

NOVEMBRO 2022 | EDIÇÃO Nº 15 | NEWSLETTER DIGITAL

IGUATEMI DAILY



A UM PASSO DO ENCERRAMENTO DO ANO, OS PREPARATIVOS PARA AS FESTAS JÁ ESTÃO A TODO VAPOR, E NO IGUATEMI, A DECORAÇÃO DE NATAL DE 2022 SERÁ ASSINADA POR NINGUÉM MENOS QUE JEFF LEATHAM. NESTA EDIÇÃO, DESTACAMOS O RETORNO DA ESTAMPA ANIMAL COM A COLEÇÃO DA DOLCE & GABBANA CASA; AS TENDÊNCIAS DE MODA; DICAS DE VIAGEM; E BATEMOS UM PAPO COM AD JUNIOR, HEAD DE MARKETING DA TRACE BRASIL, SOBRE CULTURA AFROURBANA NA TELEVISÃO.

FRIEZE, A QUINTA FASHION WEEK

MODA

Na mais importante feira de arte contemporânea de Londres, as apresentações e exposições não se restringiram aos artistas. Com shows de Alexander McQueen, Raf Simons e Roksanda Ilincic, a Frieze London uniu o universo da arte e da moda em um só lugar, dando lugar a alguns dos excêntricos desfiles planejados inicialmente para a London Fashion Week, que foram adiados por conta do funeral da rainha Elizabeth II. O destaque nas passarelas foi também um reforço do que foi observado nos demais desfiles da temporada, como peças com transparência e couro. Havia jaquetas de smoking que expunham o torso; calças de cintura baixa; minivestidos com espartilhos; macacões jeans; e uma abundância de alfaiataria minimalista com leggings e saltos de gatinho brilhantes ou botas pretas grossas.



O OLHO FOI UM SÍMBOLO RECORRENTE NOS DESFILES DA FRIEZE. (FOTO: ALEXANDER MCQUEEN)

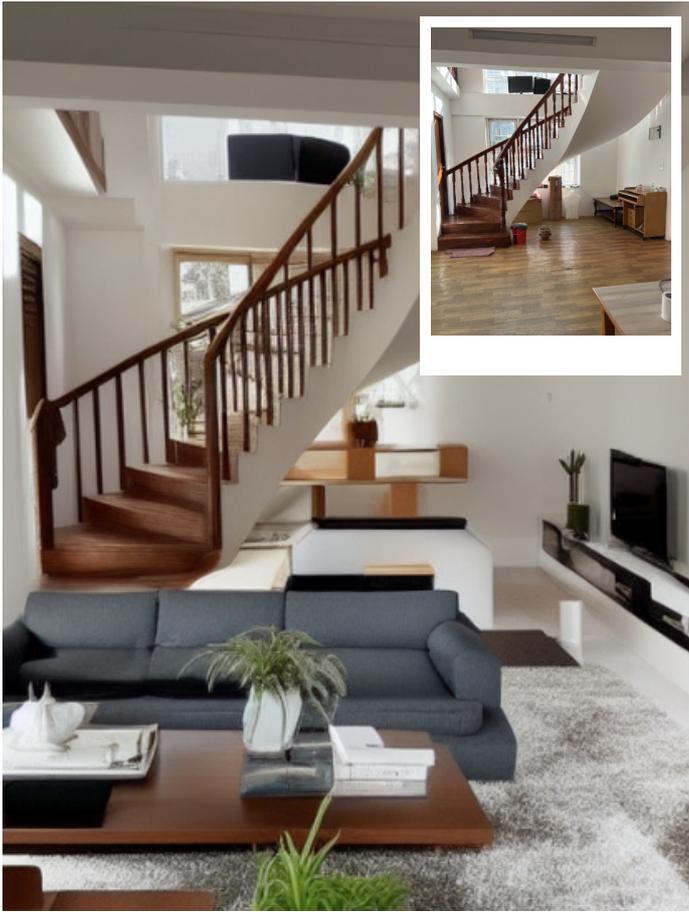
A VERSATILIDADE DAS TRACK PANTS

MODA

O bleisure, mistura de negócios e lazer que sucedeu a pandemia, não se limitou às viagens de trabalho. No universo fashion, sua chegada alcançou novas peças de marcas como Gucci e Max Mara, que trouxeram estilo às calças largas, comumente usadas em academias, e fizeram a moda pegar nos escritórios. As track pants foram inicialmente popularizadas no final da década de 1930, e desde então têm retornos periódicos que alcançam públicos segmentados, como os atletas nos anos 1960, os ícones do hip hop na década de 1980 e o público feminino no final do século passado. Hoje, a reinvenção do modelo parece a opção perfeita para qualquer lugar, o que inclui escritórios mas não se limita a eles, como temos visto nas passarelas e até mesmo nos tapetes vermelhos.



TRACK PANTS. (FOTO: THE WALL STREET JOURNAL)



DESIGN DE INTERIORES COM INTERIORAI. (FOTO: ELISSAVETA M.)

REDESENHANDO AMBIENTES

DÉCOR

O InteriorAI é uma plataforma geradora de imagens de inteligência artificial que concebe um novo layout para sua casa a partir do upload de uma imagem. O redesenho do ambiente acontece com base em um dos 17 estilos pré-selecionados que vão de “tropical” a “maximalista”. A ferramenta faz parte de um ecossistema crescente e controverso de geradores de imagens de IA como DALL-E e Midjourney, que usam inteligência artificial para produzir imagens com base em algumas palavras ou seleções básicas. O InteriorAI pode se tornar uma importante plataforma para a concepção de design de interiores. Contudo, ainda que seja ótimo para se inspirar e entender melhor o próprio estilo, não substitui a percepção criativa – e as habilidades de escuta – de humanos reais treinados como arquitetos e designers.

ANIMAL PRINT NA DECORAÇÃO

DÉCOR

No ano passado, foi lançada a coleção Dolce&Gabbana Casa, uma linha de móveis e decoração da tradicional marca italiana, e, em abril, foram abertas duas lojas em Milão dedicadas aos itens. A nova coleção inclui estampas de leopardo e de zebra, que, por décadas, foram elementos sofisticados em roupas e ambientes, mas que, recentemente, tem dividido opiniões de designers ao redor do mundo, como explora essa matéria do The Wall Street Journal. Para alguns, as estampas animais são desafiadoras na hora de harmonizar com os demais elementos de um ambiente sem ficar “poluído” ou brega. Outros apostam que é uma escolha neutra, já que os animais se camuflam na natureza e o mesmo pode acontecer em uma sala de estar. No final das contas, animal print entra e sai de moda, mas não deixa de ser uma aposta clássica e atemporal.



DGCASA LEOPARD COLLECTION. (FOTO: DIVULGAÇÃO)



LISE GRENDENE E SUA OBRA "AUTORRETRATO". (FOTO: PAUL MASSEY)

EXPOSIÇÃO "SKELETON CLOSET"

ARTE

A artista Lise Grendene, que assina como Lize Bartelli, realiza sua primeira mostra solo, "Skeleton Closet", na Galeria Simões de Assis, em São Paulo, até 10 de dezembro. A série de 15 obras apresenta retratos de amigas e familiares em ambiente intimista e propõe uma discussão sobre a posição da mulher na sociedade, com elementos que passam pela domesticidade, a passagem do tempo e as possibilidades de conexão e intimidade propostas pela casa. A fotografia é o ponto de partida do processo criativo da artista, que conta com pinturas, colagens e outros elementos que caracterizam a "mixed media", com diversas técnicas e materiais diferentes.

DIVERSÃO PARA TODOS OS GOSTOS

ENTRETENIMENTO

Para estimular diferentes reflexões, nesta edição trouxemos conteúdos multiplataforma, para todos os gostos. Nos cinemas, o filme em cartaz de Florence Pugh é uma ótima opção para os amantes de suspense. Já o podcast do professor de Harvard, Arthur Brooks, fala sobre como nossos objetivos de felicidade são muitas vezes sufocados pela doença do vício – e sua complexa influência neuroquímica em nossos desejos. E por fim, Annie Ernaux, que recebeu o Prêmio Nobel de Literatura no último mês, não poderia ficar de fora, e indicamos seu livro de maior destaque. Confira a seleção:

FILME

EM CARTAZ NOS CINEMAS, O SUSPENSE "NÃO SE PREOCUPE, QUERIDA" É UMA DISTOPIA SCI-FI EM QUE UMA DONA DE CASA QUE VIVE EM UMA COMUNIDADE EXPERIMENTAL DOS ANOS 1950 COMEÇA A SUSPEITAR DO CONTEXTO EM QUE ESTÁ INSERIDA E DO TRABALHO DO MARIDO.

PODCAST

NO EPISÓDIO "WHEN VIRTUES BECOME VICES" DO "HOW TO BUILD A HAPPY LIFE", O CIENTISTA COMPORTAMENTAL ARTHUR BROOKS CONVERSA COM A PSQUIATRA ANNA LEMBKE, QUE NOS AJUDA A ENTENDER A LACUNA ENTRE ONDE ESTAMOS E ONDE QUEREMOS ESTAR.

LIVRO

"OS ANOS" (2008), DE ANNIE ERNAUX, É CONSIDERADO SEU TRABALHO MAIS IMPORTANTE E RELEMBRA SUA VIDA, PINTANDO O RETRATO DE TODA UMA GERAÇÃO, A DOS FILHOS DA GUERRA, MARCADA PELO EXISTENCIALISMO DA DÉCADA DE 1950 E PELA LIBERTAÇÃO SEXUAL DA DÉCADA SEGUINTE.



FLORENCE PUGH EM "NÃO SE PREOCUPE, QUERIDA". (FOTO: DIVULGAÇÃO)

O HOTSPOT CULTURAL DO URUGUAI

VIAGEM

Na esquecida Pueblo Garzón, artistas, chefs e vinicultores estão transformando as ruas empoeiradas em um ponto cultural. Do restaurante do chef-celebridade Francis Mallmann – a quem é atribuído o pontapé inicial do renascimento da cidade – à galeria com instalações de artistas latino-americanos emergentes, La Galerilla, Pueblo Garzón tornou-se em um ecossistema de arte. O anual Campo Artfest, que acontece em dezembro, reúne artistas para criação de intervenções e abre a temporada de festivais na região, que conta também com a Este Arte e o Festival Internacional de Cinema José Ignacio. Além disso, neste ano, foi inaugurado o primeiro museu de arte contemporânea do Uruguai, o MACA, e lançada uma Ruta de Arte, unindo um circuito de instituições criativas. Garzón é o destino ideal para quem quer explorar arte, tomar um bom vinho nas vinícolas boutique e se hospedar em casas rústicas e luxuosas.



GARZÓN, DO CHEF FRANCIS MALLMANN. (FOTO: RODRIGO GUILLENEA)

OS MELHORES LUGARES DO MUNDO

VIAGEM

O Condé Nast Traveller divulgou o Readers' Choice Awards, um dos prêmios mais importantes da indústria de viagens, celebrando os melhores lugares do mundo. As indicações dos leitores são definidas em vários critérios, incluindo serviço, comida e atmosfera. Além disso, boa parte das listas são divididas de acordo com a localização: Estados Unidos, Europa, Caribe e Atlântico, Américas Central e do Sul, Austrália e Pacífico Sul, África e Oceano Índico, Ásia, e o restante da América do Norte. Na lista deste ano, que teve como base o voto de 24 mil leitores e outros 244 mil votantes ao redor do mundo, resorts, hotéis, aeroportos, linhas de cruzeiros e até as cidades mais amigáveis foram avaliados. No Brasil, Fernando de Noronha foi apontada como a melhor ilha das Américas Central e do Sul.



UXUA CASA HOTEL & SPA, EM TRANCOSO, MELHOR RESORT DA AMÉRICA DO SUL PELO QUARTO ANO CONSECUTIVO. (FOTO: DIVULGAÇÃO)

CULTURA AFROURBANA NA TV

UM BATE-PAPO COM AD JUNIOR SOBRE NARRATIVAS NEGRAS



AD JUNIOR, HEAD DE MARKETING DA TRACE BRASIL. (FOTO: VICTOR VIEIRA)

Comunicador, apresentador e influenciador digital, Ad Junior figura a lista dos afrodescendentes mais influentes do mundo de acordo com o Most Influential People of African Descent (Mipad), entidade global chancelada pela Organização das Nações Unidas. Ad, que é head de Marketing da Trace Brasil, foi peça fundamental para trazer a pioneira multiplataforma de cultura afroubana para o país. Presente em 180 países, a Trace se conecta com 350 milhões de pessoas globalmente, promovendo entretenimento e capacitando as novas gerações de criadores. Na entrevista desta edição, Ad conta as transformações que a plataforma trouxe para o Brasil e as novidades aguardadas para os próximos meses.

_Como você avalia o crescimento da produção e do consumo de conteúdo afrocentrado desde que a Trace desembarcou no Brasil, em 2019?

A Trace trouxe o afro consumo de audiovisual numa onda de outras pessoas que vieram antes de nós. Apesar de pioneira enquanto canal de TV a cabo, não foi a primeira a trazer conteúdo audiovisual – é importante honrar quem veio antes. Acredito que a Trace acabou impulsionando outras pessoas a entenderem ou a se sentirem motivadas a fazer também mais conteúdo focado não somente no lugar de falar de denúncia, mas de contar histórias positivas de potencialização. A Trace foi um

impulsionador para falar de cultura afrourbana no lugar do entretenimento. Antes tinha uma matéria aqui, outra ali, um documentário talvez, e na Trace toda semana falamos de coisas incríveis, potencializando narrativas. E muita gente se perguntava: será que a gente tem essa quantidade de coisa para fazer toda semana, para falar? O resultado é o que está aí: o programa mostrando sucesso com audiência além da expectativa.

_Ad, você acredita que houve uma mudança nas narrativas da população negra com a bagagem que a representatividade trouxe?

A Trace foi e é um lugar onde a gente pode experimentar novas formas de falar sobre e com o nosso povo, mas também com outras pessoas que se interessam por cultura afrourbana. Muita gente tinha uma questão de falar que o conteúdo é militância, mas não, nós militamos todos os dias quando lutamos contra o racismo no corpo que sofre as consequências de viver em um país racista, né? Mas, no dia a dia, as pessoas negras querem contar suas histórias e suas vivências, então eu acredito que sim, a Trace trouxe essa nova visão. A Trace impulsionou as narrativas negras e os números fizeram com que a gente estivesse no lugar onde está. E por falar em narrativa, neste ano, nós tivemos a oportunidade de assinar, juntamente com a Globo, um evento chamado Negritudes 22, focado em narrativas negras e no debate sobre diversidade e representatividade no audiovisual. Grandes nomes como Paulo Vieira e Manoel Soares colocaram ali a sua história sobre narrativas diversas – é nesse lugar que a Trace se posiciona.

_No Brasil, quais as principais frentes de atuação da Trace?

Hoje, a Trace trabalha com um canal 24 horas chamado Trace Brazuca, que está presente na Vivo, Claro, Net, na Samsung TV, LG Channel e Blue TV. A nossa audiência conta com o programa semanal Trace Trends, com o melhor da cultura afrourbana de todos os cantos e periferias do Brasil e do mundo, que, além de ser transmitido no Trace Brazuca, é veiculado no Multishow e no Globoplay – mesmo para quem não é assinante. Semanalmente, publicamos novos episódios no "Tô na Trace", podcast que agora tornou-se um videocast com uma entrevista com a Jojo Toddynho gravada durante o Negritudes 22. Além disso, temos também uma plataforma de educação chamada Trace Academia, que está em soft launch no Brasil.



AD JUNIOR, HEAD DE MARKETING DA TRACE BRASIL. (FOTO: VICTOR VIEIRA)

_Desde que foi estabelecida a parceria com o grupo Globo, a equipe da Trace Brasil já cobriu desde o Rock in Rio até a vinda da Viola Davis para divulgação de "A Mulher Rei". Podemos esperar uma cobertura especial da edição baiana do Afropunk, maior festival de cultura negra do mundo?

No ano passado estivemos no Afropunk e em breve vamos lançar um documentário produzido durante o evento, que por algumas questões acabou atrasando, mas que também faz parte dessa narrativa de contar as histórias por trás dos festivais. E neste ano, vamos também fazer uma cobertura. Não será ao vivo, pois ainda não é possível, mas teremos o black carpet como sempre, contando a história de quem está presente.

_Quais os planos futuros da Trace?

A Trace tem planos futuros legais para o canal crescer. Antes as pessoas não viam os números e agora é possível ver quantos telespectadores assistem ao canal. A gente tem cerca de 8 milhões de pessoas que assistem o Trace Brazuca mensalmente, contando a audiência da Samsung TV e do Ibope da TV a cabo. E temos um grupo de alta afinidade de pessoas que assistem o programa Trace Trends; somente em 2022, já acumulamos uma audiência de 6.7 milhões de pessoas. Ou seja, estamos falando de um universo de mais de 12 milhões de pessoas que assistem o nosso canal. Estamos crescendo muito! Pensa que a gente chegou em 2019 com um programa na TV aberta e hoje temos vários braços. Então vem novidade por aí! Inclusive com gente muito próxima à moda, então vale ficar de olho e acompanhar a Trace também nos nossos canais digitais: [Instagram](#), [Twitter](#), [Facebook](#), [YouTube](#) e [Spotify](#).

ACOMPANHE A TRACE BRASIL

Trace Trends

Multishow - Toda quinta às 23h30

[Globoplay](#)

Canal Trace Brazuca

Claro - Canal 624

Net - Canal 624

Vivo - Canal 630

Samsung TV - Canal 2455

LG Channel - Canal 279

Blue TV - Canal 521

Podcast Tô Na Trace

[Spotify](#)

[Deezer](#)

[Apple Podcasts](#)

[Globoplay](#)

[Amazon Music](#)

Redes Sociais

[Instagram](#)

[Facebook](#)

[YouTube](#)

[Twitter](#)



A REABERTURA DA FERRAGAMO

VAREJO

A Ferragamo, uma das mais importantes casas de moda da Itália, reinaugurou sua loja no Shopping Iguatemi São Paulo, seu principal ponto físico no Brasil, com o dobro do espaço. Agora com 288 m², oferecerá uma experiência personalizada para melhor atender e surpreender os clientes que desfrutarão da excelência e atenção aos detalhes que sempre caracterizaram a Maison italiana. A boutique, que segue o conceito do design flagship do Iguatemi, reforça e ilustra as intenções da Ferragamo no Brasil: a necessidade de expandir os valores da marca e a beleza do design italiano - não apenas na moda e no vestuário, mas também na atmosfera e no lifestyle. Um espaço curvilíneo e sofisticado, com materiais de alta qualidade, representando o que há de melhor na Maison italiana. Visite!



FLAGSHIP FERRAGAMO IGUATEMI SÃO PAULO. (FOTO: LU PREZIA)

JÁ É NATAL NO IGUATEMI

VAREJO

Nos aproximamos do Natal, uma das épocas mais esperadas do ano, e o Iguatemi já está entrando no clima. Em mais um ano, a decoração da praça do Iguatemi São Paulo leva a assinatura de Jeff Leatham, florista que já foi eleito diversas vezes o melhor designer de flores da Europa. Ele é diretor artístico do Hotel Four Seasons George V em Paris e tem clientes como Madonna, Oprah Winfrey, Hillary Clinton e família Kardashian. Para este ano, Leatham criou ursos gigantes, feitos com botões de rosas vermelhas artificiais que compõe, junto com as árvores e as bolas de Natal, os ornamentos da praça onde fica o famoso relógio do Iguatemi. Além disso, a decoração contará com pinheiros suspensos iluminados com luzes vermelhas. Confira de perto e se encante!

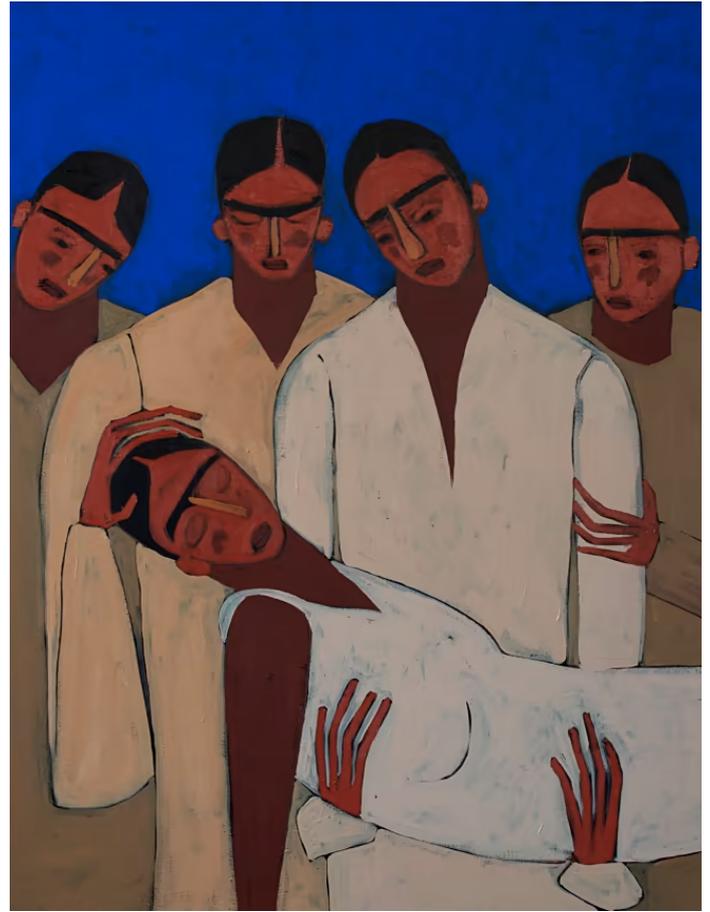


DECORAÇÃO DE NATAL DO IGUATEMI. (FOTO: DIVULGAÇÃO)

A VALORIZAÇÃO DO DESCANSO

COMPORTAMENTO

Ultimamente, muitas pessoas vêm tendo uma mesma sensação de exaustão, como explora o [artigo da escritora e curadora cultural Enuma Okoro](#). A questão não é uma vontade de dormir por dez horas e acordar com todos os problemas resolvidos ou um cansaço que impede a realização de atividades do cotidiano. Trata-se de uma impressão coletiva de que nada é o suficiente para alcançar um estado pleno de descanso. A autora sugere que talvez um dos motivos para tanto cansaço seja a quantidade de tarefas acumuladas e a dificuldade de "desligar o cérebro" com tantas coisas acontecendo – e tantas redes sociais para acompanhar. Fazendo um paralelo com obras de arte como "Generations" (2021), de Peggy Kuiper, Okoro questiona de que forma honramos nossos sentimentos de exaustão ou fadiga, tornando-nos vulneráveis a receber cuidados – afinal, o descanso é também autocuidado.



"GENERATIONS", DE PEGGY KUIPER (2021). (FOTO: REPRODUÇÃO)

EQUILIBRANDO OS PRATINHOS

BEM-ESTAR

Em meio a tantas obrigações na correria do dia a dia, a preocupação com o bem-estar vem se tornando mais uma coisa a se planejar cuidadosamente. A pandemia foi um exemplo claro de como o [esgotamento coletivo transformou a perspectiva sobre o wellness](#), mas o fato é que se somos nós que decidimos o que é autocuidado, com criatividade, qualquer coisa pode se encaixar na categoria. A constante exigência para que "fiquemos bem" não precisa ser algo levado ao pé da letra – afinal, mesmo seguindo à risca todos os to do's como meditação, skincare e atividade física, outras circunstâncias nos levam a sempre desafiar nosso estado de bem-estar. No fim do dia, muito além de comprar aquilo que a indústria de wellness propõe para melhoria, é preciso comprometer-se a seguir todos os passos, tendo consciência que a vida é um constante equilíbrio de pratinhos.



A EXAUSTÃO NO CUIDADO. (FOTO: KIM KIELHOFNER)

FESTIVAL DE INOVAÇÃO

INOVAÇÃO

O Web Summit, que acontece de 1 a 4 de novembro em Lisboa, é um dos principais festivais de inovação do mundo, e um dos mais relevantes acontecimentos da cena tecnológica e de negócios na Europa. De palestras e mesas redondas até mentorias e pitches, o evento entrega conteúdo em diferentes formatos e conta com mais de 20 palcos, espalhados por quatro pavilhões. Além de dar voz a nomes importantes de diferentes áreas, o objetivo do festival é conectar CEOs, fundadores, investidores, jornalistas, influenciadores, políticos e figuras culturais que estão moldando o mundo. Entre os speakers deste ano estão o brasileiro KondZilla, produtor de conteúdo e fundador do Canal KondZilla; o vice primeiro-Ministro de Transformação Digital do Governo da Ucrânia, Mykhailo Fedorov; e o cofundador do Airbnb, Nathan Blecharczyk.



WEB SUMMIT LISBOA. (FOTO: REPRODUÇÃO)

A INDÚSTRIA DA BELEZA MASCULINA

BELEZA

Da marca de cuidados com a pele de Brad Pitt aos produtos veganos e cruelty-free de Harry Styles, celebridades masculinas estão mergulhando na indústria da beleza. As marcas de beleza apoiadas por celebridades têm crescido continuamente. Do revolucionário império Fenty Beauty de Rihanna à Rare Beauty de Selena Gomez - fica claro que há um crescimento interminável de produtos e linhas que estão agitando a indústria da beleza. Agora, os homens estão começando a entrar nesse universo, com investimento em linhas de esmaltes e cuidados com a pele. Artistas como Machine Gun Kelly e Pharrell estão popularizando cada vez mais o autocuidado masculino, ajudando a abrir uma conversa necessária sobre a importância da beleza e da autoexpressão dos homens.



PLEASEING, DE HARRY STYLES. (FOTO: DIVULGAÇÃO)

PENNE NADA BÁSICO

O RESTAURANTE LE PAIN QUOTIDIEN COMPARTILHA SUA SAUDÁVEL RECEITA DE PENNE INTEGRAL COM PRESUNTO CRU



PENNE INTEGRAL COM PRESUNTO CRU. (FOTO: DIVULGAÇÃO)

A experiência no Le Pain Quotidien vai muito além dos maravilhosos pães. O restaurante do JK Iguatemi compartilha nesta edição a receita do macarrão penne integral com presunto cru.

Para começar a preparação, lave a rúcula e deixe-a sequinha. Coloque o penne para cozinhar em água salgada, e retire quando a massa chegar ao ponto al dente. Escorra o penne e em um bowl misture com

molho pesto e parte do parmesão ralado. Agora é só montar no prato! Espalhe a rúcula no prato e por cima coloque o penne já temperado, o tomate em cubos e o presunto cru em tiras. No topo do prato, coloque uma boa colherada de creme de ricota com pimenta do reino por cima. Para finalizar, mais uma colherada de molho pesto e parmesão ralado. Aproveite! :)

Macarrão

- **Penne integral**
- **Molho pesto**
- **Queijo parmesão ralado**
- **Rúcula**
- **Tomate em cubos pequenos**
- **Presunto cru**
- **Creme de ricota**
- **Sal e pimenta para finalizar**

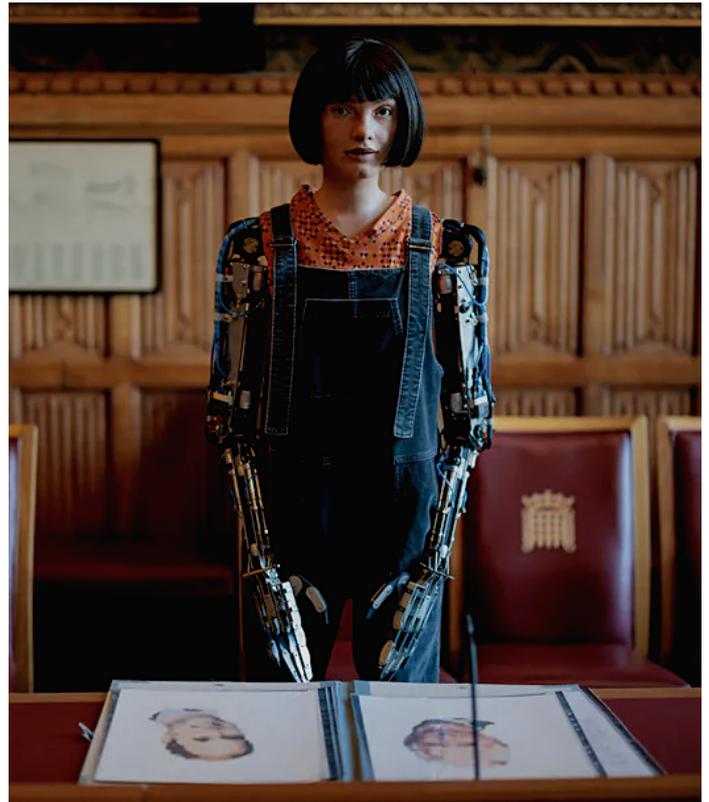
Molho pesto

- **Azeite**
- **Manjeriço**
- **Sal**

A PRIMEIRA ARTISTA ROBÔ HUMANÓIDE

INOVAÇÃO

Ada Lovelace, conhecida por Ai-Da, o primeiro robô artista humanóide ultrarrealista do mundo, foi concluído em 2019 e faz desenhos, pinturas, poemas e esculturas com uso de câmeras nos olhos, um braço robótico e algoritmos de inteligência artificial. Ada foi o primeiro robô na história a testemunhar na Câmara dos Lordes do Reino Unido. Pouco depois, entrou em pane e precisou ser reinicializado. Antes do "burnout", Ai-Da se dirigiu ao Comitê Digital e de Comunicações em um inquérito sobre o futuro da indústria criativa e como a tecnologia está moldando a arte. Ada chegou a declarar que acredita que a tecnologia é tanto uma ameaça quanto uma oportunidade para a arte e a criatividade.



O ROBÔ HUMANÓIDE ADA LOVELACE. (FOTO: ROB PINNEY)

03 PERFIS NO INSTAGRAM PARA SEGUIR



@RITACARREIRA

A MODELO PLUS SIZE RITA CARREIRA JÁ ESTRELOU CAMPANHAS PARA GRANDES MARCAS DE COSMÉTICOS, ESTAMPOU CAPAS DE REVISTA DESCRITAS COMO BÍBLIAS DA MODA E CRUZOU A PASSARELA DO SPFW. EM 2020, RITA FOI DESTAQUE EM MODA NA LISTA FORBES UNDER 30.



@BOUBOUDSIGN

O ARTISTA SENEGALÊS BOU BOU NIANG REVOLUCIONOU O MUNDO DA ARTE USANDO MATERIAIS INUSITADOS PARA FAZER PINTURAS. APESAR DE NÃO UTILIZAR OS TRADICIONAIS PINCÉIS, NÃO É ISSO O QUE IMPRESSIONA: BOU PREFERE PINTAR SUAS OBRAS DE CABEÇA PARA BAIXO.



@SADEKENYA

A APRESENTADORA E PODCASTER KENYA SADE COMPARTILHA NO INSTAGRAM SEUS ICÔNICOS LOOKS E BASTIDORES DE FESTIVAIS E EVENTOS QUE FAZ COBERTURA. NO ÚLTIMO ANO, KENYA ENTROU NA LISTA 30 UNDER 30 DO MEIO & MENSAGEM E É CONSIDERADA UMA REVELAÇÃO DO JORNALISMO.

#monthinspiration

O MOMENTO É DE PREPARAÇÃO PARA UM DOS MESES MAIS AGUARDADOS DO ANO. APROVEITE PARA ANTECIPAR SUAS COMPRAS E TER MAIS TEMPO LIVRE EM DEZEMBRO!

INSPIRED BY OXYGEN