

Amigos, remodelei a casa

Remodelar a casa já não é necessariamente dispendioso. Com muito bom gosto e pouco dinheiro, pode ter a casa que reflecte a sua personalidade. Basta reinventar o que já lá está

Já não há desculpa para ter uma casa de que não gosta. Dizer que não tem gosto nem dinheiro para a remodelar não chega. As empresas de decoração e personalização de electrodomésticos instalaram-se em definitivo no país e estão aí para transformar a casa portuguesa. Frigoríficos, paredes, micro-ondas, torradeiras – nada disto tem de ser cinzento e aborrecido. Saiba como é possível ter uma casa nova sem sair da casa velha.

Quando, em 2006, Bruno Baleiras abriu a Argonarms, nunca pensou que ela pudesse ser pioneira na personalização de electrodomésticos em Portugal. Este antigo ‘writer’ começou tudo com uma brincadeira “para recuperar o frigorífico de um amigo”, relembra. Desenhou dois stencéis – um pacote de leite e um símbolo de gelo – que lhe valeram a divulgação boca-a-boca do trabalho de recuperação. O seu gosto pela estética decorativa foi ganhando força e hoje a Argonarms é especialista em personalização, decoração e design gráfico.

Na comemoração do segundo aniversário da empresa, Bruno criou uma colecção de sete kits de autocolantes magnéticos, com design exclusivo, quatro dos quais pertencem à Colantes.com – líder em Portugal na personalização de dispositivos portáteis como telemóveis, portáteis, placas de banda larga e consolas.

A Colantes é outra empresa portuguesa que se apresenta no mercado com uma filosofia inovadora. Por acharem que as ne-

cessidades que se aplicam aos dispositivos portáteis são as mesmas para a vertente da casa, criaram a Colantes Home. A empresa olhou em volta e percebeu que o potencial de personalização é enorme e que num mundo cada vez mais globalizado e atomizado, as pessoas procuram o que único, o que é pessoal.

Miguel Silva, project e brand manager, acredita que “a Colantes Home é mais do que uma empresa. É um conceito único e uma forma de estar, na medida em que o que pretende é romper com os conceitos tradicionais de decoração e dotar as casas, as empresas, os espaços e os objectos de vida própria”. Associados à TMN – o que lhes permite uma maior visibilidade –, a empresa pretende acompanhar e antecipar as necessidades e a evolução do mercado. Começaram por lançar a decoração de electrodomésticos através de telas magnéticas (frigoríficos e máquinas de loiça), autocolantes decorativos de parede, telas e murais de parede, mas “achámos que deveríamos ir mais longe”, conta Miguel Silva.

Se pensarmos que cada vez mais os produtos oferecidos no mercado como as máquinas de café ou as famosas Bimby não oferecem entre si diferenciação, a Colantes Home “encontrou aqui um nicho de mercado muito interessante porque permite a cada pessoa personalizar o seu frigorífico, a sua máquina de loiça, de café, a sua Bimby de acordo com os seus



Decorar paredes também é possível. A sua casa não tem de ser branca como um hospital

gostos e preferências”, explica o brand manager. “Este tipo de serviço é único na Europa.” A procura do serviço é maioritariamente feita através da Internet, mas a empresa tem sede na Graça. A loja é cada vez mais procurada e serve de referência aos consumidores que não são utilizadores da Internet.

Assim como a Colantes Home também a Masterpoint é uma empresa que decidiu aliar a moda e o design à decoração de interiores. Esta empresa aposta sobretudo na personalização de “stickers” para paredes, personalizando ao máximo as preferências de cada cliente e dando um cunho pessoal a cada trabalho. Miguel Baptista, director de marketing da Masterpoint, prevê que dentro de três anos o crescimento do mercado português vai rondar os 500% e aí pretendem criar mais duas novas marcas.

O objectivo da empresa é conseguir conotar “o fenómeno moda/paredes tal como ele existe na moda/roupa”, tornando as paredes da sua casa fashion victims das últimas tendências de moda “em correlação com as nossas preferências pessoais”. Para a Masterpoint, “vestir paredes monótonas e monocromáticas será o mote”. Pode encontrá-los no atelier de Torres Vedras, um espaço que fazem questão de ter para complementar a loja online.

Exclusivamente online está a Magnetic Arts. A empresa que nasceu da troca de ideias entre dois amigos de liceu com for-



O MEU DRAMA



João Tordo O ditador

Na Madeira os automóveis não vão ter as novas matrículas electrónicas porque o Alberto João Jardim assim decidiu, invocando “o receio de um Big Brother” e o atropelo aos “direitos, liberdades e garantias” dos cidadãos. É engraçado que ele pense desta maneira, porque, no Continente, “Big Brother” sugere-nos a imagem de um tipo estranhamente parecido com o João Jardim num ecrã gigante que reproduz, vinte e quatro horas por dia, as palavras monocórdicas do ditadorzinho: “Chamo-vos bastardos, para não vos chamar filhos da puta”. E, quando se fala da Madeira, ocorre-nos um lugar com cada vez menos direitos, liberdades e garantias.

Nem vale a pena adensarmo-nos sobre o uso da expressão. Obviamente, João Jardim nunca leu o romance de George Orwell – ainda não é líquido que o homem saiba ler – e, portanto, desconhece que Big Brother não é um programa de televisão onde o Marco bate na Sónia, mas uma entidade que reduz o cidadão ao anonimato, desvirtuando-o dos princípios que fazem dele um homem; onde a “ignorância é força” e a “salvação está nas proles”, a massa informe que não necessita de controlo porque dela não se teme a insurreição. João Jardim tem, em 30 anos de governação (?), aplicado todos os princípios da ditadura orwelliana, tornando imperceptível a fronteira entre os meios de comunicação social e a propaganda política – “El País” dixit –, a tal ponto que o telejornal local é conhecido como TeleJardim. Curiosamente, a coisa resulta. A Madeira é considerada uma região “próspera”, cheia de turismo e de hotéis de luxo, uma espécie de Cuba sem revolução mas com charutos, onde a dissidência política é nula e as vozes da oposição ao governo regional simplesmente não existem. Perguntem a Orwell como se faz e ele explica: elimine-se as elites intelectuais e temos a ditadura perfeita, aquela que não pode ser minada do interior – o controlo exterior é depois feito com palavras, brutalidade e electrodomésticos grátis. O engraçado é que o governo português alinhe nesta palhaçada e se deixe ser insultado semana sim, semana não, por um dos seus próprios membros, cujos epítetos usados para descrever os homólogos do Continente fariam corar um surdo e as propostas de lei roçam a loucura: ou já se esqueceram que Jardim quis proibir o comunismo na Constituição, como exemplo para outras “organizações que perfilhem a ideologia fascista” (aquela ideologia que quer proibir as outras de existirem); que afirmou não querer “indianos nem chineses” na Madeira (outra proposta que me parece ligeiramente à direita da direita); que, sem mais nem porquê, suspendeu a lei do aborto na Madeira, desrespeitando o voto dos deputados em Assembleia? Mentiria se dissesse que a medida das matrículas electrónicas automóveis não me parece ligeiramente tenebrosa; ou que este governo não tem, por vezes, laivos de autoritarismo. Mas Alberto João Jardim é um caso muito mais grave: talvez pudessem inventar uma matrícula electrónica só para ele; afinal, o homem precisa de um Big Brother.

Colantes Home

- > Máquinas de loiça: 73,90€
- > Frigoríficos: 79,90€
- > Bimby: 12,50€
- > Nespresso: 12,50€
- > Telemóveis: 7,50€ personalizados: 8,25€
- > Computadores Portáteis: 12,50€ personalizados: 14,25€
- > Autocolantes de parede: 24,90€
- > Autocolantes Interruptores e tomadas: 5,90€
- > Telas Canvas c/armação: 40€
- > Ímans magnéticos: 9,90€
- > Fotografias impressas em vinil: 24,90€
- > Consolas: 9,90€ personalizados: 11,25€

Magnetic Arts

- > Os preços variam entre 80€ e os 149€ dependente do tamanho da peça para modelos standard

Masterpoint

- > Os preços podem variar entre os 15€ para a produção de um poema a aplicar numa parede e os 600€ para a produção de um mural para cobrir totalmente uma parede, dependendo da ilustração produzida e das dimensões

mação profissional distinta é pioneira na área das artes em suporte magnético. Juntos, associaram o marketing e a engenharia para resolver um “problema de remodelação de uma cozinha”. Depois, resolveram arriscar e colocar a ideia no mercado, conta Ricardo Garcia, director executivo da empresa.

As telas magnéticas permitem decorar com muita simplicidade electrodomésticos ou outras superfícies com propriedade magnética. Estão disponíveis em formatos pré-definidos para frigoríficos, máquinas da loiça e roupa e à medida do cliente para outros formatos e aplicações em paredes e armários de cozinha. As telas são um excelente elemento decorativo e diferenciador mas também uma inovadora solução de “reciclagem” de antigos electrodomésticos. A Magnetic Arts tem ‘limited editions’ com números limitados de peças produzidas. Todas as telas são numeradas e assinadas pelo autor.

Como diria Miguel Silva, da Colantes Home, “a volatilidade da sociedade moderna obriga a que de uma forma mais ou menos regular tenhamos necessidade de mudar a aparência das nossas casas, das nossas empresas.” É fundamental para o nosso bem-estar que os sítios onde nos sentimos protegidos, recebemos amigos e trabalhamos sejam um reflexo de nós e daquilo que somos. É nestes espaços que a nossa vida se passa. É onde tudo acontece.” **LUÍSA DE CARVALHO PEREIRA**

