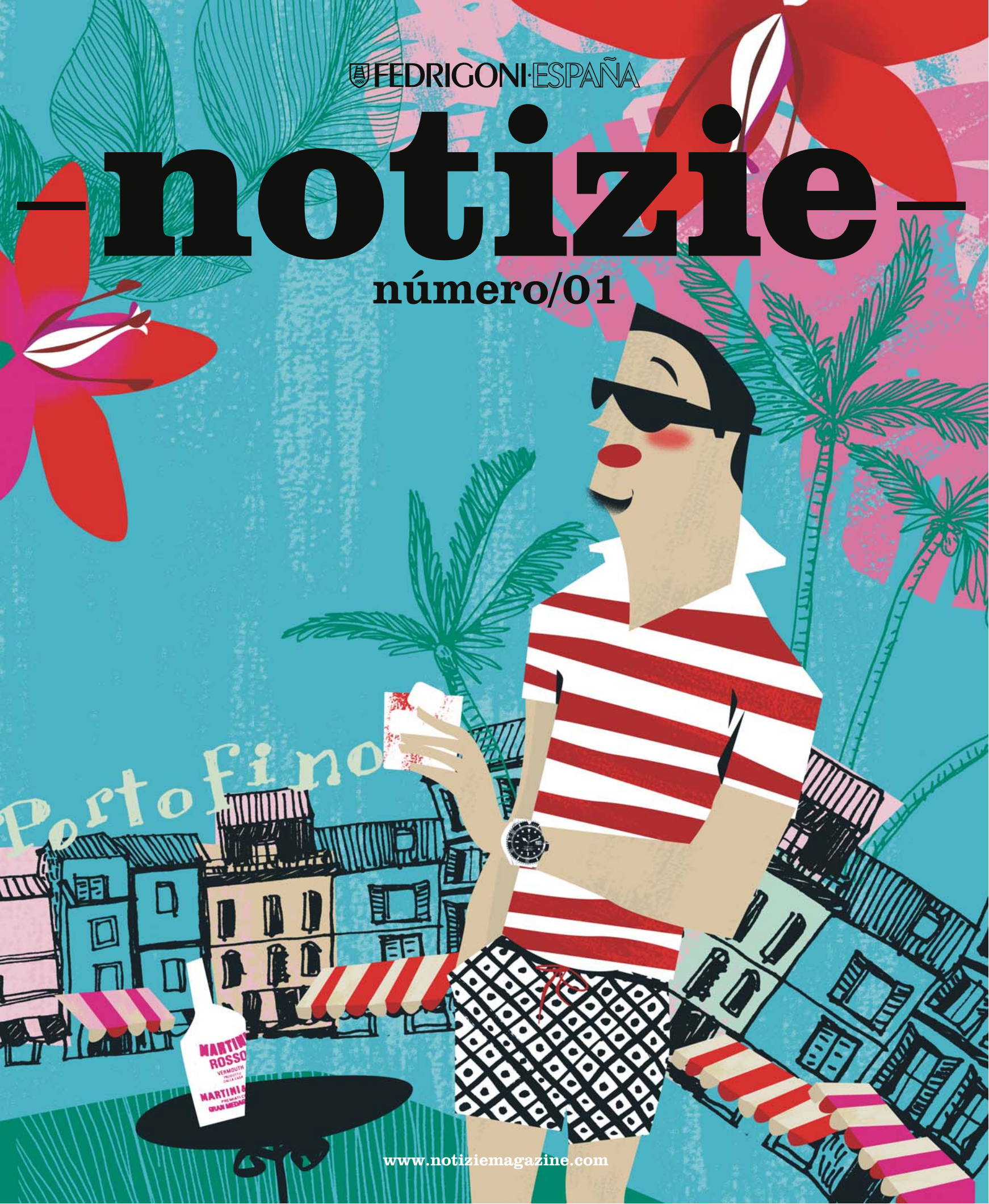


FEDRIGONI·ESPAÑA

# notizie

número/01



Portofino

MARTINI  
ROSSO  
VERMOUTH  
MARTINI  
PREMIATO  
GRAN PREMIO



**3/5 Prosecco (ou vinho branco seco)**  
**1/5 Aperol (substituível por Campari)**  
**1/5 Soda**  
**+ uma rodela de laranja**  
**+ uma azeitona**  
**+ duas pedras de gelo,**  
**um copo largo...**  
**e uma base de copos redonda**  
**em Ispira passione 350 gr...**  
**claro está!**

# uno spritz!

**Recupera o teu verão connosco. Prepara-te um spritz para ler o Notizie.**

É-nos indiferente se os dias estão mais curtos ou se já temos que vestir manga larga. Recusamos o Outono: no Notizie é sempre Verão. E por isso a ilustração da capa. “Verano a la italiana” segundo Jorge Arévalo.

E agora observa a bebida na tua mão. A sua cor entre âmbar e alaranjado. Como se filtra a luz através do copo, incendiando-a. Move o copo suavemente. Escuta o tilintar dos cubos de gelo contra o vidro. Um som que refresca. Prova-a: esse ponto amargo sobre um fundo doce. Não crês que quase podes distinguir o toque do sabor que lhe dá a azeitona?.

Concentra-te nas gemas dos dedos: a superfície fria do copo, quem sabe um pouco húmida. Compara-o com o peculiar tacto do Fedrigoni Ispira em que está impresso o Notizie. Um contraste curioso. Pensa em como a textura de um papel pode dizer tanto.

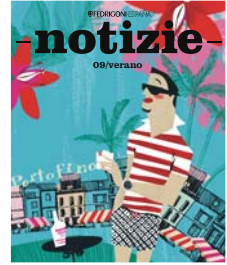
Cheira: no ar ainda deve estar o aroma da laranja quando a cortaste. E o Notizie ainda deve ter esse odor a novo das coisas recém impressas.

Todos os teus sentidos satisfeitos, receptivos, alerta.

Verdade que é a soma dos cinco sentidos o que torna tudo perfeito? Todos os prazeres deveriam ser assim.

Quando acabares (enquanto pensas se é adequado servir-te outra bebida e reler essa entrevista) não te esqueças de morder a laranja, que estará empapada do amargo do Aperol.

**Ainda sabe a Verão, verdade?**



**NOTIZIE magazine**  
Antonio Maura, 8, 28014 Madrid  
[www.notiziemagazine.com](http://www.notiziemagazine.com)  
[contacto@notiziemagazine.com](mailto:contacto@notiziemagazine.com)  
Publicidad: 915 225 950-922 (Ana)  
ISBN: 01123581321  
Imprime: PTGRAFI

# A nossa capa **Jorge Arévalo**

**Há duas formas de aparecer nos livros da Taschen: uma, deixar que Terry Richardson nos fotografe nus; duas, ser um artista excepcional...**

Jorge Arevalo não teve que posar para Richardson. A Taschen incluiu-o no "Illustration now", um livro que compila os 100 ilustradores mais influentes do momento. E conseguiu ocupar essas páginas graças a um estilo muito pessoal, distante das tendências efêmeras. Uma linguagem que guarda a tradição da ilustração mais jornalística de linhas puras e brancos e pretos para aproximá-la à arte graças à sua articulação das texturas e das cores, da sua reivindicação da bidimensionalidade e uma capacidade surpreendente para captar o essencial, o icônico. Desde as páginas de La Luna de El Mundo (onde os seus retratos se converteram numa das senhas de identidade da

publicação) até à estampagem dos seus desenhos nas últimas coleções de Custo Barcelona, as referências a Jorge estão em qualquer meio que se preze de ter estilo: Vanity Fair, Vogue, Elle, Glamour, Rolling Stone, Squire, etc.

O seu primeiro livro, Retratos, foi prêmio Daniel Gil e da AEPD em 2006. O segundo, Bis, (que ele define como de "temática pessoal" ainda que outros a chamemos "temática selvaticamente e erótica") lhe permitiu ir mais além e passar ao grande formato para expor em galerias durante o ano de 2008 e 2009.

Que Fedrigoni e Jorge Arévalo acabassem a colaborar era um processo quase natural, que já estava traçado. A elegância e o estilo, as texturas, o cuidado absoluto em cada detalhe do trabalho e os materiais são algumas das características que têm em comum.

Assim, o trabalho de Jorge vestiu as últimas apresentações da Fedrigoni na península, bem como nos eventos "Déjate seducir"

celebrados na Embaixada Italiana de Madrid e na Casa Fuster de Barcelona no Outono de 2008, onde as suas ilustrações nos transportaram totalmente ao glamour da Dolce Vita.

Assim sendo, nada melhor para ilustrar a capa e apadrinhar o primeiro número do Notizie, que pretende ser, no futuro, uma plataforma de lançamento para novos valores da ilustração. Nos pequenos-almoços que a Fedrigoni organizou em Madrid (Hotel Urbam) e Barcelona (Hotel Arts), Jorge Arévalo falou do seu trabalho e da relação com o papel, em especial com o suporte eleito e apresentado, Ispira da Fedrigoni. Falou do papel como uma das variáveis do designer e que a diferença da tipografia e da côr, é um suporte que transmite o design por todos os sentidos. Para Jorge Arévalo Ispira é carnal e sensual, convida a ser tocado, convida a que a relação com o design transcenda o visual. São papéis de luz apagada e sentidos preenchidos. Confessou a sua predileção pelo Fascino...sabe a chocolate quente.

Mais em [www.jorgearevalo.com](http://www.jorgearevalo.com)



**Fotografámos Jorge Arévalo num recanto do seu estúdio para NOTIZIE...**

**01/RETRATOS**, o seu primeiro livro de personagens. **02/BIS**, o seu segundo livro, mais sensual e inquietante. **03/Um Spritz**, cortesia de NOTIZIE. **04/O último grafismo** para FEDRIGONI. **05/Candeeiro italiano** dos anos 50' herdado dos seus avós. **06/As suas fotos**, sempre com uma LOMO. **07/Prêmio DANIEL GIL** por RETRATOS. **08/Alejandra**, a sua filha. **09/Acrílicos e pigmentos** ... esqueceu-se do Mac. **10/VANITY FAIR**, desde o primeiro número em ESPAÑA, ilustrando para a prestigiosa revista. **11/ABC**, de Bruno Munari uma paixão Italiana.

# Ispirato in Italia



Por Pablo Torres

Todo textura e c6r, Ispira 6 um papel pensado para exaltar os seus sentidos. E em qualquer das suas cores (branco purezza, azul Sagezza, castanho Fascino, Vermelho Passione e negro Misterio), Ispira tr6s-nos sensa76es, imagens e recorda76es. Escolhemos um Ispira para cada momento...



## Attenta la testa!

### CAPACETES BORSALINO.

Borsalino conta com 150 anos a fabricar chap6us. E sabem fazer as coisas bem. Qualquer gangster cinematogr6fico que se preze (Delon, Belmondo) usou os seus chap6us de feltro de pele de coelho. Indiana Jones passeou o seu Fedora no 6cran. E se falamos de cobrir as cabe7as, por que n6o tentar proteg6-las.

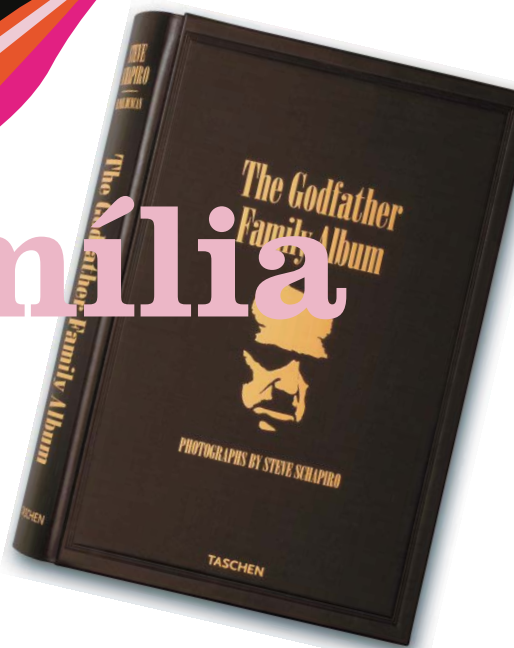
Por isso este ano lan7aram a sua linha de capacetes para motos e snowboard, onde aplicaram a mesma filosofia que criando chap6us: os melhores materiais, o design mais formoso e uns acabamentos perfeitos, seja em pele, couro ou feltro. T6o perfeitos que n6o querer6 retir6-los nem quando sair da moto.



# A fam6lia

Taschen apresenta 'THE GODFATHER FAMILY ALBUM', um livro que compila as melhores imagens capturadas pelo fotogr6fo Steve Schapiro durante a rodagem da saga. As suas fotografias de Brando segurando o gato e o sussurro ao ouvido do Padrinho converteram-se em aut6nticos 6cones.

Este espl6ndido livro, de edi76o limitada, cont6m mais de quatrocentas fotografias, muitas das quais nunca haviam sido publicadas anteriormente. Permite uma privilegiada vis6o atr6s das c6maras na historia da rodagem da pel6cula, suportando as fotografias com



textos de Puzo, entrevistas a Coppola, Brando ou Pacino e com reportagens publicadas em prestigiosas publica76es como sejam 'Life' ou 'The New York Times'.

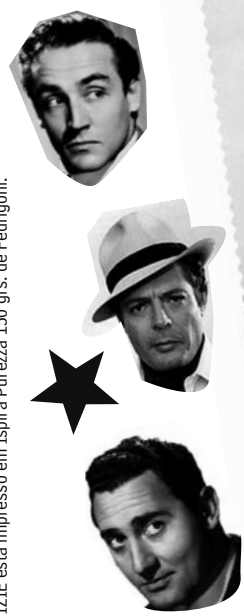
Concebida num luxuoso formato, chega 6s livrarias como uma oferta exclusiva e limitada a 1.200 exemplares, todos eles numerados e assinados por Schapiro. As primeiras 200 copias, a edi76o 'de arte', que incluam uma fotografia original esgotou rapidamente embora tivesse um pre7o exorbitante de, 1.250 euros.



**Vou fazer-lhe uma proposta que n6o poder6 recusar...**



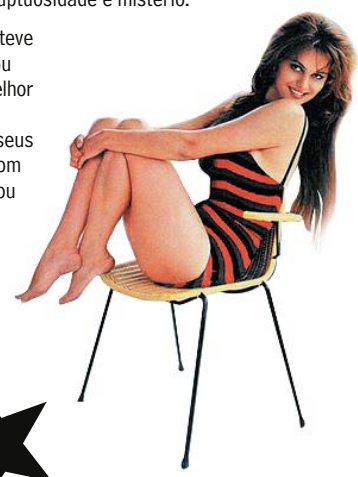
# Claudia



Quando perguntaram a Brigitte Bardot quem seria a sua sucessora como 6cone sexual, respondeu: "s6o pode ser uma: Claudia Cardinale. Depois da BB vem a CC, n'est-ce pas?". E Claudia era uma combina76o t6o perfeita de sangue tunisino, franc6s e italiano que tinha que converter-se no s6mbolo da mulher mediterr6nea, toda paix6o, voluptuosidade e mist6rio.

E ainda que Cardinale, quem sabe, n6o teve tanta fama internacional como Loren ou Lollobrigida, sempre se disse que era melhor atriz. Soube eleger os seus pap6is e trabalhou com os melhores: "Rocco e seus irm6os" com Visconti, "Oito e meio" com Fellini, "Os profissionais" com Brooks ou "Aconteceu no Oeste" com S. Leone.

**Imposs6vel superar o mist6rio do teu olhar sobre o leque em "El Gatopardo", Claudia.**



**OS REIS DA FESTA**  
 Que importa que sejam de Oregón em vez de napolitanos, se parecem mesmo como se o fossem. Embora pareçam também cubanos tocando jazz latino, ou belgas tocando swing num cabaret. Porque Pink Martini elegem melodias e ritmos de qualquer época e parte do mundo desde que tenha esse toque vintage com que constroem o seu lounge clássico e cerebral, festivo mas elegante. E por isso é a banda perfeita para um cocktail entre amigos onde todos fantasiam ser os mais indolentes...  
 Em Outubro próximo lançam o seu novo disco, 'Splendor in the Grass', onde colabora a mesma Chavela Vargas.

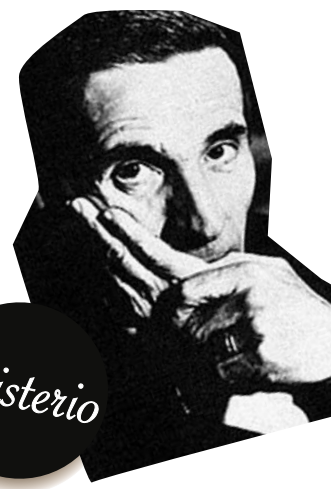


# Pink Martini



## Dino Buzzati

**KAFKA A LA BOLOÑESA**  
 Personagens cinzentos e refinadamente italianos enfrentando situações desconcertantes e irreais que lhes transcendem. A insipidez ante o absurdo do quotidiano está presente em todos os relatos e novelas de Dino Buzzati (1906 -1972), mais acessíveis que as de Kafka com quem inevitavelmente se lhe compara.



## Cinema Giallo

**DARIO ARGENTO.** Acaba de apresentar o seu novo filme, "Giallo", onde dirige o casal Brody/Pataki. E dizem os críticos que foi um autêntico desastre, um filme tão fraco e descafeinado como o par que a protagoniza.

Por isso propomos-lhe que esqueça esta última estreia e veja algum dos clássicos que converteram Argento num director de culto, como o seu celebrado "Profondo Rosso", onde aparecem todos os tópicos do "cine giallo" do que foi precursor nos anos setenta: títulos enigmáticos, protagonizados por psicopatas mascarados com luvas de couro e belas mulheres em perigo que actuavam compulsivamente numa trama obscura.

## Vaga de Beleza

**RIVA BOATS/** O seu nome evoca imagens da costa azul, da dolce vita e o glamour dos 60 em Montecarlo e Portofino. Os motores Riva, com as suas formas clássicas e os seus acabamentos peculiares, em madeiras nobres, foram os primeiros pensados para o ócio do jet set, com uma plataforma aberta na banheira para apanhar sol e um acesso fácil à água para o banho o para a prática do esqui aquático.

E embora as suas madeiras resvalam e os seus motores façam demasiado ruído, possuir um Riva é símbolo de status e bom gosto. O Aquarama, o seu modelo mais famoso, é uma lenda unida irremediavelmente a nomes como Sofia Loren, Brigitte Bardot, Richard Burton, o Príncipe Rainier ou Onassis. O modelo deixou de fabricar-se nos anos setenta, mas o seu preço no mercado de segunda mão alcança os 300.000 dólares.

Quem sabe o objecto mais formoso construído pelo homem que possa ver-se sobre a água..



E em cada conto, sempre, um pequeno brilho de beleza ou ternura que surge dessa mesma irreabilidade.

Na Alianza Editorial podem encontrar-se a novela "O Deserto dos Tártaros" e o volume de relatos "Os Sete Mensageiros", quem sabe os dois livros mais representativos de Buzzati.



**O GALGO ITALIANO.** Enterrado junto aos faraós. Convertido em cinza por Vesubio nos pátios das vilas de Pompeia. Retratado por Velazquez e Giotto aos pés da nobreza europeia. O piccolo levriero, o galgo italiano, tem sido ao longo da historia o cão aristocrático por excelência.

E o animal merece-o. Longe do aspecto extraterrestre dos seus primos mais velhos, a sua classe, a sua inteligência e a sua afabilidade destacam-no de qualquer outra raça.

Esquece os cães feios da moda, famosos um par de temporadas.

Aposta no galgo italiano.



## Aristocracia canina



# Federico Bosisio

RESPONSÁVEL ACADÉMICO DO IED EM BARCELONA

## Diferenças entre o IED e outras escolas de design?

O IED tem um dinamismo e uma força que raramente se encontra em outras empresas. A mistura de criatividade, investigação, tendências e diferentes gerações de profissionais de todos os sectores do design oferece sensações e momentos inesquecíveis.

## Há um conceito de "design à italiana" que tentais ensinar?

Desde o princípio o IED quis propor um modelo formativo que permitisse aos estudantes manter um contacto constante com as empresas, para que a conceptualização e a realização dos produtos actuasse em sinergia. Reflecte a filosofia que tanta fama deu ao "made in Italy".

## O novo campus em Barcelona, a possibilidade de abrir escolas na China, a homologação dos vossos cursos com Bolonha... não há crise na formação?

As escolas de Madrid e Barcelona capacitaram de êxitos e permitiram não apenas a difusão da cultura do design, como também da cultura italiana. Na formação há uma forte competitividade, e proximamente veremos como se destacam os que souberam encontrar formas de comunicação originais com as novas gerações. A Convenção de Bolonha representa uma grande oportunidade para que um público mais amplo possa interessar-se por mundos até agora desconhecidos, como o do Design.

## Espanha esteve durante anos "na fila de espera" do design. Esta situação mudou? Que países estão agora a marcar tendência?

Espanha sofreu um certo atraso na implantação de conceitos culturais e empresariais relacionados com o design por razões históricas. Nos últimos anos demonstrou a capacidade de saber crescer e lançar ao mercado talentos como Patricia Urquiola ou Odos Design. A crise que estamos a viver não facilita a criação de novas marcas, mas a mescla de culturas e o intercâmbio de experiências reforça a criatividade dos designers. Penso que o Design não tem nacionalidade.



O Instituto Europeu de Design converteu-se num dos principais engenhos para os estudos e agências em Espanha. Fundado em 1966 em Milão, chegou a Espanha há vinte anos, e a sua rede internacional de escolas conta com sedes em Milão, Roma, Turim, Veneza, Madrid, Barcelona e São Paulo. A sua dinâmica como escola converteu as suas exposições, conferências e colóquios em pontos de encontro indispensáveis para os profissionais do sector.

O IED Barcelona situa-se no bairro da Gracia e, após a aquisição da antiga fábrica têxtil Macson, inaugurará o novo campus em 2011. Consolida assim a sua presença no Design District da cidade. Federico Bosisio, designer proveniente do sector do luxo e expert em formação aplicada ao Design, é o seu Responsável Académico.

## Acreditas que no mundo do design existe também a proverbial rivalidade entre Madrid e Barcelona?

Como estrangeiro noto que a nível futebolístico existe uma certa rivalidade, mas não creio que se reflecta no design. As duas cidades têm um carácter, uma história e umas possibilidades produtivas muito diferentes que dependem sobretudo das suas ambições. Imagino que este difícil período fará com que, compartilhando objetivos económicos nacionais, possam colaborar para alcançar metas comuns.

## O IED tem uma grande percentagem de estudantes estrangeiros, muitos dos países nórdicos. Não vos atreveis a conquistar o norte?

A presença de uma forte comunidade de estudantes escandinavos, como também sul-americanos, italianos e de outros 35 países, permitiu ao IED posicionar-se em Barcelona como a escola de design mais internacional. Decidimos investir sobre realidades de carácter mediterrâneo por razões culturais e linguísticas, mas não esquecemos outras próximas como França, Alemanha, Portugal ou Países Baixos. Na nossa Network considera-se Barcelona um centro de investigação e pesquisa, um lugar ideal para formar-se. Quem sabe se num futuro próximo o IED decida sair do calor mediterrâneo para oferecer a sua experiência ao norte.

## Sobrevive o design italiano da elegância do passado? É apenas moda e design industrial, ou vai mais além? Que designers italianos actuais destacarias?

O design é um sistema que relaciona a produção com os usuários finais. A investigação e a inovação oferecem produtos funcionais, com valor social e visão comercial de êxito. Em Itália os seus intérpretes foram capazes de criar um sistema de incrível força criativa apesar do carácter familiar das empresas de produção. Isto permitiu ao Design italiano ser famoso pela sua elegância e funcionalidade, mas creio que a sua principal vantagem é a capacidade dos italianos, não apenas na moda ou no design industrial, mas em todos os sectores produtivos, em procurar soluções inovadoras e oferecê-las aos mercados. Fabio Novembre e Marco Morosini, entre outros, sintetizam o dinamismo intelectual do Design italiano.



TADO / Echegaray 31. Madrid  
T 913690734

NICOLÁS / San Pedro 9. Madrid  
T 913692863

Nicolás com luz de meio da manhã.

Para desfrutar de um spritz, com o seu toque clássico e elegante, seria perfeito bebê-lo numa chaise long de Tado. E a base de copos, porque não, em Fedrigoni Ispira Passione que lhe dê um certo calor à mesa de trabalho nórdica de Nicolás... o candeeiro, um capricho italiano dos anos 50'.



# Tado e Nicolás Espaços fora de tempo

Reportagem Alicia Riva  
Fotografia Carlos Estévez

Duas lojas únicas, gémeas, fora do espaço e do tempo, mas no centro de Madrid. Ao entrar temos a sensação de que estás no interior das águas-furtadas de uma casa de campo na Suécia ou uma gîte na Normandia. De que estás num bazar de entre-guerras no "Quartier Latin" em Paris ou num leilão na "Ribera de Curtidores" em Madrid.

Uma selecção de objectos e móveis onde a beleza é o principal critério e cada peça ganhou a sua personalidade ao longo dos anos: cómodas, candeeiros, cerâmica nórdica, objectos curiosos, etc.

E a atmosfera perfeita de ambos espaços, o conjunto de tudo o exposto.

Nicolás é o móvel nórdico a condizer com a luz que entra pelos seus janelões. Sombrio, funcional, de linhas limpas e madeiras de qualidade como a teca ou o palisandro. Perfeito para combinar tanto com estilos clássicos como modernos. Tado, mais quente, tem sobretudo peças francesas dos últimos 150 anos. E em cada

temporada reinventam o espaço e a selecção exposta para convertê-lo em geladaria, em salão de chá, em estúdio de pintor em Montmartre.

Atrás das duas lojas estão Fiachetti, Castro e Múgica, que converteram a sua paixão no seu ofício. Um par de vezes ao ano percorrem, com a sua furgoneta, França e o norte da Europa, no seu particular safari, fugindo das grandes feiras de antiguidades, para vender as suas peças em mercados pequenos, em lojas de segunda mão,

com o olho de quem sabe reconhecer e aproveitar espécies únicas.

E a sua paixão, o seu gosto e a sua amabilidade torna-os nos assessores perfeitos quer necessite decorar a sua sala ou apenas mudar algum dos seus móveis.

Entre. Acabe por levar algo ou não, merece a pena sentir-se rodeado, por um momento, de tanta beleza.

*recebemos um novo envío...*



*Fedrigoni apresenta o novo  
catálogo geral de produtos  
"Imaginative Papers",  
imprescindível para aqueles que  
acreditam na expressividade do papel.*

 **FEDRIGONI**·ESPAÑA

[www.fedrigoni.com](http://www.fedrigoni.com)   [www.paperideas.it](http://www.paperideas.it)   [infoespana@fedrigoni.es](mailto:infoespana@fedrigoni.es)

**Delegação Lisboa**

Rua D. António Francisco Marques, 2 R/C A  
1500-701 Lisboa  
Tel. (00351) 911 005 005 - Tel. 800 834 272

**NOVA  
MORADA**

**Delegação Madrid**

C/ Investigación 3. Pol. Ind. Los Olivos  
28906 Getafe/Madrid  
T. (0034) 91 684 60 88 - F. (0034) 91 684 60 33

**Delegação Barcelona**

Avda. Barcelona 238. Pol. Ind. El Pla.  
Naves A2 y A3- 08750 Molins de Rei  
T. (0034) 93 668 72 70 - F. (0034) 93 668 72 58

**Delegação Valencia**

C/ Islas Canarias, 24 P. 3. Escalera B.  
46023 Valencia  
T. (0034) 669 926 754 - F. (0034) 96 316 92 63