

REVISTA

Finger

Ano III
Nº 11

O DESIGN DOS SENTIDOS
**NOVAS
TEXTURAS E
PADRONAGENS
QUE CRIAM
AMBIENTES
ÚNICOS**

DESIGN / ARQUITETURA / MODA / DECORAÇÃO / VIAGENS / TENDÊNCIAS
LANÇAMENTOS / CULTURA / ESPORTE / ESTILO / PESSOAS / MODO DE VIDA



VENEN

MAIS UMA EXCLUSIVIDADE DOS ALEMÃES:
MADEIRA MACIÇA PARA CRIAR AMBIENTES ÚNICOS.

LINHA VENEN. MADEIRA MACIÇA, CERTIFICADA E PROVENIENTE DE REFLORESTAMENTO.

O design
europeu com
a precisão
alemã.

Finger
Móveis Planejados

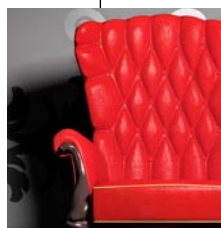
- //08 FEIRA DE COLÔNIA
- //12 LANÇAMENTOS FINGER
- //18 RUNNING É SAÚDE
- //22 O VINTAGE CHEGA NA DECORAÇÃO PRA FICAR
- //26 POR QUE OS CELULARES SÃO MAIS IMPORTANTES QUE AS CARTEIRAS HOJE EM DIA?
- //28 OS HOTÉIS DESIGN QUE SÃO DESEJADOS AO REDOR DO MUNDO



//32 MODA INTERIORES. ESTILISTAS FAMOSOS ASSINAM COLEÇÕES DE OBJETOS PARA CASA

//37 O QUE OS CLIENTES FALAM DA FINGER

//42 UM GUIA SOBRE MUNIQUE, A TERRA DA OKTOBERFEST



//48 URBANISMO. PROPOSTAS PARA DEIXAR AS CIDADES BRASILEIRAS MAIS BONITAS E SUSTENTÁVEIS

//54 VAN DER ROHE. O DESIGN ALEMÃO, PLENO E PRECISO

//58 SANTA ROSA AGORA TAMBÉM TEM UMA LOJA FINGER



QUEM FAZ O QUE:

Ano III Número 11 - A revista Finger é uma publicação da **Finger Móveis Planejados**, com distribuição dirigida e gratuita.
Conselho Editorial: André Menin, André Tavares, Edson Finger, Paulo Sá, Pedro Lauri Finger. **Editora:** Milena Fischer DRT/RS 9173
Textos: Milena Fischer, Bruna Paulin e Bianca Sirena - Revisado conforme o Novo Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa, que vigora desde 1º de janeiro de 2009. Os artigos e opiniões aqui expressos não refletem necessariamente a opinião da empresa.
Finger Móveis Planejados: Rodovia RS 404 - KM 04 Distrito Industrial Sarandi - Rio Grande do Sul - Brasil - CEP 99560-000
 Fone 55 (54) 3361.2199 - www.finger.ind.br
Tiragem: 10.000 exemplares - **Impressão:** Gráfica Serafinense - **Projeto Gráfico e Conceito:** Publivar ON Comunicação
Anúncio e Atendimento ao Leitor: comercial@finger.ind.br

EDITORIAL



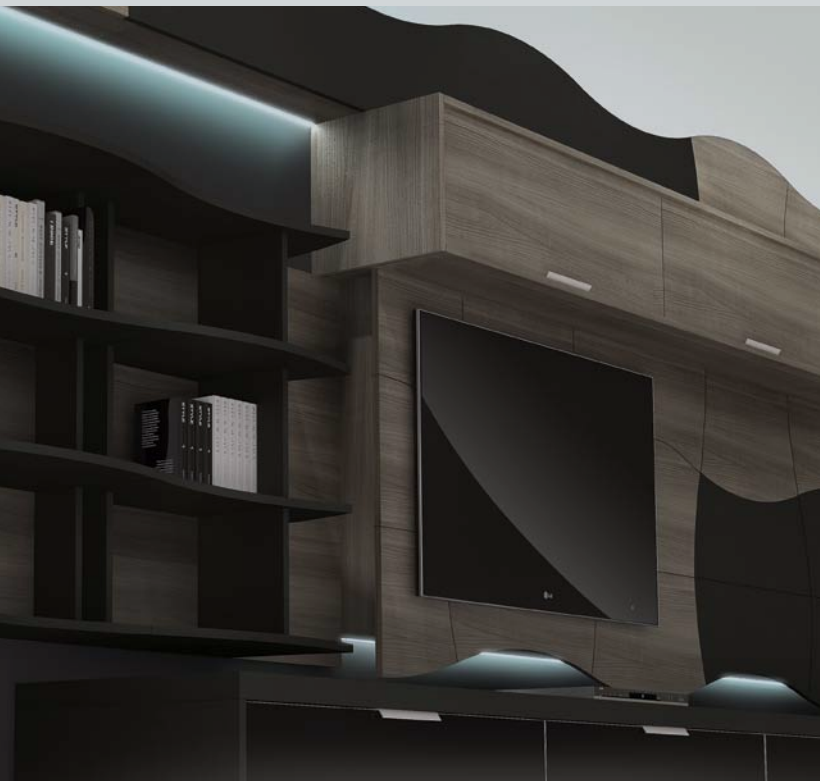
M

ais do que nunca, as tendências de comportamento, que sempre tiveram influência na moda, chegam ao design de interiores. Essa macrotendência mundial ficou evidente na última edição da Feira de Colônia (Alemanha) e, como não poderia deixar de ser, está presente aos lançamentos de 2011 da Finger. Texturas que lembram tecidos – como o denim, ícone da moda nas últimas décadas –, couro e madeira compõem os novos acabamentos dos móveis planejados. Nesta edição, apresentamos essas e outras novidades que a Finger desenvolveu para 2011.

A paixão das pessoas pelos pequenos aparelhos tecnológicos que estão revolucionando o dia a dia também é assunto da revista – você vai saber como um tablet ou um smartphone pode ser extremamente útil na organização de suas tarefas. O bem-estar também está na nossa pauta: mais de 4 milhões de pessoas praticam corrida no Brasil, e o número cresce a cada dia. A paixão pela prática tem uma explicação simples e tem transformado o cenário dos parques e ruas das cidades em grandes pistas de corrida.

Alinhada com a responsabilidade de sermos sustentáveis, a Finger levanta um debate importante na matéria que aborda a nova arquitetura das metrópoles – que avança, principalmente, em São Paulo. Prédios com grandes janelões (aumentando a luminosidade e evitando o consumo de energia elétrica), materiais construtivos reutilizados, linhas que conversam com a vizinhança. Que arquitetura é essa que, silenciosamente, está surgindo entre os grandes arranha-céus? Por falar em arquitetura inovadora, o perfil desta edição é de Mies van der Rohe (1886-1969), arquiteto alemão naturalizado americano que cunhou a frase (e o estilo de vida) “menos é mais”. Em um mundo de excessos, em que precisamos reciclar e rever nossos hábitos de vida, o que importa, definitivamente, está nos detalhes. Boa leitura,

Milena Fischer
 Editora



Muito tem se ouvido falar sobre inovação e a necessidade de se criar ideias e projetos inovadores. A palavra é derivada do latim innovatio e se refere, em verdade, a um método criado e que pouco se parece com padrões anteriores. É esse sentido essencial de inovar que praticamos na Finger, desde sempre. Desenhar métodos e projetos que superam seus antecessores em qualidade e eficácia, unindo design e tecnologia. Querer novos desafios ao ponto de buscá-los no dia a dia.

Essa é uma visão exercitada na Finger ao longo desses mais de trinta anos: crescer no ritmo das mudanças, da evolução tecnológica, da globalização e, principalmente, ir ao encontro dos desejos e necessidades dos consumidores brasileiros. Esse é o nosso cenário na busca da competitividade, inovação e do crescimento sustentável. A Finger investe, constantemente, na diferenciação de produtos e padrões, além de pesquisa e desenvolvimento para a criação de valor, proporcionando aos nossos clientes ambientes únicos.

Na Finger, acreditamos na capacidade de inovar como elemento importante ao reforço da competitividade, pois sabemos que não basta apenas fazer bem, é preciso também fazer diferente. É preciso buscar o que é único, diferenciado e altamente eficiente para satisfazer as necessidades e expectativas do nosso público consumidor. Para que esses desejos se tornem realidade, a cada dia, investimos constantemente no nosso parque fabril. Hoje, a Finger é uma das raras empresas do setor que oferecem ao mercado uma área com o que há de mais moderno em usinagem. Esses avanços permitiram, por exemplo, a criação da linha Kurve, levando as formas curvas para os móveis e painéis.

A Finger também tem inovado em materiais - oferecendo com exclusividade, na linha Venen, madeira maciça e certificada pelo FSC, a partir da qual são produzidos painéis e tamponamentos para ambientes verdadeiramente únicos. A partir desse mês, também estaremos trazendo dezessete novos padrões, em sua maioria exclusiva, permitindo que cada cliente possa personalizar ainda mais seus ambientes.

Este é o pensamento da Finger: inovar sempre, buscando ser cada vez mais competitiva, com a única intenção de garantir a completa satisfação de seus clientes.

Edson Finger
Diretor Executivo



ALGUMAS
COISAS
SÃO ÚNICAS.

COMO
SEUS
AMBIENTES.



Linha VENEN® madeira maciça e certificada. Esklusiven von Finger

O DESIGN
EUROPEU COM
A PRECISÃO
ALEMÃ.

Finger
Móveis Planejados



Mais de 110 mil móveis expostos – sendo 33 mil inéditos e inovadores. Os números atestam o que o slogan da Feira de Colônia, realizada na Alemanha, sugere: o lugar da inovação e dos negócios. **A indústria de móveis alemã é a mais expressiva da Europa** – no último ano foi alcançado um volume de vendas total de 18,3 bilhões de euros. Dentro desse cenário, a indústria moveleira da Alemanha registra mil empresas e 88 mil trabalhadores diretos. A paixão dos alemães pelo design reflete a tradição do país em inovação, design e tecnologia, tornando a Feira de Colônia um dos acontecimentos mais relevantes da área. Durante cinco dias, o evento recebeu 138 mil visitantes de 128

países, além de 1.213 expositores de 48 países. As linhas de móveis lançadas em Colônia chegam ao consumidor final apoiadas nas grandes tendências apresentadas durante a feira. **Confira quais são elas:**

TECIDOS DE DECORAÇÃO:

As cores lisas, com destaque para o branco, ainda predominam, mas listras coloridas e desenhos abstratos seguem como



A PAIXÃO DOS ALEMÃES PELO DESIGN REFLETE A TRADIÇÃO DO PAÍS EM INOVAÇÃO, DESIGN E TECNOLOGIA, TORNANDO A FEIRA DE COLÔNIA UM DOS ACONTECIMENTOS MAIS RELEVANTES DA ÁREA.

COLÔNIA

O FUTURO DO DESIGN



Tendência de cores quentes e patchwork apareceram muito na feira.

O PAPEL DA SUSTENTABILIDADE É INDISCUTÍVEL, A MADEIRA SUSTENTÁVEL VOLTA A GANHAR LUGAR DE DESTAQUE E OS AMBIENTES MINIMALISTAS SEGUEM NA MODA.



opções de uso para realçar detalhes de móveis e ambientes.

ILUMINAÇÃO:

A tecnologia do LED chegou ao seu expoente. A maioria dos armários e painéis está sendo equipada com essa tecnologia de iluminação sustentável, que reduz o gasto de energia.

SUSTENTABILIDADE:

Seu papel é indiscutível. A madeira volta a ganhar lugar de destaque nas linhas apresentadas, tanto na estrutura como nos detalhes de acabamento - com o desenvolvimento da produção sustentável da matéria-prima (madeira certificada).

ESPAÇOS COMPACTOS:

A Feira de Colônia apresentou as tendências de consumo e decoração dos consumidores jovens, que gostam de inovação, novidades e que usualmente moram em imóveis compactos.

Soluções planejadas, inteligentes e modernas são o grande destaque, promovendo o aproveitamento total dos espaços. Surge daí a variedade de cores, acabamentos e estilos das novas linhas de móveis planejados.

CONTRASTES:

As tendências mais quentes na decoração de interiores apontam para a importância do papel da cor na criação de prateleiras e estantes.

Os ambientes minimalistas, com predomínio de preto e branco, seguem na moda, mas marcam presença as superfícies coloridas, opacas ou reluzentes, em tons quentes, variando do creme ao marrom-escuro, com forte presença de texturas variadas inspiradas na moda - como couro, jeans e camurça. Em contraste com as linhas retas de sofás e cadeiras modernos, os designers estão investindo em formas sinuosas, inspiradas na natureza.

Para contemplar o aconchego, tendência que vem acompanhada da presença do vintage, muitos móveis foram apresentados na Feira de Colônia com revestimento de tecidos com efeito desgastado, além do uso de plush e patchwork.

VELHO-NOVO:

Uma das grandes tendências é a mistura do moderno, inclusive com móveis e objetos com múltiplas funções, e do antigo, ao que remete à história familiar e à intimidade.

O vintage, inspirado em formas clássicas e décadas passadas.



//TENDÊNCIAS QUE SE FIRMAM

- Branco em tecidos e superfícies de móveis
- Cozinha e sala como ambiente único
- Walk-in closets
- Decoração rococó - especialmente em padronagens de tecidos
- Cadeiras de jantar confortáveis (em sintonia com a tendência da slow food)
- Cozinhas e chuveiros ao ar livre

//TENDÊNCIAS PARA O FUTURO (BEM) PRÓXIMO

- União de quarto com banheiro, criando spas privados
- Madeira escura em combinação com vidro e aço inoxidável
- Uso de nanotecnologia nas superfícies
- Mobiliário sustentável (verde) e Premium
- Tons naturais e cores sofisticadas (atenção para o azul)
- Cores quentes para ambientes aconchegantes: iluminação de led para cozinhas, closets e painéis (sala de estar e quartos)
- Móveis de exterior que tenham cara de sala de estar

Mais informações: <http://www.imm-cologne.com>

PORTA CROSS: Padrão inédito, o Cross vem em TS 3mm com aparência têxtil. Mais personalidade para seus ambientes.

DENIM: textura jeans representa forte tendência de padronagem. Reflete ainda certa casualidade e descontração.

PALME: O vintage continua com este padrão, que é uma madeira com sutil toque amarelado, numa releitura do antigo marfim, popularizado no início dos anos 90.

ENTRE OS DIVERSOS LANÇAMENTOS DA FINGER PARA ESTE ANO, DESTACAM-SE AS SUPERFÍCIES QUE LEMBRAM COURO, MADEIRA E TECIDOS MODERNOS COMO O DENIM.

O ANO DAS TEXTURAS

GAVETAS: Guardar tudo de forma organizada, para os mais variados fins só é possível com móveis editáveis. Ou seja, de acordo com o espaço que o cliente tem, não com o padrão.



LANÇAMENTOS **FINGER**

COMBINAÇÃO PERFEITA:

Com o Denim e o Kind, ambos têxteis, é possível criar ambientes de grande intimidade com as texturas do que vamos armazenar (no caso, closet para guardar roupas).

KIND: Mais um padrão que vem do setor têxtil, o Kind imita couro ou camurça dentro das tonalidades Fendi. Deixam os móveis com detalhes sensíveis ao toque, criando outra experiência sensorial no ambiente.

A última edição da Feira de Colônia, na Alemanha, antecipou as tendências de decoração e mobiliário antes mesmo da badalada Feira de Milão, na Itália. Uma delas, talvez a mais marcante, faz menção à presença de detalhes nos móveis planejados, que vão aparecer com superfícies ousadas ou com texturas que lembram tecidos e madeira. A moda está cada vez mais presente nos detalhes dos móveis, traduzindo os hábitos dos consumidores em padrões e texturas para a casa.

Diante da macrotendência mundial, a Finger inova nos seus lançamentos de 2011 desenvolvendo, no Brasil,

padrões e linhas de móveis diretamente conectados com as linguagens contemporâneas da indústria do mobiliário. Desde sua criação, a Finger estuda e pesquisa as tendências do design e da arquitetura, no Brasil e no mundo, para produzir novos produtos e novas soluções de projeto de ambientes. Muitas vezes, nem tudo o que é visto e ouvido é absorvido e aplicado. Mas buscar informação em todas as partes do mundo e beber de todas as fontes é essencial ao trabalho de quem transforma o que pesquisa em soluções inovadoras e práticas para o estilo de vida do brasileiro do século 21.

Para a Finger, inovar é uma necessidade. E esse trabalho é fruto de uma premissa que torna a empresa diferente no mercado: convicção. É ela que orienta a Finger para inovadores desenvolvimentos que complementem a linha de produtos e que possuam o DNA Finger.

ALINHA FINGER 2011 ESTÁ REPLETA DE INOVAÇÕES

De acordo com o arquiteto e designer da Finger André Menin, nas coleções de 2011 foi possível reunir elementos que se complementam perfeitamente, como os novos padrões e texturas de BP. A Finger abriu novos caminhos e

possibilidades com novos padrões de TS, que, aliados aos perfis de alumínio, compõem produtos belos e altamente tecnológicos.

A linha de TS foi reformulada de modo a reposicionar o produto em meio aos lançamentos anteriores. As escolhas dos padrões foram direcionadas para desenhos de madeiras nobres, pedra e linho – dentro da tendência de levar a linguagem têxtil para o mobiliário.

O TS ganha a possibilidade de ser o protagonista do ambiente, além de seus padrões passarem a combinar com portas post-forming.

FRANGO NO UÍSQUE COM BÉCHAMEL E MIX DE ERVILHA E MIRTILLO



(PARA 4 PORÇÕES)

- 800g de sobrecoxas de frango sem ossos e cortadas em tiras
- 200 g de ervilhas frescas
- 100 g de mirtillo
- ½ colher (café) de páprica
- 20 ml de azeite de oliva
- 1 colher (sopa) de manteiga para a marinada
- 150 ml de uísque à base de milho (Jack Daniels)
- 100 ml de molho shoyu
- 500 ml de refrigerante sabor cola
- 100 ml de iogurte natural
- 50 ml de óleo
- 1 dente de alho em pasta para o molho béchamel (para 500 ml)
- 50 g de manteiga
- 50 g de farinha de trigo
- 500 ml de leite
- Sal e pimenta-do-reino a gosto
- 1 pitada de noz-moscada
- 1 bolinha de manteiga ou 1 colher (sopa) de creme de leite fresco.

Coloque as sobrecoxas de frango em uma tigela, misture e junte todos os ingredientes da marinada. Leve à geladeira e deixe marinando por um mínimo de 6 horas, revolvendo os ingredientes 3 a 4 vezes. Retire as sobrecoxas da marinada e deixe escorrer bem todo o líquido. Coloque o caldo da marinada em uma panela e leve ao fogo para ferver e reduzir até ¼ da quantidade inicial. Aqueça o azeite com a manteiga numa frigideira em fogo médio. Coloque os pedaços de frango doure de um lado. Antes de virar, espalhe a páprica e revolva as sobrecoxas, deixando dourar do outro lado. Retire o frango da frigideira, coloque em uma forma refratária e leve ao forno pré-aquecido a 180 graus por 20/30 minutos. Faça o molho béchamel enquanto o frango estiver no forno. Derreta a manteiga em uma caçarola sobre fogo médio. Fora do fogo junte a farinha de trigo. Misture e leve novamente ao fogo médio, juntando o leite aos poucos. Depois de juntar todo o leite deixe cozinhar o béchamel cerca de 8 minutos em fogo brando. Junte a noz-moscada



UM CHEF CURIOSO

Paulo Di Vicenzi é um chef aventureiro, sempre pronto para novas experiências na combinação de aromas, sabores e imagens. Chef a domicílio ou personal chef? Tanto faz, para ele o que importa é preparar pratos que valorizem a confraternização das pessoas e provoquem sensações agradáveis. Fora da cozinha, Paulo Di Vicenzi é diretor da empresa de pesquisas Qualidata Informações Estratégicas.

e acrescente sal e pimenta. Adicione a manteiga ou o creme de leite fresco para obter um molho mais denso. 3 minutos antes de terminar o cozimento do molho acrescente as ervilhas e depois os mirtilos. Retire o frango do forno, coloque na panela com o molho da marinada reduzido, revolva os pedaços de carne, retire e monte o prato, colocando a carne sobre o molho béchamel com mix de ervilha e mirtillo. Decore com folhas frescas de sálvia.



REHAU, INOVANDO COM QUALIDADE E SOFISTICAÇÃO

A líder de mercado em fitas de borda esta sempre preparando novidades para seus clientes. Produtos com muita tecnologia, inovação e qualidade garantindo a modernidade e sofisticação REHAU.



Laser Edge

Nova geração de fitas de borda. Permite a ligação da fita à placa sem a necessidade de um adesivo.



Relazzo

Deck de PVC que garante uma fácil montagem e manutenção, além de durabilidade e estabilidade.



Perfil de Junção

Utilizado para o acabamento de tetos ou assoalhos. Além de unir superfícies, tem ótima função vedante.

TODOS CORREM

ATRÁS DE SAÚDE,
BEM-ESTAR,
ESTÉTICA,
CONDICIONAMENTO
FÍSICO E ATÉ
MEDALHAS.



>> O CLUBE DA ENDORFINA TEM CRESCIDO A PASSOS DE MARATONISTA NO BRASIL. RECENTE PESQUISA DA ONG CORPORE, O MAIOR CLUBE DE CORREDORES DA AMÉRICA LATINA, EM PARCERIA COM A FUNDAÇÃO INSTITUTO DE ADMINISTRAÇÃO (FIA) DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (USP), MOSTROU QUE **4 MILHÕES DE PESSOAS PRATICAM CORRIDA REGULARMENTE NO BRASIL** – HÁ SEIS ANOS, ERAM 2 MILHÕES.

A explicação para o aumento expressivo de adeptos do esporte mais democrático que existe é simples: correr não exige lugar especial (pode-se correr na rua), equipamentos (além de roupas confortáveis e um tênis adequado), pode ser praticado a qualquer hora, faz bem para a saúde de todas as formas e ainda garante uma dose extra de endorfina, diminuindo o stress e abrindo o peito para sensações de bem-estar.

Esse número de atletas, profissionais ou não, chamou a atenção do mercado de artigos esportivos e alimentos especiais. Apesar do fato de que correr não exige grandes investimentos, como outros esportes (a exemplo do golfe, do tênis e do hipismo), os adeptos gostam de ter roupas especiais, como camisetas com a tecnologia dry fit, e tênis com maior capacidade de amortecimento, que garantem menos impacto aos joelhos e articulações. O resultado, segundo a mesma pesquisa, é que um corredor gasta, em média, R\$ 518 por cada prova da qual participa. O dinheiro é utilizado em treinamentos especiais, inscrição, alimentação, hospedagem e lazer (especialmente quando a prova é em outra cidade e convida a um fim de semana de turismo pela região). Estima-se que a venda de artigos esportivos específicos para corredores, de bebidas como isotônicos e o turismo voltado para o esporte movimentem por ano R\$ 3 bilhões. E os valores tendem a crescer.

SUANDO NAS FÉRIAS

Hoje, é comum grupos de amigos combinarem de participar de provas em outras cidades, Estados ou mesmo países, unindo férias ao esporte. Diversão garantida tendo como mote a atividade física. Vários sites (veja alguns no final da matéria) disponibilizam calendários nacionais e internacionais de provas de corrida, facilitando a organização de quem quer participar de uma série de atividades.

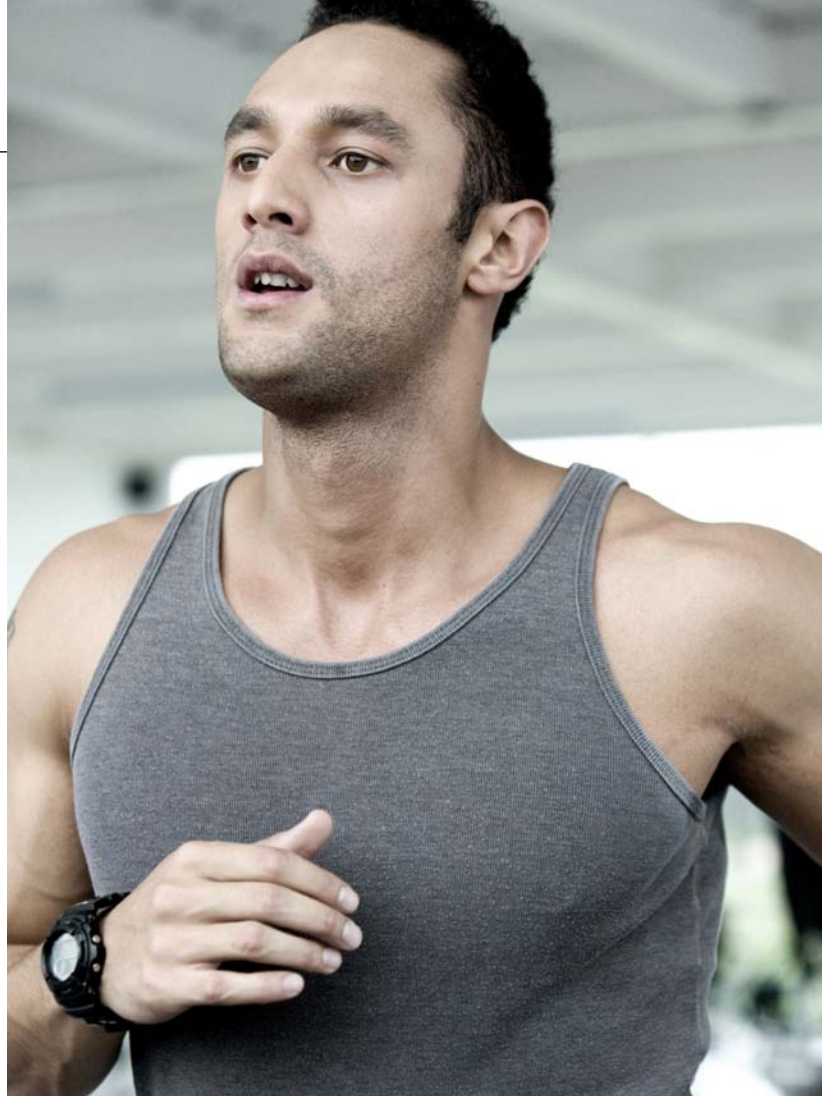
O mercado está de olho nessa nova leva de corredores, cuja faixa etária mais expressiva é de 35 a 59 anos – e desses, 75% têm curso superior e 25% ganham entre R\$ 8 mil e R\$ 20 mil por mês. O entorno das provas movimenta diversos setores – da hotelaria à gastronomia. A maratona de Nova York, a mais conhecida do mundo, gera mais de R\$ 360 milhões em negócios para a cidade.

FAZENDO AMIGOS COM CUIDADO

Além disso, a corrida tem outro aspecto que motiva mais pessoas a praticá-la, a cada dia: o convívio social. Para muitas

pessoas, a corrida é muito mais um elemento de relacionamento do que um esporte em si. Basta olhar à sua volta, nas ruas, nos parques e praças e mesmo avenidas de grandes cidades: todos correm. Idosos, mulheres, em grupos, duplas ou sozinhos. A cada dia cresce também o número de grupos de corrida organizados, com treinos ao ar livre com dias e horas marcadas, promovendo encontros entre amigos-atletas.

Logicamente, toda atividade física requer o acompanhamento médico, especialmente se a pessoa é sedentária e tem mais de 35 anos. Com um treinamento equilibrado e gradual, acompanhado por médicos e educadores físicos, não há limite de idade para começar a correr. E quem sabe a próxima viagem a Nova York, Rio de Janeiro ou Buenos Aires não se transforme em uma oportunidade de reunir os amigos e correr pelas ruas de famosas cidades de qualquer lugar do planeta?

**MANTRAS DO CORREDOR AMADOR**

- » Procure um médico e faça uma avaliação física completa.
- » Adote uma alimentação adequada aos treinos.
- » Hidrate-se.
- » Use roupas confortáveis, filtro solar e tênis com amortecimento.
- » Evite correr nos horários de sol forte – não é a quantidade de suor que indica o quanto você está gastando de calorias.
- » Convide os amigos, corra em grupo, pode ser ainda mais prazeroso e estimulante.
- » Não se imponha metas inatingíveis. Comece alternando caminhada e corrida e respeite os limites do corpo.

Sites com informações, calendários de provas e dicas:

o2porminuto.uol.com.br
www.corpore.org.br
www.webrun.com.br
runnersworld.abril.com.br

OBISPA
design

APRESENTA



.....
C O L E Ç Ã O '11
.....



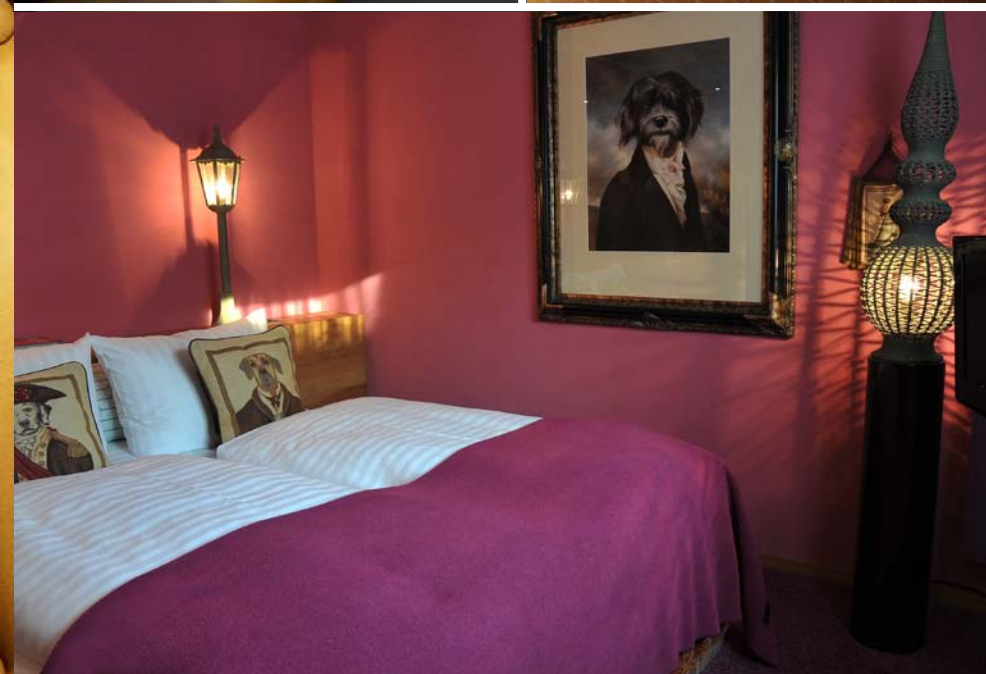
www.obispadesign.com.br

TENDÊNCIA | VINTAGE E RETRÔ

MÓVEIS E OBJETOS
VINTAGE, COM CARA
DE CASA DE VÓ,
GANHAM DESTAQUE
NAS TENDÊNCIAS
DE DECORAÇÃO E
DESIGN

PASSADO COMPOSTO

Objetos com valor sentimental, móveis que passam de geração para geração, peças decorativas que são patrimônio da família: tudo que até pouco tempo atrás podia parecer interessante somente em antiquários e cenários de produções de época ganha destaque em decorações de ambientes modernos. Mesclar em um mesmo espaço uma luminária art deco, uma estante fabricada no mês passado e almofadas em patchwork resulta em um ambiente cheio de personalidade, estilo e com a cara do proprietário.



O que é vintage?

A palavra vintage tem origem na língua inglesa e está relacionada a safras de vinho (vint é relativo à safra de uva e age significa idade da bebida). O termo foi popularizado para outras áreas, especialmente para moda e design, para batizar peças e criações que foram referência em algum período. Assim como usamos o termo antiguidade para criações dos séculos 18 e 19, o vintage serve para o que foi de melhor produzido durante o século 20, em especial entre as décadas de 1940 e 1970.

A tendência

De feiras de móveis e design a sites de decoração no estilo “faça você mesmo”, a tendência vintage está em todas as pautas. Durante a última Abimad - Feira Brasileira de Móveis e Acessórios de Alta Decoração, que ocorreu em São Paulo no mês de fevereiro, um dos destaques apresentados pelos 157 expositores estava relacionado diretamente a tendências focadas em referências pessoais: peças com aparência gasta e valor sentimental, quase como herança de família. Na Feira de Colônia deste ano, um dos eventos mais importantes do setor mobiliário, o patchwork e a mistura de velho e novo apareceram em muitos estandes. O vintage também aparece no design de eletrônicos, com aparência retrô, mas funcionalidade cheia de tecnologia - como, por exemplo, toca-discos com entrada USB, que pode ser



Dicas

» **Misture estilos: acrescente objetos e móveis que coordenem com o ambiente escolhido. Não descarte tudo o que já está no espaço, mas vá adicionando toques de época.**

» Vintage tem a ver com criações de destaque, peças especiais, com personalidade, produzidas há muitos anos. Porém, nem tudo o que é velho é vintage, assim como nem tudo o que é velho é antiguidade. Preste atenção na qualidade do design e dos materiais utilizados nas peças.

» **Misture épocas: cuidado para não transformar a sua casa em uma locação de época. Mesmo que objetos e móveis de uma década chamem mais sua atenção, tenha cuidado para não compor um ambiente totalmente inspirado nos anos 1970, por exemplo. Mesclre com peças contemporâneas e móveis de design minimalista.**

» Tintas, tecidos e papéis de parede podem ser uma boa saída para quem não quer gastar muito. Almofadas e cortinas novas, cores fortes e papéis de parede com estampas geométricas podem criar um novo ambiente sem que seja preciso trocar a mobília.

» **Objetos de valor emocional têm um sabor especial: a cristaleira da bisavó, fotos do casamento dos pais, jogo de cristal da avó, toalhas bordadas pela tia: além de trazerem vida para o ambiente, ainda são parte da sua história e da sua família, o que é muito mais charmoso.**

» Reforme, restaure, reconstrua: conserve o desenho original de um sofá, mas troque o tecido. Pinte uma cadeira, mantendo as características originais, mas acrescente um toque de sua personalidade.



Empresas como Brastemp, Smeg e LG lançaram linhas de geladeiras, fogões e televisores com cara antiguiinha.

conectado ao computador. Com o vintage, cada decoração é única. O mote é se apropriar de objetos que fazem parte da história da família, misturando-os com peças adquiridas há pouco tempo, e construir um ambiente com a cara e a história do dono. Peças de crochê, bordados, detalhes feitos à mão, mesmo não sendo emprestados da casa da vó, já ajudam a dar um toque retrô a quem tem mais receio de ousar. Diversas marcas de produtos de utilidades domésticas já apresentaram linhas de época, com peças de plástico e acrílico como as produzidas nos anos 1970, ou louças estampadas com rótulos de produtos antigos. A marca papéis de parede Bobinex, lançou uma

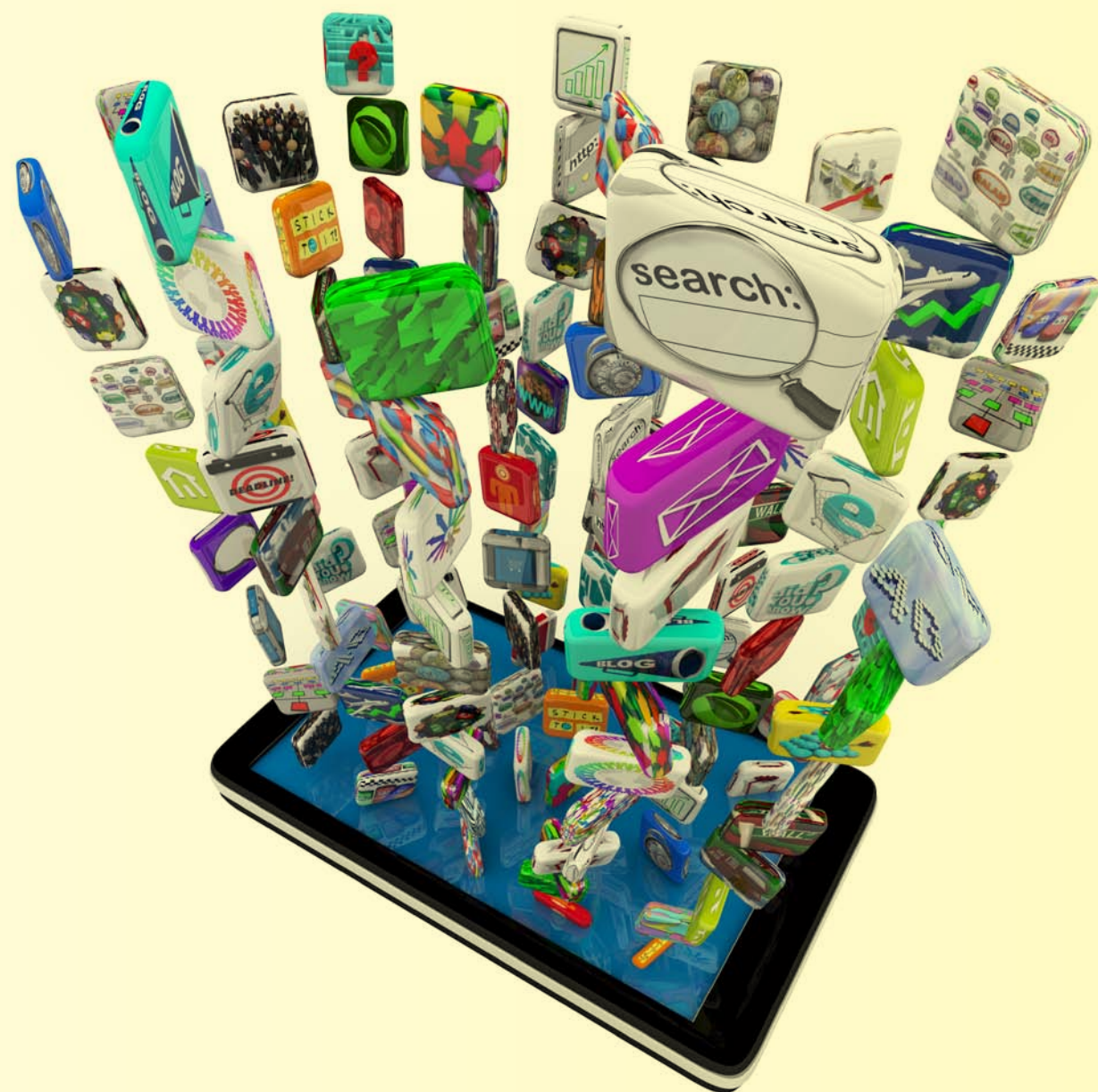
linha com a assinatura do designer Marcelo Rosenbaum com cara de anos 70. Mas o vintage não se limita aos móveis e objetos de decoração: diversas empresas estão investindo em produtos com tecnologia de ponta e design do século passado.

A LG lançou uma televisão portátil de 15 polegadas, no estilo anos 1970. Também é possível deixar a cozinha e o banheiro com uma aura retrô. Empresas como a Brastemp e a Smeg lançaram linhas de geladeiras e fogões com cara antiguiinha. Mas só o estilo remete ao passado: os eletrodomésticos retrô têm padrão A em economia de energia, controle de temperatura externo, timer digital, entre outras funcionalidades. Banheiras feitas de resina de alta performance com controle de temperatura e vazão de água também trazem modelos retrô, unindo estilo, beleza e praticidade. Gastando muito ou pouco em produtos recém-saídos da loja, garimpados em feiras ou surrupiados da coleção da casa da vó, o importante do estilo vintage é transferir para o ambiente a personalidade do morador, de uma maneira única e especial. O valor emocional serve de tempero para as mais discretas ou mais ousadas tentativas.



O designer Marcelo Rosenbaum lançou uma linha de papéis de parede com cara de anos 70.

OS PEQUENOS VÃO DOMINAR O MUNDO



PARA QUE SERVEM OS GADGETS, APARELHINHOS CHEIOS DE ESTILO E TECNOLOGIA QUE ESTÃO MUDANDO AS RELAÇÕES E OS NEGÓCIOS?

Quanto tempo você demora para responder a um e-mail importante? Provavelmente em casos urgentes você responde instantaneamente, esteja onde estiver. E isso só é possível com um celular ou um tablet na mão.

Alguns negócios inclusive nasceram da proliferação desses aparelhinhos que reúnem alta tecnologia e visual agradável, além de serem muito úteis. Um exemplo são as agências de publicidade mobile, especializadas em comunicação para celulares, tablets e smartphones. Samantha Carvalho, diretora da gaúcha Queen Mob, destaca que o público dessas ações cresce cada vez mais: “Hoje temos mais celulares do que pessoas no Brasil. Mas, ainda, mais de 80% desses aparelhos são pré-pagos e sem pacote de dados”. Porém, a venda de smartphones e tablets cresce sem parar. Segundo pesquisa divulgada pela empresa de consultoria IDC, a venda de smartphones vai ultrapassar a de PCs em 2011. “A praticidade que o smartphone me dá para consultar e-mails, agenda e contatos é única. O gerenciamento de informação que o iPhone (smartphone da Apple) tem é, para mim, perfeito”, revela o consultor de tecnologia Eduardo Moreira.

ESTILO E UTILIDADE

Para os usuários, mais do que a funcionalidade também está em jogo o design e o status de cada produto, como avalia Carlos Eduardo Espranger, que se autodenomina um geek (fanáticos por tecnologia): “Exemplo de gadget legal é aquele que, além de ter uma boa funcionalidade, também

tem um visual bacana que se encaixa não só no estilo do usuário, mas também no ambiente em que ficará exposto”. Mais do que praticidade e mobilidade, os gadgets mudaram a forma pela qual as pessoas se relacionam com a informação. “Preciso pensar na dona de casa que só manda mensagens e no garoto heavy user, expert em tecnologia. Pensando em uma experiência mais sofisticada para o público mais segmentado”, revela Samantha.

O consultor Eduardo Moreira também destaca a individualidade de cada aparelho: “Quem torna o gadget útil ou fútil é o usuário, de acordo com o uso que ele vai dar ao dispositivo, já que a cada dia, novos aplicativos desenvolvidos especialmente para tablets são lançados – e muitos disponibilizados de graça”. Para Moreira, as áreas que mais se beneficiam atualmente com esses aplicativos são as da comunicação, de produção de conteúdo e educacional. As formas de utilização são inúmeras. A eficácia do aparelho vai depender de como a pessoa definirá suas prioridades e funções.

HOTÉIS QUE VALEM A VIAGEM

Hotel 25Hours by Levi's, em Frankfurt, é fruto de uma parceria da rede de hotéis de design 25Hours com a marca mais famosa de jeans do planeta. Todos os ambientes são revestidos de denim.

Um hotel design (ou hotel boutique) deve ter poucos quartos, mas serviços, estilo e mordomia únicos. Aqui, individualidade é a primeira regra.



Hotel Faena, em Buenos Aires, é assinado pelo designer Philippe Starck.

Os hotéis se tornaram uma categoria à parte no amplo universo dos produtos, espaços e serviços qualificados como “de design”. O selo se tornou essencial para que algo seja considerado sofisticado e de bom gosto. Cadeiras de design, cake designer (o antigo boleiro?), hair design, designer de sobancelhas, life design e, claro, hotéis design. Esses endereços misturam sofisticação, arquitetura contemporânea, moda e acomodações exclusivas, mas sem perder o charme dos lugares mais bacanas do planeta. Nessa mesma linha aparece a classe boutique: instalações menores, com acervos de arte e serviços personalizados. As duas opções conquistaram os viajantes do mundo todo, chegando ao Brasil em 2002, com o Unique, em São Paulo.

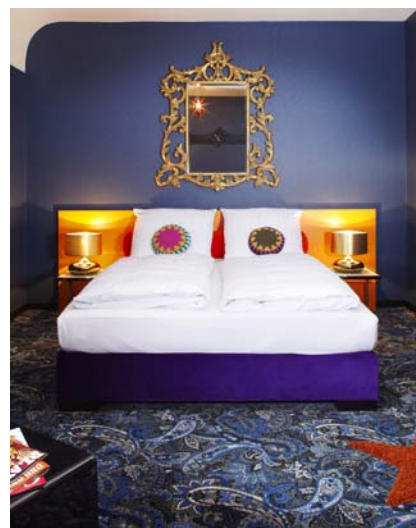
SIM, ISSO É UM HOTEL!



Hotel OMM, em Barcelona (e acima ao lado), é um dos estabelecimentos mais cobiçados por quem procura design e exclusividade na Catalunha.

Não é exagero dizer que há hotéis que valem a viagem – ou que pelo menos pedem que a agenda abra espaço para curtir a hospedagem. Um prato cheio para quem curte decoração, design e arquitetura – ou para quem nunca sonhou em encontrar um hotel tão bacana quanto o tour pela cidade escolhida. E o melhor: hoje, há redes de hotéis de design que oferecem preços bastante atraentes – como a Room Mate, que conta com hotéis em Madri, Barcelona, Buenos Aires, Nova York e outras cidades. Outros, claro, fazem parte da categoria AAA – praticamente seis estrelas, onde o cliente paga (e bem) pela experiência de se hospedar em um hotel desenhado por ninguém menos que Philippe Starck, por exemplo.

Imagine um ambiente completamente revestido de jeans. À primeira vista, a proposta parece um devaneio, mas o tecido foi alçado à condição de rei da rede hoteleira 25Hours em um projeto que leva o nome



Ambiente interno do hotel 25Hours Frankfurt by Levi's: onde o astro é o jeans.



Mystique Hotel, na ilha grega de Santorini (à direita), e Grand Millennium Sukhumvit, em Bangkok, tomam os destinos mais longínquos ainda mais atraentes, a exemplo do Hotel Missoni, no Kuwait, inspirado nas cores da areia e do mar.



da Levi's. O hotel reformado pelo arquiteto alemão Karl Dudler, em Frankfurt, traz a influência do brim estampada nos 71 quartos classificados por tamanhos. Tudo é possível quando a proposta é criar um hotel com design. De design. Por designers. Buenos Aires é uma das cidades que mais têm esse tipo de hotel. O Faena Hotel and Universe, assinado por Philippe Starck, no bairro Palermo, reúne luxo e excentricidades como um restaurante absolutamente branco, do piso ao teto, incluindo todos os móveis. Famoso pelos excessos, Starck usou também muito vermelho na decoração – até na área da piscina.

Outras redes hoteleiras apostam no design minimalista, em que os grossos carpetes dão lugar a piso de cimento queimado, poucos móveis de estilo e amplos espaços envidraçados. Na praia, na cidade ou no campo, eles estão espalhados pelos quatro cantos do planeta e podem ser incluídos no roteiro de uma viagem a muitos destinos. Inspire-se!



Há redes que oferecem preços atraentes, como a Room Mate que tem hotéis em Madri, Barcelona, Buenos Aires, Nova York e outras cidades.

As tendências das roupas também se expressam no design de interiores.

NO INTERIOR DA MODA



AS MARCAS DE DESIGNERS COMO ALEXANDRE HERCHCOVITCH E TOM FORD PODEM SER ENCONTRADAS EM CANECAS, COPOS, JOGOS DE TOALHAS E ROUPAS DE CAMA. A MODA ESTÁ SAINDO DOS ARMÁRIOS E INVADINDO A CASA.

Moda é, por definição, uma ampla tendência de consumo, interpretada de diversas formas pela indústria. Normalmente relacionadas primeiro ao vestuário, as tendências se expressam também na arquitetura, na indústria automobilística, no design industrial e em tantos outros campos ligados ao dia a dia das pessoas. No século 21, a moda está presente em todas as criações – das cores surpreendentes dos carros ao design dos telefones celulares. A moda sempre acompanhou os movimentos culturais e sociais

– das cores sóbrias do período pós-guerra à explosão psicodélica dos tecidos dos anos 1970. E essas tendências sempre estiveram presentes tanto nos armários das pessoas como na sala de estar. A relação da moda com a decoração não é novidade – o novo está no fato de grifes de design investirem em coleções batizadas por estilistas celebrados, estreitando ainda mais o vínculo entre a indústria da moda e o design de interiores.

ALTA COSTURA SE ESPALHA PELA CASA

Ronaldo Fraga estampa vestidos, camisetas, sapatos, almofadas, roupas de cama, papéis de parede, jogos america-





NA EUROPA, É POSSÍVEL VESTIR SUA CASA DE HERMÈS, GIORGIO ARMANI, FENDI, DIESEL E ZARA.



nos, louças. A célebre caveira de Alexandre Herchcovitch pode ser encontrada em canecas, copos e jogos de toalhas. Tom Ford inspira uma coleção de inverno de roupas de cama. A moda está saindo dos armários e invadindo toda a casa.

Com o objetivo de ampliar a variedade de opções de padronagens de peças de decoração e utilidades domésticas, diversas empresas estão agregando grandes nomes da moda a suas marcas, de uma maneira que o consumidor vista a assinatura de seu estilista preferido do guarda-roupa à mesa de jantar. Ultrapassando a fronteira entre moda e decoração, estampas, cores e estilos que são referência de nomes da moda tomam forma de objetos vendidos por lojas de decoração ou inspiram coleções que fogem do lugar comum.

A coleção de inverno do designer têxtil Ari Beraldin é um exemplo. Composta por 18 criações (lençóis, colchas, cabeceiras, almofadas decorativas, pantufas e linha gourmet), a coleção traz referências à produção do estilista norte-americano Tom Ford. Tons de cinza,

preto, azul, bege e branco, além de estampas de listras e xadrez, marcam as composições. “Normalmente o mercado oferece muito floral, bem feminino, com bordados, babados e plissados. Essa nova linha é mais reta, sóbria e inspirada na moda”, conta Beraldin. “No momento, tento me inspirar no que está em alta na moda masculina, como o listrado e o xadrez, que acompanham as linhas da cabeceira da cama, da prateleira na parede ou mesmo da arquitetura da casa. Para se sentir no campo, a pessoa não precisa necessariamente dormir sobre uma estampa floral”.

Aproveitando essa oportunidade, grandes nomes da moda também começaram a desenvolver coleções para casa em paralelo às coleções de verão e inverno, em peças com a mesma personalidade das que se encontram no closet. Na Europa, é possível vestir sua casa de Hermès, Giorgio Armani, Fendi, Diesel e Zara.

No Brasil, Adriana Barra estende sua estamparia marcante para móveis, pastilhas de cerâmica e uma linha de maçanetas e cadeados. Almir Slama criou três linhas de toalhas, louças de piscina, bolsas e acessórios de jardim: Floral Batuque, com flores e movimentos do maracatu, a Nautilus, com motivos aquáticos e marinhos, e a Geobrasilen, inspirado no geometrismo do estilo art deco. A facilidade dessas criações em paralelo

se apresenta através das semelhanças na criação e seleção de cores, texturas e até formatos: drapeados de vestidos em cortinas, rendas que podem ser aplicadas em camisas e abajures, almofadas com estampas saídas de saias. Na hora de decorar, a moda se aproxima do design de interiores, em tons e estampas que refletirão a personalidade do dono da casa. O vestir e a maneira de decorar um ambiente são reflexo do estilo pessoal e das referências de cada um.



HOME THEATRE UNE A FAMÍLIA



Antigamente chamado de sala de televisão, as famílias tinham o costume de se reunir para assisti-la; cabia somente uma TV, uma radiola e aquelas caixas de som imensas que mais pareciam mesas laterais ou de apoio e mesmo assim eram usadas separadamente - TV ou som. O Home é um ambiente que evoluiu bastante, tanto tecnologicamente quanto fisicamente, além de englobar várias funções distintas ou agregados.

Hoje em dia você pode montá-lo do jeito que desejar, não só escolher o tamanho da TV ou telão dependendo do espaço físico, como a potência dos equipamentos de áudio integrados a TV. O áudio, que hoje é primordial a integração com a TV, vem com várias caixas mínimas e com uma qualidade excepcional, para ser espalhadas pelo ambiente. Hoje, o Home está integrado ao estar da

casa, assim, esses dois ambientes distintos se juntam para receber melhor suas visitas, deixando o estar uma sala harmoniosa aonde o som contagiante do Home chega até ela.

Ele pode ser integrado a outros espaços da casa como uma varanda ou uma área de lazer. Uma sugestão para o Home é projetá-lo com placas de MDF com revestimento na cor preto seja fosco ou brilhante, se tiver portas, gavetas ou prateleiras que sejam também na cor preto. Escolha um bom equipamento de áudio também na cor preto. Assim você cria um ambiente moderno, os aparelhos ficariam imperceptíveis já que o preto sobreposto faz com que você perca a percepção do volume, destacando somente a imagem da TV. Causa um efeito belíssimo.



O CLIENTE ADOROU

O empresário Ney Fagundes, de Florianópolis, escolheu a Finger para planejar os móveis de sua casa – mas é a cozinha seu espaço preferido do lar. Moderna, contemplando toda a tecnologia que o cliente precisa, ela ganhou ares de estrela da casa:

- Optei pela Finger pelo projeto diferenciado, pela qualidade dos materiais e acabamentos e pelo preço. Os projetos são lindos, diferentes, e o acabamento é impecável. Na loja, o atendimento é incrível. Eles

trabalham junto contigo, cuidam dos detalhes e tudo fica com a cara do cliente.

Não esperava que fosse ficar tão lindo e tão bem feito! Superou completamente minhas expectativas. Fiz todo o apartamento com projetos da Finger, mas o carro-chefe é a cozinha.

Ficou tão bacana, tão diferente e, ainda sim, com tudo o que precisava que tivesse. As pessoas visitam a minha casa e saem daqui direto pra loja para fazer um projeto igual.



MORAR BEM COM EXCLUSIVIDADE

Morar num ambiente cercado de exclusividade é o que todo mundo procura. Ter ambientes que refletem o seu jeito de ser e seu estilo. Para isso, é necessário contar com uma boa dose de confiança nos produtos e na marca, para que se chegue a um resultado final que agrade e reflita o desejo do cliente. **Marinela e Carlos**, de Recife, escolheram a Finger por indicação e ficaram satisfeitos com o resultado. Para o casal, confiança é essencial:

- Se o produto não fosse de qualidade e se o pessoal da loja não nos passasse confiança, jamais executaríamos o que foi proposto. Encontramos o que esperávamos: a satisfação e a realização de um sonho, além da qualidade e da precisão nos detalhes da Finger.



UMA ESCOLHA CERTA

A indicação de amigos ou profissionais gera nos clientes a segurança de terem um projeto que não irá decepcionar. Esta foi a experiência dos clientes de Natal, RN. Eles conheceram a Finger através da arquiteta **Rose Gusmão**, que deu boas referências do produto e da loja. Na hora de idealizar o projeto, Rose conta que o maior desafio:

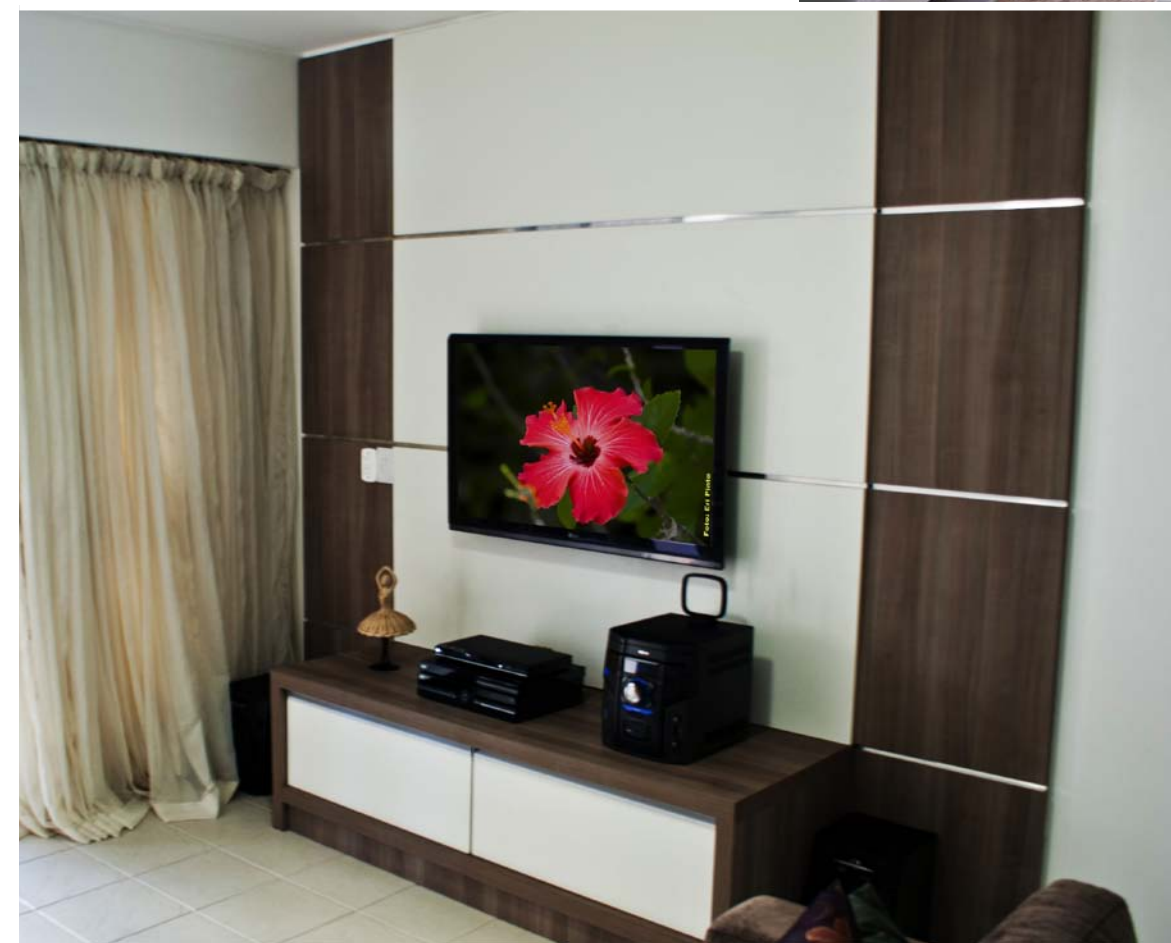
“Foi pensar em um projeto utilizando o que há de novidade no mercado de arquitetura de interiores,

utilizando materiais práticos e de fácil manutenção. Tudo dentro de conceito moderno com espaços confortáveis e aconchegantes, além de uma decoração atemporal”. O destaque da proposta apresentada por Rose ficou por conta da utilização de portas corrediças em armários de alumínio com vidro ou espelhos. “São portas leves de fácil manuseio e enriquece o projeto. Optamos também pela utilização de puxadores calha de alumínio e portas com toque mágico”.

A escolha dos acabamentos e padronagens também foi diversificada, pois dependendo do ambiente, foi utilizada uma padronagem especial e até a junção de dois acabamentos o que diferenciou o projeto. A arquiteta considera que o grande diferencial de trabalhar com a Finger “é a modulação livre o que facilita o arquiteto na criação dos projetos. Isto é bastante importante para quem trabalha com interiores e deseja personalizar seus projetos.”

COM A PALAVRA O CLIENTE

Para os clientes **Diana e Damião Rego**, trabalhar com a Finger foi muito bom, pois “a qualidade dos produtos, a facilidade de adaptação ao projeto da arquiteta e atendimento da loja foram fundamentais”. Segundo eles, o projeto apresentado atendeu as expectativas de um aproveitamento completo do espaço harmonizando o ambiente com móveis que revelem a personalidade de cada ambiente.





INDICAÇÃO DE CONFIANÇA

Neste projeto, o quarto do casal é integrado ao closet, o que pede atenção especial a todos os itens pessoais do cliente. É um projeto íntimo e que exige conforto e aconchego, além, é claro, de funcionalidade. Partindo da ideia que o cliente tinha para seu ambiente, aliando ao espaço disponível, foi elaborada a melhor solução para o ambiente. Aliás, o closet é bastante espaçoso, o que permitiu um projeto extremamente bem elaborado e com aproveitamento total dos espaços. Desde o início, a preferência do cliente era por um ambiente claro, luminoso e aconchegante, o que levou a escolha a recair sobre a predominância da cor branca. A Finger nos surpreendeu positivamente com a variedade de padrões, a facilidade de modulação dos móveis e a possibilidade de ter os móveis editados – o que de fato confere ao projeto uma personalização totalmente diferenciada.

“Já havia realizado projeto com a Finger e, por ter ficado muito satisfeita, procurei novamente a empresa para este novo projeto. São muitos os motivos que fazem da Finger a empresa na qual confio para realizar os projetos da minha casa: a qualidade, o acabamento o prazo de entrega e a facilidade de realizar o projeto como queria, não me deixando presa a qualquer tipo de limitação. A partir do auxílio do arquiteto, todo atendimento foi diferenciado e atendeu às minhas expectativas”, afirma Patrícia Rands.



Blum: o fascínio do movimento perfeito



{ MUNIQUE }

MUNIQUE REÚNE MUITA FESTA, MODERNIDADE, CASTELOS DE CONTOS DE FADAS E AS MELHORES CERVEJAS DO MUNDO.

Munique é uma cidade cosmopolita, característica dos centros urbanos europeus. Reúne história, arte, relíquias históricas da humanidade e exhibe, ao mesmo tempo, modernidade, tecnologia e serviços avançados. A cidade de 1,4 milhão de habitantes é considerada um paraíso para compras e exhibe castelos de contos de fadas – além, é claro, de ser referência quando o assunto é cerveja. Munique é a capital mundial da Oktoberfest. A cidade,

que em 2008 completou 850 anos de existência documentada, recebe mais de 4,7 milhões de turistas anualmente, dos quais quase 47% estrangeiros. Pelo seu moderníssimo aeroporto, o 7º maior da Europa, transitam mais de 34,5 milhões de passageiros anualmente. Com tamanho apelo turístico, Munique investiu no parque hoteleiro: conta com 45 mil leitos. Conheça um pouco mais do que esse destino europeu tem a oferecer para o viajante:

Construído para os jogos Olímpicos de 1972, sua torre pode ser vista de quase todos os pontos de Munique





UMA DAS PRINCIPAIS CIDADES DA EUROPA, É SEDE DE GRANDES GRUPOS COMO BMW E SIEMENS.

Gastronomia

Como cidade mais importante do sul da Alemanha, Munique é a capital mundial da gastronomia da Baviera. Há restaurantes sofisticados, mas as cervejarias e os restaurantes populares também oferecem iguarias a preços moderados. A Hofbräuhaus é a cervejaria mais famosa da Alemanha, fundada em 1589 por Wilhelm V para ser a cervejaria da corte. A sua capacidade é para mais de 1000 pessoas.

Atrações imperdíveis

Um bom ponto de partida é a Marienplatz, praça central da capital da Baviera. Lá está a prefeitura, que, assim como diversos

outros prédios de Munique, foi reerguida após a II Guerra Mundial. Às 11h, 12h, 17h e 21h, os sinos do prédio em estilo neogótico soam, acompanhados por cavaleiros mecânicos que encenam um torneio. Os detalhes de sua arquitetura impressionam. Em frente, está a célebre igreja de St. Peter. Uma das mais antigas da cidade e com uma das melhores vistas.

A OKTOBERFEST DE MUNIQUE É A MAIOR FESTA POPULAR DA EUROPA E ATRAI MAIS DE 6 MILHÕES DE VISITANTES.

Frauenkirche – Igreja de Nossa Senhora
Construída entre 1468 e 1488, a Igreja de Nossa Senhora é o símbolo da cidade e impressiona os visitantes com suas duas torres de 99 metros de altura.

Olympiapark
Construído para os jogos Olímpicos de 1972, o parque de esportes pode ser visto de quase todos os pontos de Munique, pois abriga uma torre de televisão de 290 metros de altura – na qual se pode subir. Além da programação esportiva, o Olympiapark sedia espetáculos musicais durante o verão, além de ter um fantástico parque de diversões. O Sea Life reúne aquários e diversão para adultos e crianças.

Pinacoteca Alte
Não apenas o mais importante museu de arte de Munique, como uma das mais significativas coleções de Europa. São 900 telas em exposição e outras milhares no depósito, de artistas dos séculos 14 a 18.

Pinacoteca Moderna
Inaugurada em 2002, é o maior museu dedicado às artes visuais dos séculos 19 e 20.



Deutsches Museum
Também conhecido como Museu Alemão de Obras de Arte Científicas e Tecnológicas, é o maior do gênero no mundo. O acervo conta com peças como o primeiro dínamo elétrico construído (Siemens, 1866), o primeiro carro (Benz, 1886) e o primeiro motor a diesel (1897).

Galeria Estadual de Lenbachhaus
Funciona na antiga casa dourada do pintor de retratos Franz von Lenbach (1836-1904), com obras de outros artistas como Paul Klee e Kandinsky.

Englischer Garten
São 5 km quadrados de área verde, no centro



⚡DICAS DE MUNIQUE⚡

//CURIOSIDADES

- Munique é sede de importantes empresas, como a BMW e a Siemens.
- Diferentemente da maior parte dos estados do norte da Alemanha e alguns do centro, predominantemente protestantes, a Baviera é um estado de maioria católica.
- Os compositores alemães Carl Off (de Carmina Burana) e Richard Strauss nasceram em Munique (respectivamente em 1895 e 1864), assim como Olga Benário Prestes (1908).
- A cidade foi palco da partida inaugural da Copa do Mundo de 2006, entre Alemanha e Costa Rica.

//COMPRAS

Quando o assunto é comprar, Munique compete em pé de igualdade com qualquer metrópole mundial. A alta costura e as lojas de grife podem ser encontradas na Maximilianstrasse, na Theatinerstrasse, na Residenzstrasse e na Briener Strasse. Além das lojas de departamentos e das lojas de cadeias internacionais, no centro da cidade, há butiques e galerias comerciais em bairros. Muitas lojas se especializam em artigos específicos, como artesanato, chá, sapatos, jóias, discos e obras de arte.



//OKTOBERFEST

(17/09/11 a 03/10/11)

A Oktoberfest de Munique é uma das maiores festas populares do mundo, atraindo mais de 6 milhões de visitantes por ano. Os pavilhões são enormes, com capacidade para milhares de pessoas, e o parque ainda oferece dezenas de atrações durante a festa.



da cidade, afinal, os moradores de Munique são os alemães que mais apreciam estar ao ar livre.

Castelo de Nymphenburg

Um dos mais belos da Europa, cresceu ao redor de uma casa de campo em estilo italiano erguida em 1663. Os antigos estábulos abrigam um dos mais importantes museus de carruagens antigas e trenós da Europa.

Residenz

É a antiga residência dos duques e reis da Baviera e fica no centro de Munique. A fachada renascentista inclui dois portais magníficos e exibe uma estátua da Virgem como Padroeira da Baviera. O castelo abriga o Cuvilliés-Theater (1751): é uma obra-prima da arquitetura, considerado o mais belo teatro rococó que restou na Europa.

Castelo de Neuschwanstein

Talvez o castelo mais famoso do mundo, é um dos cartões postais da Alemanha. Fica nos arredores de Munique. Serviu de inspiração para a construção do castelo da Cinderela, na Disney. Foi finalista do concurso para eleger as Novas Maravilhas do Mundo.

{ GENTILEZA URBANA }

A VIABILIDADE DOS GRANDES CENTROS URBANOS BRASILEIROS ESTÁ EM CONSTANTE DISCUSSÃO: O TRÂNSITO, A SUSTENTABILIDADE, AS POSSIBILIDADES DE MORADIA, O METRO QUADRADO INFLACIONADO DAS METRÓPOLES MAIS DISPUTADAS. MAS, QUAIS SÃO AS SOLUÇÕES?

A viabilidade dos grandes centros urbanos brasileiros está em constante discussão: o trânsito, a sustentabilidade, as possibilidades de moradia, o metro quadrado inflacionado das metrópoles mais disputadas. Algumas construtoras e empresas de arquitetura, no entanto, levantam a discussão sobre a estética e as funções das edificações, criando prédios que se destacam no cenário urbano e valorizam o aproveitamento dos recursos naturais. Com muita beleza. O renomado arquiteto paulista Isay Weinfeld já disse que “São Paulo é a cidade mais feia do mundo” – mas parece haver alguma luz no futuro das cidades.

A diretora do escritório gaúcho MAENA Arquitetura e Design, Michele Raimann, concorda que o cenário atual das metrópoles não é alentador: “A arquitetura está ligada diretamente à economia de cada país, e podemos dizer que no Brasil ainda se fazem mais coisas ruins do que boas, infelizmente”. Algumas das iniciativas





O ARQUITETO
ISAY WEINFELD
DISSE QUE
“SÃO PAULO
É A CIDADE
MAIS FEIA DO
MUNDO”- MAS
PARECE HAVER
ALGUMA LUZ
NO FUTURO DAS
CIDADES.

mais ousadas procuram fugir ao padrão construtivo vigente. A Smart, de Porto Alegre, e a Ideia!Zarvos, de São Paulo, almejam que, mais do que morar em suas obras, os proprietários vivam as construções e se sintam inseridos no lugar onde vivem.

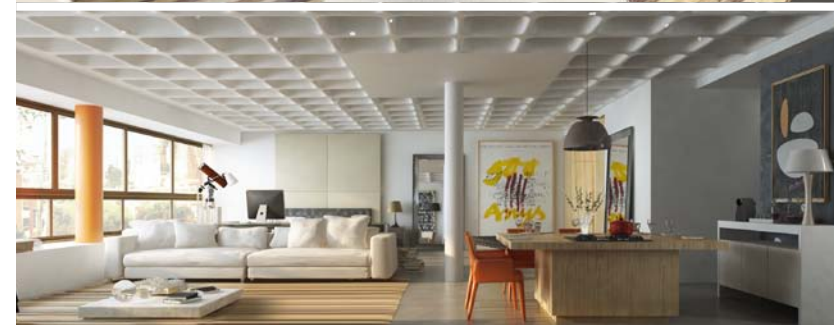
A Ideia!Zarvos, que se autodenomina uma “agência de ideias”, é responsável por empreendimentos na região da Vila Madalena (SP). Seus prédios não estão ali por acaso: “Tomamos o maior cuidado com a localização do prédio na cidade, estamos em um dos bairros mais descolados, com ótima infra-estrutura de serviços, transporte e espaços públicos”, destaca Guilherme Fioratto, arquiteto e diretor de Marketing. Além do entorno, há também a preocupação com o interno. Trabalhando com um conceito de “arquitetura aberta”, eles oferecem aos moradores a possibilidade de personalizar seus imóveis, com predominância de vãos livres (poucas paredes).

ARQUITETURA TRANSFORMADORA

Esse conjunto de ideias não significa apenas um diferencial de mercado, mas a necessidade de se aplicar conceitos de sustentabilidade. “Executamos a planta da unidade junto com o cliente, ele define onde ficarão as paredes, o número de quartos e de banheiros, evitando o desperdício e o quebra-quebra comuns em alguns imóveis novos”, explica Fioratto. A prática encontra o perfil do novo consumidor, que, como



Projetos do escritório
Tryptique (acima). Edifício
Smart, em Porto Alegre
(página ao lado).



explica Michele, está se tornando mais exigente: “A conscientização do quanto a arquitetura transforma a vida das pessoas e o meio ambiente tem trazido avanços no sentido de fazer com que o mercado imobiliário se volte para projetos mais completos e sustentáveis”.

Outra iniciativa que tem chamado a atenção na paisagem urbana é da Smart!, “incorporadora boutique” de Porto Alegre. O primeiro empreendimento é o prédio Amélia 315, um projeto com linhas puras, neutro e atemporal. Segundo a arquiteta Andressa Venturini, a obra traz **“uma arquitetura que dialoga de forma positiva e propositiva com seus vizinhos, resgatando a qualidade da arquitetura dos anos 50 e 60 de Porto Alegre”**.

A qualidade de vida é reforçada, por exemplo, pelo uso de grandes panos de vidro (janelões), dispensando o uso de lâmpadas em boa parte do dia. Os novos conceitos aplicados às construções não buscam o rótulo de modernos ou tradicionais. O que se busca é oferecer uma experiência completa aos clientes, respeitando as características do local onde estão localizados - e o ambiente. Um dos projetos residenciais mais ousados da Ideia!Zarvos é o Edifício 360º, que ganhou o prêmio Overall Winner do Future Projects Awards, de Londres. O conceito assinado por Isay Weinfeld é “no lugar de apartamentos, pense em casas suspensas”.

O 360º é considerado exemplo de arquitetura conceito no Brasil. “Muito além de ser um abrigo para pessoas e atividades, essa arquitetura serve de instrumento para propiciar um momento de qualidade, de valorização do viver. Ela se expressa e transforma de fato o entendimento daquele que entra em contato com as construções”, explica Michele. Os prédios são pensados para ocupar seu espaço no local onde são construídos e



Edifícios da construtora IdealZarvos, em São Paulo.



também na vida dos moradores. “O projeto não pode ser um “alien” pousado no meio do bairro; temos que respeitar as alturas do que está perto, contribuir com ações pequenas para um espaço urbano de melhor qualidade”, explica Fioratto, da Ideia!Zarvos.

Andressa Venturini, da Smart!, conta que, antes da escolha do endereço do empreendimento, eles viveram a rotina no local. Buscaram um espaço no qual o morador pudesse deixar o carro na garagem e desfrutar da vizinhança. “Queremos que cada edifício seja uma gentileza urbana, gerada a partir do traço do arquiteto, diretamente para a vida de seus moradores e seus vizinhos”, define. Além da localização, também há a preocupação com a funcionalidade. Afinal, beleza sem utilidade coloca o imóvel em desuso. “Acredito que se procurarmos criar algo super funcional, que facilite a vida do usuário, chegaremos a uma solução bela. Não tem como separar uma coisa da outra”, defende Fioratto.

ESTÉTICA SUSTENTÁVEL

Trabalhando com prédios comerciais e residenciais, a Ideia!Zarvos aplica o conceito a todas as suas obras. Uma delas é o Fidalga 772, em que o desenho de painéis de cores diferentes em meio à fachada de vidro deixou cada andar com uma fachada única. No mesmo prédio, há duas casas, lofts, um apartamento e duas coberturas. Experiência, design, simplicidade, funcionalidade e integração. Esses são alguns dos conceitos-chaves da ‘nova arquitetura’. Outro denominador comum dos projetos é a sustentabilidade. É nesse momento que entram questões técnicas como a localização das janelas, a escolha dos materiais e o

TRIPTYQUE VALORIZANDO O PATRIMÔNIO HUMANO E CULTURAL

Quatro amigos que se conheceram na École d’Architecture de Paris-La-Seine, na França, formam um dos escritórios (eles chamam de atelier) de arquitetura mais vanguardistas da atualidade. No ano 2000, Grégory Bousquet, Carolina Bueno, Sibaud Raffaelli e Guillaume Olivier fundaram a **TRIPTYQUE** – expressão que significa três painéis que formam uma única obra – no Brasil. Eles definem seu trabalho como a busca constante pela inovação, sempre respeitando a responsabilidade social e ambiental. Um dos projetos mais recentes é o **Morar Carioca**. Selecionados pela prefeitura do Rio para coordenar a urbanização de favelas, eles querem mais. “É uma oportunidade de estudar o problema da moradia informal. É mais que construir por cima da favela, queremos aproveitar o patrimônio existente”, definem. O trabalho da Triptyque já foi premiado com o NAJA (Nouveaux Albums da la Jeune Architecture), que funciona como um catálogo de novos talentos europeus do Ministério da Cultura da França e dá o direito aos vencedores de participar da arquitetura pública. Eles também participaram da exposição *Contemplando o Vazio*, no Museu Guggenheim de NY, e do Festival de Arquitetura de Londres. Um de seus prédios, o Fildaga 727, em São Paulo, tem a base em X, um apartamento diferente do outro, todos com ventilação de 300 graus. “As unidades são empilhadas de acordo com uma variação não-linear e não-modular de tipologias e janelas, dando ao edifício a sua aparência, marcado pela utilização de materiais simples e urbanos”, definem os arquitetos.



cuidado na execução da obra. “Otimizamos a insolação, o uso da luz natural, a ventilação cruzada, assim podemos diminuir o uso de energia elétrica com ar-condicionado e iluminação”, detalha Fioratto.

Para a Smart!, a preocupação com a sustentabilidade não é um diferencial, mas uma consequência natural da sua proposta de valor. “Utilizamos itens como cobertura verde, isolamento termo-acústico, vidros e esquadrias de alta performance e outras soluções genuínas que acabam se agregando de forma muito natural”, exemplifica Andressa. Soluções novas para novos problemas, porém integradas com a vida e com a paisagem da cidade. No entanto, essas novas edificações também causam grande impacto visual no entorno. Para Fioratto, isso é benéfico para a arquitetura e para seus usuários: “O contraste entre o novo e o tradicional instiga reflexão e questionamentos.

A pirâmide do museu do Louvre, em Paris, por exemplo: totalmente diferente do prédio tradicional do museu, desempenha o papel de mostrar claramente onde é a nova entrada do espaço”. Para a Smart!, o importante é ter cuidado de produzir boa arquitetura, respeitando seu entorno, sem pretensões de gerar ícones. “O que muitos caracterizam exclusivamente como inovação e evolução, nós encaramos também como um retorno às raízes, à busca pela construção de uma cidade a partir do traço do arquiteto, mais pura, mais bonita, respeitando e servindo às pessoas”, conclui.

MENOS É MAIS

*Se Deus está nos detalhes, ele contribuiu para que estes fossem impecáveis. O arquiteto alemão **Ludwig Mies van der Rohe** (1886 – 1969) cunhou muito mais do que frases que se tornaram marcos do design (“Menos é mais” e “Deus está nos detalhes”).*





FOI ELE QUE ABRIU O CAMINHO PARA A ARQUITETURA DOS GRANDES ESPAÇOS, PARA O DESIGNER, OS ESPAÇOS DEVERIAM SER PREENCHIDOS PELA VIDA, E NÃO POR ELEMENTOS SUPERFICIAIS OU EXCESSIVOS.

Ao lado de gênios como Frank Lloyd Wright e Le Corbusier, foi um dos criadores do chamado International Style, que caracteriza uma arquitetura de linhas sóbrias e racionais, mas sofisticadas.

Foi professor da Bauhaus (Alemanha, 1919 – 1933), primeira escola de design do mundo, de caráter vanguardista, que se tornou o grande marco do modernismo na arquitetura. Os edifícios da sua maturidade criativa fazem uso de materiais modernos, como o aço industrial e o vidro para definir os espaços interiores, e a aparência exterior de suas obras. Concebeu espaços austeros, elegantes e cosmopolitas. Emigrou para os Estados Unidos em 1937, onde dirigiu o departamento de arquitetura do Illinois Institute of Technology de Chicago, entre 1938 e 1959.

Sua primeira obra importante foi o pavilhão alemão para a Exposição Internacional de Barcelona, de 1929, ícone da modernidade. Seus prédios de apartamentos abriram caminho, do ponto de vista construtivo e urbanístico, para obras posteriores. Disso são exemplos os Promontory Apartments de Chicago (1951); os Lake Shore Drive Apartments (1951); os Battery Park Apartments de Nova York (1957 a 1958) e o Seagram

Building de Nova York (1956 a 1959). Um dos móveis mais célebres criados por ele é a cadeira Barcelona (1929). Mais importante do que sua trajetória é seu legado: foi ele que abriu o caminho para a arquitetura dos grandes espaços – para o designer, os espaços deveriam ser preenchidos pela vida, e não por elementos superficiais ou excessivos. Sua obra é um retrato da era industrial, colocando em evidência os materiais ásperos e construtivos, sem abrir mão da elegância e da universalidade. Ao retirar de cena os elementos superficiais, o arquiteto expõe o que é essencial: a vida, e não sua forma. Ainda que as formas criadas por ele sejam, em si, um estilo de viver.



Farnsworth House, de 1951 em Plano, Illinois (EUA), um dos mais famosos exemplos da arquitetura modernista residencial.



Mais informações no site da Mies van der Rohe Society: www.miessociety.org



NOVA LOJA FINGER SANTA ROSA

De formação alemã, Santa Rosa é conhecida como uma das mais pujantes cidades do noroeste do Rio Grande do Sul. Terra da soja, dos festivais de música regional. Um importante ponto de desenvolvimento também para o comércio, com seus 70 mil habitantes, Santa Rosa foi escolhida para sediar a mais nova loja da Finger Móveis Planejados na região. Inaugurada dia 11 de março, a loja tem como sócios Roseli De Bastiani, Nilton De Bastiani, Indiarai Rodrigues e Jon Manuel De Bastiani e está localizada na Rua Buenos Aires, 351. Nos ambientes que compõe o showroom, os clientes poderão apreciar os últimos lançamentos da marca e as novidades em projetos exclusivos. Com certeza, mais um ponto de referencia de bom gosto, design e a famosa precisão alemã.

Os sócios, Roseli De Bastiani,
Nilton De Bastiani,
Indiarai Rodrigues e Jon
Manuel De Bastiani.



ANTIMICROBIANA
Melamina
MASISA

COM OS PADRÕES
MASISA, A FINGER
CRIA AMBIENTES COM
A QUALIDADE QUE
VOCÊ CONFIA.



Padrão Bergerac

Os painéis MDPremium e MDF Masisa são desenvolvidos para atender ao mais alto padrão de qualidade e exigência do nosso cliente, permitindo a Finger realizar projetos que são exemplos de durabilidade e elegância. Esses painéis possuem dupla proteção: E-1, norma europeia que certifica a baixa emissão de formoldeído nos painéis Masisa, e BioCote®, um agente natural, à base de íons de prata com alto poder antimicrobiano que protege seus móveis.

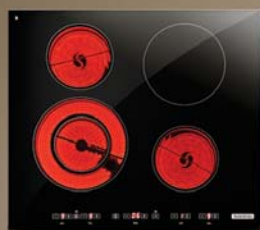


www.masisa.com.br

MASISA
mais confiança



*Quando a cozinha fica linda,
todo mundo tem que ver.*



Cooktop Square 4EV 60 Slim



Coifa Vetro Wall Flat 90



Forno Glass Cook 60 F5



Pia Vitra 1.5C 56

Produtos para a cozinha Tramontina. A combinação perfeita entre design e praticidade.

Depois de instalar os produtos Tramontina, você vai querer mostrar a sua cozinha para todo mundo. Isso porque os cooktops, coifas, fornos, pias e cubas deixam ela muito mais linda e moderna. E o melhor de tudo é que eles são muito fáceis de limpar. Assim, você vai ter mais tempo para aproveitar os bons momentos da vida.

TRAMONTINA

BRASILEIRA ASSIM COMO VOCÊ.