAIRE VERSÁTIL PARA **QUALQUER MOMENTO!**”

ALTOS e baixos



TREINANDO PARA UM MEIO IRONMAN, QUE ACONTECE NO MÊS DE OUTUBRO EM CASCAIS, MAFE GANEM COMPARTILHA A SUA TRAJETÓRIA NO ESPORTE DE ALTA PERFORMANCE – E COMO O APOIO DE PESSOAS PRÓXIMAS E A HUMILDADE FAZEM PARTE DO PROCESSO EM DEPOIMENTO A **PAULA JACOB**

“Quando eu era pequena, achava que esporte era uma disciplina obrigatória da escola, por isso sempre tratei como algo presente na minha vida. Tanto que, aos 12 anos, comecei a fazer personal e, por não poder frequentar a academia ainda, praticava exercícios de atletismo ao ar livre. Mais tarde, por influência do meu irmão mais novo, que começou a correr ainda na faculdade, meu pai e eu decidimos nos aventurar também e passamos a ir ao Parque Ibirapuera juntos. Porém, eu achava que chegar lá e correr 8 km seria moleza. Doce engano: me perdia, precisava da ajuda de GPS... mas, finalmente, entendi que, para completar desafios, tinha que me dedicar de verdade. Foi aí que peguei o gosto.

Talvez seja por isso que uma das memórias mais marcantes para mim foi poder acompanhar meu irmão em uma prova de triatlo no Rio de Janeiro. Mesmo lesionado, ele insistiu em completar. Acompanhamos cada etapa vibrando e, quando ele cruzou a linha de chegada, choramos juntos. Ali, percebi de vez que queria fazer parte desse universo.

Meses depois, passei a investir meu tempo e atenção em outras modalidades, quando decidi me inscrever para o Ironman de Cascais [em Portugal], que acontece em outubro deste ano. No mesmo período, em 2024, já intercalava natação com treinos de bike indoor, até comprar a minha primeira bicicleta. Além de conciliar os horários com os últimos momentos da faculdade, outro desafio se pôs: eu não sabia andar de bike! Caí bastante, fiquei bem humilde e também desesperada, o que me fez voltar para o spinning por cinco meses. Criei coragem no começo de 2025 e só parei de cair mesmo faz um mês e meio. Tudo acabou conflitando com um período de adaptação e transição entre outras áreas da minha vida. Agora, entro em um ciclo bom, porque foquei em construir uma base.

Com isso, também entendi o quanto o triatlo é muito mental. Às vezes, dá vontade de desistir, mas a minha maior lição até agora é saber que os dias mais difíceis são os que a gente mais cresce. Não adianta mascarar os problemas, deixar a água bater na bunda: o esporte pede disciplina, planejamento e antecipação – seja para encaixar os treinos na agenda, seja para não negligenciar os

outros aspectos da minha vida. Esse equilíbrio é fundamental para evoluir aos poucos sem buscar os extremos e respeitando meus limites, mas também para não abrir mão dos momentos com minhas amigas, com meu namorado e com a minha família. Eles me ajudam a desacelerar e não deixar o esporte tomar conta de tudo. Afinal, esse não é meu trabalho, e entendo que precisamos abdicar de várias coisas, mas faço disso um hobby.

Ainda assim, é sempre importante lembrar que no triatlo cada pequena conquista importa: completar uma prova, bater uma meta, sentir-se forte em um dia ruim. Me sinto poderosa por superar limites, mas, às vezes, bate a ansiedade, especialmente antes de uma competição inédita.

“
HOJE, O TRIATLO ME FAZ SENTIR **MAIS FORTE E RESILIENTE** NÃO SÓ NO ESPORTE, MAS EM TODAS AS ÁREAS DA VIDA.”

MAFE GANEM

Sou detalhista, planejo tudo, fico revendo cada etapa na cabeça para fazer dar certo. No final, é isso que faz o esporte ser tão gratificante, uma espécie de terapia, desconexão do celular e do meu trabalho nas redes sociais. Durante meus treinos, desligo o telefone, esqueço dos problemas e foco em mim mesma. É um tempo só meu.

Se eu pudesse dar um conselho para quem está começando, diria que o início é sempre o mais difícil – independentemente da modalidade. Parece que nunca vai fluir, mas, aos poucos, a constância traz prazer, e a superação vira motivo para continuar. Celebrar as vitórias, mesmo as mínimas, é fundamental, dá sentido para a trajetória.

Hoje, o triatlo me faz sentir mais forte e resiliente não só no esporte, mas em todas as áreas da vida.” **nv**

FOTOS: DIVULGAÇÃO

SHIRLEY MALLMANN *is* **THE** **GUEST**

Ela é a convidada perfeita: sofisticada e espirituosa. Vai dos ombros proeminentes e cintura marcada às bermudas, alfaiataria e mocassim de maneira nada óbvia. É o retrato do quanto a mulher contemporânea transita entre os tempos e estilos sem perder a sua essência

FOTOGRAFIA **BRUNA CASTANHEIRA**
DIREÇÃO DE ARTE **STE SANGI**
EDIÇÃO DE MODA **ROGÉRIO MARTINEZ**
BELEZA **DANIEL HERNANDEZ**





NA PÁGINA ANTERIOR
SHIRLEY MALLMANN
(WAY MODEL) USA CASACO
COURO **OLIVIA**, R\$ 8.998,
E SAIA **ELEONORA**, R\$ 998,
CINTO **BEATRIZ**, R\$ 848,
TUDO **NV**. NESTA PÁGINA,
CAMISA **SASHA**, R\$ 498,
CALÇA COURO **LILY**,
R\$ 3.998. CINTO **QUITERIA**,
R\$ 748, TUDO **NV**. NA
PÁGINA AO LADO, BLUSA
ELEONORA, R\$ 1.398,
E SAIA **ELEONORA**, R\$ 998.
CINTO **CATARINA**,
R\$ 1.268, TUDO **NV**.





NA PÁGINA AO LADO,
JAQUETA **CLEO**, R\$ 1.698,
COLETE **CLEO**, R\$ 1.148,
E SHORT **CLEO**, R\$ 898,
TUDO **NV**. NESTA PÁGINA,
REGATA **PIETRA**, R\$ 1.198,
E CALÇA CORSÁRIO
PIETRA, R\$ 1.198. CINTO
CATARINA USADO COMO
COLAR, R\$ 1.268, TUDO **NV**.





NA PÁGINA AO LADO,
BLAZER **JULIETA**, R\$ 1.568,
CAMISA **SASHA**, R\$ 498,
E CALÇA **JULIETA**, R\$ 998,
TUDO **NV**. NESTA PÁGINA,
TÚNICA **CARLOTA**, R\$ 1.698,
CINTO **CATARINA** USADO
COMO COLAR, R\$ 1.268,
TUDO **NV**.



NA PÁGINA AO LADO, CASAQUETO **LORENA**, R\$ 1.998, CAMISA SEDA **LEA**, R\$ 1.348, SAIA **LORENA**, R\$ 948, CINTO **CATARINA**, R\$ 1.268, TUDO **NV**. NESTA PÁGINA, TRENCH COAT **CHIARA**, R\$ 2.498, CAMISA **MARINA**, R\$ 1.998, E SHORTS **MARINA**, R\$ 1.298, TUDO **NV**.



NA PÁGINA AO LADO,
CASACO COURO **OLIVIA**,
R\$ 8.998, E SAIA **ELEONORA**,
R\$ 998. CINTO **BEATRIZ**,
R\$ 848, TUDO **NV**. NESTA
PÁGINA, VESTIDO **CARMEM**,
R\$ 3.148, TUDO **NV**.

BELEZA: DANIEL HERNANDEZ
COM PRODUTOS (CABELO)
KEUNE E (MAQUIAGEM) DIOR.
ASSISTENTE DE BELEZA:
RICARDO LEAL. ASSISTENTES
DE FOTOGRAFIA: BEATRIZ
GARBIERI, FERNANDO BENTES,
STEFANY VILLAR E MARINA
TOLEDO. PRODUÇÃO DE
MODA: LUAN MENDES E
JHENIFFER PACHECO.
PRODUÇÃO EXECUTIVA:
BRAVVA PRODUÇÕES.
PRODUÇÃO DE CASTING: ALE
QUEIROZ. PRODUTORA DE
LOCAÇÃO: INNIOCO. SET
DESIGN: YURI GODOY.
ASSISTENTES DE SET DESIGN:
GABRIEL SALVADOR, GABRIEL
FILGUEIRAS E AFONSO
CAMPOS. PET: ARABELA (PET
MODEL). CAMAREIRAS: NEIDE
NUNES E PEPA. COSTUREIRA:
ANTÔNIA SILVA. MANICURE:
ROSE LUNA. TRATAMENTO DE
IMAGEM: HELENA COLLINY



MAIN *character* ENERGY

FOTOGRAFIA **IVAN ERICK**
DIREÇÃO DE ARTE **STE SANGI**
EDIÇÃO DE MODA **ROGÉRIO MARTINEZ**
BELEZA **IVAN BARRIA**

Relembramos nossas personagens preferidas de *As Patricinhas de Beverly Hills* para criar looks dignos de cinema. Mas na nossa versão, comprimento míni, meia branca e tweed ganham movimento em novas combinações – Cher e Dionne ficariam orgulhosas!

RENATA SOZZI (WAY MODEL) USA BLAZER **JULIA**, R\$ 1.848, CAMISA **SASHA**, R\$ 498, E SAIA **JULIA**, R\$ 998. CINTO **BEATRIZ**, R\$ 848, TUDO **NV**. RAISSA DIAK (MEGA MODEL) USA BIUSA TRICOT **DUDA**, R\$ 598, TOP **DANI**, R\$ 248, E SAIA **CATARINA**, R\$ 1.148. CINTO **BEATRIZ**, R\$ 848, TUDO **NV**. ANGEL (BOSSA MGT) USA VESTIDO **JULIA**, R\$ 1.298, E CAMISETA **LUA**, R\$ 248, TUDO **NV**. LOUYSE (PRIME MGMT) USA BLAZER **CATARINA**, R\$ 1.898, CAMISA MANGA LONGA **CAROLINA**, R\$ 798, E SAIA **CATARINA**, R\$ 1.148. TUDO **NV**



RAISSA USA BLUSA **AMELIE**,
R\$ 898, CAMISA **KIRA**, R\$ 678,
E CALÇA JEANS ESCURO
VINTAGE **VIOLETA**, R\$ 598.
CINTO **BEATRIZ**, R\$ 848, TUDO
NV. RENATA USA CASACO
AMELIE, R\$ 1.798, CAMISETA
LUA, R\$ 248, E SAIA **AMELIE**,
R\$ 998. CINTO **BEATRIZ**,
R\$ 848, TUDO **NV**

CHER:
*Would you
call me selfish?*



DIONNE:
No, not to your face.

BLAZER **MAGNOLIA**,
R\$ 1.548, CAMISA MANGA
LONGA **CAROLINA**,
R\$ 798, E SAIA **MAGNOLIA**,
R\$ 998. CINTO **BEATRIZ**,
R\$ 848, TUDO **NV**. NA
PÁGINA AO LADO, VESTIDO
SERENA, R\$ 1.198. TUDO **NV**



DAD:

Cher, get in here -
whats is that?

CHER:

A dress



DAD:
Says who?

CHER:
NV.



RENATA USA BODY TRICOT
MURY, R\$ 698, CAMISETA
LUA, R\$ 248, SAIA **MARTA**,
R\$ 898, E BLUSA CASHMERE
MAGGIE, R\$ 1.948. CINTO
BEATRIZ, R\$ 848, TUDO **NV**.
ANGEL USA BODY TRICOT
MURY, R\$ 698, CAMISETA
LUA, R\$ 248, SAIA **MARTA**,
R\$ 898, E BLUSA CASHMERE
MAGGIE, R\$ 1.948. CINTO
BEATRIZ, R\$ 848, TUDO **NV**

BELEZA: IVAN BARRIA COM
PRODUTOS DIOR BEAUTY.
ASSISTENTES DE BELEZA:
KATHERINE PORTILLO,
MISCHA BARROS, RAPHAELA
CRUZ, E RO RESENDE.
ASSISTENTES DE
FOTOGRAFIA: SIDNEI BRITO E
THIAGO LIMA. PRODUÇÃO
DE MODA: LUAN MENDES E
JHENIFFER PACHECO.
PRODUÇÃO EXECUTIVA: LEILI
RODRIGUES. ASSISTENTES DE
PRODUÇÃO EXECUTIVA:
CAROL DE OLIVEIRA.
COORDENAÇÃO DE SET:
CAIO DOUGLAS
NASCIMENTO. ASSISTENTE
DE SET: GIVANILDO SIMÃO.
CAMAREIRAS: FLAVIANA
OLIVEIRA E MARCIA CRISTINA
DA SILVA. MANICURES:
MARLENE ACCIOLY E EQUIPE.
TRATAMENTO DE IMAGEM:
PHILIPPE MORTOSA

Raça e Sensibilidade



FOTO: WIKICOMMONS

UM ROTEIRO DE VIAGEM PARA VOCÊ APROVEITAR (DE MANEIRA CONTEMPORÂNEA) O INTERIOR DA INGLATERRA COMO UM PERSONAGEM VIVO DOS CLÁSSICOS DA LITERATURA OU DO CINEMA

TEXTO PATI MACHADO

A cerca de uma hora e meia de Londres, o *countryside* inglês é um convite para desacelerar e entrar em cenários que parecem ter saído dos romances de Jane Austen. Os vilarejos de pedra em tons de mel, as ruas floridas, as lojinhas locais e os mercados de fazendeiros transmitem essa atmosfera literária – só que, hoje, com wi-fi e spa!

Minha dica inicial é alugar um carro no aeroporto de Heathrow, em Londres, e de lá traçar as rotas mais interessantes de acordo com a sua intenção de estadia e tempo. Fiz o caminho via Oxford, a cidade universitária mais famosa do mundo. Aproveite para comer em algum dos muitos cafés locais e não deixe de visitar a Bodleian Library, uma das mais antigas bibliotecas da Europa, que rendeu ótimos cenários para a saga *Harry Potter* no cinema.

De lá, dirija por volta de 30 minutos e encontre a sua próxima parada: o Estelle Manor, mansão dos anos 1770 transformada em um hotel encantador, cercado por natureza, com decoração sofisticada – veludo, mix de estampas e passamanaria por todo lado. Achei ideal para se hospedar por algumas noites: o serviço é impecável e há diversas atividades disponíveis para adultos e crianças.

Os antigos cômodos foram transformados em restaurantes de variadas gastronomias. No Glasshouse, montado no jardim, você encontra opções sazonais no melhor estilo *comfy food* com ingredientes que saem direto da estufa. Já no The Billiards Room, o cardápio de culinária chinesa foca em dim sum e pratos maravilhosos, como o pato assado inteiro. Não deixe de sentar no bar principal, The Living Room, para tomar drinks de uma carta diversa enquanto admira o movimento dos hóspedes que circulam por lá.

Aproveite a proximidade para visitar o Blenheim Palace, reconhecido como Patrimônio Mundial pela Unesco e local onde nasceu Winston Churchill. Além da natureza exu-



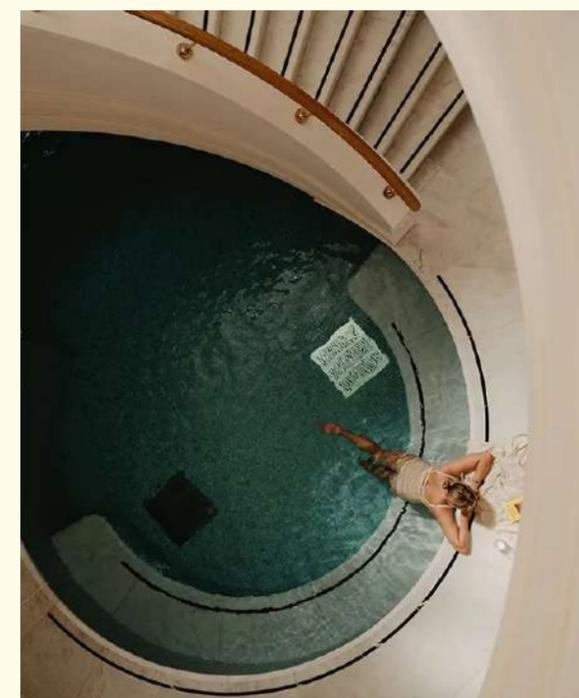
FOTOS: REGISTROS PESSOAIS / DIVULGAÇÃO

Em sentido horário, um almoço no *Glasshouse*; um dos *livings* do Hotel Estelle Manor; a vista do jardim da *Glasshouse*; mimos encontrados na viagem; o *Eynsham Baths*, um spa de águas termais; Pati Machado nas escadarias do palácio; a placa do *Adventure Lodge*; cabelos ao vento pós pedal; e a *pool area* do hotel de luxo.

berante e da exposição sobre a trajetória do político, vale prestar atenção na sala de descanso com paredes pintadas à mão e na Long Library, com 45 metros de comprimento e milhares de livros raros.

No terceiro dia, reserve a manhã ou a tarde para curtir o hotel com calma. O Eynsham Baths é um capítulo à parte: com 3.000 metros quadrados, o spa é inspirado na arquitetura das vilas romanas e oferece tratamentos baseados em rituais de cura chineses, tibetanos e indianos. Não perca também a loja The Muse, com curadoria impecável de marcas do mundo todo. Moda, objetos e pequenos luxos que refletem o espírito do lugar: elegante, atemporal e global.

Para fechar com chave de ouro, passe alguns dias em Londres e programe uma parada no Highclere Castle no caminho, o famoso cenário da série *Downton Abbey*. O castelo impressiona pela grandiosidade e preservação, e caminhar por seus salões dá até a sensação de que a qualquer momento um membro da família Crawley pode surgir! **nv**





OS CAFEZINHOS MAIS CHARMOSOS DE SÃO PAULO, EM DIFERENTES BAIRROS, PARA VOCÊ APROVEITAR E JÁ FAZER UM PASSEIO PELA REGIÃO – ANOTE AÍ!

COFFEE break

TEXTO PAULA JACOB

Martoca: Carioca de origem, essa padaria artesanal chega para deixar Pinheiros com um clima ainda mais intimista. No balcão, pães de fermentação natural — sourdough, azeite, multigrãos, baguetes — e doces como brownies e croissants acompanham perfeitamente a carta de cafés especiais, feitos com grãos do Café Por Elas. No empório, granolas, vinhos e kombuchas foram selecionados pela curadoria cuidadosa da fundadora, Marta Carvalho. A ambientação também é um convite para desacelerar: em tons terrosos, o espaço conta com mobiliário artístico e louça de querer levar para casa. *R. Cônego Eugênio Leite, 953*

Komah Bakery: No coração da Vila Madalena, ela mistura tradição coreana com toques contemporâneos em pães, doces e sanduíches criados pelo chef Daniel Park, por Lorraine Pestana (padeira-chefe) e Gabrielly Azevedo (chef pâtissier). O cardápio traz receitas típicas com ingredientes inusitados, cafés especiais da Um Coffee Co. e bebidas artesanais. Não deixe de provar o bolo de blueberry ou o misto quente com kimchi – explosão de sabores na certa! *R. Girassol, 273*



Cafê Zinn: Sabe aquele dia que tudo o que você precisa é de um abraço em forma de comida? Essa é a premissa deste charmoso café nos Jardins. Nascido da vontade de unir a tradição mineira da família da fundadora, Daniella Coelho, com a missão de criar um ambiente-experiência para os clientes, ele encanta pela atenção aos detalhes. No cardápio, a grande sensação — que inclusive acumula fãs no TikTok — é o bolo de chocolate com calda de brigadeiro, conhecido por “Zinn delírio” Impossível resistir! *R. Haddock Lobo, 1574*

Takko Café: Um dos endereços mais importantes nessa retomada do Centro de São Paulo, esse café descolado na Vila Buarque traz inspirações orientais no cardápio. Quem gosta de coado não pode deixar de pedir o do dia, mas, para os amantes de matcha, a versão latte (gelada ou quente) é a pedida certa. Não deixe de provar o sanduíche de pasta de atum com queijo ou, nas opções veganas, a torrada de cogumelos. *R. Major Sertório, 553*

Fioca: A confeitaria na Santa Cecília aposta em bolos, tortas e quitutes preparados com ingredientes orgânicos. As opções low carb, veganas, sem trigo, açúcar ou lactose são muito saborosas e não deixam a desejar (mesmo!). Com projeto de interiores colorido e sensorial, a Fioca é ideal para quem busca um lugar para comer bem e se sentir em casa. *R. Barão de Tatuí, 555*

Um Coffee Co Referência em cafés especiais no Bom Retiro, essa cafeteria especializada aposta em grãos próprios, qualidade premiada e inovação constante. Há opções para brunch, doces e bebidas autorais, tudo preparado com o cuidado da família Um — liderada pelos irmãos Boram e Garam, campeões mundiais de barismo. O ambiente acolhedor traduz a filosofia “do grão à xícara” e faz de cada visita uma imersão no melhor do café brasileiro. *R. Conceição, 553*



MARTOCA

MEMÓRIAS *desbloqueadas*

CONVIDAMOS **MICA ROCHA** PARA IMAGINAR COMO SERIAM OS TRAÇOS DE PERSONALIDADE DOS SIGNOS NOS ANOS 1990 DE ACORDO COM O COMPORTAMENTO DE CADA UM

TEXTO **MICA ROCHA**

TOURO

Seu melhor amigo era o Tony Sucrilhos, assistia a Friends degustando um chocolate Surpresa. A blockbuster era parada obrigatória aos sábados — mas sempre esquecia de devolver a fita rebobinada.



CÂNCER

“Se a lenda dessa paixão...” Essa música fazia (e ainda faz) a canceriana chorar. O motivo? Qualquer um que ela conseguisse manipular já virava um drama digno de novela. Afinal, a moda sempre foi a emoção.



LEÃO

Dona da coleção de papéis de carta mais invejável da escola, a leonina noventista ainda arrasava nos corredores com penteados mirabolantes com 102 presilhas no cabelo. A sua inspiração diária era ela mesma — acho que nada mudou.

ÁRIES

Para a tristeza de muitos, as arianas não alimentavam o Tamagotchi. Achavam uó ele não conseguir se virar sozinho e acabaram desistindo da tendência. Adoravam julgar as pessoas nos testes de certo e errado das revistas.



GÊMEOS

Sabe aqueles diários com cadeado? Então, o negócio da geminiana era chegar em casa e escrever sobre todos os casinhos do dia — porque quem precisa de só um crush? O único pesadelo, porém, era ter seu diário roubado.



ESCORPIÃO

Cantar Alanis Morissette com lápis borrado embaixo dos olhos + escrever “poesias sombrias” no caderno + acreditar que as Spice Girls eram um chamado espiritual. Um combo de respeito.



CAPRICÓRNIO

Ter um negócio próprio aos 10 anos com pulseirinhas personalizadas? Sem problemas! A planilha de vendas (à mão!) continha os gastos, os custos e, claro, os nomes das amigas que não tinham comprado uma versão sequer.



AQUÁRIO

Respeitar as regras do uniforme escolar nunca foi seu forte, muito inspirada pelas camisetas do Nirvana e as letras de bandas antissistema. Seu All Star era único, porque tinha desenhos em caneta permanente, que as aquarianas juravam ser “arte”.



PEIXES

Seu amor era o Leonardo DiCaprio em Romeu e Julieta — e de quem não era? Tinha um crush imaginário chamado Bruno e atendia as amigas jogando tarô na sua tenda improvisada no playground do prédio.



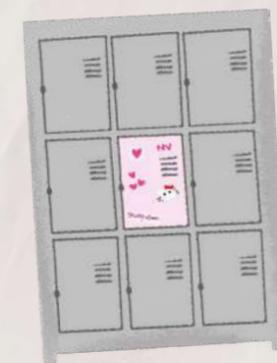
LIBRA

Folha do fichário decorada e uma nova melhor amiga toda semana. Ela também se jogava na onda de ser presidente do grêmio da escola, mas também era eleita como Miss Carisma na festa junina do bairro.



SAGITÁRIO

Inventava coreografia para o Terra Samba e obrigava a sala toda a participar. Adesivo “frases de liberdade” decoravam seu escaninho no armário da escola e sempre estava de olho no colírio Capricho da vez.



Quem você seria na redação da NVMAG?



1. NA SUA ROTINA AGITADA, VOCÊ NÃO ABRE MÃO DE:

- a) Alfaiataria impecável, afinal, clássico é clássico.
- b) Uma minissaia com blazer de ombros marcados – atitude sempre.
- c) Um look confortável com toque de couro.

3. SUA PALETA DE CORES FAVORITA PARA O VERÃO É:

- a) Tons neutros e terrosos para uma vibe sofisticada sem esforço.
- b) Preto e areia: mistério e elegância combinados.
- c) Frescor e leveza com off-white e cores claras.

2. QUANDO O TELEFONE TOCA SEM PARAR, VOCÊ:

- a) Atende calma, porque planejamento é sua palavra-chave.
- b) Já resolve tudo ali no improviso.
- c) Deixa tocar e responde por SMS.

4. QUAL PEÇA NÃO FALTA NO SEU GUARDA-ROUPO?

- a) Calça flare ou corsário para aquela silhueta elegante.
- b) Jaqueta bomber para um look statement.
- c) Vestidos com decote degagé, perfeitos para qualquer hora do dia.

5. SEU MOOD AO ENTRAR EM UMA REUNIÃO IMPORTANTE É...?

- a) Conquistar pela discrição e competência.
- b) Roubar a cena com estilo e segurança.
- c) Resolver tudo rápido e sair para o próximo compromisso.

RESULTADO

MAIS A

REDATORA-CHEFE

Organizada, clássica e estrategista, você comanda com elegância. Alfaiataria moderna é seu uniforme.

MAIS B

EDITORIA DE MODA

Criativa, ousada e sempre pronta para o próximo clique, sua estética preza por recortes, volumes e atitude.

MAIS C

REPÓRTER EM CAMPO

Prática e antenada, você equilibra conforto sem perder estilo. Couro e shapés descomplicados te definem.



NVHADDOCKLOBO

Rua Haddock Lobo - 1587
São Paulo/SP

NVHIGIENÓPOLIS

Av. Higienópolis - 618
São Paulo/SP

NVMOEMA

Rua Gaivota - 1188
São Paulo/SP

NVJK

Av. Presidente Juscelino Kubitschek - 2041 - Loja 208 / 209
São Paulo/SP

NVRIBEIRÃO PRETO

Av. Luiz Eduardo Toledo Prado - 900
Ribeirão Preto/SP

NVOUTLET

Rua Cristiano Viana - 78
São Paulo/SP

NVCAMPINAS

Av. Iguatemi - 777 - 2º Piso
Campinas/SP

NVLEBLON

Av. Afrânio de Melo - 290 - 1º Piso - Loja 109
Rio de Janeiro/RJ

NVVILLAGE MALL

Av. das Américas - 3900 - Loja 126
Rio de Janeiro/RJ

NVRIO DESIGN BARRA

Av. das Américas - 7777 - Loja 204 c, 2º Piso
Rio de Janeiro/RJ

NV FORTALEZA

Rua Des. Lauro Nogueira - 1500 - Piso L2
Fortaleza/CE

NV RECIFE

Av. República do Líbano - 251 - Loja 218 - Pina
Recife/PE

NVFLORIANÓPOLIS

Rua Bocaiúva - 2468 - Piso L2
Florianópolis/SC

NV PORTO ALEGRE

Av. João Wallig - 1800 - Loja 2102
Porto Alegre/RS

NVCURITIBA

Av. do Batel - 1868 - Loja 2
Curitiba/PR

NV BARIGUI

Rua Prof. Pedro Viriato Parigot de Souza - 600 - Loja 330, 3º Piso
Curitiba/PR

NVNOVALIMA

Al. Csar Niemeyer - 1369 - Piso térreo
Belo Horizonte/MG

NVDIAMOND MALL

Av. Olegário Maciel - 1600 - Loja 1909, 4º Piso
Belo Horizonte/MG

NVUBERLÂNDIA

Av. João Naves de Ávila - 1331 - subsl 00035
Uberlândia/MG

NVCUIABÁ

Av. Miguel Sutil - 9300 - Piso L2
Cuiabá/MT

NVGOIÂNIA

Av. Dep. Jamel Cecílio - 3300 - Piso 3
Goiânia/GO

NVBRASÍLIA

St. de Habitações Individuais Norte Lago Norte - CA 4
Brasília/DF

NVSALVADOR

Av. Tancredo Neves - 3133 - Piso L2

nv NATI VOZZA

