



Em busca do sucesso



Babilônia Feira Hype volta ao Jockey Club cheia de expositores estreados
■ 24 a 30



De cara nova

Babilônia Feira Hype retorna no próximo fim de semana ao Jockey Club com promessas da moda

E

Monique Vasconcelos
monique.vasconcelos@igloba.com.br

ncerrada em 2007, a Babilônia Feira Hype jamais esteve ausente da memória de cariocas que gostam de procurar tendências na moda, na decoração e no design. No próximo sábado, vai matar a saudade: suas lonas e tendas voltarão a ser montadas no Jockey Club, cenário perfeito para um programa pós-praia. O retorno do evento — que revelou grifes como Espaço Fashion, Via Mia, Farm e Constança Basto — deve abrir caminho para novos nomes. Entre os 200 expositores, 90% estarão apresentando seus trabalhos pela primeira vez. Confira, nesta reportagem, algumas promessas.



■ ALGUNS DOS expositores cariocas que irão mostrar novidades na Babilônia Feira Hype: mais de mil pessoas se inscreveram.



■ FERNANDO Molinari (à esquerda) e Robert Guimarães, a dupla de organizadores do evento, que não aconteceu de 2007

• Para a dupla que organiza o evento, Robert Guimarães e Fernando Molinari, a Babilônia Feira Hype, além de ser um bom programa de fim de semana, é uma referência para quem busca oportunidades de negócios.

— A feira consagrou cem marcas que ainda estão fortes no mercado, incluindo dez que viraram redes de lojas. Agora esperamos uma nova geração de empreendedores. A feira volta ao Jockey Club privilegiando novas marcas da moda e da decoração. Além disso, apresenta 30 artistas plásticos — conta Molinari, responsável pela seleção dos participantes.

O número de inscrições para a reestrela da Babilônia Feira Hype passou de mil. Entre os selecionados, está a alemã Suzanne Jenne- rich, à frente da marca de moda praia Moça. Inspira- da pela beleza das praias cariocas, ela levará para a feira biquínis com estampas exclusivas.

Já as sócias Mônica Ben- tes, Helena Carvalhaes e So- nia Prado vão mostrar na

Babilônia Feira Hype al- guns acessórios para bici- cletas da quarta coleção da Anouk Bags, que trabalha com tecidos de forração impermeáveis, couro e malhas feitas a partir de garra- fas PET recicladas.

O público infantil é o alvo da Zirgldum, da designer Renata Curado. Ela prepa- rou para o evento t-shirts divertidas para meninos de 1 a 10 anos.

A nova Babilônia Feira Hype também terá espaço para nomes conhecidos no mercado da moda, como o figurinista Antonio Guedes, dono da marca Dobra, que marcou presença no Prê- mio Rio Moda Hype. Ele tra- balha com camisetas tingi- das à mão. Outra grife con- solidada que estará no evento é a Dayrell Bijoux, da advogada Fabiana Day- rell. A marca já participou de salões internacionais como SIMM, em Madri, e Prêt-à-Porter, em Paris.

Veja, a seguir, outras apostas de sucesso.

MAIS EXPOSITORES E OUTRAS ATRAÇÕES DO EVENTO, da página 26 à 30



BRANCHÉE

• A marca feminina Branchée foi criada em 2008, pela estilista carioca Carolina Hershnhut, que já trabalhou em grifes como Andrea Saletto, Patachou e Leeloo. Carolina começou a se destacar no seu desfile de formatura, quando venceu o Prêmio Zuzu Angel e ganhou uma bolsa de estudos em Paris. No exterior, trabalhou no Magazin Printemps e em outros ateliês. Para a Babilônia Feira Hype, a estilista vai preparar uma coleção de alto-verão com preços abaixo de R\$ 200.

REDEIRAS

• A gaúcha Carla Teixeira é representante do Redeiras, grupo de artesãs da Colônia de Pescadores São Pedro, em Pelotas (RS), que produz peças à base de redes de pesca de camarão e couro de peixe. Grávida de oito meses de um menino, Carla garante ter pique para trabalhar na feira e conquistar os cariocas com a técnica das artesãs.





TODA BOSSA SLOW DESIGN

• A Toda Bossa Slow Design surgiu do projeto final de faculdade das publicitárias Flavia Portela (à esquerda) e Lara Ferreira. Foi criada em 2007, com a proposta de oferecer produtos para casa com tiragem limitada e estampas exclusivas. A marca tem uma grande variedade de objetos de decoração assinados por artistas descolados, como a designer mexicana Mariana Camberos. "Nós trabalhamos com crowd sourcing, um modelo de negócios que conta com a colaboração de ilustradores. Para participar, basta nos enviar o portfólio, uma equipe avalia o conteúdo", informa Flavia.

QUE ISSO QUERIDA!

• A marca feminina Que isso querida! surgiu este ano, a partir da paixão das estilistas Chloe Lerina (à direita) e Mariana Cintra por misturar modelos vintage e atuais. Enquanto faziam cursos de moda no Fashion Institute of Technology, em Nova York, elas aproveitavam o tempo livre para garimpar nos brechós de Manhattan, do Queens e do Brooklyn. Na volta ao Brasil, lançaram a marca com duas linhas: a Made in Brechó, com os achados da Big Apple; e a Coleção Verão, com peças novinhas criadas por elas. Os visitantes da Babilônia Feira Hype poderão conferir as peças desta última.



ZOIA

• A marca de acessórios Zoia surgiu em 2005, no Instituto Gênese, incubadora de empresas da PUC-Rio. Suas sócias, as irmãs Vanessa e Alessandra Wagner, sempre estão à procura de matérias-primas e tecnologia que valorizem seus produtos artesanais. Grande parte das peças é confeccionada com cerâmica plástica. A sustentabilidade é o foco da marca, que dá um novo uso a resíduos industriais, como cápsulas de Nespresso. "Não fazemos joia ou bijuteria, fazemos zoias. É uma coisa intermediária", afirma Vanessa.



LULUCA

• Ela deu aula de dança por quase dez anos e foi estagiária do Centro de Movimento Deborah Colker. Em 2008, largou a vida de bailarina para se dedicar à moda. A carioca Luiza Viveiros de Castro lançou a marca Luluca após começar a fazer bolsas para as amigas. Hoje, além de bolsas, a Luluca tem acessórios para cabelos, chapéus, chaveiros e cintos.



FORROZINHO DE GALA

• Peças lúdicas, coloridas e modernas, que retratam histórias, compõem o perfil da marca infantil Forrozinho de Gala, da gaúcha Patrícia Fagundes. Há 18 anos, ela veio para o Rio, fez faculdade de Administração e chegou a trabalhar na área de marketing da Coca-Cola. Assim que soube que estava grávida, decidiu largar o emprego para se dedicar aos gêmeos Pedro e Artur, hoje com 7 anos, e acabou se apaixonando pelo universo infantil. "Minha inspiração vem de memórias e brincadeiras. Sempre há uma que casa com a proposta da roupa", diz Patrícia.



ANAS

• Ana Alencar e Ana Cécilia Friedheim são amigas de faculdade e, agora, de trabalho. Elas fundaram este ano a Anas, marca de sandálias flats, cuja primeira coleção foi lançada em agosto. As sócias pretendem conquistar o público feminino com modelos ideais para o verão.

MATERIAIS DE ARTESANATO, PINTURA E DESENHO.



IPANEMA

pinéis



GRANDE VARIEDADE
DE PEÇAS EM MDF

CURSOS

- Decoupage
- Pintura em Tela
- Desenho Clássico

Rua Visconde de Pirajá, 318, lj. 06, 07 e 20 - Ipanema - Tel.: 2267-5221



L'AFRIQUE

• Dois amigos de ideias criativas e sem medo de inovar. Assim são Bernardo Abramoff e Robyn Frant. Os jovens cariocas se uniram e criaram a marca de camisetas L'Afrique em agosto de 2010, com um investimento de R\$ 9 mil. A primeira leva, com 250 unidades, rapidamente se esgotou. A dupla, agora, espera alcançar um novo patamar na Babilônia Feira Hype.

Fotos de Felipe Hanover



ANAIT

• Criada pela estilista Christiana Sampaio, que já desenvolveu uma coleção para a Oh, Boy!, a Anait chama a atenção pela versatilidade. Apresentando modelos com rendas, decotes, laços e babados, a marca quer conquistar o público jovem. Desde pequena, Christiana sonhava trabalhar com moda, mas adiou seu sonho até receber um diploma de publicitária. Formada, investiu no mundo fashion e teve um de seus trabalhos reconhecido pelo Instituto Rio Moda.

Espaço Imobiliário



POR MARCO MIGUEZ

OBRIGADO AO ESPAÇO IMOBILIÁRIO

O excepcional ano de 2011 está acabando. Brindeamos a ele assim como a chegada do promissor 2012 que, tenho a certeza, será sublime. É natural que nessa época todos façamos planos de mudanças, muitas vezes radicais, com objetivo de grandes melhoras. Seja no trabalho, na vida emocional, pessoal, social ou espiritual somos acometidos de fé e esperança por dias melhores. Faço parte desse inconsciente coletivo, mas devo dizer que é necessário valorizar o presente como a própria palavra sugere "Presente". Esperar bons resultados do futuro é fisiológico, no entanto é no pensamento de agora que começo a realizar o amanhã. Para ilustrar, comecei a pensar na filial Botafogo em setembro de 2010 e em início de 2011 adquiri a loja que será sucesso absoluto a partir de 2012. Uma vez pensado e planejado, é hora de executar. Por essa razão, na certeza de estarmos preparados para atuar com a mesma excelência que já o fazemos há 11 anos na Tijuca, anuncio para os amáveis leitores dessa coluna a nossa definitiva chegada. O motivo que me leva à Zona Sul é apresentar a Corretagem de Imóveis que ela merece ter em sua geografia. Essa é a primeira de outras lojas que serão abertas, obedecendo o mesmo critério de planejamento e ação. Nesse momento de análise, agradeço ao Espaço Imobiliário que tornou 2011 um ano inesquecível, pois pude dividir com leitores anônimos, amigos, colaboradores e profissionais do ramo um pouco daquilo que mais amo fazer: falar do mercado imobiliário e ser um exemplo dentro de minha profissão. Essa coluna,

que tem o caráter e a função de ser um Informe Publicitário no segmento, começou no início de 2011 no caderno de bairro da Tijuca e logo depois estendeu-se à Zona Sul. A ideia é elucidar cada vez mais o leitor (que poderá ser um futuro cliente) e a todos que façam parte dessa gloriosa atividade. Agradeço ao Jornal O Globo e sua equipe, de A a Z, pelo crédito depositado em minha imagem, originando assim o "Espaço Imobiliário". Convido a todos que desejam fazer negócios imobiliários, seja na qualidade de cliente (vendedor ou comprador) ou ainda como corretor, que não deixe para amanhã o que se pode fazer hoje. **Aproveitemos o agora de 2011 para nos esboçarmos em felicidade no riso 2012.** Recentemente um executivo do mercado imobiliário perguntou para uma de nossas colaboradoras qual era o segredo de nosso sucesso. Sua resposta foi a seguinte: "É simplesmente a combinação de perseverança, seriedade, comprometimento, obstinação, dedicação, organização, disciplina e sobretudo AMOR ao que se faz". Obrigado a minha colaboradora por compreender tão claramente nossa essência e a todos que ajudaram a Miguez Imobiliária a chegar até aqui. Um brinde a vocês...!!



INSTITUTO DE EDUCAÇÃO GALILEU GALILEI
UNIDOS POR UM MUNDO MELHOR!

MATRÍCULAS ABERTAS - 2012
EM PARCERIA COM O SISTEMA
MIGUEL COUTO DE ENSINO

Robótica, artes, espanhol,
ballet e dependências



Rua Cinco de Julho, 254
Copacabana
(prox. metrô Biquinho Campo)
Tels: (21) 2255-0993 / 2254-7369
www.inreth.galileugalilei.com.br

2587-4000
Rua Afonso Pena, 71

2566-4000
Av. Maracanã, 1287E

www.miguezimobiliaria.com.br

Evento terá atrações culturais

• Lançada no mercado da moda pela Babilônia Feira Hype, a grife Farm volta ao evento como uma das principais patrocinadoras das atrações culturais desta nova edição. Em parceria com os organizadores, a marca lança o projeto "Novas bandas por estas bandas", que vai apresentar talentos musicais num palco montado na Praia Hype — uma praia artificial que ocupará 500 metros quadrados do Jockey Club.

Para marcar a estreia da atração, a cantora Thais Gulin se apresentará no sábado, a partir das 20h. No domingo, a animação ficará por conta do cantor, violonista e compositor Qinho. Seu show também começa-

rá às 20h. Durante todos os dias do evento, os visitantes também poderão conferir a Expo Foto Hype, que mostrará um novo olhar do Rio de Janeiro a partir de imagens registradas por fotógrafos como Ary Motta, Didado Azambuja e Rubber Seabra, na Tribuna B. Na feira também será possível observar a técnica de pintura com gralite de Airá Ocsrepo, artista que participou de eventos culturais no exterior. Ele ocupará um espaço no qual prestará serviços de customização de objetos levados pelo público.

A Babilônia Feira Hype terá uma outra edição nos dias 17 e 18 deste mês. O horário de funcionamento é das 14h às 22h. Os ingressos custam R\$ 10.



Fotos de divulgação/Feira Ocsrepo

• O ARTISTA Airá Ocsrepo, que trabalha com técnica em tinta spray, irá oferecer serviços de customização aos visitantes do evento. No detalhe, um dos trabalhos feitos pelo grafiteiro

Ficou mais fácil comprar e vender no Natal.

Mais bonitos e práticos, os cadernos especiais de Natal dos Jornais de Bairro estão melhores tanto para quem anuncia como para quem busca ótimas opções de presentes e novidades para o fim do ano. Não perca!

Publicações:

Zona Norte / Tijuca: 10 de dezembro

Barra: 10 e 17 de dezembro

Zona Sul: 10 e 17 de dezembro

Niterói: 11 e 18 de dezembro

Baixada: 10 e 17 de dezembro

Zona Oeste: 18 de dezembro

Para anunciar, ligue: (21) 2534-4310

O GLOBO
NITERÓI

O GLOBO
TIJUCA

O GLOBO
ZONA SUL

O GLOBO
ZONA NORTE

O GLOBO
BARRA

O GLOBO
BAIXADA

O GLOBO
ZONA OESTE