

VOGUE

SAPO JORNAIS

PORTUGAL

GROUND BREAKING

MARCO 2018 € 5 CONT.
00185
5 607727 1 161042

Diz-me como decoras

Dir-te-ei quem és? Na era da Internet, estamos todos mais criativos ou mais iguais a um *board* do Pinterest? Quisémos saber o que torna única, ou não, a decoração de hoje em dia. *Por Irina Chitas.*

Primeiro, veio a função. Antes da estética, a casa não era mais que o puro essencial à necessidade básica. Depois, a forma e, com ela, a ostentação. Ter mais era ser mais. A seguir, as tendências, uma autêntica ditadura de revistas e movimentos artísticos (olá, Bauhaus) que tornaram obsoleto tudo o que tínhamos como certo a semana passada. No fim, veio a Internet. Ah, a democratização total, o acesso desenfreado, a inspiração infinita. Finalmente éramos livres, leves e soltos, donos de nós próprios e da decoração da nossa casa. Ou éramos a cópia perfeita daquela *influencer* viciada em macramé? “Podemos ver muitas plantas suculentas, cerâmica, tapetes marroquinos e peças *vintage* nas casas das pessoas!”, diz-nos Sam Baron, *designer* e diretor criativo da área de *design* da Fabrica. “Não, a sério, eu acho que trouxe muita boa ‘educação’ ou acesso à cultura de *design* de interiores a uma audiência maior. O risco também é que uniformiza depressa o gosto das pessoas que têm tendência para copiar o que veem sem refletir sobre a sua própria expressão de personalidade num espaço tridimensional.” Este pode nem ser o maior problema – que atire a primeira pedra quem não tem um fraquinho pelo minimalismo nórdico. Mas João Vilela e Tiago Rodrigues, da Pura Cal, encontram uma falha maior. “Há hoje uma enorme democratização de acesso aos produtos pelo preço. Mas em revés, há também uma ideia de descartabilidade que nada tem de bom. A ideia do usar e deitar fora banalizou-se, quer pelo custo, quer pela qualidade dos produtos. Até há 20 anos, os móveis eram comprados para durar uma vida, e muitos até passavam de geração em geração, e isso refletia-se nos materiais, no desenho, na qualidade. Com esta nova massificação esses valores perdem-se.” Não há bela sem senão, e se este senão é uma criatividade relativa, a bela, para Pedro d’Orey, sócio da QuartoSala, é que “desde o acesso aos produtos até à forma fácil como qualquer pessoa pode simular a decoração da sua casa em 3D, a Internet libertou-nos e abriu-nos uma autoestrada de possibilidades. Perante toda a informação disponível somos agora muito mais seletivos e exigentes”. Rita Aguiar Rodrigues, arquiteta e fundadora do rar.studio, ainda acrescenta que hoje temos “mais estímulos para o nosso pensamento e para o nosso instinto. E uma disseminação mais célere das tendências, que, consequentemente, se vulgarizam e esgotam mais rapidamente”.

Não queremos, daqui a 20 anos, olhar para trás e perceber que a década em que vivemos hoje ficou, em termos de *design* de interiores, marcada apenas pelas redes sociais. E talvez nem precisemos. Agora vamos fazer uma afirmação arriscada: há mais na vida do que a Internet. Tanto há que, apesar de precisarmos de perspetiva para afirmarmos com todas as certezas, já conseguimos identificar algumas peculiaridades que conseguirão inscrever estes 10 anos na história. “De 2010 a 2020 os objetos são mais simples, arredondados, as cores são menos primárias, as mobílias tendem a ser mais funcionais”,

diz-nos Sam, acrescentando que o *design* está mais honesto, durável e coordenável. Rita argumenta que “as ideias de reciclagem/recriação, e de regresso a uma matriz de ordem natural, marcam o nosso tempo”. João e Tiago acrescentam que “há um retorno à natureza, aos materiais naturais, ao imperfeito natural, que é muito presente, quer no *lifestyle* quer nos materiais utilizados em decoração”, e Rita corrobora, porque “a valorização da natureza ou a natureza como matriz são determinantes. O que é facilmente perceptível num amplo retorno à utilização de materiais naturais, bem como de técnicas de produção e transformação artesanais”.

Para Pedro, “contração e expansão são dois sinais opostos que convivem lado a lado e moldam o que poderá vir a ser determinante na identificação de um produto desta década. Por um lado há alguma contenção que se reflete nas preocupações ambientais e na consciência do limite dos recursos com que continuamos a fabricar os nossos produtos. (...) Por outro, assistimos a uma liberdade criativa sem limites onde as influências mais longínquas se fundem na conceção de produtos que exibem uma nova identidade multicultural. Num estágio mais avançado esta nova produção será totalmente liberta de constrangimentos e ficará nas mãos dos consumidores através da vulgarização da impressão de objetos em 3D”.

No meio de tudo isto, há um aspeto em que todos os especialistas parecem concordar: a personalidade. “A decoração deixou de ser uma atividade meramente funcional para ser cada vez mais um movimento emocional de procura da nossa expressão individual dentro da sociedade em que vivemos. Em cada objeto que adquirimos ou que dispomos dentro da nossa casa, há cada vez mais uma busca de sentido que expresse algo verdadeiramente individual, íntimo e único”, explica Pedro. É verdade que podemos todos fazer compras no mesmo sítio e visitar os mesmos *sites* inspiracionais, mas a decisão de compra continua a ser um processo individual e cada vez mais desamarrado de imposições. Sam afirma que é importante que a casa não responda apenas ao que fazemos, mas ao que somos, e que seja um livro vivo que conte a história dos nossos hábitos – por muito que achemos alguma piada a suculentas, não as vamos comprar só porque ficam bem na fotografia quando sabemos perfeitamente que as vamos deixar morrer mais depressa do que conseguimos fazer uma *story*. E a história dos nossos hábitos é cada vez menos só nossa porque insistimos em partilhá-la com o mundo. D’Orey concorda e ainda acrescenta que “a casa passou a ser um palco ou um cenário permanente que diz muito sobre os nossos anseios e o lugar que queremos ocupar no mundo. Estes novos cenários que construímos diariamente dentro das nossas casas são publicados nas redes sociais de cada um, esbatendo como nunca antes as fronteiras entre o público e o privado”. Tivéssemos de escolher uma expressão popular para esta década, seria qualquer coisa como “*mi casa es su casa*”. ●

Save



@atelier2+ #natural #simple #calm #homedesign #vogue

Save



@bejaflor #rustic #vintage #white #deco



@kariokas #wallpaper #wild #color #pattern #jungle #chairgoals

Save



@gambette #colors #diversity #cool #bold #dinnergoals

Save



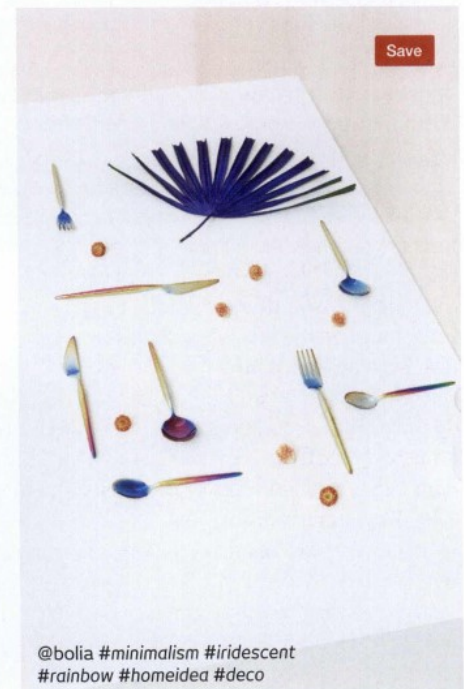
@rededition #classic #plantsofinternet #deep #wallinspo #voguelportugal

Save



@oyoy #pastels #soft #light #flowers #glasswork #interiors

Save



@bolia #minimalism #iridescent #rainbow #homeidea #deco

Save



@luciekaas #ceramics #collection #homedecor #love #handmade

Save



@bessadesign #gold #obsession

Save

