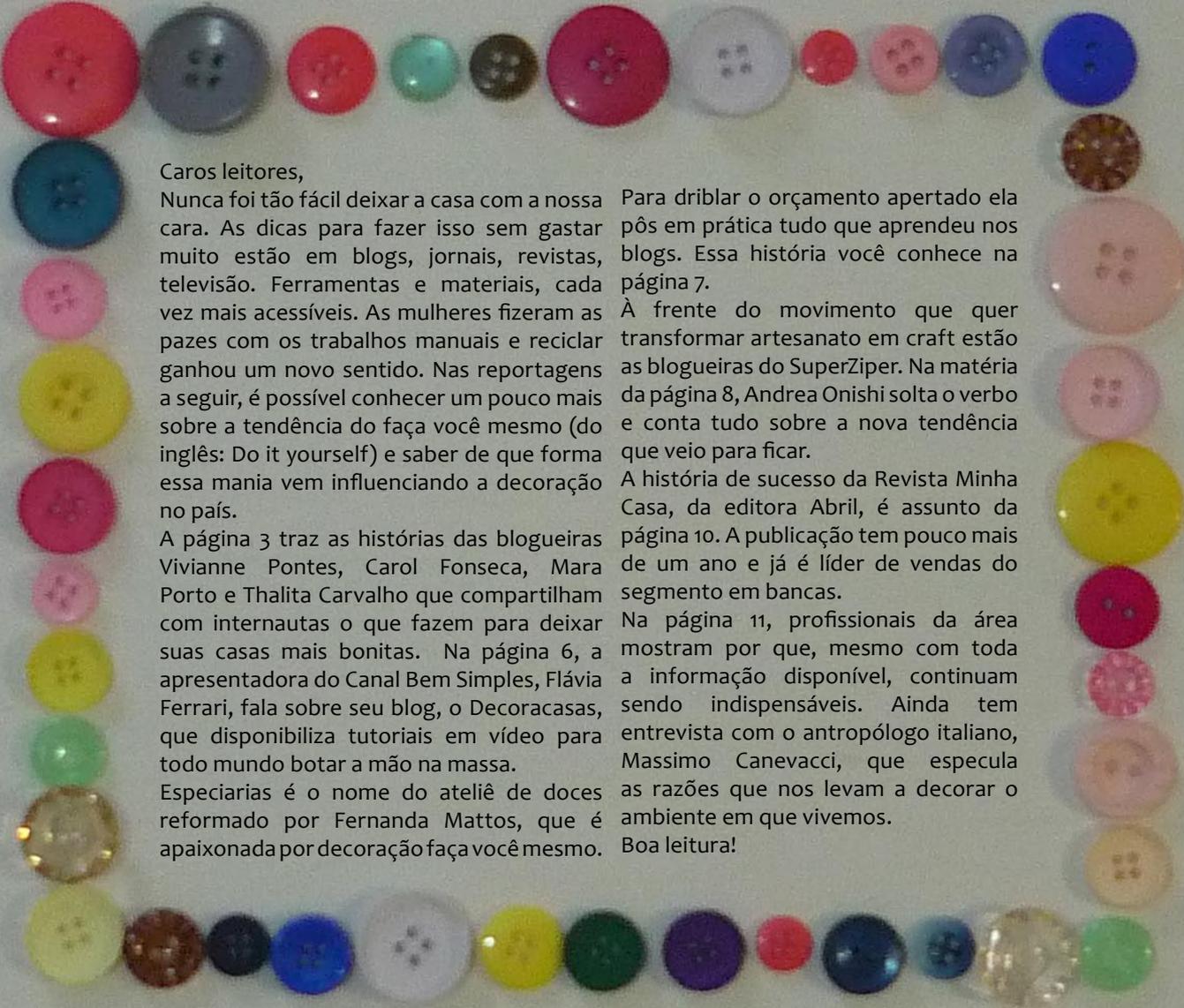




# do it yourself

o fenômeno da  
decoração acessível  
chega ao Brasil

julho/2011



Caros leitores,

Nunca foi tão fácil deixar a casa com a nossa cara. As dicas para fazer isso sem gastar muito estão em blogs, jornais, revistas, televisão. Ferramentas e materiais, cada vez mais acessíveis. As mulheres fizeram as pazes com os trabalhos manuais e reciclar ganhou um novo sentido. Nas reportagens a seguir, é possível conhecer um pouco mais sobre a tendência do faça você mesmo (do inglês: Do it yourself) e saber de que forma essa mania vem influenciando a decoração no país.

A página 3 traz as histórias das blogueiras Vivianne Pontes, Carol Fonseca, Mara Porto e Thalita Carvalho que compartilham com internautas o que fazem para deixar suas casas mais bonitas. Na página 6, a apresentadora do Canal Bem Simples, Flávia Ferrari, fala sobre seu blog, o Decoracasas, que disponibiliza tutoriais em vídeo para todo mundo botar a mão na massa.

Especiarias é o nome do ateliê de doces reformado por Fernanda Mattos, que é apaixonada por decoração faça você mesmo.

Para driblar o orçamento apertado ela pôs em prática tudo que aprendeu nos blogs. Essa história você conhece na página 7.

À frente do movimento que quer transformar artesanato em craft estão as blogueiras do SuperZipper. Na matéria da página 8, Andrea Onishi solta o verbo e conta tudo sobre a nova tendência que veio para ficar.

A história de sucesso da Revista Minha Casa, da editora Abril, é assunto da página 10. A publicação tem pouco mais de um ano e já é líder de vendas do segmento em bancas.

Na página 11, profissionais da área mostram por que, mesmo com toda a informação disponível, continuam sendo indispensáveis. Ainda tem entrevista com o antropólogo italiano, Massimo Canevacci, que especula as razões que nos levam a decorar o ambiente em que vivemos.

Boa leitura!



Trabalho de Conclusão de Curso - Jornalismo  
Universidade Federal de Santa Catarina, Julho de 2011  
Reportagens e edição: Jéssica Camargo Geraldo  
Orientação: Professor Mauro César Silveira  
Projeto gráfico e diagramação: Gabriela de Moraes Damé  
gabrieladd@maisplanejamento.com

# ELAS pintam blog@m

Na Internet, mulheres reinventam a decoração e compartilham o que fazem em suas casas



Quando o assunto é decoração faça-você-mesmo, a mineira, radicada no Rio de Janeiro, Vivianne Pontes, 32, é responsável por um dos principais *blogs* na área. O *De(coeur)ação* traz matérias sobre decoração e design e relata inclusive as mudanças que Vivianne faz na própria casa. Com linguagem didática e passo-a-passo visualmente acessível, o *blog* tem incentivado muitas pessoas a botar a mão na massa na transformação de suas casas.

O *blog* surgiu em 2007 junto com a necessidade de reunir ideias para otimizar a verba disponível para a decoração do novo apartamento. Afeita à blogosfera, não demorou muito para que o caderninho de ideias migrasse para o mundo virtual.

— Criei o *De(coeur)ação* pra não ter que imprimir as referências da Internet, economizar tinta e organizar a informação.

O *blog* não mudou apenas a forma como os leitores olham para o espaço em que habitam, mas a própria vida de Vivianne. Formada em Farmácia e Artes Cênicas, ela agora estuda Design de Interiores na Universidade Veiga de Almeida (UVA) e desde abril de 2010, é colunista do *Extra* - jornal popular carioca -, onde dá dicas na seção Casa.

— Encontrei o que queria fazer da vida: trazer alegria para as pessoas através da decoração da casa.

O *De(coeur)ação* tem dicas valiosas para quem curte embelezar a casa. Acessando o *blog* dá para aprender a pendurar vários quadros na mesma parede criando uma composição harmônica, a aplicar papel de parede sem recorrer a um profissional ou a customizar

um banquinho com patchwork de retalhos. Além de dividir o que anda acontecendo em sua casa, Vivianne também publica transformações enviadas por leitores, como acontece nos sites americanos *Apartment Therapy* e *Design Sponge*, este último uma das inspirações da blogueira carioca.

Outro destaque no *De(coeur)ação* são os pôsteres disponíveis para downloads. O mais famoso é o *Keep calm and carry on* (algo como: Fique calmo e siga em frente), reprodução do original produzido pelo governo britânico no início da Segunda Guerra Mundial. Milhões de cópias do cartaz chegaram a ser impressas para uma eventual distribuição caso o nazismo chegasse à Inglaterra, o que não aconteceu. O pôster ficou desconhecido do



grande público até que, em 2000, um livreiro encontrou uma cópia numa caixa de livros adquirida num leilão. De lá para cá, o *keep calm* se tornou um queridinho do mundo da decoração. Enquanto algumas lojas pedem até R\$ 350 pelo pôster emoldurado, é possível gastar menos de R\$ 25 fazendo você mesmo. Para isso, basta baixar a imagem disponibilizada pelo *blog*

em alta resolução, imprimir na gráfica em papel de qualidade e pôr em uma moldura, seja em casa, ou numa vidraçaria.

Para monetizar o *blog*, Vivianne assinou um contrato com o Bolsa de Mulher, grupo de mídia digital multiplataforma, voltado ao universo feminino, que, entre outras ações, comercializa publicidade. Foi quando percebeu o potencial de rentabilidade do *De(coeur)ação*. Embora acredite ser possível viver só de *blog*, essa ainda não é a realidade de Vivianne que divide seu tempo entre os posts e o trabalho de secretária executiva.

— Me desdubro. Calculo o tempo quase minuto a minuto.

O *blog* disponibiliza para leitores e anunciantes sua política de patrocínio, onde informa, por exemplo, o uso do marcador #publieditorial toda vez que o post remeter a um anunciante. As marcas que anunciam no espaço buscam atingir um público específico, interessado em decoração de interiores, majoritariamente feminino, jovem, com alto nível de escolaridade e concentrado sobretudo na região Sudeste.

O contrato com o Bolsa de Mulher foi o mesmo caminho seguido por Carol Fonseca, 24, que comanda o *Casa de Nós 2*. No ar desde 2009, o *blog* tem 90% de leitoras mulheres de idade entre 23 a 30 anos. Monetizá-lo não tem sido a grande preocupação da carioca, que estuda e trabalha num escritório de consultoria jurídica.

— Os parceiros surgiram normalmente, muitos entram em contato e fazem propostas. Acho que a expansão vai acontecendo ao longo do tempo, mas não tenho nenhum plano pra isso. Meu foco é o conteúdo.

O *blog* surgiu depois que ela e o namorado foram morar juntos num apartamento bem pequeno, carinhosamente apelidado de *teeny tiny* (pequenino e minúsculo). Os posts com soluções para

pequenos espaços estão hoje entre os mais acessados do *blog*. No De(coeur)ação, de Vivianne Pontes, o post “*Ideias para apartamentos pequenos*” lidera disparado na lista dos mais lidos. A demanda por esse tipo de informação está sintonizada, sobretudo, com a realidade imobiliária das grandes cidades. Com a crescente valorização do m<sup>2</sup>, as pessoas têm se espremido cada vez mais em pequenos imóveis. E são boas ideias que podem ajudar a fazer de uma pequena casa um lugar confortável e agradável para viver e receber amigos, sem gastar rios de dinheiro - afinal, se você tivesse, compraria um apartamento maior.

Carol Fonseca aponta o faça-você-mesma como uma tendência e, ao mesmo tempo, uma porta que abre o diálogo das pessoas comuns com decoração e design.

– O aumento de *blogs* é ótimo para a divulgação da decoração e design de um modo geral. É importante para mudar a ideia de que decoração e design é coisa de gente com poder aquisitivo alto.

Ao contrário de Vivianne Pontes, que já tem *blogs* desde 2001, Carol Fonseca não era lá muito íntima da blogosfera. Ela conta que penou muito para conseguir dominar as ferramentas. Para isso, foi necessário bastante pesquisa e consulta a fóruns online que tratam do assunto. Mas a preparação não se restringe à parte informática do *Casa de nós 2*. Municia-lo com conteúdos fresquinhos e dicas interessantes exige leitura atenta de diversos meios e, principalmente, um olhar apurado.

– Eu me informo muito. Leio revistas nacionais e de fora, acesso diversos sites diariamente e olho ao meu redor com aquele ar de turista que a gente costuma perder na rotina diária. Aí às vezes o bicho da criatividade pica, junta uma coisa com outra e sai algo bacana!

Foi num desses insights que surgiu o tutorial do quadrinho de borboletas, o post mais acessado do *blog*. A ideia inicial partiu de um trabalho da faculdade de Design de

Interiores (UVA-RJ), em que o grupo decidiu aplicar a técnica do artista americano Paul Villinski, que cria peças a partir da reciclagem de latinhas de alumínio e vinil. Em casa, sem a tinta spray utilizada no projeto do grupo, Carol pôs a mão na massa com o que tinha em casa: retalhos de tecidos.

A borboleta é um motivo bastante utilizado na decoração. Se o inseto em suas variadas cores e tamanhos cativa qualquer pessoa, a antiga e polêmica moda de emoldurar



coleções naturais dos bichinhos voadores já não é mais tão popular. Feitas com restos de tecido e latinhas de alumínio que iriam para o lixo, as borboletas propostas pela Carol encantam e são ecologicamente corretas.

Sustentabilidade é um conceito caro para o blogueiros do faça-você-mesmo. Reciclar, reaproveitar, criar novos usos para velhos objetos são quase como uma filosofia de vida para essas pessoas.

É o caso da artesã gaúcha Mara Porto, 46, cujo *blog* funciona desde 2008 como uma espécie de diário de obra. Naquele ano, ela encarou uma reforma na casa. Fotógrafa amadora, decidiu registrar todas as etapas.

– Com o tempo, surgiu o interesse das outras pessoas, fui postando e o *blog* foi crescendo. Hoje já estou construindo outra casa e continuo mostrando.

Além da reforma, Mara divide com seus leitores outras mudanças que faz no lar doce lar, como novas cores nas paredes, diferentes disposições do mobiliário, artesanatos e reciclagem de móveis usados. Em alguns casos, usado é um termo generoso.

A história de amor entre Mara e o velho armarinho de hospital relatada em seu *blog* começou quando passando em frente a um ferro velho na região central de Porto Alegre, avistou duas simpáticas, porém surradas, cadeiras de ferro. Algumas semanas se passaram em que ela namorava as peças à distância, dava uma espiada num dia, uma piscadela em outro. Na hora da tão esperada compra, Mara perguntou ao vendedor se por acaso ele não teria um daqueles armarinhos de ferro, que se usava antigamente em hospitais.

– O moço rindo me falou que tinha visto sim um lá nos fundos do pátio e que outra pessoa comprou um para colocar em sua pet shop. Falei logo que queria ir ver, ele avisou que era meio longe. Fomos caminhando e eu olhando aquele monte de entulhos, ferros, tinha de tudo, geladeira, fogão, mesa e eu já imaginando o quê fazer com aquilo e o moço só ria das minhas invenções.

A condição da peça não era das melhores. Sem vidros, sem chave e todo arranhado, para qualquer outra pessoa, o destino do armarinho parecia mesmo ser o ferro-velho. Os passos seguintes foram lixar, aplicar produto anti-ferrugem e pintar. Como a primeira tentativa de dar cor à peça não ficou do jeito que ela queria, Mara acabou recorrendo a um profissional. Em seguida, ele colocou a fechadura e os vidros. O custo total, incluindo as peças do ferro-velho (armarinho, duas cadeiras e mais uma mesinha de ferro), pintura, fechadura e vidros, foi de R\$ 240. O armário virou o xodó da Mara e agora abriga suas porcelanas mais finas.

– Com criatividade dá pra ter um lar gostoso de morar, com a nossa cara, sem ter que gastar muito

dinheiro, é isso que quero passar para os meus leitores.

A história de Mara e o armarinho de hospital é um exemplo da concepção compartilhada e difundida por muitas blogueiras de que com paciência, dedicação e pouco dinheiro, o lixo pode virar luxo.



antes e depois: armarinho de hospital comprado em ferro-velho vira xodó da casa



Thalita Carvalho, 27, é a mente criativa por trás do *Casa de Colorir* e lixo lover assumida. No *blog*, a publicitária dedica uma seção exclusiva a seus achados, objetos que aparentemente não teriam mais utilidade.

– Ser uma lixo lover é ver beleza em

algo que não é belo pra muita gente. É ver valor e significado em coisas que foram descartadas por outras pessoas.

Entre os garimpos de Thalita, uma mesinha feia, velha e infestada de cupim, mas com muito potencial. Gastando R\$ 28, ela trouxe de volta à vida o móvel, que ficou livre dos insetos, foi lixado, ganhou tinta vermelha e um puxador cheio de estilo. Ao mesmo tempo em que deixou de ser necessária a fabricação de uma nova mesa, outra velha não foi parar no lixão e o planeta ganhou duas vezes.

– O desperdício já chegou ao limite. O desperdício de água, superaquecimento e proteção da natureza já são temas recorrentes. Agora, os olhares também estão se voltando para a conscientização na decoração.

Em outro projeto, a matéria-prima foi 50 fitas betacam que ganhou no trabalho. Esse tipo de fita, usado antigamente para gravação profissional em vídeo, é um pouco menor que as de VHS, as populares fitas de vídeo que eram reproduzidas nos videocassetes. Coladas uma a uma, Thalita montou um criado-mudo de fitas beta, sucesso entre os leitores do *blog*.



Curiosamente, o móvel agora guarda a coleção de DVDs da casa, evocando o diálogo entre o antigo e o novo.

Outra arte que tem arrancado suspiros é a parede de patchwork de

azulejos coloridos. Como não queria quebra-quebra no apartamento, ela optou por colar sobre cada um dos azulejos estampas diversas coletadas na Internet, que foram



impressas em adesivo vinílico, um material mais resistente.

Mesmo com tantas invenções, a história do *Casa de Colorir* é recente. Sua primeira postagem é de outubro de 2010, quando decidiu passar de leitora assídua a blogueira.

– Quando comecei a pensar em morar sozinha, fui visitar os *blogs* de decoração atrás de ideias baratas e sustentáveis pra decorar minha casa, pois sabia que não teria dinheiro para comprar tudo. O *Casa de Colorir* surgiu para que eu pudesse documentar a evolução das mudanças na casa e dividir o que eu ia aprendendo com esses *blogs* tão inspiradores.

Segundo Thalita, são públicos distintos que acessam o *blog*. Jovens - na grande maioria mulheres - que pensam em sair ou já saíram de casa e buscam soluções baratas para decoração e mulheres na faixa dos 30 a 40 anos, que são donas de casa e gostam de artesanato, trabalhos manuais e projetos faça-você-mesmo; além de designers e outros blogueiros. A partir do feedback desses internautas, Thalita percebe o quanto *blogs* como o dela ajudam a florescer ou a fazer renascer uma consciência sobre o faça-você-mesmo.

A mudança na maneira de pensar dos leitores é muito evidente! Eles me mandam fotos das coisas que transformaram na casa deles, trocam ideias, agradecem... Esse retorno é muito importante.

sigua no twitter:

De(coer)ação - @vpontes

Casa de Nós 2 - @CAROLSONSECA

Casa de Colorir - @CASADECOLORIR

# VÍDEOS QUE ENSINAM A DECORAR

Na tela da televisão ou na do computador, Flávia Ferrari alimenta o “círculo virtuoso” do faça você mesmo

Para quem prefere tutoriais em vídeo, Flávia Ferrari, 35, disponibiliza vários em seu *blog*, o *Decoracasas*. Engenheira civil, com especialização em Marketing, Flávia sempre gostou de trabalhos manuais, de decoração e de cuidar da casa, mas a pesada rotina profissional a fez abandonar essas paixões. Com a chegada da maternidade, ela teve a oportunidade de parar e reinventar sua vida, retomando atividades que lhe eram prazerosas e haviam ficado esquecidas.

– O *Decoracasas* nasceu em maio de 2008 da necessidade de eu dividir idéias decorativas que havia implantado em minha casa. No universo *blogger*, até então, eu atuava como espectadora, consumindo diariamente as postagens dos meus *blogs* favoritos.

Seu contato com o vídeo começou na gravação da primeira temporada do *Faça em Casa*, programa do canal *Bem Simples*, que estreou recentemente dentro da grade programação do canal fechado *Fox Life*. O *Bem Simples* é uma franquia do canal argentino *Utilissima*, que entrou no ar em 2008 e hoje está presente em mais de 30 países, incluindo o Brasil desde março. O diferencial em relação a outros canais da TV a cabo, como o *Discovery Home & Health*, é que mais da metade do conteúdo é produzido exclusivamente para o público brasileiro. É aí que entram profissionais como Flávia Ferrari.

– Nunca tinha tido experiência na TV, nem em vídeo. E acabei passando por uma seleção entre 300 profissionais já tarimbados no mercado. Eu adoro gravar, adoro conversar com a câmera e imaginar as pessoas que irão conversar comigo através dela. Sinto uma enorme satisfação.”

A partir das gravações surgiu a idéia de usar passo a passo em vídeo também no *Decoracasas*.



O formato audiovisual bastante democrático e a crescente difusão da Internet banda larga são fatores facilitadores para que mais pessoas tenham acesso ao conteúdo.

– No *blog*, eu acredito ter leitores de todas faixas etárias, mas me encanto ao ver que há leitoras muito ativas na faixa dos 50 anos de idade. É gente que não cresceu nesta linguagem, mas se interessa e acompanha ativamente o assunto.



O vídeo mais assistido é o que mostra como fazer um quadrinho de sombras. Outro que está na lista dos favoritos dos internautas é o tutorial que ensina a revestir uma cadeira plástica com chita, aquele tecido de algodão rústico com estampas coloridas e motivos florais, que geralmente se encontra a preços bem convidativos. Muita gente tem posto a lição de Flávia em prática, e vem, inclusive, ganhando dinheiro com as cadeiras.

– Recebo muito retorno desta técnica, muitas pessoas fazendo e renovando um móvel que poderia estar condenado ao desuso. E é esse retorno de quem fez é o que me move, o que me dá mais satisfação em blogar.

Flávia acredita que as pessoas estão se reinteressando pelas coisas feitas em casa. Em sua opinião, os *blogs* começaram a divulgar esse interesse pelo faça você mesmo, conseqüentemente atraindo mais pessoas para o movimento e, assim, sucessivamente, criando um “círculo virtuoso”.

– Vejo muita gente jovem voltando os olhos para o faça você mesmo, dissimulando o fazer e aproveitando para produzir peças bacanas para usar. Também temos ferramentas mais legais mais acessíveis o que torna o processo do fazer mais prazeroso e desafiador.



Desde 2009, o *Decoracasas* está hospedado no *Casa.com.br*, portal do grupo Abril. São quase cem blogueiros falando sobre design, decoração e arquitetura.

– O *blog* foi um dos primeiros a fazer parte desta rede. Eles viram um conteúdo diferenciado, já que produzo exclusivamente para o blog a maior parte do conteúdo veiculado. Essa parceria traz visibilidade para o *Decoracasas* e, desta forma, acaba me abrindo algumas portas para gerar mais conteúdo exclusivo para meus leitores.

A Abril Digital também patrocina dois espaços publicitários do *blog* e a Flávia Ferrari tem planos de expandir através de novas parcerias.

– Além disso, quero continuar sendo feliz, dividindo novas idéias e projetos com o maior número possível de pessoas.

# A REFORMA DA FERNANDA

Dicas dos *blogs* de decoração ajudam a enfrentar orçamento apertado

Fernanda Mattos, 28, é leitora assídua de blogs de decoração há pelo menos cinco anos. Sempre aplicou uma coisa ou outra que aprendia nas casas em que morou. Mas só quando decidiu abrir seu próprio negócio, o ateliê de doces Especiarias, foi que ela precisou usar tudo o que tinha aprendido online. A vontade era criar um ambiente diferenciado e personalizado, mas o orçamento, reduzido.

– A gente não tinha muito para investir, até porque o proprietário não ia descontar nada no valor do aluguel.

Nascida em Ribeirão Preto, Fernanda vive em Florianópolis desde 2001 quando casou com um catarinense, com quem teve dois filhos. Ela conta que nunca imaginou que seria doceira e nem tinha muita afinidade com as panelas quando iniciou a vida de casada. Enquanto aprendia a cozinhar, em uma tentativa frustrada de fazer panquecas, bateu o recheio junto com os ingredientes da massa no liquidificador, comeu e acabou no hospital. Felizmente, logo passou a acertar as receitas, principalmente quando começou a estudar Gastronomia. O trabalho fazendo doces para fora iniciou na cozinha de casa e não demorou muito para que ela sentisse a necessidade de expandir os negócios.

– Eu disse: “vou criar coragem e procurar algum cantinho para abrir a Especiarias”.

O lugar apareceu: uma pequena sala, no bairro Agrônômica, área nobre da cidade. O desafio agora era transformar aquele ambiente

maltratado num sofisticado ateliê para Fernanda produzir seus quitutes e atender clientes.

Para a parte mais pesada da reforma – troca de piso e porta – contrataram mão de obra especializada. Também terceirizaram a aplicação de papel em uma das paredes da sala. O modelo escolhido foi uma estampa produzida pelo designer Marcelo Rosenbaum. O resto foi obra de Fernanda, que teve uma grande ajuda do marido. Foi ele quem desenhou e montou o móvel que abriga o forno. Os dois juntos pintaram as paredes e uma prateleira, que era escura e ficou branquinha.

– Todo sábado, meu programa era percorrer lojas de móveis usados da cidade.

Foi nessas andanças que ela encontrou as cadeiras que hoje estão em sua lojinha. Por uma delas pagou R\$45, em um brechó. A outra, um móvel de 1950, custou R\$120. As duas foram lixadas, uma recebeu tinta amarela e ambas ganharam, ainda, novos estofamentos, tudo feito como ensinam os *blogs*. Outros dois móveis do ateliê, a cristaleira e a mesa, foram comprados em uma loja de ponta de estoque de uma famosa – e cara – marca. Defeitos algumas vezes quase imperceptíveis podem render um grande desconto nesse tipo de loja.

– É tudo pesquisa. Não queria

comprar nada muito caro porque quando você monta uma coisa não sabe se vai dar certo ou não.

Fernanda acredita que há limitações quando não se é profissional. A maior delas, em sua reforma, surgiu na harmonização das cores. A paleta já tinha o magenta do papel de parede e o azul claro da parede, mas parecia incompleta. A inspiração veio do blog *De(coeur)ação*, mais precisamente do criado-mudo amarelo que Vivianne Pontes mostrou em um *post*. E o amarelo foi então a cor escolhida para a cadeira e para o móvel do forno.

– Eu vejo, acho bonito e copio – conta Fernanda, que seguiu a dica de outro *post* do blog *De(coeur)ação* – ensinando a customizar molduras de R\$1,99 – para criar quadrinhos para o banheiro da Especiarias.

Fernanda define seu estilo como eclético, mas com um apego pelo retrô.

– Linhas retas, contemporâneas, eu até gosto, mas parece casa que não mora ninguém. Dá a impressão que você está num showroom, por isso gosto de coisas antigas, que tem que ficar procurando.

Para ela, casa de revista é aquela que não mostra o “estilo da pessoa, a personalidade”.

– Tá muito fora da minha realidade. Casas suntuosas, paredes de vidro... Como faz para limpar todo aquele vidro?

antes



depois



# COSTURAR NÃO É MAIS SÓ COISA DE VOVÓ

Fascinadas pelo *faça você mesmo*, as blogueiras do Superziper acreditam que a tendência veio para ficar. Para elas, agulha, cola, linha, tesoura e botão é sinônimo de diversão.

sigua no twitter:  
@superziper

Tricotar na rua já lhe rendeu reações inusitadas. Certa vez, Andrea Onishi, 35, ouviu um homem perguntar aos berros se estava treinando para ser avó. Apesar de curioso, episódios como esse são cada vez menos corriqueiros. Costura, tricô e bordado, antigamente conhecimentos obrigatórios para ser boa esposa, hoje ganham um novo status, o de atividade prazerosa e de expressão da individualidade.

– Nossa geração é muito diferente da anterior, a gente não vê trabalho manual como uma obrigação. De 30 anos para cá, isso tem se transformado em algo legal. Não tem mais aquela carga, você aprende porque quer.

Ao lado de Cláudia Fajkarz, amiga desde a época da faculdade de Publicidade, Andrea comanda o *Superziper*. No ar desde 2007, o blog recebe atualmente cerca de 130 mil visitantes por mês e é um prato cheio para quem procura projetos DIY (sigla do inglês “do it yourself”,

que significa *faça você mesmo*). Dá para aprender a renovar o estofado de cadeiras, fazer porta-celular com garrafa plástica, preparar brigadeiro de cenoura, transformar suéter em cardigã, entre muitos outros tutoriais de decoração, gastronomia e moda. O tricô, arte favorita de Andrea, ganha destaque, com posts para iniciantes e mais experientes. Uma alternativa sustentável e também bastante explorada é o reaproveitamento de materiais.

– A gente tenta não entrar muito nessa onda de consumo e mostrar um outro lado. Em vez de comprar roupa nova, por que não modificar, customizar o que tem? Reaproveitar é uma tendência e para mim é uma das coisas mais legais.

O público do *SuperZipper* é 97% feminino, na faixa dos 20 aos 40 anos. O blog tem anunciantes, que segundo Andrea, cobrem os gastos com servidor e hospedagem. Ganhar mais espaço *offline* é o atual objetivo das blogueiras, que

estreadam recentemente uma coluna na *Revista Make*, publicação brasileira especializada em artes manuais.

Elas também estão envolvidas em uma grande empreitada: transformar o tradicional artesanato em *craft*. Para além de uma questão conceitual, a disputa tem a ver com novos valores e hábitos.

– No Brasil, a gente ainda está engatinhando. E ainda muito ligados ao artesanato, como uma reprodução de técnicas, para o complemento de renda. A nossa proposta é outra.

O perfil da artesã moderna, agora chamada de *crafter*, é bastante variado. São estudantes, mães e profissionais das mais diversas áreas que vivem conectadas e têm em comum o interesse pelo que é feito à mão.

– As pessoas estão valorizando uma coisa mais individual. Temos coisas baratinhas da China, mas é tudo igual. Quando elas vêm a possibilidade de criar algo que



Na versão SuperZipper do clássico poster “We can do it”, Andrea Onishi e Cláudia Fajkarz

tenha o seu toque, a sua cara, isso não tem preço.

Para Andrea, outros fatores, além do interesse pelo produto individualizado, têm contribuído para fazer renascer o interesse das brasileiras pelas artes manuais. O aquecimento da indústria de materiais e ferramentas para *crafters* é um deles. Se há algumas décadas, a pequena oferta fazia com que a matéria prima fosse cara e pouco acessível, atualmente há um grande número de lojas especializadas a preços bastante convidativos.

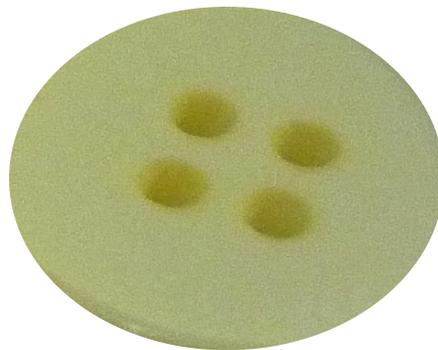
– O material está barato. Em algumas lojas, acaba virando até meio que um varejão. Vendem **kits** com tudo prontinho, todas as peças e orientações. Quando você vai ver, tem 30 bonecos com chapéu igual ao seu. O reflexo dessa oferta em massa é uma espécie de linha de montagem.”

A produção em série é algo que preocupa as superziperes. Andrea e Claudia procuram estimular os leitores do blog a usarem a criatividade para adaptar as técnicas ensinadas, ao invés de simplesmente copiarem o que foi proposto.

– Recebemos fotos do leitor mostrando o que fez e é exatamente igual ao que postamos. A gente não acha ruim, mas curioso. Por isso, batemos nessa tecla: “faça do seu jeito”.

Originalidade é uma bandeira das blogueiras, que fazem questão de produzir conteúdo original. Andrea conta que no início do *SuperZipper*, não se preocupavam se as pessoas iriam gostar ou não das postagens. Com a crescente repercussão, passaram a se sentir responsáveis com os leitores, e a conseqüentemente melhorar a produção de fotos e textos.

– Existem muitos *blogs* femininos, mas a maioria não produz conteúdo original, só replica. É um nicho, mas não é o que a gente faz. Nós produzimos conteúdo que é replicado. Dá muito mais trabalho, mas é nosso diferencial.



\*\*\*

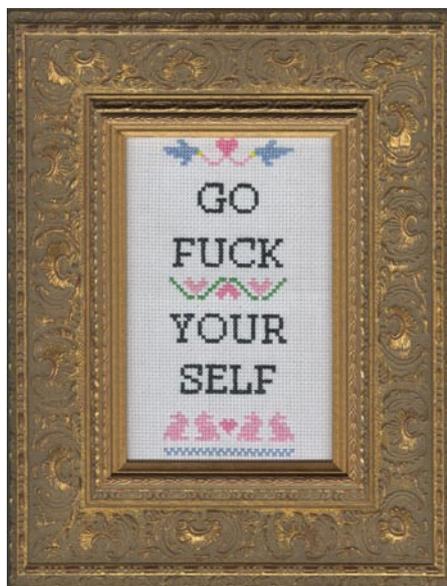
## ponto-cruz subversivo

Bordar palavrões ajudou a texana Julie Jackson a lidar com stress no trabalho

Cada um tem um jeito próprio de lidar com a raiva. Há quem esbraveje, xingue ou bata, quem conte até dez esperando passar ou quem apenas guarde os sentimentos ruins dentro de si. E há quem acredite que bordar palavrões é o melhor remédio. É o caso de Julie Jackson, 40, texana da cidade de Dallas, que, na primavera de 2003, criou o ponto-cruz subversivo como uma forma de terapia.

– Eu estava lidando com um chefe idiota e cruel. Um dia, então, saí do trabalho e fui a uma loja de aviamentos. Comprei um kit de ponto-cruz com uma borda florida e bordei a letra F bem no meio. Foi muito terapêutico.

Para criar mais impacto nos bordados que faz, Julie mistura os xingamentos com motivos tradicionais, como coelhos, flores e todo tipo de frufus. “Kiss my ass”, “bitch”, “Shut the fuck up”, “Go fuck yourself” e “Happy Fucking Hollydays” são algumas das frases bordadas por ela em seus trabalhos. No site [subversivcrossatitch.com](http://subversivcrossatitch.com), é possível adquirir os gráficos em PDF ou mesmo kits contendo linha, tecido e instruções.



\*\*\*

# DECORAÇÃO ACESSÍVEL NAS BANCAS

*Revista Minha Casa sai na frente e conquista novo nicho consumidor de decoração*

Três dias foi o tempo necessário para se esgotarem nas bancas os 240 mil exemplares da primeira edição da revista *Minha Casa*, da editora Abril. Já de saída, ela contava com 300 assinantes, algo nada usual no disputado mercado editorial brasileiro. Hoje, pouco mais de um ano após seu lançamento, a publicação tem mais de 50 mil assinaturas e lidera a lista das revistas de decoração que mais vendem no varejo, desbancando títulos tradicionais como *Casa Cláudia*, *Arquitetura e Construção* e *Casa e Jardim*. O segredo de tamanho sucesso é a aproximação com os leitores, que encontram em suas páginas sugestões que se encaixam na realidade da nova classe média do país.

Um fator decisivo para o lançamento de *Minha Casa* foi o momento econômico favorável que o país vivia, com aumento da renda e queda do desemprego. Embalados pela expansão do crédito e outras facilidades, como a redução do Imposto sobre Produtos Industrializados nos eletrodomésticos da linha branca (fogão, refrigerador, forno de microondas, etc), mais consumidores chegaram à classe C, que em 2010 já representava 53% da população brasileira.

Foram pelo menos dois anos de preparação antes da revista entrar no mercado. A equipe fez diversos estudos, tanto para que o novo título não se sobrepusesse às demais publicações do núcleo *Casa & Construção* da editora Abril, quanto para viabilizar o preço final de R\$4,90, como explica Gustavo Curcio, arquiteto e editor de *Arte da Minha Casa*:

– Ao descobrir um novo nicho, a revista abriu mercado. Ela não roubou nenhum leitor das outras publicações.

## DECORAÇÃO ACESSÍVEL

O leitor de *Minha Casa* procura soluções de decoração criativas, econômicas e práticas, pensadas para casas da vida real, que nem sempre correspondem àquelas de grande metragem que tradicionalmente apareciam em revistas. Aliás, a expressão “casa de revista” para algumas pessoas significa um imóvel incrivelmente decorado, que parece até uma vitrine, fria, sem a personalidade dos donos, nem funcionalidade.

Para facilitar a leitura, a revista usa linguagem clara e didática, distribuída em pequenos blocos. Os orçamentos são bem visíveis e detalhados, sempre com possibilidade de parcelamento em até dez vezes sem juros. Projetos que possam ser reproduzidos sem ajuda profissional também têm destaque na revista.

## INTERATIVIDADE

Um dos grandes diferenciais da publicação é a estreita conexão com os leitores. Isso se dá, sobretudo, na comunidade da revista da Internet. Se no início a equipe precisava instigar a comunidade, hoje ela tem vida própria e funciona a todo vapor.

São mais de 17 mil membros, que usam o espaço para opinar sobre a revista, sugerir novas matérias, e, principalmente, mostrar o que andam fazendo em suas casas. Para isso, usam os mais de 100 grupos de discussão, criados tanto pela redação, como o “*Fiz como em Minha Casa*”,



quanto pelos leitores, como o “*Quero ver em Minha Casa*”. Conferindo tudo o que dizem os internautas está a repórter Cecília Arbolave:

– A comunidade é uma boa fonte de pautas, além ser um termômetro do nosso trabalho. Cecília conta ainda que foi depois de aprovação do público da Internet que a redação decidiu colocar um banheiro na capa da revista.

– Era uma ousadia colocar um banheiro, porque todas as revistas usam sala, quarto, cozinha. Perguntamos então na comunidade o que achariam de uma capa com banheiro, aí com a resposta positiva, veio a publicação.

O leitor online também tem alguns privilégios. Recebe e-mails semanais com novidades, inclusive sobre o andamento da produção do próximo número da revista e também pode participar de promoções exclusivas.

Outra ferramenta de aproximação com os leitores é o twitter @tonaminhacasa. O perfil, atualmente com mais de dez mil seguidores, foi criado um mês antes do lançamento da revista, como parte da estratégia de divulgação. Hoje, segundo a editora Vivien Hermes, já faz parte do dia a dia da redação:

– A gente para o que está fazendo, escrevendo a matéria de capa, para responder tweet de leitor.



## CANEVACCI: “Todo mundo quer ser performer de sua vida”



Esse contexto foi analisado pelo filósofo e ensaísta alemão Walter Benjamin na obra inacabada *Paris, capital do século XIX*, de 1935. Foi esse o ponto de partida escolhido pelo antropólogo italiano Massimo Canevacci quando questionado se a casa contemporânea é um espaço de auto-expressão.

Professor da Universidade de Roma “La Sapienza” e atualmente professor-visitante na Universidade Federal de Santa Catarina, Canevacci é reconhecido pela postura intelectual arrojada, em constante ruptura com métodos e conceitos clássicos. Para o autor de “A cidade polifônica”, depois do surgimento da casa burguesa, a decoração se mantém como algo padronizado, sem muitas variações. O ponto de virada está no fim dos anos 1960, momento em que o mundo vivia um turbilhão cultural.

– É a juventude que começa a decorar seu ambiente. Ela escolhe pendurar em seu

quarto a imagem de Jimmy Hendrix, Che Guevara, Karl Marx. E isso tem a ver com identidade. Eu a construo através das roupas, do meu estilo de vida, do meu andar. A casa é como se fosse meu corpo.

Com o passar do tempo e o desenvolvimento industrial, achar um artesão fica cada vez mais raro e caro. O aprimoramento tecnológico torna mais barato adquirir ferramentas e matéria-prima. É quando, para Canevacci, começa a ganhar força a decoração faça-você-mesmo.

– É uma forma de auto representação. As pessoas não querem ser padronizadas, elas querem ser atores, desenvolver sua própria visão do mundo. Esse comportamento, decorar você mesmo seu espaço, é a soma do “eu não quero ser padronizado” e “eu não quero gastar rios de dinheiro”.

Na história da cultura urbana, é na Paris do século XIX que a casa passa a ser definida como local da vida privada. A morada burguesa inaugurou a divisão do espaço em cômodos, como cozinha, banheiro, quartos, sala e corredores que permitiam a circulação sem invadir a intimidade.

## FAÇA VOCÊ MESMO DESAFIA ARQUITETOS, DECORADORES E DESIGNERS DE INTERIORES

O mercado da decoração – tanto produtos, quanto serviços – definitivamente está em alta. De acordo com projeção feita pelo presidente do Núcleo Catarinense de Decoração, Marcelo Martinez, neste ano, o setor deve movimentar no estado R\$ 85 milhões, 18% a mais que em 2010.

– Isso considerando somente os profissionais que utilizam as lojas dos Núcleos para seus clientes. Minha projeção é que, de forma geral, esse número deve no mínimo duplicar ou triplicar.

Martinez aponta ainda que vem crescendo o número de pessoas que investem em decoração para suas casas. Contar com um profissional também não é mais exclusividade da classe A.

– Hoje os profissionais estão mais acessíveis, com novos formatos de trabalho e custo. Creio que cada vez mais a classe B e até uma certa fatia da C pode usar um profissional de decoração.

Ao contrário do que se poderia presumir, a propagação de lições online sobre como decorar uma casa não tem afetado negativamente o

campo de atuação dos profissionais da área. A arquiteta Giselle Carvalho, 26, por exemplo, acredita que há espaço para todos.

– Nem sempre as pessoas dispõem de condições para contratar um arquiteto ou designer. Mas se elas gostam de decoração e têm todos os meios a seu favor, por que não fazerem elas mesmas? Sou a favor de quem faz com as próprias mãos!

Para a designer de interiores Luiza Freitas, 27, o novo contexto é, de certa forma, positivo e desafiador.

– É bom para o aprimoramento do profissional, que vai ter que sair do óbvio, estar sempre inovando e apresentando novas ideias. Teremos que ser profissionais cada vez mais criativos.

Luiza ressalta ainda que as dicas simples e de fácil execução difundidas pelos blogs acabam por incentivar que o ambiente esteja sempre decorado e aconchegante.

– É com esse incentivo que os designers devem trabalhar, sempre buscando espaço para a venda de novas ideias.

Giselle e Luiza concordam que a importância do profissional está na produção de conteúdos para sites, blogs, revistas e programas de televisão, através da difusão dos conhecimentos técnicos,



“Renovar um ambiente com as ‘próprias mãos’ é muito saudável e gratificante tanto para quem faz, quanto para quem o estimula a fazer”. Giselle Carvalho

teóricos e práticos, além das novas tendências. Orientar e nortear as ideias do cliente também cabe ao expert da área.

– Ao bom profissional cabe utilizá-las e adaptá-las à realidade do cliente, que é geralmente a grande dificuldade do público leigo, aponta Luiza Freitas.

Na opinião do presidente do Núcleo Catarinense de Decoração, Marcelo Martinez, mesmo com toda informação disponível, o profissional continua sendo imprescindível.

– Sinceramente, por mais que a pessoa tenha boa vontade e bom gosto ela não consegue sozinha fazer a combinação da casa toda, dar equilíbrio e harmonia para os ambientes ficando o mais agradável e confortável possível. A tendência do faça você mesmo, a meu ver, é muito mais prático para pequenos ajustes ou modificações, mas não para uma grande mudança ou reforma.

# DECORE SEM SAIR DE CASA

Para quem vive longe dos grande centros, uma opção para boas compras são as lojas online. Visitamos os principais endereços virtuais e selecionamos peças que vão deixar sua casa cheia de estilo e cabem em todos os bolsos

ATÉ R\$50

- ⊛ No site *Deal Extreme*, é possível encontrar pechinchas como essas *matrioshkas* de madeira. As tradicionais bonequinhas russas custam \$4,71. O frete é o grátis e o produto pode levar até dois meses para chegar, compre sem pressa. <[www.dealxtreme.com](http://www.dealxtreme.com)>



- ⊛ Adesivo de parede é uma alternativa fácil para personalizar um móvel ou ambiente. Os cachorrinhos do artista plástico Keith Haring são da *Design Mania* e custam R\$22. <[www.designmania.com.br/siteNovo/visualizaProduto.php?id=405](http://www.designmania.com.br/siteNovo/visualizaProduto.php?id=405)>



- ⊛ A lista de compras *Putz!* da *Imaginarium*, pode ser magneticamente fixada na porta da geladeira. Vem junto canetinha-ímã com apagador. R\$24,90. <[www.lojaimaginarium.com.br/](http://www.lojaimaginarium.com.br/)>



DE R\$50 A R\$100

- ⊛ Divertida, a almofada da *Housemania* possui um bolso para deixar o controle remoto sempre a mão. R\$52. <[www.housemania.com.br](http://www.housemania.com.br)>



DE R\$100 A R\$200

- ⊛ O regador retrô *Provence Flowers*, da *Rosamundo*, pode ser usado tanto para regar o jardim quanto para criar belos arranjos de flores. R\$154. <[www.rosamundo.com.br/](http://www.rosamundo.com.br/)>



ACIMA DE R\$200

- ⊛ A cadeira *Lapa*, do *Meu Móvel de Madeira*, está disponível nas cores azul turquesa, verde limão, amarelo canário e roxo. R\$224,10. <[www.meumoveldemadeira.com.br](http://www.meumoveldemadeira.com.br)>



- ⊛ O suporte para livros *Metades*, à venda no *Segredo do Vitória*, é composto por duas metades de um vaso com 18 cm de altura, que podem servir como aquário, vaso de flores ou o que sua imaginação permitir. R\$299. <[www.osegredodovitorio.com](http://www.osegredodovitorio.com)>

