

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

BRUNA EDUARDA RUDNICK

JACARANDÁ: CASA E ESPAÇOS DE AFETO
REPORTAGEM E SERVIÇO AO LEITOR EM JORNALISMO DE REVISTA

CURITIBA

2023

BRUNA EDUARDA RUDNICK

JACARANDÁ: CASA E ESPAÇOS DE AFETO
REPORTAGEM E SERVIÇO AO LEITOR EM JORNALISMO DE REVISTA

TCC apresentado ao curso de Graduação em Jornalismo,
Setor de Artes, Design e Comunicação, Universidade
Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do
título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador(a): Prof. Dr. José Carlos Fernandes

CURITIBA

2023



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
COORDENAÇÃO DO CURSO DE JORNALISMO

**AVALIAÇÃO DA APRESENTAÇÃO ORAL DO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM JORNALISMO II**

ALUNA:

BRUNA EDUARDA RUDNICK - GRR20196776

**TÍTULO DO TRABALHO: "JACARANDÁ" - CASA E ESPAÇOS DE
AFETO: REPORTAGEM E SERVIÇO AO LEITOR EM
JORNALISMO DE REVISTA"**

DATA E HORÁRIO DA DEFESA: 14/12/2023, às 09:00 horas

BANCA EXAMINADORA	ASSINATURA	NOTA
José Carlos Fernandes	<i>José Carlos Fernandes</i>	100
Myrian Regina Del Vecchio de Lima	<i>Myrian Reg. Seller Vecchio</i>	85
Sharon Jeanine Abdalla	<i>Sharon J. Abdalla</i>	92
MÉDIA FINAL:		92

Curitiba, 14 de dezembro de 2023.

Assinatura:

José Carlos Fernandes

José Carlos Fernandes
Orientador



Dedico esse trabalho a família e amigos. Em especial aos meus pais, Silvio e Sandra, por todo o apoio e por me apresentarem a ideia de casa.

“[...] Somos como somos por causa das casas em que vivemos, do modo como nos vestimos e das maneiras como nos divertimos.”¹

(DEJEAN, 2019, p. 30)

¹ Referência à primeira *Histoire de la vie privée* de 1769 do historiador francês Le Grand d'Aussy.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – MESA POSTA NATAL

13

FIGURA 2 – GALERIA DOS ESPELHOS DO PALÁCIO DE VERSALHES

15

FIGURA 3 – CENTRO DA CASA DO ARQUITETO OSVALDO

NAVARRO 18

FIGURA 4 – CAPA DO VOLUME 3 DA REVISTA *FIELDFARE*

22

FIGURA 5 – VISTA INTERNA DA DIAGRAMAÇÃO DO VOLUME 3

23

DA *FIELDFARE*

FIGURA 6 – FEED DO PERFIL NO *INSTAGRAM* DA *FIELDFARE*

24

FIGURA 7 – CAPA VOLUME DE ABRIL DE 2022 DA *CASA VOGUE*

25

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	08
1.1	JUSTIFICATIVA	09
1.2	OBJETIVOS	10
1.2.1	Objetivo geral	10
1.2.2	Objetivos específicos	10
1.3	METODOLOGIA	10
2	CASA: A CONSTRUÇÃO DE UMA IDEIA	12
2.1	A CASA A PARTIR DA MICROHISTÓRIA	13
2.2	O SIMBOLISMO DA CASA	16
2.3	A CASA BRASILEIRA DO SÉCULO XX: A SOCIOLOGIA DA CASA	18
3	O PRODUTO	
20		
3.1	A CASA NAS REVISTAS BRASILEIRAS	
21		
3.1.1	Inspirações	22
3.2	Proposta do produto	25
3.2.1	Organização	26
3.2.2	Linguagem	26
3.2.3	Editorial	26
3.2.4	Público alvo	26
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	
27		
	REFERÊNCIAS	
28		
	APÊNDICE 1 – ENTREVISTA DALIANE NOGUEIRA	
29		

1 INTRODUÇÃO

A casa é onde tudo começa, desde o nascimento até os últimos dias. As vidas acontecem em casas, com seus diversos formatos e características que atendem às necessidades, representam possibilidades ou limitações. A casa comunica, com uma linguagem própria, é uma expressão de seus moradores, explicita questões socioeconômicas, culturais e históricas.

A revista é um formato atraente, com temporalidade flexibilizada, que tem como características a linguagem mais literária e a amplitude dos recursos gráficos. O carácter vitrine, impera nas publicações nacionais, em decorrência da viabilidade econômica. A fonte oficial dos materiais são os arquitetos. Outro ponto que vale ressaltar é a construção das legendas, vários nomes de designers, ou a origem dos acabamentos, que não comunicam com quem não é iniciado na área.

As publicações nacionais dificilmente assumem uma posição editorial política, no geral são conservadoras, já que a sua viabilização depende totalmente dos patrocínios. Contudo, além de criar um mundo isolado, por não acompanhar os debates da sociedade como um todo, interfere também na documentação da história nacional, como no caso da revista Casa e Jardim², a mais antiga do segmento que continua em circulação.

[...] Quando o primeiro choque do petróleo aconteceu em 1973 e desencadeou uma crise que interrompeu o crescimento da economia brasileira que seguia persistente durante os primeiros setenta anos do século XX, ela (Casa e Jardim) sobreviveu. Mais que isso, na Edição do Ano18, uma espécie de “balanço” da produção daquele ano, não encontramos nenhuma menção à crise que afetara duramente o Brasil e a maioria dos países em desenvolvimento. A revista finalmente criara um mundo próprio, fundamentalmente imagético e incólume (PINTO JUNIOR, 2011, p.10).

Um volume especial sobre a casa que quer ir além do objeto. Percepção, vivência, funcionalidade e estética, são tão importantes quanto os nomes mais renomados do mercado.

A proposta é uma revista especializada, não uma revista necessariamente para especialistas. Assim, o jornalismo interpretativo intensivo, caracterizado pela transmissão de informações completa e em profundidade (VILAS BOAS, 1996) seria praticado. Somado com características do *New Journalism*, como experimentações literárias e o jogo entre objetivo e subjetivo da realidade.

² A revista *Casa e Jardim* foi lançada em 1953, pela Editora Monumento, com direção de Carlos Oscar Reichenbach. Pensada para o público feminino interessado em arquitetura, decoração e jardinagem. Em 2023 o título pertence à Editora Globo

A finalidade dessa produção é proporcionar uma experiência ao público. Dando atenção aos detalhes, tanto de texto, abordagem, enfoque e parte gráfica, como também na parte editorial, associando a casa ao subjetivo, à realidade e aos contextos sugeridos.

Só na cidade de São Paulo, o número de domicílios sem moradores mais do que dobrou entre 2010 e 2022. O crescimento de 103% indica que são 588.978 casas ou apartamentos considerados vagos, o que equivale a 12 vezes a população de rua na capital paulista. Em 2010, o número de imóveis nessas condições era de 290.317 (DAMASCENA, 2023, online).

1.1 JUSTIFICATIVA

A imprensa de arquitetura e decoração funciona como legitimadora de preferências. No Brasil o segmento ocupou o terceiro lugar na lista dos dez setores com maior investimento publicitário em 2015³ (PULICI, 2021).

Enquanto esse investimento é necessário para a sobrevivência das revistas, ele também limita os enquadramentos. "As casas podem ser vistas por dois ângulos diferentes: a casa em si mesma, objeto físico, e a casa como espaço que faz algo às pessoas que moram nela" (ALVES, 2005). Essa perspectiva possui aporte teórico, mas não é amplamente praticada por conta das dinâmicas de mercado.

Ao considerar a importância desse segmento e suas limitações mercadológicas, a revista proposta busca uma abordagem sensível. A casa retratada é como um ninho, um espaço seguro, confortável e com participação ativa do morador em sua concepção e manutenção. A escolha temática para esse trabalho foi natural, ter uma mãe dona de casa, nascer e crescer na capital nacional dos móveis⁴ e observar meu pai, que trabalha com a indústria moveleira há mais de 39 anos, influenciaram a forma como vejo a casa. Costumes familiares e oportunidades como a de decorar uma casinha de bonecas ainda na infância, o meu próprio apartamento e ter voz ativa nas decisões de decoração na casa dos meus pais influenciaram a maneira como interpreto e vivo o espaço.

1.2 OBJETIVOS

O presente projeto visa mostrar casas com vida. Para isso o desenvolvimento da ideia de casa, dos conceitos de lugar, civilidade, urbanização, conforto e bem-morar serão visitados.

³ Dado da Associação Nacional de Editores de Revistas em *Factbook 2015: A Força do Meio Revista* Disponível em: https://aner.org.br/wp-institucional/wp-content/uploads/2015/06/Factbook_2015.pdf

⁴ São Bento do Sul, Santa Catarina

1.2.1 **Objetivo Geral**

Contar histórias e entender como as pessoas vivem e interpretam o tempo a partir dos espaços arquitetônicos e das escolhas de design.

1.2.2 **Objetivos Específicos**

- Observar como as construções arquitetônicas são vividas;
- Propor uma abordagem jornalística, com contação de história;
- Compreender conceitos e movimentos nos campos da arquitetura e do design;
- Entender as escolhas de materiais e estilos de acordo com o contexto onde se situam.

1.3 **METODOLOGIA**

Para desenvolver esse trabalho, foi necessário recorrer a obras da antropologia, sociologia, filosofia, história e arquitetura. Olhar para o mercado, conversar com quem já atuou na área, observar o que é produzido no segmento e a história de títulos relevantes⁵. Além de compreender o gênero revista por meio da literatura da comunicação, o contato com diferentes perspectivas de casa contribui para a compreensão de como surgiu a casa que conhecemos.

⁵ Para este trabalho foram pesquisadas as revistas de casa da Editora Globo, *Casa e Jardim* (1953) e *Casa Vogue* (1975), por serem as mais antigas do segmento que continuam em circulação com volumes físicos

2 CASA: A CONSTRUÇÃO DE UMA IDEIA

A casa é uma ferramenta de comunicação e conhecimento sobre quem a habita. As ideias de refúgio, acolhimento e conforto são relacionadas à morada, assim sendo um dos conceitos base é a exclusividade. "Cada pessoa é única. Cada casa, portanto, tem de ser uma coisa única" (ALVES, 2005). Nessa perspectiva as pessoas poderiam explorar seu interior e se conhecer, além de fazer os outros conhecerem o que faria delas quem são (BRYSON, 2010).

Pensar que possamos vir ao mundo num lugar que a princípio não saberíamos sequer nomear, que vemos pela primeira vez; e que, nesse lugar anônimo, desconhecido, possamos crescer, circular até conhecermos o seu nome, pronunciá-lo com amor, que o chamaremos de lar, onde lançamos nossas raízes, onde abrigamos nossos amores; de forma que, cada vez que falamos dele, o fazemos como amantes, em cantos nostálgicos, em poemas transbordantes de desejo (BACHELARD, 1989, p. 72).

Enquanto a rua é o espaço da individualidade e da luta, a casa é o lugar onde as relações devem ser harmoniosas, pautadas por amor, carinho e consideração (DaMATTA, 1997). O dispositivo espacial, as dinâmicas e relações geram uma identidade do lugar que funda, congrega e une os indivíduos que nele vivem; esse grupo deve defender essa linguagem da identidade para preservar seu sentido (AUGÉ, 2010).

Se a casa é o espaço seguro, a rua tem que ser o espaço do perigoso. "Relacionam-se por seus subespaços (praças, adros, mercados, jardins, portos, janelas, cozinhas e varandas) e também por ocasiões especiais em que a sua comunicação é possível, obrigatória ou desejável" (DaMATTA, 1997). A residência seria uma forma de respiro para que o ser humano consiga enfrentar o mundo, sem ela o homem estaria disperso (BACHELARD, 1989). Rituais, festas e cerimônias assumem o papel de unificação.

FIGURA 1 – MESA POSTA NATAL



FONTE: Gerson Lima (2023)

A sociedade tradicional se organiza entre a dicotomia religião e política. O Natal é uma celebração que mantém a sociedade unida por si só. Mesmo para quem não é cristão, o feriado possui símbolos e costumes que ultrapassam a religião. Mesa montada pelos alunos de Decoração de Ambientes do Centro Europeu

Os rituais permitem um "controle" do tempo e o equilíbrio do espaço, o mundo se torna mais significativo (DaMATTA, 1997). As dinâmicas da casa mudam as ações ocorrem de forma simultânea e sem tanta distinção entre os espaços como no cotidiano.

2.1 A CASA A PARTIR DA MICRO HISTÓRIA

A casa é uma construção social, assim como o tempo (DaMATTA, 1997), para estudá-la é necessário olhar para fenômenos sociais que criaram a fundação da morada contemporânea, entre eles estão conceitos como civilidade e conforto. Como lugar, a casa é histórica, identitária e relacional (AUGÉ, 2010). O elemento histórico faz alusão à estabilidade, à ideia de algo que existe antes do sujeito e, por mais que sofra alterações, continuará existindo depois dele. Quanto à identidade e relação, refere-se também ao coletivo e particular, pois a demarcação territorial nem sempre é original, mas é necessária. Assim, questões como as origens dos indivíduos são influentes no processo identitário, não só privado como também coletivo (AUGÉ, 2010). Os relacionamentos são fundamentais para existir lugar, já que as revoluções de comportamento são constantes.

O fato da Revolução Neolítica (“nova Idade da Pedra”, ou Idade da Pedra Polida) ocorrer da mesma maneira por todo o globo, em um período em que as civilizações eram isoladas (BRYSON, 2010) é curioso, a princípio não existe uma explicação aparente. Mesmo

assim, considerando que “A elaboração de um dado ritual de relações humanas no curso do desenvolvimento social e psicológico não pode ser isolada” (ELIAS, 2011), pode-se afirmar que a Revolução Neolítica é uma das primeiras revoluções de costumes registradas na história da humanidade.

As revoluções de costumes não acontecem de uma hora para a outra, ou apenas em momentos grandiosos. “O que nos chegou por escrito são fragmentos de uma grande tradição oral. [...] Esses fragmentos são importantes exatamente porque descrevem não o que era grande ou extraordinário, mas os aspectos típicos da sociedade” (ELIAS, 2011). Com cada fragmento a civilidade se firma como um processo. Cortesia, civilidade e civilização seriam os três estágios do desenvolvimento social (ELIAS, 2011).

Na Idade Média, no Ocidente, com as guerras de colonização e expansão, o francês se tornou uma língua comum. No decorrer do século XVI, o conceito de *courtoisie* (cortesia) ligado às cortes feudais, cai em desuso na França enquanto o conceito de *civilité* (civilidade) se populariza e ganha traduções para outros idiomas.

O refinamento da conduta diária nunca perde de todo, nem mesmo nesse período (sem grandes evoluções dos modos), sua importância como instrumento de diferenciação social. [...] Mais do que antes, o dinheiro torna-se a base das disparidades sociais. E o que as pessoas concretamente realizam e produzem torna-se mais importante que suas maneiras (ELIAS, 1939, p. 111).

O Palácio de Versalhes de Luís XIV é símbolo do uso da arquitetura como forma de afirmação de poder, o objetivo do projeto era mostrar grandeza. “Observamos que a identificação do poder com o lugar no qual ele é exercido ou com o monumento que abriga seus representantes é a regra constante do discurso político dos Estados modernos” (AUGÉ, 2010). Isso continua a imperar nos dias de hoje tanto em prédios estatais, quanto em igrejas e áreas residenciais.

FIGURA 2 – GALERIA DOS ESPELHOS DO PALÁCIO DE VERSALHES



FONTE: Bruna Eduarda Rudnick (2018)

O Palácio de Versalhes como um todo é símbolo da riqueza do reinado de Luís XIV. A opulência da Galeria dos Espelhos exalta o sucesso militar, econômico e artístico do monarca

Foi com Luís XV que o conforto assumiu protagonismo, uma revolução palaciana trouxe conceitos como informalidade e privacidade para o cotidiano da residência, a partir disso surge a divisão entre cômodos sociais e privados (ELIAS, 2011). Essa mudança impactou a forma como as pessoas interagiam com a casa, o ofício dos arquitetos e a dinâmica do mercado. Nesse período o design de interiores ganha mais espaço nos projetos. “Pela primeira vez, as necessidades particulares se tornaram prioridades para os projetistas, que passaram a desenhar as casas em torno das demandas da vida familiar, do descanso e da amizade” (ELIAS, 2011).

Com a divisão entre área social e íntima, cria-se uma convenção de ações e reações em cada cômodo. “Sabemos e aprendemos muito cedo que certas coisas só podem ser feitas em casa e, mesmo assim, dentro de alguns dos seus espaços. Devo comer na sala de jantar, posso comer na varanda no caso de uma festa, mas não posso mudar de roupa na sala de visitas” (DaMATTA, 1997). As alterações na forma de interagir com a casa impactam nas condutas sociais dos indivíduos.

Mudanças no vestuário, arquitetura, decoração, estilo de vida, etiqueta e linguagem corporal alteram conceitos como o do luxo. No século XVIII, a *Encyclopédie* publicação que tratava tanto de filosofia iluminista quanto às realizações nas ciências, nas artes e nos ofícios, define luxo como tornar a vida diária mais prazerosa e agradável (ELIAS, 2011). As pessoas passaram a investir mais em móveis e objetos que apenas a família entraria em contato, pela primeira vez há registros de preocupação por parte dos projetistas como espaços de armazenamento nas residências (ELIAS, 2011).

Assim, a história da vida doméstica não é apenas uma história de camas, sofás e fogões, como eu vagamente supunha, mas sim do escorbuto e do guano, da Torre Eiffel e dos percevejos, dos ladrões de cadáveres e de mais ou menos tudo que já aconteceu. As casas não são refúgios contra a história. É nelas que os fatos históricos vão desembocar (BRYSON, 2010, p. 19).

A casa é um universo particular, contudo não é isolada, o que acontece, o que é descoberto, criado e disputado vai para dentro de casa (BRYSON, 2010). Assim cada cômodo revela aspectos do desenvolvimento da sociedade: "O banheiro daria uma história da higiene; a cozinha, do preparo dos alimentos; o quarto trataria do sexo, da morte e do sono; e assim por diante." (BRYSON, 2010). A partir disso, a infraestrutura proporcionada pela urbanização contribui para o bem-viver na cidade que possibilita o bem-morar nas casas. As virtudes do bem-morar, ligadas a ideia de conforto são relacionadas ao meio urbano, ao avanço da ciência e às concepções sobre o habitar (CASTRO; POSSE, 2012).

2.2 O SIMBOLISMO DA CASA

A casa é formada por lembranças e sonhos, o que explica como nos sentimos melhores em alguns lugares do que em outros (BACHELARD, 1989; ALVES, 2005). A morada não é a mera junção de técnicas da engenharia, nem mesmo uma grande obra de arte. "Portanto, é preciso dizer como habitamos o nosso espaço vital de acordo com todas as dialéticas da vida, como nos enraizamos, dia a dia, num 'canto do mundo'. Porque a casa é o nosso canto do mundo. Ela é, como se diz amiúde, o nosso primeiro universo" (BACHELARD, 1989). A casa não seria um lugar ou um objeto, ela assume um status até mesmo de sagrado como produto da interpretação do indivíduo.

Além de ser um primeiro universo, pode-se compreender a morada como um prolongamento do corpo (ALVES, 2005), assim o que se leva para dentro dela seria uma metáfora para o que se leva e carrega consigo mesmo. Ao resgatar as casas e os aposentos já

habitados seria como morar em si mesmo, é uma relação de mão dupla, elas estão nos seus moradores tanto quanto os seus moradores estão nelas (BACHELARD, 1989)

Nossa casa, captada em seu poder de onirismo, é um ninho no mundo. Nela vivemos com uma confiança nativa se de fato participarmos, em nossos sonhos, da segurança da primeira morada. [...] Tanto o ninho como a casa onírica e tanto a casa onírica como o ninho — se é que estamos na origem dos nossos sonhos — não conhecem a hostilidade do mundo (BACHELARD, 1989, p. 115).

Dissecar um projeto, uma casa, seria descobrir sobre os desejos, sonhos e o estilo de vida de quem a usufrui. “[...] Assim que encaramos a casa como um espaço de conforto e intimidade, como um espaço que deve condensar e defender a intimidade. Abre-se então, fora de toda racionalidade, o campo do onirismo” (BACHELARD, 1989). Conhecer o morador é tão relevante, se não mais, do que conhecer o arquiteto. A arquitetura pode comunicar técnica e arte, mas o fundamental para o sucesso do projeto é ser feito para ser habitado, que diga algo sobre seus moradores e comunique isso aos visitantes. Assim sendo, a professora Joan DeJean destaca um ponto que o historiador francês Le Grand d'Aussy levantou em 1769 no primeiro volume de *Histoire de la vie privée*: “[...] Somos como somos por causa das casas em que vivemos, do modo como nos vestimos e das maneiras como nos divertimos” (DEJEAN, 2019). É seguro afirmar que a casa comunica.

A arquitetura doméstica possui um significado simbólico. Ela se apresenta representando a condição social de seus moradores e materializando um código de valores a serem exibidos e divulgados. Ela caracteriza uma forma de poder, seja ele político, econômico ou da tradição (CASTRO; POSSE, 2012, p. 17).

Na França de 1670, reinado de Luís XIV, os projetos arquitetônicos não se preocupavam com questões como conforto e funcionalidade. “Ele nunca, jamais, pensa em desconforto; tudo o que conta para ele é grandeza e magnificência” (DEJEAN, 2019). A casa representa um estilo de vida e por isso é uma afirmação de status.

A morada é uma construção, no sentido de técnicas e simbólica. A casa natal está inserida em cada indivíduo por meio de hábitos e costumes. O corpo não a esquece, ao passo que ela é uma imagem de lembrança que mescla imaginação e memória. “[...] Sabemos bem que nos sentimos mais tranquilos, mais seguros na velha morada, na casa natal, que na casa das ruas que só de passagem habitamos” (BACHELARD, 1989). Valores humanos associados à maternidade são atrelados a casa natal.

A habitação pode ser um instrumento de resistência a questões como a violência nas ruas, desigualdade social e mudanças climáticas. “[...] Nada mais bem guardado do que essas passagens da rua para a casa (no caso do ritual das visitas) e da casa para a rua (nos momentos em que se deixa a casa, sobretudo pela primeira vez)” (DaMATTA, 1997). A conversa da casa com a rua é intermediada pelas janelas.

FIGURA 3 – CENTRO DA CASA DO ARQUITETO OSVALDO NAVARRO



FONTE: Bruna Eduarda Rudnick (2023)

Além de integrar a natureza e conservá-la, Navarro abre sua casa para aulas sobre preservação do meio ambiente

Quanto a casa do futuro, a ela se reservam os sonhos e o ideal é que nunca dê tempo de terminá-la. “Uma casa que fosse *final* , simétrica à casa *natal* , prepararia pensamentos e não mais sonhos, pensamentos graves, pensamentos tristes. Mais vale viver no provisório que no definitivo” (BACHELARD, 1989). Assim sendo, o lar é um projeto que nunca tem fim.

2.3. A CASA BRASILEIRA DO SÉCULO XX: A SOCIOLOGIA DA CASA

A organização e divisão socioeconômica das cidades brasileiras se dá do centro para a periferia. No centro, a praça como ponto de encontro, a igreja matriz que representa o poder de Deus, e o palácio do governo, símbolo do poder do Estado (DaMATTA, 1997). Graças a essa estrutura o período de urbanização se concentrou nas áreas centrais das cidades.

Urbanização, modernidade, bem-viver e bem-morar são questões chave dessa mudança das características fundamentais da casa brasileira do século XIX para a do séc. XX. Se antes a morada deveria espelhar o "caráter" do proprietário, a partir do séc. XX ela é uma extensão da "personalidade" do dono (CASTRO; POSSE, 2012, p.17). Ser moderno era viver na cidade. Com a urbanização veio a infraestrutura que possibilita condições melhores para se viver (bem-viver), que por consequência trouxe coisas como saneamento básico, energia elétrica e telefonia para dentro das residências, o que contribuiu para o bem-morar.

Inicialmente, valoriza-se a dimensão globalizadora, uma vez que se encontra diretamente relacionada à urbanização presente em diversos países; a seguir, a veiculação com a ciência, voltada à transformação do homem, da sociedade e do meio em que vive, abrangendo áreas como o higienismo, a medicina e a engenharia, definindo conceitos e orientações para modificação e melhoria do modo de vida. Por fim, a presença do projetista das residências, detentor do conhecimento técnico, compositivo e construtivo e do repertório formal da arquitetura, incorporando no espaço construído a infraestrutura urbana; as premissas higienistas e científicas definidoras de ambientes e zonas funcionais; as regulamentações edificatórias; e as virtudes do bem-morar (CASTRO; POSSE, 2012, p. 23).

O programa arquitetônico da casa moderna era extenso e complexo. A adesão às inovações fazia com que as residências entrassem no projeto de urbanização da cidade. Os ambientes são distribuídos de maneira funcional. Questões como conforto, higiene e salubridade começam a ser regulamentadas por códigos sanitários e de posturas (CASTRO; POSSE, 2012). A moradia passa a ser vista também como um espaço sanitário.

Ao estudar os espaços de uma sociedade se compreende a sua dinâmica de funcionamento (DAMATTA, 1997). A partir do séc. XX, existe uma preocupação com higiene e salubridade por conta de epidemias. Enquanto a urbanização é impulsionada pelas Revoluções Industriais e o contexto pós-guerra. Tanto que as virtudes do bem-morar estão relacionadas com o meio urbano, ao avanço da ciência e à noção de conforto (CASTRO; POSSE, 2012). Para ter conforto, garantir avanço científico e ter conforto, é preciso ter infraestrutura que está nos centros e é fornecida pelo Estado. É no séc. XX que a mulher começa a trabalhar fora de forma oficial, a alteração da dinâmica de espaço e rotina produtiva impactou a forma, o uso e as dinâmicas da casa.

3 JACARANDÁ CASA

A escolha da temática e da modalidade do produto foi simultânea. Existe uma tradição de revistas de casa, justificada pelo apelo gráfico do suporte, além da linguagem flexível. A característica de abordar o assunto e não um fato também foi decisiva, assim como a predominância do jornalismo interpretativo intensivo, que reflete em maior profundidade sobre o contexto (VILAS BOAS, 1996).

Além dos custos com papel, impressão e distribuição, a digitalização e a popularização da produção de conteúdo para a internet, tornou a viabilidade econômica das revistas físicas mais difícil, o que fica claro com o desaparecimento nas bancas de títulos como *Casa Cláudia*⁶ da Editora Abril. Porém, mesmo com seus desafios econômicos, a leitura em revista é um respiro dos estímulos frenéticos da internet.

Talvez o maior prazer na leitura de uma revista se deva exatamente a esta 'ruptura' com o imediatismo do jornal. Alcança-se uma certa estabilidade emocional em relação ao fato, pois é possível o leitor programar a hora de leitura ou simplesmente deixar que surja um horário vago para fazê-lo, independentemente do quando (VILAS BOAS, 1996, p. 82).

Em entrevista⁷ Daliane Nogueira, jornalista, líder de produto e negócios da revista Pinó, Gazeta do Povo, e ex-editora da revista de casa *Haus* (2017 - 2021) do mesmo grupo, ressalta que existe espaço no mercado curitibano para revistas especializadas. A questão financeira é complexa, mas Nogueira aponta que despertar o interesse do público para colecionar volumes impressos pode ser uma alternativa de sobrevivência.

Eu não acho que vá acabar (a revista impressa), mas ela tem essa questão da segmentação e de uma circulação mais dirigida, então é cada vez mais nichado. Tem que ser um produto que faça sentido para a pessoa guardar, com um design muito bem pensado, tem que ter um trabalho ali de diagramação e texto que faça sentido para poder viabilizar (NOGUEIRA, 2023, APÊNDICE 1).

Mesmo com uma proposta voltada ao respiro do excesso de estímulos proporcionados pelo digital, reconhece-se a necessidade da existência de canais online, mesmo para um produto impresso, a fim de gerar conexão e um canal de conversa com o público. Para a revista Jacarandá o *Instagram* possui mais apelo, pelo potencial visual e a conexão rápida com o leitor.

⁶ A *Casa Cláudia* foi lançada nos anos 1970 como um desdobramento da revista *Cláudia* de 1961, deixou de ter volumes impressos no ano de 2018 depois de 41 anos de circulação

⁷ Realizada no dia 8 de junho de 2023, via Zoom, transcrição disponível no apêndice deste trabalho

3.1 A CASA NAS REVISTAS BRASILEIRAS

Os periódicos brasileiros têm como tema a casa desde o século XIX. "As revistas funcionavam como sintomas da produção arquitetônica nacional e das opiniões predominantes sobre os movimentos arquitetônicos em voga" (MALTA, 2016). Nessa lógica, ou as revistas eram para especialistas, ou eram ditadas por eles.

Como intérpretes dos espaços de morar, as revistas articulam práticas e estratégias para um determinado grupo social, justificando suas escolhas ao mesmo tempo em que estabelecem diferenças ao selecionar, cultivar e veicular determinados valores atribuídos à moradia (PINTO JUNIOR, 2011, p. 2).

As revistas dedicadas ao morar mais tradicionais do Brasil funcionam como uma espécie de vitrine, onde são anunciadas tendências, grandes nomes do mercado e produtos que se destacam, ou são patrocinados. A revista *Casa e Jardim* — que tem um discurso mais voltado para o público leigo — passou por algumas reformas editoriais, em uma delas tentou se aproximar do leitor com uma abordagem "mais popular".

A entrevista com a diretora de redação da *Casa e Jardim* entre 2008 e 2016 aponta que esse momento "mais popular" do título trouxe os piores resultados: "não vendia, foi um fiasco, não vendia anúncio, não vendia em banca, porque as pessoas querem comprar um sonho" (PULICI, 2021).

Por retratarem moradias, os periódicos desse segmento mexem com o universo simbólico amplo e subjetivo. Os produtos apresentados têm um valor simbólico maior, antes de ser um sofá da marca x é um sofá. Ao mesmo passo, ao longo da história essas publicações atrelam esse universo aos ideais de família e mulher. Afinal, o público da *Casa e Jardim* não eram os especialistas, mas sim as donas de casa, mães de famílias classe média (PINTO JUNIOR, 2011). Nessa perspectiva do começo do século XX, antes de ser mulher a leitora era mãe, esposa e dona de casa. Em 2023, com mais de 869 mil leitores, 70% dos visitantes no site da *Casa e Jardim* são mulheres, o público da revista também é majoritariamente feminino com 58%.⁸

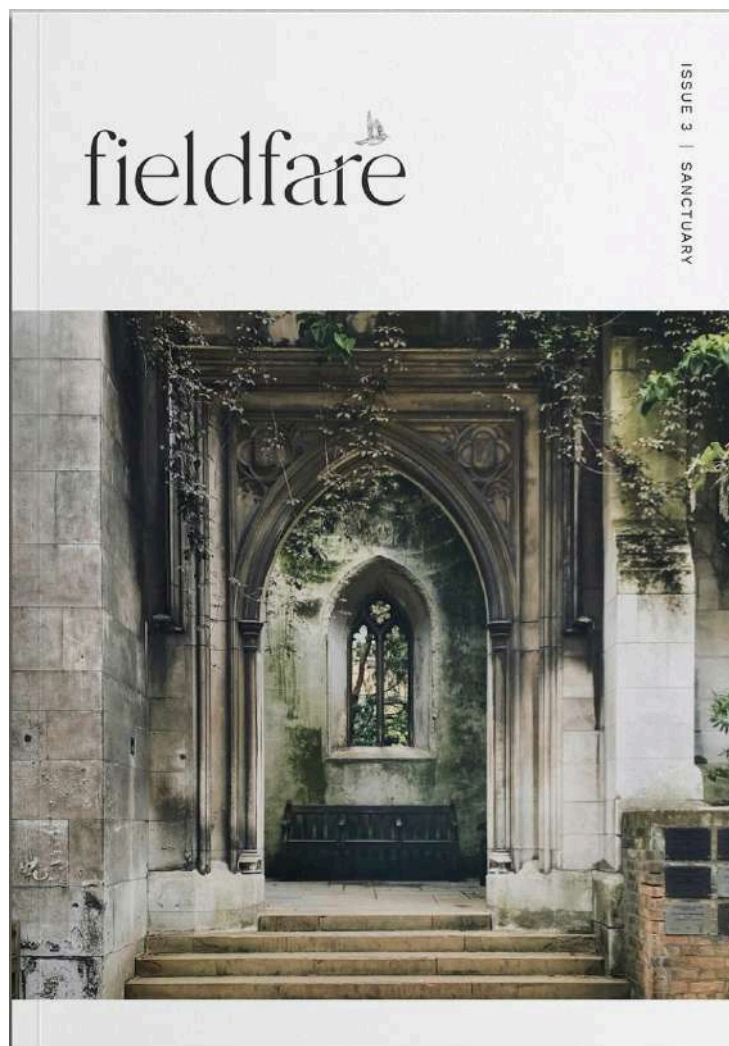
⁸ Dados retirados do Mídia Kit de 2023 da revista *Casa e Jardim* disponibilizado pela Editora Globo

3.1.1 INSPIRAÇÕES

A linguagem revista é intertextual. As inspirações para o projeto abraçam o texto, a parte gráfica e a presença digital.

Fieldfare é uma publicação internacional independente. O projeto criado durante a pandemia surgiu da necessidade das fundadoras por algo real, tátil e autêntico. O foco na importância do espaço e da comunidade norteiam a revista. Um dos diferenciais da iniciativa é essa valorização do material físico, mas existe um uso do digital a favor da proposta.

FIGURA 4 – CAPA DO VOLUME 3 DA REVISTA *FIELDFARE*



FONTE: Divulgação (2023)

Cada volume da iniciativa colaborativa tem uma temática.

Esse projeto tem um apelo e uma qualidade gráfica alta. Foi a principal referência para a criação da identidade visual e do projeto gráfico da Jacarandá.

FIGURA 5 – VISTA INTERNA DA DIAGRAMAÇÃO DO VOLUME 3 DA *FIELDFARE*

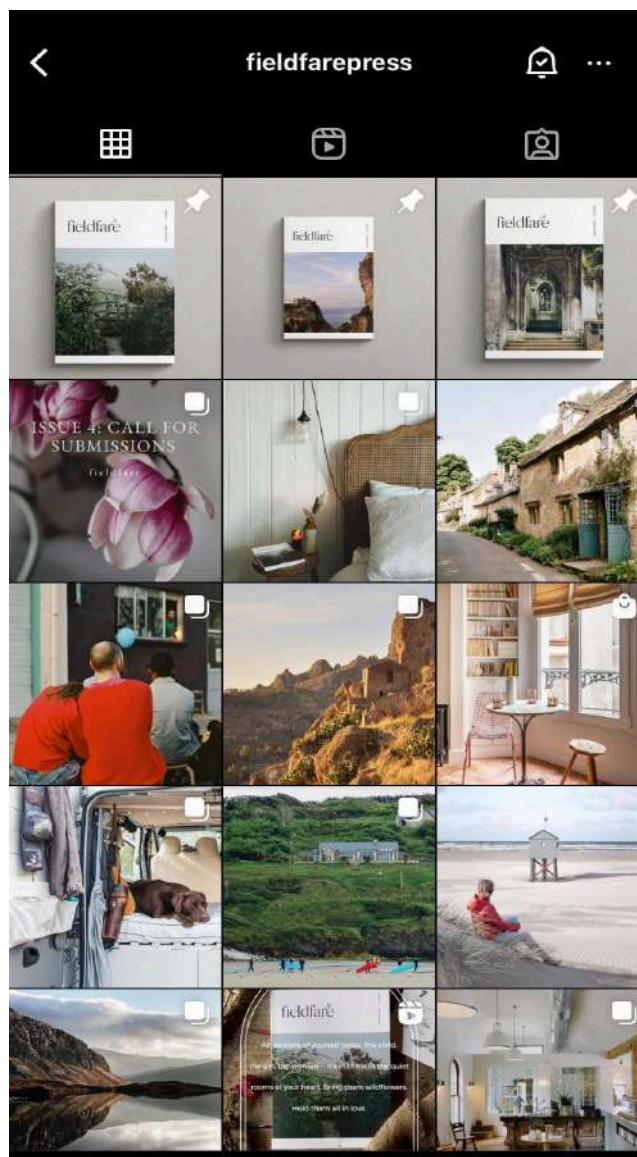


FONTE: Divulgação (2023)

A publicação conta com ensaios fotográficos, conteúdo artístico, de viagem, jardinagem, casa e construções bonitas

Com a proposta de ser uma leitura lenta, a presença digital da revista segue a linguagem e o objetivo da publicação. Os suportes *online* foram selecionados de acordo com o que faz sentido para o perfil do produto. A *Fieldfare* conta com um site, onde os leitores podem encomendar e comprar os volumes, além da sessão de troca de cartas com as fundadoras da revista. O *Instagram* e o *Pinterest* são as redes sociais adotadas pelo projeto.

FIGURA 6 – FEED DO PERFIL NO *INSTAGRAM* DA *FIELDFARE*



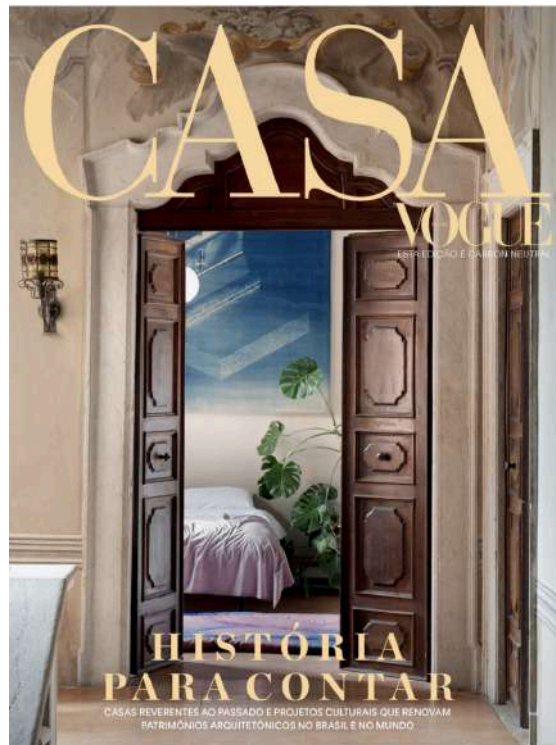
FONTE: Divulgação (2023)

Por mais que se trate de uma mídia acelerada, o perfil da revista se mantém fiel a proposta da publicação por meio da identidade visual e dos formatos de postagem

A revista *Casa e Jardim* foi uma influência por sua tradição e pelo enfoque nos moradores. A francesa *Artravel* chamou a atenção pelo posicionamento ideológico marcado no editorial, bem mais ousado do que nas publicações de tradição conservadora no Brasil. Os anuários da *Casa Vogue*⁹ foram uma inspiração estética. Enquanto, o volume de abril de 2022 sobre patrimônios arquitetônicos inspirou a estrutura da revista Jacarandá.

⁹ A *Casa Vogue*, lançada em 1975, dirige-se para um público mais elitizado e restrito. O foco da publicação é o *design* e as tendências internacionais

FIGURA 7 – CAPA VOLUME DE ABRIL DE 2022 DA *CASA VOGUE*



FONTE: Divulgação (2023)

A estrutura clássica da revista serviu como guia para a organização da Jacarandá

Considerado o blog de design e decoração mais influente da América Latina, o *Casa de Valentina* da jornalista especializada em decoração Lucila Zahran Turqueto inspirou formatos, linguagem e o relacionamento com os moradores das casas representadas na Jacarandá. Com uma abordagem mais humanizada da arquitetura e do *design*, o *Open House* é um quadro em que os próprios moradores apresentam suas casas. Além do portal, o canal no *YouTube* e o perfil no *Instagram* também serviram de referência para estruturar a comunicação da revista no ambiente digital.

3.2 PROPOSTA DO PRODUTO

A Jacarandá surge como uma revista de casa, para além da arquitetura, do *design* e da decoração. O objetivo é abordar a relação das pessoas com os espaços e retratar as moradas como extensões das ideias de seus moradores. A casa é apresentada de uma maneira subjetiva a partir dos relatos de quem a habita.

3.2.1 Organização

Com 64 páginas, a Jacarandá se divide em três blocos de conteúdo e segue os moldes de uma revista clássica. O primeiro bloco foi pensado para ser uma entrada leve, com conteúdos de decoração, arte e a apresentação da primeira casa. Para criar contraste, a matéria de capa, que evidencia moradas integradas com a natureza, antecede um bloco de cidade, que discute os impactos da urbanização. Para fechar a revista, os últimos conteúdos são mais rápidos e com caráter de prestação de serviço, como uma forma de descanso.

3.2.2 Linguagem

A linguagem da revista tem como objetivo ser leve e fluida, com toques literários. O jogo entre texto, foto e ilustração foi pensado para proporcionar uma experiência dinâmica e valorizar as temáticas trabalhadas.

3.2.3 Editorial

A defesa de uma narrativa dos espaços, a preocupação com os motivos e significados foi o primeiro passo para a concepção do posicionamento da Jacarandá. A casa como uma ideia subjetiva, que está em constante mudança para acompanhar as necessidades de quem a habita, norteou essa edição da revista.

3.2.4 Público alvo

Ao considerar o posicionamento editorial, a Jacarandá visa os interessados pelo universo simbólico da casa. Com o enfoque nas vivências dos espaços, o produto busca atingir pessoas que não sejam necessariamente especialistas. Quanto a questões socioeconômicas, tradicionalmente as revistas de arquitetura, *design* e decoração possuem um público elitizado¹⁰, o fato de ser pensada como uma revista impressa contribui para esse fator. Além disso, o público feminino tende a prevalecer no nicho¹¹.

¹⁰ 73% dos leitores da Casa Vogue eram das classes AB de acordo com dados do Mídia Kit da revista de 2023, disponibilizado pela editora Globo Condé Nast

¹¹ Em 2022, 58% dos leitores dos volumes impressos da *Casa e Jardim* eram mulheres, enquanto na *Casa Vogue* o número aumenta para 69%, de acordo com dados dos Mídia Kits das revistas de 2023

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A experiência de criar uma revista me mostrou como não é simples criar algo com significado. Dar nome foi um dilema, afinal como expressar um conceito em uma palavra sonora, mas que não seja muito longa por causa da arte e que não esteja atrelada a algo que já é famoso. No começo do projeto, queria nomear a revista como ninho. “Nas imagens aproximadas do ninho e da casa repercute um componente íntimo de fidelidade” (BACHELARD, 1989). Para no final escolher o nome de uma árvore que tem a capacidade de abrigar vários ninhos.

Entrar na casa e na intimidade exige um cuidado a mais. O objetivo era retratar a subjetividade, o desafio foi manter a privacidade e saber até onde dava para ir. “Fisicamente, o ser que acolhe o sentimento do refúgio fecha-se sobre si mesmo, retira-se, encolhe-se, esconde-se, entoca-se...” (BACHELARD, 1989). Convencer as pessoas a se abrirem foi além de conseguir uma fala, cada uma compartilhava um pouco sobre os seus ideais, o modo como viviam não só elas, mas as suas famílias e os seus amigos. Como jornalista, a seleção dessas informações foi desafiadora, não só pela quantidade, como no caso da entrevista de duas horas com o arquiteto Osvaldo Navarro, mas por levar em conta aspectos tão íntimos sobre a forma como essas pessoas vivem todos os dias.

A minha visão sobre a cadeia produtiva mudou desde a conversa com a Daliane em junho, não só sobre questões de orçamentos e dados, mas de como selecionar uma pauta. “É um processo quase natural, estamos meio que trabalhando o tempo todo, sempre observando o que acontece, alimentando e anotando coisas” (NOGUEIRA, 2023). Passar por isso na proporção do projeto no dia a dia amadurece o olhar. A rede de fontes que se forma indica mais pessoas e pontos a serem abordados, no final 19 pessoas foram entrevistadas só para os conteúdos da revista.

Produzir uma revista impressa em 2023 não é mais tão comum como era há 15 anos atrás. Esse projeto foi uma oportunidade de desbravar um gênero com escrita criativa, elegante e sedutora (VILAS BOAS, 1996). A Jacarandá teve como objetivo tratar da interação do ser humano com o espaço de forma leve. A casa que a revista buscou retratar é segura, confortável e acolhedora.

REFERÊNCIAS

ALVES, Rubem. **Entre a ciência e a sapiência**: o dilema da educação. 2005

AUGÉ, Marc. **Não lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas. 2010

BACHELARD, Gaston. **A Poética do Espaço**. São Paulo. 1989

BRYSON, Bill. **Em casa**: uma breve história da vida doméstica. São Paulo. 2010

CASTRO, Elizabeth Amorim de; POSSE, Zulmara Clara Sauner. **As virtudes do bem-morar**. Curitiba. 2012

DAMATTA, Roberto. **Na casa e a rua**: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil. Rio de Janeiro. 1997

DEJEAN, Joan. **O século do conforto**: quando os parisienses descobriram o casual e criaram o lar moderno. Rio de Janeiro. 2012

DAMASCENA, Breno. O que o Censo diz sobre o acesso à moradia no Brasil. **Estadão Imóveis**. São Paulo. 2023. Disponível em: <https://imoveis.estadao.com.br/noticias/o-que-o-censo-diz-sobre-o-acesso-a-moradia-no-brasil/>

MALTA, Marize. A casa e as múltiplas versões do moderno em revista. **Revista Territórios & Fronteiras**. Cuiabá. 2016

NOGUEIRA, Daliane. Entrevista à Bruna Eduarda Rudnick. Curitiba. 2023 (APÊNDICE 1)

PINTO JUNIOR, Rafael Alves. **Casa substantivo feminino**: representação do espaço arquitetônico em Casa e Jardim e Casa Cláudia, na era das grandes revistas. Goiânia: Universidade Federal de Goiás. 2011

PULICI, Carolina. Entre o populismo cultural e a distinção: definições do “bem-morar” no Brasil contemporâneo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. Guarulhos. 2021

VILAS BOAS, Sergio. **O estilo magazine:** o texto em revista. São Paulo: Ed. Contexto, 1996

APÊNDICE 1 – ENTREVISTA DALIANE NOGUEIRA

A jornalista Daliane Nogueira foi editora da Haus – revista de arquitetura, design e decoração – da Gazeta do Povo de Curitiba. A entrevista realizada no dia 8 de junho de 2023 teve como objetivo entender a rotina produtiva em uma revista do segmento.

Pergunta: Há quanto tempo você ficou na Haus?

Resposta: Atualmente, eu não estou em Haus, mas continuo na Pinó. Eu estou há 15 anos na Gazeta. Eu vou contar um pouquinho só pra você entender, então eu estou em Haus desde que ela nasceu, ajudei a fundar 2015. Mas antes disso eu já trabalhava com arquitetura, design, decoração e mercado imobiliário. Porque eu entrei na Gazeta e fiz várias editorias. Comecei a trabalhar no caderno imobiliário, que antigamente, isso foi lá em 2009, era onde a gente fazia essa cobertura de mercado imobiliário, lógico, mas também tinha questões de casa, decoração e tal. Era esse o espaço que a Gazeta reservava para isso. Com o tempo, a Gazeta, tinha abandonado um caderno antigo que se chamava *Rodapé*, isso antes de eu entrar ainda, mas ficou um vácuo na cobertura de casa. Foi-se notando uma necessidade de ter mais espaço para esse mercado. Para falar não só de mercado imobiliário, mas também de decoração. Então foi estruturado e criado um suplemento, isso ainda no papel jornal que se chamava *Guia Casa*, ele era mensal e temático sobre algum aspecto da casa, isso foi amadurecendo. A gente ainda tinha o *Viver Bem* que se tornou o *Viver bem: casa e decoração*, que era uma revista segmentada dentro do *Viver Bem*, era uma revista grampeada e o mercado começou a tentar solicitar a sinalizar, os próprios anunciantes mesmo, é um campo onde os anunciantes têm um refinamento em geral, enfim, lojas e incorporadoras, pediam uma revista de lombada quadrada. Ela tinha que ser maior do que era no *Viver Bem: Casa e Decoração*, nessa época eu era repórter do *Viver Bem*, então nasceu a *Haus* em 2015, estou lá desde a fundação. Ainda em 2015, ela começou a ser estruturada, continuei como repórter e em 2017 assumi a edição da *Haus*. Fiquei lá até 2021, eu segui como conselheira editorial na *Haus*, mas comecei a trabalhar numa área mais de negócio. Nesse ano eu assumi a coordenação de uma agência de conteúdo dentro da própria *Pinó*, chama-se *Content Store*, então eu continuo tendo uma relação, sou muito amiga da Sharon, que foi minha repórter e agora é editora da *Haus*, mas não sou mais editora nem faço mais parte desse conselho. Agora eu tenho uma equipe que trabalha na produção de conteúdo para *Pinó* e às vezes produzimos conteúdo para a *Haus* também, dependendo do caso. Então fiquei na *Haus* de 2015 a 2022, mais ou menos, em papéis diferentes: repórter, editora e conselho editorial.

Pergunta: Como vocês trabalhavam a questão do editorial e da identidade visual? Como vocês conciliavam com o resto da Gazeta?

Resposta: Eu acompanhei exatamente o processo. É claro que é uma decisão de negócio, então passa pela presidência e diretoria da empresa. No nosso caso, temos a Andrea Sorgenfrei, ela é atualmente *head* da *Pinó*, é minha gestora desde quando eu comecei no *Viver Bem*, foi editora também, mas ela é uma pessoa que tem uma visão mais ampla de negócio mesmo, tanto que foi ela quem fez essa transição desse descolamento da *Pinó* (revista mensal da Gazeta) como unidade de negócios para fora um pouco da Gazeta. Hoje somos quase uma unidade autônoma, a gente tá dentro de um guarda-chuva, mas somos muito independentes. Por exemplo, a gente já não participa mais de reuniões editoriais da Gazeta. É um trabalho bem independente, porque nos entendemos e nos colocamos como uma unidade de negócios separada. É um pouco um trabalho dela ali, da diretoria e uma resposta do mercado. Então foi uma decisão que foi acontecendo, não vou dizer naturalmente, mas com influência de muitos aspectos. **Essa influência é de um mercado que apontava para a existência de espaço para uma revista segmentada em Curitiba, que fale mais com o público.** Ao mesmo tempo as nossas coberturas também tinham um espaço limitado e também víamos que tinha um espaço editorial para esse passo. Então eu acho que foi uma decisão editorial e com olhar no mercado mesmo. É claro que as coisas mudam e evoluem, hoje a *Haus* já não tem uma revista única, ela sai dentro da *Pinó* como uma editoria, porque foi formatando como uma revista de *lifestyle*. Então a Gazeta deixou de ser impressa diária e passou para semanal, até abandonar o impresso para se tornar 100% digital, estou falando da Gazeta como grupo, o foco foi para os assinantes digitais e para uma nacionalização, assim como o local a gente não se permitia não olhar para o local. Então continua tendo um olhar local e a *Pinó* se insere um pouco nisso, é uma revista hoje mais de *lifestyle* e de Curitiba. Lá a gente coloca o *Bom Gourmet*, a *Haus*, o *Desconecta*, entre outras editorias e produtos que falam com a cidade. A *Haus* continua tendo duas edições anuais que são exclusivas, o *Anuário Imobiliário* e o *Anuário de Profissionais*. Tem um foco grande, óbvio na cobertura do site, ali a coisa continua acontecendo diariamente.

Pergunta: Como foi o processo de transição da *Haus*, do impresso para o *online*. A redação de vocês está trabalhando mais por *home office*, não?

Resposta: Quase tudo. O *home office* com a pandemia funcionou, em geral nosso trabalho é *home office* mesmo. O desejo de manter uma revista exclusiva impressa existia, especialmente

dentro da parte editorial, a gente tinha uma resposta ótima. Mas daí entra em questões que são imperativas que estão dentro do negócio, como a reestruturação da Gazeta, que deixou de ser impressa, a necessidade de ter uma revista como a *Pinó*, que englobasse tudo, e a impossibilidade de conseguir imprimir as duas revistas, a conta não fecharia. Então, foi decidido deixá-la dentro da *Pinó*. Existe um olhar muito forte pro digital, para o site e redes sociais. Hoje tem algumas coberturas que a Sharon e a Cris fazem, que elas até acontecem digitalmente principalmente no *Instagram*. Quando virou *Haus* e especialmente hoje, a cobertura de hoje é muito do que acontece ali, sobe nota todo o tempo, rede social o tempo inteiro, é um trabalho que ele acelerou muito, mas é uma resposta para o mercado. **Mas pessoalmente falando, como pessoa física, eu acho que há espaço para um tipo de leitura mais tranquila, para um tipo de leitura impressa. Mas aí a proposta tem que ser outra, com uma pauta bem trabalhada, uma história relevante, atemporal, que não seja de um consumo rápido, que faça sentido a pessoa ter e guardar aquele material, até mesmo colecionar.**

A transição para o digital é muito uma resposta de mercado, como quase tudo, não tem muito. Mas a gente, a Sharon e a Cris ali, elas tentam também não abandonar esse olhar para essas histórias, às vezes até nem tanto dentro das casas, mas na criação. A gente tem um olhar muito pro design também, como que as coisas são criadas, tem um equilíbrio.

Pergunta: Como as pautas são definidas?

Resposta: Olha, é bem independente o comercial da edição. Existem algumas pautas que têm chancela de publieditorial, mas é sempre conteúdo publicitário e marcado, não é o editorial que faz, hoje é a minha equipe. Porque hoje eu coordeno essa agência de produção de conteúdo e trabalhamos bastante além de atender algumas editorias com matérias. Atendemos também, clientes com *branded content*, então ele é bem pago assim. É uma questão muito de observação, é um banco assim de informações que vai chegando com o tempo e a gente observa muito a cidade. Teve uma fase de *Haus* que a gente tinha um olhar muito grande para o patrimônio. A Sharon ainda tem ali algumas questões de patrimônio histórico e arquitetônico da cidade, né. Você vai criando fontes que vão te abastecendo. É um processo de muitas pessoas. Somos impactados por eventos, as coberturas viram pautas. É muito da observação, da criação de fontes que te abastecem com novidades e tem uma curadoria. Por exemplo, somos impactados muito por arquitetos, projetos que eles fazem que mandam pra gente, é complexo olhar um projeto e enxergar nele algo que não seja mais do mesmo, que possa surpreender o leitor. Quando a gente fazia essas pautas de história das pessoas com mais

aprofundamento era uma busca mesmo, era uma conversa. Eu lembro quando eu fiz uma que a pegada era um pouco decore você mesmo, eu visitei muitas pessoas para entender um pouco essa relação delas com a casa. É muito do que você escuta aqui, do que você vai em busca mesmo, e para a gente tinha que ter esse equilíbrio. Sobre a questão com os negócios, eu acho que está mais ligado até com essas coberturas de eventos que daí tem uma ligação, em muitos casos são patrocinadas as coberturas, mas a gente tem liberdade para fazer a cobertura de forma jornalística, olhando as novidades, mesmo com uma pauta que não tenha mais a interferência. É um equilíbrio.

Pergunta: Mercado nacional: Até que ponto a viabilidade econômica pelos anúncios interfere no conteúdo?

Resposta: Eu não sei quais você analisou, porque hoje também elas foram, infelizmente, diminuindo. A Abril fechou a *Casa Cláudia* depois de décadas, eu fiquei tão triste, foi um dia muito triste na redação, ficamos bem impactados, eles mantêm ali o site e são donos da marca Casacor, então os eventos continuam acontecendo, mas encerraram a revista. O Grupo Globo, a Editora Globo, tem a *Casa Vogue* e a *Casa e Jardim*, mas também foram diminuindo muito e procurando outras alternativas. A *Casa Vogue* faz o *Casa Vogue Experience* oferecendo alguns cursos. **Eu acho que é um mercado que ficou um pouco refém dos arquitetos, você atende esse público porque o mercado anunciante quer conversar com esse público.** Isso acontece porque você tem um volume maior de venda de produto via especificador para essas lojas e marcas que têm um ticket médio maior, então eles dependem do especificador, que são os arquitetos, designer de interiores que levam o cliente até eles. Esse é o círculo, eles querem conversar com o especificador e as revistas falam com o especificador também. Então assim, quando você analisa ali todas essas *Casa Vogue*, *Casa e Jardim* e a própria *Haus* dentro da *Pinó* vai encontrar esse apelo, tentando conversar com os especificadores por esse círculo mesmo, o mercado anunciante quer conversar com essas pessoas, as revistas e publicações acabam também falando com essas pessoas. Tem sempre essa tentativa de dar um *refresh* e tentar fazer pautas que fogem um pouco da curva, mas que são um respiro ali, que proporcionam outras entradas de leitura e outras possibilidades de morar. Tem de certa forma um impacto não vou negar, mas tentamos manter um ambiente independente. Pelo menos dentro da nossa lógica de *Haus*, nada do que é editorial tem uma imposição comercial, mas eu acho que uma influência acontece, é meio natural.

Pergunta: A equipe teve alguma participação na elaboração da identidade visual da Haus, ou foi algo que já veio de cima?

Resposta: A primeira identidade da *Haus*, ela sofreu uma alteração em 2019 que é o logo atual, tinha uma equipe de marketing design da Gazeta que fez essa primeira versão, nessa a gente não se envolveu tanto, mas no *rebranding*, lá em 2019 tivemos uma troca bem legal. Fizemos reuniões para entender quem que era o público, foi feito um redesenho, nasceram algumas palavras que definiam *Haus*, até lembro que era *Haus* fluente e influente, era aquela coisa de ser uma publicação para as pessoas se inspirarem. A gente teve uma participação, foi interessante, mas a concepção em si era um time de design que fez. E hoje as diagramações, qualquer alteração de layout é feita por uma empresa separada, que faz esses redesenhos com a nossa participação.

Pergunta: Como você vê a relevância das revistas impressas no mercado atual?

Resposta: Eu sou uma saudosista, uma entusiasta do impresso ainda. Fui forjada no impresso, trabalhei muito tempo, ainda trabalho, a *Pinó* está aqui eu me envolvo com ela também. **Eu não acho que vá acabar, mas ela tem essa questão da segmentação e de uma circulação mais dirigida, então ele é cada vez mais nichado. Tem que ser também um produto que faça sentido para a pessoa guardar mesmo, com um design muito bem pensado, tem que ter um trabalho ali de diagramação e texto que faça sentido para poder viabilizar.** O impresso tem essa trincheira do preço mesmo, papel é super caro, rodar revista é super caro, aqui na *Pinó* todo mês é a conta pra fechar, tem os anúncios e os assinantes, que são vários são 6000 - 7000 exemplares que circulam na cidade. Então, tem sim o mercado, mas ele tem que ser bem pesquisado, saber bem com quem você vai falar, para conseguir tocar aquela pessoa e convencer de te ler todo mês ou a cada 15 dias, enfim, depende da periodicidade, mas ela tem que desejar aquele objeto e saber que ali ela vai encontrar algo diferente e relevante para ser lido. Você tem que conhecer muito bem o seu mercado, fazer uma pesquisa e saber com quem você está falando e se aprofundar bastante nos temas. Acho que não vai acabar, mas é cada vez mais difícil e desafiador fazer, assim como no digital também é, só são desafios diferentes. Invariavelmente você vai ter que ter algum canal digital para manter uma conversa com as pessoas.

Complemento sobre definição de pauta:

Resposta: É um processo quase natural pra gente, estamos meio que trabalhando o tempo,

sempre observando o que acontece, alimentando e anotando coisas, pensando em pauta quase que o tempo inteiro.

JACARANDÁ

DEZ 2023 ANO 1 N. 001

Moradas vivas

A natureza portas e janelas a fora

/// Design afetivo /// Cidade e memória /// Uso de cores na decoração
/// Cerâmica artesanal /// Composição de quadros /// Cuidados com orquídeas

versatilidade, conforto e design

MAISOFA HÁ 7 ANOS PROPORCIONANDO + EXPERIÊNCIAS



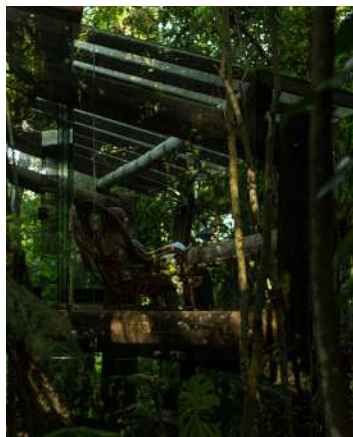
maisofaoficial | maisofa.com.br | São Bento do Sul - SC



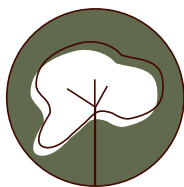
Sofá Orquestra

A peça soma a união dos formatos orgânicos, alto conforto, modularidade e versatilidade, que juntos resultam na elegância de seu design.

MAISOFA



Capa: Osvaldo Navarro sentado na varanda de sua casa no Bosque da Coruja, em Curitiba, PR
Foto: Giovani Pereira Sella



REVISTA JACARANDÁ
*Trabalho de conclusão de Curso
 de Jornalismo
 (Decom-UFPR)*

Por: Bruna Eduarda Rudnick

Orientação: José Carlos
 Fernandes

Edição: Bruna Eduarda Rudnick e
 Isabela Simm Stanga

Textos: Bruna Eduarda Rudnick,
 Francisco Camolezi e Marcelo
 Saldanha Sutil

Projeto gráfico: Joana dos Anjos

Diagramação: Isabella Wehmuth
 Mazur

Revisão gráfica e dos textos: José
 Carlos Fernandes

Colaboradores: Giovani Pereira Sella
 e Tânia Buchmann

Espaço em movimento

Vida. O primeiro volume da revista Jacarandá se dedica ao espaço “vivo”, à interação humana e ao bem-estar. As casas representadas estão em constante movimento e acompanham a vida dos seus moradores.

A bioarquitetura, tema de destaque da edição, contrasta com os efeitos da verticalização da cidade revelados no ensaio fotográfico de Tânia Buchmann. O historiador e coordenador da Escola de Patrimônio, da Fundação Cultural de Curitiba, Marcelo Sutil, analisa as políticas de patrimônio da cidade. A modernização da capital paranaense é o centro da conversa com as pesquisadoras Elizabeth Amorim e Zulmara Posse. O design afetivo na casa da designer Anna Kluppel conversa com as histórias por trás das peças da loja Coisas de Família.

Saiba como inserir cor na decoração com a designer de interiores Jordana Fraga. Conheça a cena curitibana da cerâmica artesanal por meio da história da Dozô. A chef Silvana Eviolanto traz uma receita saudável, leve e fácil de tartar de beterraba. Ainda nessa edição, encontre dicas de como receber bem visitas em casa e conheça mais sobre a roupa de cama.

Quem habita está no centro de cada texto. Mais do que uma revista sobre arquitetura, decoração ou design, esta é uma revista sobre casa. Abrigo, acolhimento e conforto são as palavras chave da edição.

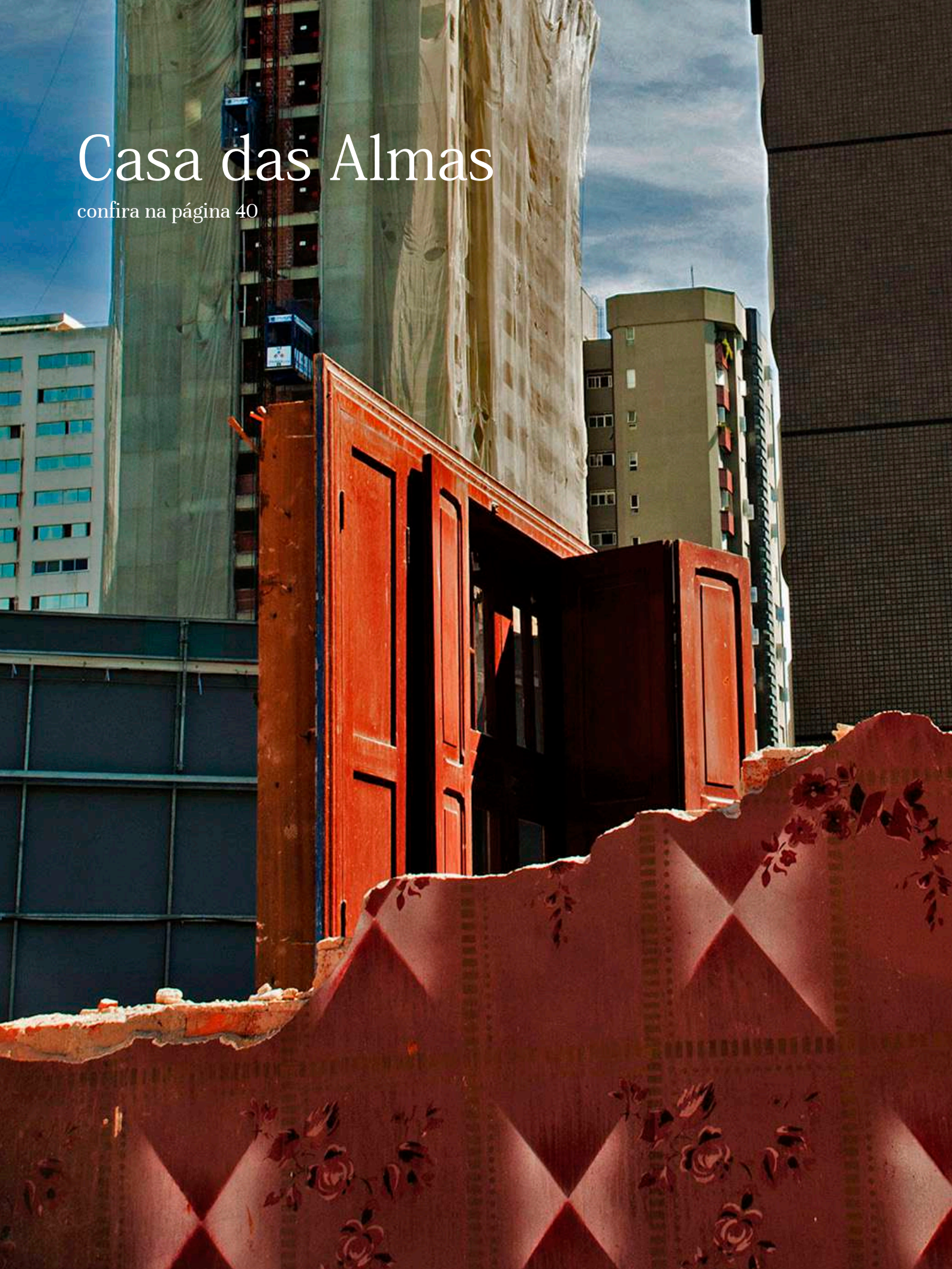
Bruna Eduarda Rudnick

- 08 || COISAS DE FAMÍLIA** LOJA FAZ “CURADORIA AFETIVA” DE OBJETOS
- 10 || HISTÓRIA VESTIDA DE PERSONALIDADE** A DECORAÇÃO DA CASA DA DESIGNER ANNA KLUPPEL COM HERANÇAS DE FAMÍLIA
- 14 || NASCE UM COLECIONADOR** COMO ENTRAR NO MERCADO DA ARTE COM O PÉ DIREITO
- 16 || A VESTE DAS PAREDES** OS SEGREDOS DA COMPOSIÇÃO DE QUADROS
- 20 || 50 TONS DE COR** A DESIGNER DE INTERIORES JORDANA FRAGA USA A PSICOLOGIA DAS CORES PARA IR ALÉM DOS CINZAS, BRANCOS E BEGES
- 24 || MORADAS VIVAS** BIOARQUITETURA, PREOCUPAÇÃO E INTEGRAÇÃO COM A NATUREZA
-
- 32 || CURITIBA, A MODERNA** A ARQUITETA ELIZABETH AMORIM E A ANTROPÓLOGA ZULMARA POSSE PESQUISAM O PROCESSO DE URBANIZAÇÃO E O BEM-MORAR EM CURITIBA
- 38 || O MAIS DEMOCRÁTICO DOS BAIRROS** O ESTUDANTE DE JORNALISMO FRANCISCO CAMOLEZI COMPARTILHA SUA EXPERIÊNCIA COMO MORADOR DO CENTRO DE CURITIBA
- 40 || Em CASA DAS ALMAS** A FOTÓGRAFA TÂNIA BUCHMANN ABORDA OS IMPACTOS DA VERTICALIZAÇÃO DA CIDADE
- 43 || NOTAS SOBRE A MEMÓRIA E O PATRIMÔNIO** O COORDENADOR DA ESCOLA DE PATRIMÔNIO DA FUNDAÇÃO CULTURAL DE CURITIBA, MARCELO SUTIL, ANALISA AS POLÍTICAS DE CONSERVAÇÃO DA CIDADE
- 44 || SIRVA-SE E SE SINTA BEM** A CERAMISTA FRANCIELE COCHENSKI, FUNDADORA DA DOZÔ, COMPARTILHA SUA EXPERIÊNCIA COM CERÂMICA ARTESANAL EM CURITIBA
- 50 || COMO NÃO PERDER UMA ORQUÍDEA EM DEZ DIAS** APRENDA COMO CUIDAR DE UMA DAS PLANTAS QUERIDINHAS DOS BRASILEIROS
- 52 || AO OUTRO, COM CARINHO** A ARTE DE SER UM BOM ANFITRIÃO ESTÁ NOS DETALHES
- 56 || TARTAR DE BETERRABA** A CHEF SILVANA EVIOLANTO APRESENTA SUA VERSÃO DE UMA RECEITA SIMPLES E SAUDÁVEL
- 60 || ENTRE OS LENÇÓIS** GARANTA CONFORTO EM UM TERÇO DO SEU DIA



Casa das Almas

confira na página 40



COISAS DE FAMÍLIA

por Bruna Eduarda Rudnick

Loja faz “curadoria afetiva” de objetos que viajaram pelo mundo, presenciaram guerras, amores e despedidas



Foto: Bruna E. Rudnick

Thereza Cristina Grein Gurgel Valente em frente a sua loja, em Curitiba

Trabalhamos com famílias que moraram fora do país e trouxeram muita coisa diferente. Além dos artistas regionais, que não existem iguais, vocês verão coisas bem exclusivas por aqui”, conta Thereza Cristina Grein Gurgel Valente, proprietária e criadora da loja Coisas de Família. A loja começou em 2017 em uma conversa de Thereza com uma amiga. Ela a incentivou depois de visitar uma loja estilo “família vende tudo”, em São Paulo. Logo começou o empreendimento, na garagem da casa dos Valente, vendendo peças de amigos, relata a empresária, que trabalha com objetos consignados que aliam valor artístico, histórico e sentimental.

Em 2021, a loja foi convidada para participar da Casacor Paraná, retornando para as edições de 2022 e 2023. Em 2022, a equipe se mudou para o endereço atual, no bairro do Bigorrião, na capital paranaense. A avaliação das peças é feita pela própria Thereza – “Eu vou na casa, vejo e seleciono algumas peças, faço avaliação para então discutir valores”. Outro desafio é determinar o que entra na galeria. “Com uma certa experiência sabemos o que as pessoas gostam e procuram. Tem peça que não adianta colocar aqui porque vai demorar para vender”, completa a dona da loja.

Além das peças assinadas e de família, a loja também tem exclusividade de venda do acervo do azulejista e vitralista Adoaldo Lenzi e seus estudos dos painéis a partir de desenhos de Poty Lazzarotto. Lenzi e Poty eram amigos e parceiros na instalação de murais monumentais.

A reportagem da Jacarandá fez um tour pela Coisas de Família. Thereza nos apresentou algumas peças de destaque e contou suas histórias. Confira.



Foto: Divulgação Coisas de Família

CURITIBA NA PAREDE

Pode-se acompanhar a história do pinheiro neste estudo do artista plástico Adoaldo Lenzi. Lenzi era braço direito de Poty Lazzarotto. Com seus painéis espalhados por toda Curitiba, a dupla ajuda a manter a história da cidade viva.



Foto: Bruna E. Rudnick

A DAMA

A cabeça de porcelana da polonesa Anna Strzelczyk esteve presente na Casacor Paraná 2023. A artista premiada, especializada em cerâmica, tem obras em museus na Itália e na Polônia. Fora as coleções particulares espalhadas pelo mundo.



Foto: Bruna E. Rudnick

SOTAQUE RUSSO

Com 2,5 kg cada, esses candelabros são de prata imperial russa, período que durou de 1721 a 1917. Com 84% de prata, foram herdados pelo vendedor.



DA GUERRA PARA A MESA

“Quem vendeu essas peças morou no Iraque durante a guerra (2003). As pessoas colocavam suas colheitas nelas e vendiam de casa em casa. Ele (o proprietário) começou a comprar os produtos e os recipientes de cobre”, detalha Thereza.

UMA MISTURA DE BRASIL, PORTUGAL E FRANÇA

As peças personalizadas foram feitas à mão por um prateiro português. A mãe do senhor que vendeu os paliteiros de prata de lei em forma de pássaros e abacaxi morava na França e encomendava as peças.

Foto: Divulgação Coisas de Família



Foto: Divulgação Coisas de Família

Foto: Duas Fotografia/CASACOR



A LA FRANCESA

Com sete bisotês (acabamento em que as bordas do vidro são chanfradas em ângulo), esse espelho francês de 1920 acompanhou uma família pela Itália, França e veio parar no Brasil. Quando os filhos se casaram e voltaram para a Europa, o casal vendeu o espelho para morar em um apartamento menor.



Foto: Divulgação Coisas de Família

LEVEZA E SENSUALIDADE

Em 2018, Jader Almeida trouxe flexibilidade e leveza ao introduzir a cortiça na mesa de centro Roots. Com mais de 40 premiações, desenhos com formas geométricas simples e estética atemporal, o designer catarinense é um dos nomes mais respeitados mundialmente na área.

HISTÓRIA VESTIDA DE PERSONALIDADE

Texto e fotos por Bruna Eduarda Rudnick

Além de objetos, o gosto pela luz é herança de família na
casa da designer Anna Kluppel





Acima e abaixo vistas do jardim com elementos naturais, rede e banco de madeira; Na pág. anterior, Anna Kluppel posa no sofá da sala de casa



Filha de pai médico e a mãe escritora, Anna Maria Vianna Baptista adotou Anna Kluppel como “nome de guerra”, uma homenagem à bisavó. A influência da família no gosto pelo design de interiores começou cedo. Anna relembra o cuidado do pai ao montar a clínica no município paranaense Primeiro de Maio, a 70 quilômetros de Londrina, quando ela ainda era criança. “Recordo que a luz era muito importante. Meu pai fazia questão de que fosse confortável, tanto na sala de cirurgia, quanto nos corredores, no quarto do paciente e na nossa casa”, destaca.

A proximidade com o universo da arquitetura e de interiores se deu pelos familiares e amigos na área. Mas o pontapé inicial para a carreira foi o contato com a arte. “Percebi que as casas não tinham uma luz boa. O trabalho não ficava tão bonito como eu queria. Aí, resolvi fazer o curso de interiores e desenho arquitetônico”. Anna estudou no Instituto de Arte de São Paulo, trabalhou em galerias e foi representante autônoma de artistas antes de seguir para o design de interiores.

“Eu tinha muito interesse em fazer bem feito”, recorda a designer. O primeiro passo dos projetos era entender o que o cliente queria e se ela tinha capacidade de atender. A partir disso, surgiram parcerias com arquitetos como o marco do modernismo brasileiro, o paranaense Lolô Cornelsen: “Ele desenhava que era uma loucura. O Lolô olhava para o espaço e desenhava tudo, todos os detalhes”. A reforma de um hotel e de um café de shopping na capital paranaense aconteceu quando o arquiteto e engenheiro civil já estava aposentado.

O trabalho de planejamento de interiores de Anna tratava de questões desde circulação e iluminação, até os acabamentos e a decoração. “Qualquer luz que você coloque precisa ter um porquê. Para onde você olha primeiro quando planeja a sala, para depois pôr os móveis. Você sabe que aqui vai bater o sol da tarde, no inverno é bom. É tudo o que tem que planejar”. Esses cuidados não seriam deixados de lado no projeto de sua própria casa. A iluminação e os objetos de família chamam a atenção na residência.

A decisão de construir a casa foi tomada no momento em que Anna viu o terreno no bairro São Lourenço, em Curitiba. Assim que adquiriu o espaço,



desenhou a planta baixa. “O negócio é ter conforto mesmo. É sempre ter o que fazer na casa, porque se ficar pronta é sem graça, não é?”. A ideia de comprar ou encomendar tudo em uma loja e ter um projeto estático não faz parte nem da casa nem dos projetos de Anna. Mas mostrar para o cliente o valor em objetos que ele já tem, nem sempre é fácil. “Existe uma carência desse tipo de decoração, de resgate. Porque... não sei porque, na verdade. Acho que não sentem falta. Ou porque seria uma coisa mais complicada, se as pessoas não têm esse olhar. Não tem essa valorização”.

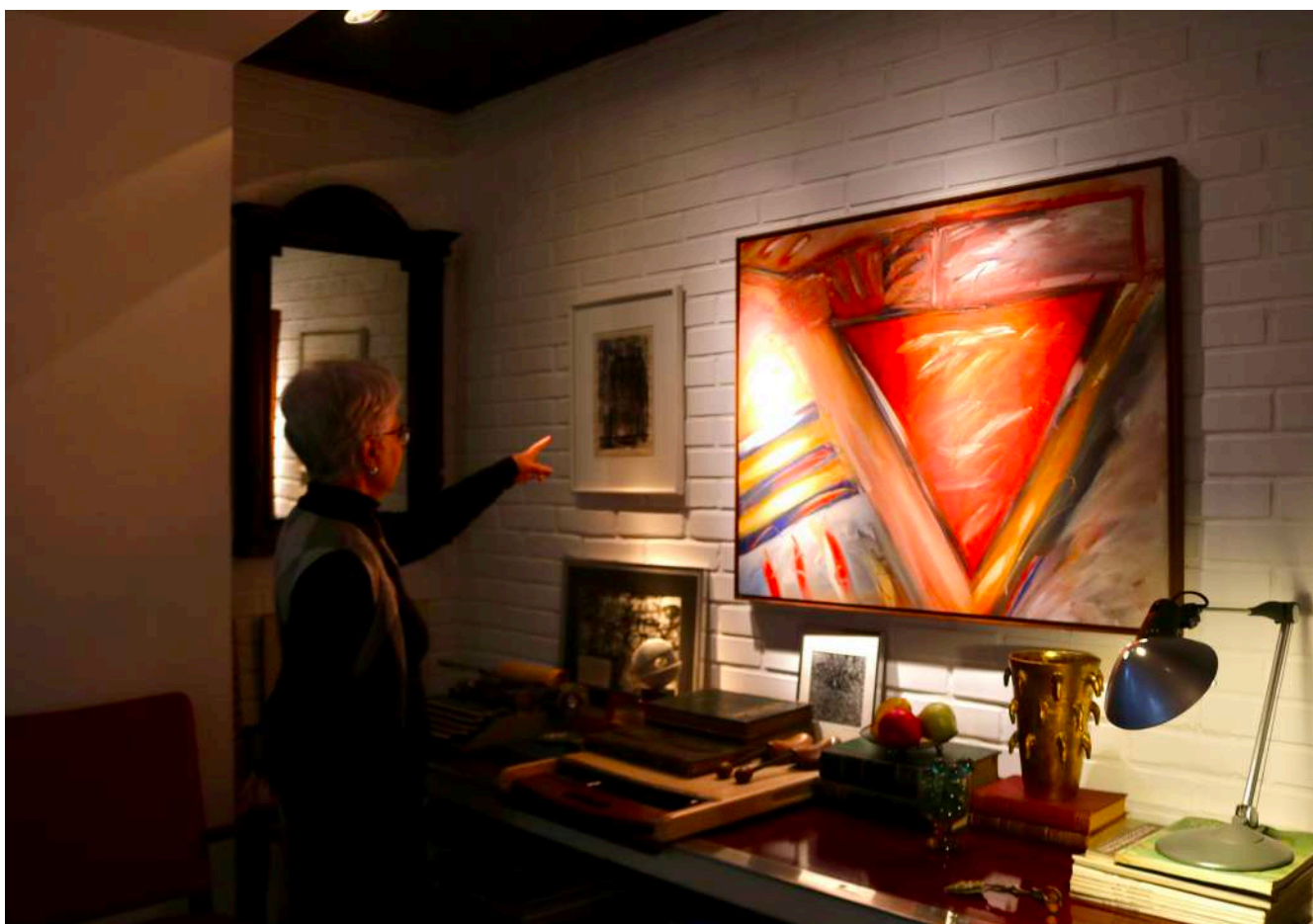
Os livros da família, a mesa de raio-x e as poltronas do consultório do pai, o espelho da avó, o quadro da casa onde o pai de Anna cresceu, tudo isso faz parte da decoração e da identidade da casa. “Quanto mais eu vivo, mais acho que o uso de materiais acolhedores, tipo a madeira, o bambu, os móveis antigos da família, tudo traz uma identidade”. E, para além disso, o reconhecimento desses objetos é uma âncora para a designer.





“ Quanto mais eu vivo, mais eu acho que o uso de materiais aconchegantes, tipo a madeira, o bambu, os móveis antigos da família, tudo traz uma identidade”

À esquerda, a mesa de raio-x do consultório do pai de Anna serve como aparador, a cadeira também era de seu pai e o espelho era da avó; abaixo Anna fala sobre as obras e a luz direcionada. Na pág. anterior, no alto, a máquina de escrever e os óculos herdados da família; abaixo poltrona de leitura



NASCE UM COLECIONADOR

Por Bruna Eduarda Rudnick

Pesquisa e identificação são o caminho para entrar no mercado da arte com o pé direito

O interessado tem de partir primeiro do que ele gosta. Da paixão, de ter obras com as quais se sente bem em conviver”, afirma a galerista Zilda Fraletti. Depois de 39 anos no mercado de arte, o olhar apurado e o repertório de Zilda são aliados na hora de identificar obras e artistas. Ela frisa que o gosto pela arte é formado pelo consumo de gêneros diversos, como a música, o teatro, a dança e o cinema. A partir do momento em que se circula por modalidades diferentes, as características de consumo se somam, o indivíduo forma o seu repertório para escolher a peça exposta em casa.

“Colecionador de ideias” é um termo utilizado pela historiadora de arte e membro da Associação Brasileira de Críticos de Arte (ABCA), Francine Goudel. “No momento contemporâneo, os artistas não estão preocupados em buscar alguma verdade, mas sim em discutir e criar mais problemas para a gente pensar”, provoca. Ao levar uma obra para dentro de casa, contribui-se para essa discussão. Fraletti e Goudel enfatizam a importância da identificação com a peça, o artista e



Zilda Fraletti posa em frente a obra de Livia Fontana na Galeria Zilda Fraletti

Foto: Bruna E. Rudnick

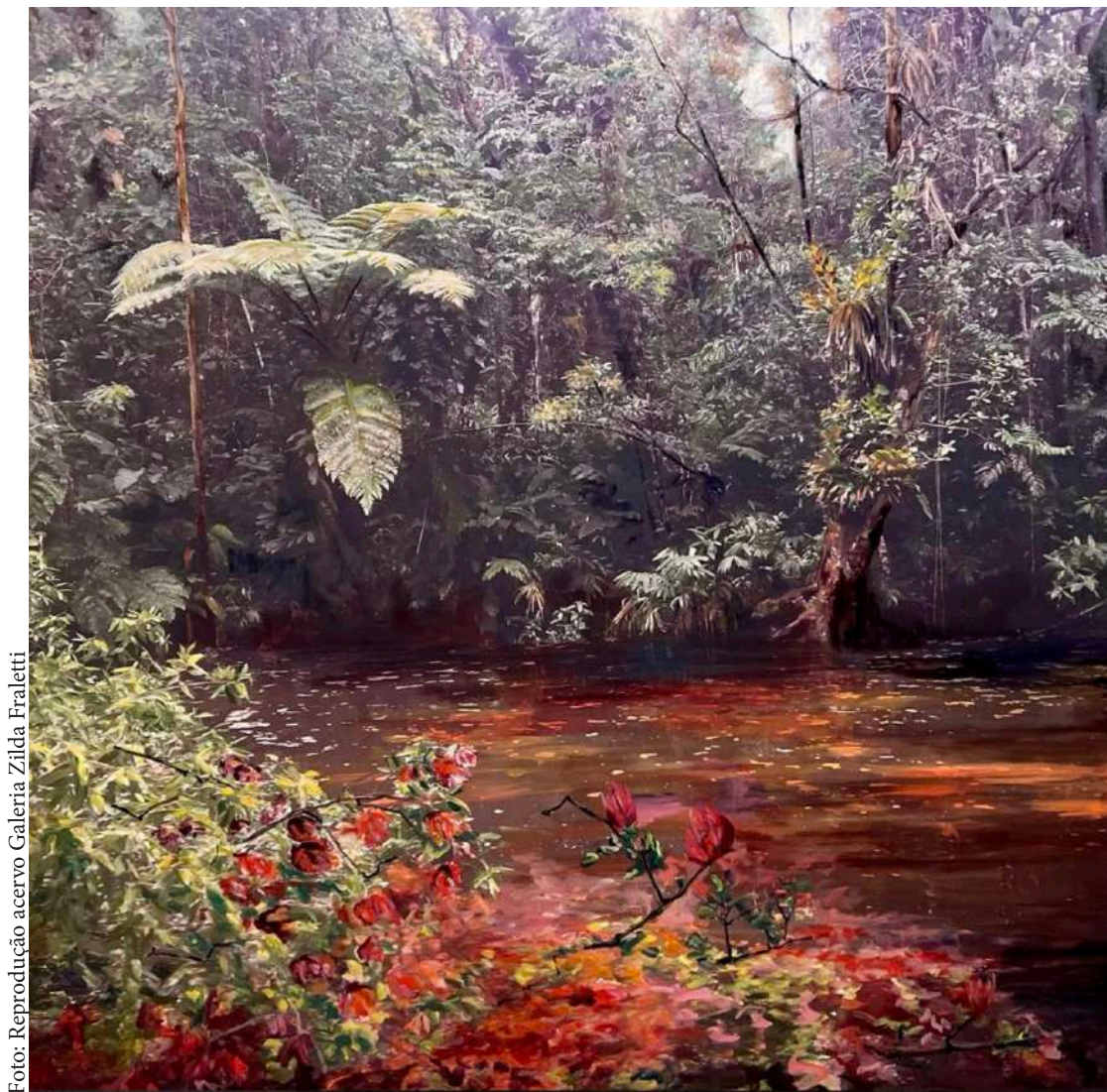


Foto: Reprodução acervo Galeria Zilda Fraletti

A catarinense Juliane Fungati faz intervenções com pintura na foto revelada sobre tela. Fotopintura sobre tela, 150 x 150cm

a temática, assim como a necessidade de frequentar espaços como exposições, museus e galerias. Desenvolver um arquivo estético próprio e senso crítico são passos para não ficar à mercê do que os outros falam e dos modismos.

Informar-se, conhecer o mercado e os artistas são conselhos das especialistas. “Infelizmente, a maioria das pessoas não é criada para saber de arte. Elas precisam ir atrás disso. São poucas as que vêm com formação e vivência de arte de casa”, destaca a galerista, que defende a ligação com pessoas, coisas e meios sérios, de confiança.

O mercado de arte brasileiro é diverso, os preços variam de forma considerável de região para região. Para quem já tem um artista específico em mente, Francine indica: “Vá à cidade local. Geralmente quando ele (o artista) chega no eixo Rio-São Paulo, já está mais estabelecido e pratica os valores mais consistentes do país”. Os escritórios de arte e as galerias são os locais mais indicados pela historiadora. Na galeria de Zilda Fraletti, por exemplo, existe uma preocupação em transmitir informações sobre os trabalhos e seus autores, o que agrega mais valor aos olhos dos “consumidores”.

Quando se fala em valor de um artista, ou de uma

obra, a legitimação entra em cena. “Para uma obra ser validada, precisa circular, estar nas exposições e os pares desse sistema (como os críticos de arte) precisam validar essa obra”, pontua Goudel. A originalidade é um dos critérios de Zilda para selecionar os artistas que entram em sua galeria. “Essas pessoas estão criando uma linguagem que não existia no mundo. É algo que vai começar com eles. Você percebe que eles estão criando algo diferente, que é deles, da alma de cada um”, é isso que valoriza a arte para a galerista.

As formas de consumir arte caminham ao lado das tendências de mercado e da tecnologia. Na Galeria Zilda Fraletti — que seguiu os passos de galerias como a Cocaco e a Acaiaca, pioneiras na arte contemporânea de Curitiba — a pandemia impulsionou as vendas online. Até então, a galerista não via o seu público comprar obras sem as ver pessoalmente. “Tudo está mudando, mas existem coisas que perduram. As pessoas continuam pintando e precisando se expressar. Isso não vai acabar. Quando começou, nem se sabe, né?”, conclui Fraletti.

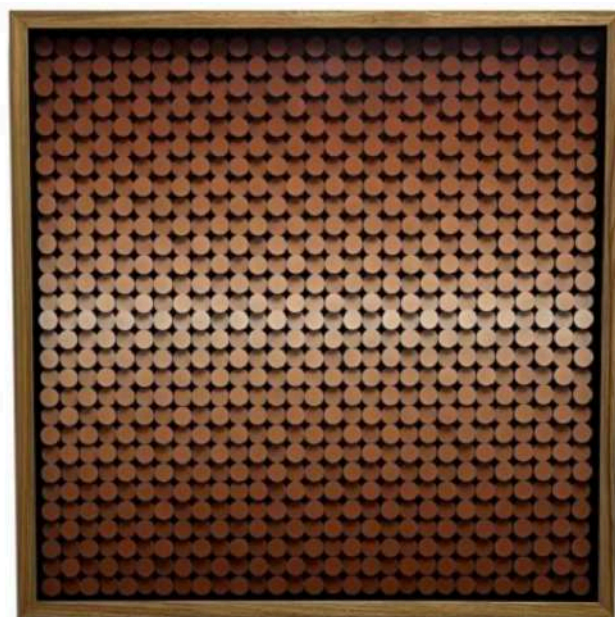


Foto: Reprodução acervo Galeria Zilda Fraletti



Acima, a dimensão chama a atenção na obra do baiano Jean Araújo. A composição com círculos de papel cartão em diferentes tons de marrom instiga a percepção do espectador. Técnica mista, 66 x 66 cm

À esquerda, Cleverton Oliveira é um artista curitibano que com materiais simples apresenta um novo olhar sobre a paisagem. Desenho sobre tela. Grafite, lápis aquarelado e marcador permanente, 103 x 103 cm

Foto: Reprodução acervo Galeria Zilda Fraletti



Márcia Zanoni Calcanhotto posa na vitrine da Moldura Minuto Batel, em Curitiba - PR

A VESTE DAS PAREDES

Por Bruna Eduarda Rudnick

Composição, intuição e afeto ajudam para que quadros encontrem
leitura adequada no ambiente da casa

Quando o assunto é composição de quadros, o céu é o limite. No ambiente doméstico regras não existem, por isso a tarefa pode ser desafiadora para os decoradores amadores de plantão. O primeiro passo pode ser óbvio, mas como escolher as obras? “Os quadros têm muito a ver com a personalidade da pessoa que mora na casa. Tem que fazer aquela pessoa feliz, porque ela vai olhar para essas imagens todos os dias”, explica Márcia Zanoni Calcanhotto,

artista plástica e dona da loja Moldura Minuto Batel, em Curitiba.

Depois de 20 anos no setor de exposições da Fundação Cultural de Curitiba, e com bienais internacionais no currículo, Lucy Amélia Salles ressalta a importância do conhecimento básico sobre o trabalho dos artistas e das obras escolhidas. Mesmo sem regras, Lucy ressalta: “Existe o respeito com a obra, como ela

será vista, e todo conjunto de objetos que estão ao redor dela. Sempre tome cuidado para não colocar nada na frente da obra”.

Uma das estratégias de Márcia é começar por um quadro e encaixar os outros a partir disso. “Quanto mais diversificados os formatos, mais interessante fica a composição. Uma composição com quadros de tamanhos parecidos é bem mais difícil de fazer”, afirma. A artista plástica recomenda que a distância do quadro com o chão seja menor do que a distância da obra com o teto. “A distância dos quadros é mais ou menos 10% do tamanho do quadro. Não chega a ser uma regra, mas é uma ideia interessante para nortear a composição”, indica. A conexão entre as peças também é recomendada, seja pela linguagem, temática, paleta de cores ou pelas molduras. Essa conexão entre as peças ajuda a prevenir que uma ofusque a outra.

“A parede vazia faz parte do espaço. Ela é inte-

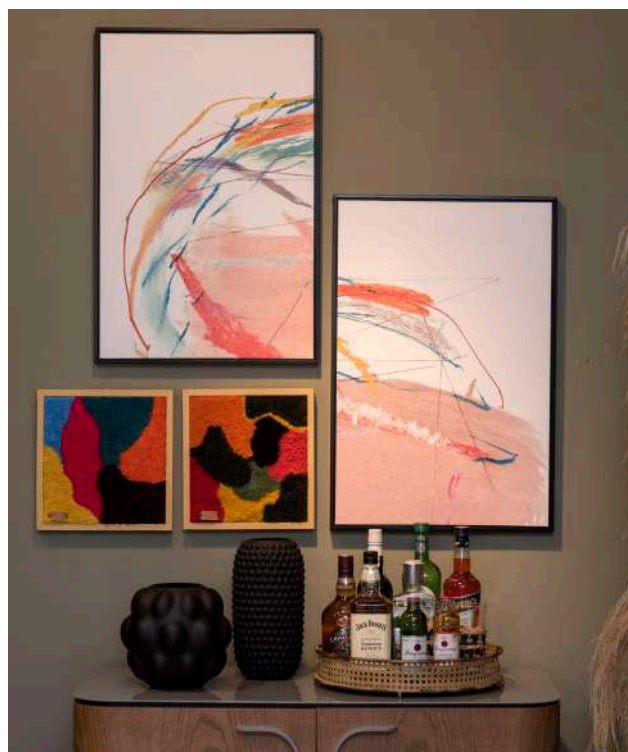


Foto: Neni Glock

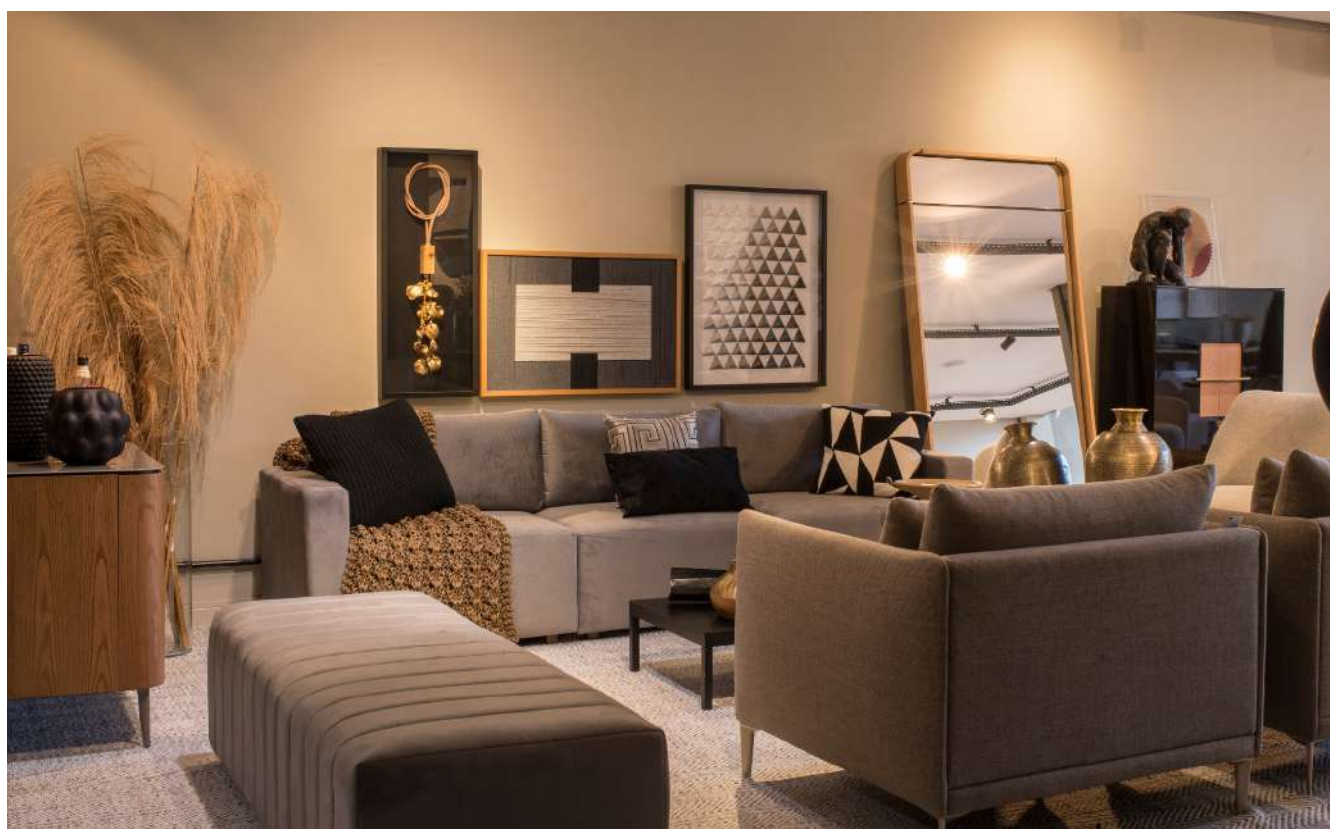


Foto: Neni Glock

Acima, composições dos alunos de Decoração de Ambientes do Centro Europeu na loja Bali Design. Márcia aconselha quem quer fugir da simetria a deslocar bem os quadros, para não parecerem tortos



Sala de estar projetada pelos alunos de Decoração de Ambientes do Centro Europeu na loja Bali Design

ressante. Mas às vezes a gente entra em espaços legais, que nos fazem bem, e estão entulhados de coisas. Tudo depende da leitura que se vai fazer. Tudo depende do que o morador quer”, defende Lucy. Saber o que se quer com a composição, quais são as necessidades do espaço e de quem vai usufruir dele são pontos destacados por Márcia.

A limpeza do espaço e da obra é fundamental para a montagem da composição. A fixação depende de cada obra e o cuidado com a parede faz parte desse processo. Tanto Márcia como Lucy não enxergam problema em apoiar um quadro em um móvel, ou até mesmo no chão, contanto que não corra risco da peça escorregar e estragar.

Na hora de fixar uma arte, seja como for, preste atenção na iluminação. “Nunca coloque um trabalho onde pega a luz do sol. A claridade detona a obra. A iluminação artificial precisa ser bem pensada e cuidadosa”, aconselha Lucy.



Acima, Márcia registrou a composição na casa de cliente da Moldura Minuto Batel

50 TONS DE COR

por Bruna Eduarda Rudnick

Psicologia das tonalidades é uma aliada na busca por
mais vibração nos ambientes

Ao brincar com a predileção curitibana pelas decorações em 50 tons de cinza, bege e branco, a arquiteta, designer de interiores e supervisora do curso de Decoração do Centro Europeu, Jordana Fraga, defende a importância das cores para o bem-estar. “Tem que entender qual o perfil. Compreender se o morador quer um ambiente para relaxar, acalmar ou receber convidados, para as pessoas se sentirem bem e acolhidas”, ilustra Jordana. Para convencer seus clientes a adotar as cores, a designer usa informação e argumento. “Tem que entender a essência da cor, o que ela faz às pessoas”, adianta.

Pesquisar o impacto das cores nas percepções permite o uso da cor para despertar determinadas respostas no ambiente. “O contexto é o critério que irá revelar se uma cor será percebida como agradável e correta ou errada e destituída de bom gosto”, declara a escritora e cientista social Eva Heller, em *A psicologia das cores* (2000). As tonalidades mais frias transmitem tranquilidade. Os tons terrosos trazem calor para o ambiente, deixam o espaço mais aconchegante e confortável. Tons mais claros e frios remetem ao relaxamento e à calma. As cores vibrantes e quentes servem como um estímulo para o cérebro.

Levar em conta o propósito do ambiente, a personalidade e as necessidades de quem o usufrui impacta na manutenção e vida útil do design. “A decoração tem que estar ali de cinco a dez anos e a pessoa tem que sempre gostar daquele espaço. Claro, pode adicionar elementos, mas a decoração deve ser atemporal. Não é um modismo”, ensina Jordana.



Foto: Letícia Cipolla

Com mais de 18 anos de experiência em design e decoração, Jordana Fraga é professora e supervisora do curso de Decoração de Ambientes do Centro Europeu, em Curitiba



Jordana partiu do detalhe verde que já existia no chão do hall de entrada para fazer a base do projeto de decoração para a casa

Para quem tem muita dificuldade ou não gosta de cor, os tons de madeira e as texturas são maneiras de trazer mais interesse e conforto, mantendo o ambiente neutro. Tons terrosos tendem a se inserir de forma mais elegante na decoração. Partir de um elemento é uma das estratégias de Jordana: “Às vezes, o cliente tem uma obra de arte da qual gosta. Eu peço que ele envie uma estampa que o agrade. Isso me ajuda a entender do que ele gosta, porque às vezes o cliente não sabe se expressar na cor”.



As cores terrosas dão aconchego e respeitam o desejo do cliente de Jordana de manter a decoração neutra

A base neutra permite que as cores sejam exploradas nos objetos. Esses ambientes podem sofrer mudanças ao longo das estações, seja ao trocar capas de almofada, uma manta no sofá ou em peças decorativas. O conhecimento da função do ambiente, das necessidades/gostos dos moradores e do impacto das cores no humor de quem o frequenta é a chave para um espaço interessante e confortável.



Foto: Nenad



Foto: Neni Glock

À dir., do mesmo projeto de Jordana com o hall de entrada verde, a cor se repete no lavabo; à esq. as cores do quadro são replicadas nas almofadas na produção dos alunos do curso de Decoração de Ambientes do Centro Europeu na loja Bali Design



Foto: Bruna E. Rudnick

MORADAS VIVAS

Preocupação com o ambiente e integração com a natureza fazem de projetos bioarquitetônicos uma resposta ao futuro

por Bruna Eduarda Rudnick

Há 43 anos, o arquiteto e urbanista Osvaldo Navarro se mudava para sua casa no Bosque da Coruja. O projeto referência internacional de integração com a natureza está localizado em uma Reserva Particular de Patrimônio Natural Municipal, a três quilômetros do Centro Cívico de Curitiba. Os 9 mil metros quadrados de terreno abrigam mais de 250 árvores catalogadas. “Às vezes, tenho que podar ou cortar algo, mas mantenho o máximo possível”, explica. Navarro ressalta o conforto térmico proporcionado pelas plantas, uma vez que, no verão, a sensação térmica chega a ser 5°C mais fresca do que no resto da cidade. No inverno, as árvores protegem a casa do vento.

Osvaldo foi pioneiro em uma área que, há quatro décadas, nem nome tinha. Abriu espaço para arquitetos como o Fabricio Lorenzetti, especialista em bioconstrução. “Na arquitetura a gente se preocupa com as pessoas que vivem dentro de uma construção. A bioarquitetura vai focar também na qualidade deste ambiente”, declara o catarinense.

Abaixo, Osvaldo Navarro em frente a sua casa no Bosque da Coruja em Curitiba (PR) ; Na pág. anterior, vista para o centro da casa de Navarro



Foto: Giovani Pereira Sella



Acima, Osvaldo Navarro sobe escada de dormente que dá acesso a casa; Abaixo, vista da sala da casa de Navarro

Fabricio projetou a casa da jornalista e empreendedora de hospedagem Mariza Vandresen, projeto referência em bioconstrução no município catarinense de Gravatal, localizado a 160 quilômetros da capital Florianópolis. Por influência de amigos, Mariza teve contato com a bioconstrução há duas décadas e passou dez anos reunindo material para o projeto. “Usei a pedra e o eucalipto de reflorestamento que existe aqui na região. Eu tinha as janelas e as portas. Desenhei o projeto conforme o material que juntei”, relata a proprietária.

A falta de mão de obra especializada e a normatização das técnicas são desafios cotidianos nos projetos bioarquitetônicos. “Faço um treinamento com a equipe em todo projeto. Tenho que ensinar o pedreiro como se faz”, revela Lorenzetti. Com os desafios de mão de obra especializada para esse tipo de habitação, pesquisar, participar e ter algumas noções fazem a diferença. Osvaldo reforça que para qualquer obra é importante saber como orientar e cobrar os prestadores de serviço.

Para a aprovação nas prefeituras as técnicas de construção precisam ser normatizadas. “É uma questão de demanda e da evolução para que elas (técnicas) entrem nas academias, nas universidades”, complementa o bioarquiteto.



O ENTORNO

“Na bioarquitetura, depende de onde você vai construir. Isso é legal aqui, mas em outro lugar ficaria ridículo”, pontua o arquiteto Osvaldo Navarro, que projetou sua casa com materiais que combinam com o ambiente, como pedra, madeira e vidro. O bioarquiteto Fabricio Lorenzetti reconhece que o entorno recebe mais atenção nos projetos bioarquitetônicos. “O bioma, fatores físicos como clima, inclinação, acesso, taxa de iluminação (orientação solar) e posição de ventos são coisas importantes a se considerar”. Um exemplo dessa adequação é a quantia de vidro na casa de Navarro: se não fosse pela proteção das árvores, a construção viraria uma estufa.

Rafaela Moura é proprietária de uma bioconstrução na região rural de São José dos Pinhais, na Região Metropolitana de Curitiba. “Usar bem o terreno e desmatar o mínimo possível foram as minhas maiores preocupações”, destaca a bióloga e jornalista. A atenção ao impacto das construções é destaque nos três projetos. Osvaldo - oriundo da famosa equipe de Jaime Lerner que fez a revolução urbanística na Curitiba dos anos 1970 - usou sua expertise em meio ambiente e experiência como arquiteto para construir; Mariza contratou o bioarquiteto Fabricio e pesquisou o tema durante décadas; Rafaela e seu namorado da época estudaram e construíram por conta própria.

Rafaela optou por fazer toda a construção em COB, técnica inglesa que tem como matéria pri-



Foto: Mariza Vandresen

Acima, detalhe do telhado vivo/verde da casa de Mariza em Gravatal (SC)

ma areia, argila, palha e água. “Sofremos muito por fazer as coisas exatamente como o pessoal fazia na Inglaterra, só que o nosso clima é diferente. Foi um trabalhão porque não paramos para pensar”. A proprietária sofreu com as chuvas no período da construção. Assim, para expandir a casa, Rafaela pretende misturar técnicas para uma adaptação climática melhor.

“ Na arquitetura a gente se preocupa com as pessoas que vivem dentro de uma construção. A bioarquitetura vai focar também na qualidade deste ambiente”, Fabricio Lorenzetti

MATERIAIS

Na bioarquitetura, materiais disponíveis no local da construção recebem destaque. Com acompanhamento e levantamento dos recursos é possível definir o que é viável, tanto em questões de baixo impacto quanto economicamente. “Às vezes, é mais caro usar a terra do próprio terreno do que trazer terra de fora”, revela Lorenzetti.

O barro é o material principal nas casas de Rafaela e de Mariza. Rafaela foi fiel ao COB, usando apenas areia, argila, palha e água para construir a estrutura da residência. Já Mariza juntou pedra e madeira, brincou com garrafas e latas de alumínio. Ambas usaram elementos de demolição. Osvaldo optou pela alvenaria. O arquiteto aposentado do Instituto de Pes-

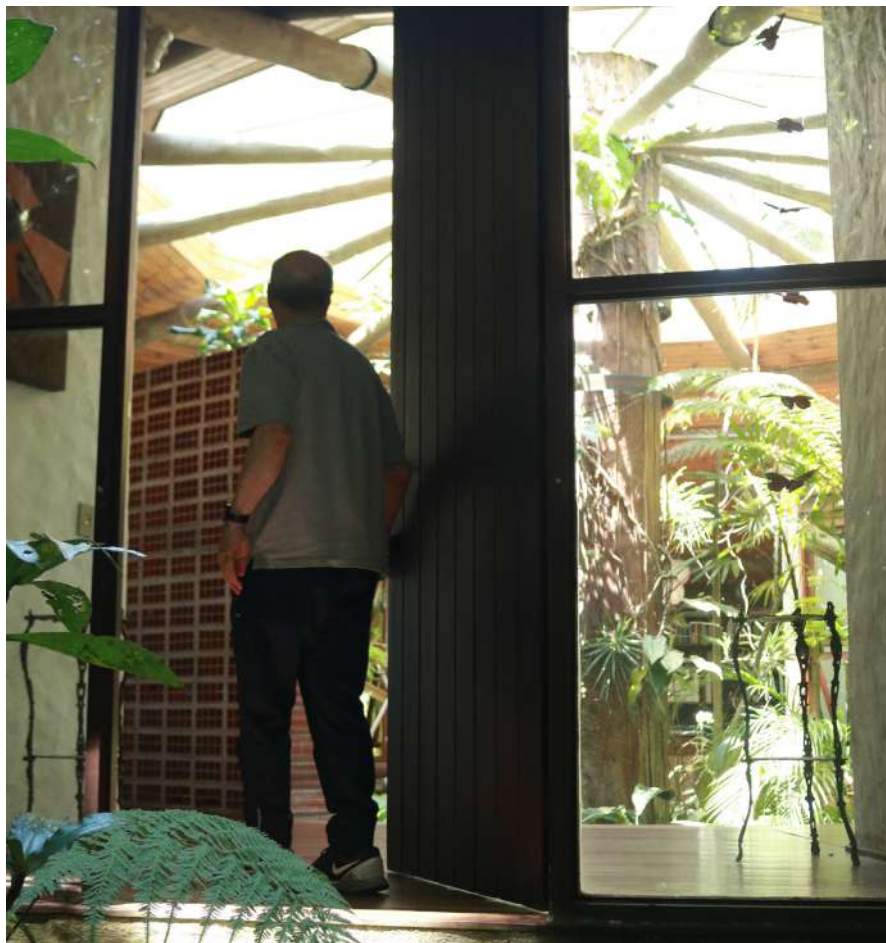


Foto: Bruna E. Rudnick



Foto: Mariza Vandresen



Foto: Mariza Vandresen

Na sala de estar de Mariza, detalhe da parede de barro com madeira e latas de alumínio; Na pág. anterior, no canto superior dir., entrada da casa de Osvaldo em Curitiba (PR), na parte inferior, fachada da casa de Vandresen em Gravatal (SC)

quisa e Planejamento Urbano de Curitiba (Ippuc) aproveitou as pedras retiradas do calçamento de Curitiba na rampa de acesso. Os degraus de entrada da casa de Navarro eram dormentes de trilhos de trem.

Uma bioconstrução pode ser feita com materiais “convencionais”? Para o bioarquiteto Fabricio Lorenzetti, a resposta é sim. “Não posso ser tão radical. O mercado das bioconstruções já é restrito, não posso restringir mais ainda”.

Os materiais naturais têm uma troca maior com o ambiente: eles “respiram”. Mas não é por isso que os materiais “convencionais” não podem fazer parte da bioarquitetura. Fabricio e Mariza

optaram por paredes externas de tijolos e cimento pela resistência e facilidade de manutenção. “Eu sinto como se fosse uma casa viva. O meu banheiro é de pedra, quando eu tomo banho, o vapor penetra na pedra e vem aquele cheirinho de natureza, sabe? É incrível, toda vez que eu tomo banho me sinto viva”, conta Mariza.

“ Eu não projetei uma casa, projetei um estilo de vida”, Osvaldo Navarro

UM ESTILO DE VIDA

O comum nas bioconstruções é um envolvimento maior do proprietário, não só durante o projeto e execução, mas também na manutenção. A casa de Osvaldo Navarro não é ameaçada pelas árvores. Fazem parte do dia a dia do arquiteto o acompanhamento e a retirada de um galho ou outro, quando necessário. O jardim “selvagem”, influência de Roberto Burle Marx, paisagista e amigo de Navarro, recebe pequenas manutenções todos os dias. A integração com a natureza permite que Osvaldo toque flauta para passa-

ros e saguis. “Não é só a arquitetura em si, mas o modo como você vive”, afirma o arquiteto e urbanista.

“Quando vejo a minha casa, eu sinto que é uma extensão do meu corpo, é uma extensão de mim. Eu fico feliz de saber que fiz parte da construção dela, de botar a mão na massa”, detalha Mariza. A busca pelo aconchego e a conexão emocional são comuns nas casas de Mariza, Osvaldo e Rafaela. Buscar informação e participar das etapas de projeto e construção foi o ponto de partida

À esq. Mariza e Fabrício durante a construção da casa; Abaixo, detalhe das garrafas de vidro na parede da casa de Vandresen

Foto: Mariza Vandresen



Foto: Mariza Vandresen

para habitações vivas em movimento e adaptação, que mudaram a qualidade de vida dos moradores. “Eu não projetei uma casa, projetei um estilo de vida”, afirma Osvaldo Navarro.

“Quando vejo a minha casa, eu sinto que é uma extensão do meu corpo, é uma extensão de mim. Eu fico feliz de saber que fiz parte da construção dela, de botar a mão na massa”, detalha Mariza. A busca pelo

aconchego e a conexão emocional são comuns nas casas de Mariza, Osvaldo e Rafaela. Buscar informação e participar das etapas de projeto e construção foi o ponto de partida para habitações vivas em movimento e adaptação, que mudaram a qualidade de vida dos moradores. “Eu não projetei uma casa, projetei um estilo de vida”, afirma Osvaldo Navarro.

Navarro observa micos da varanda de sua casa em Curitiba (PR)

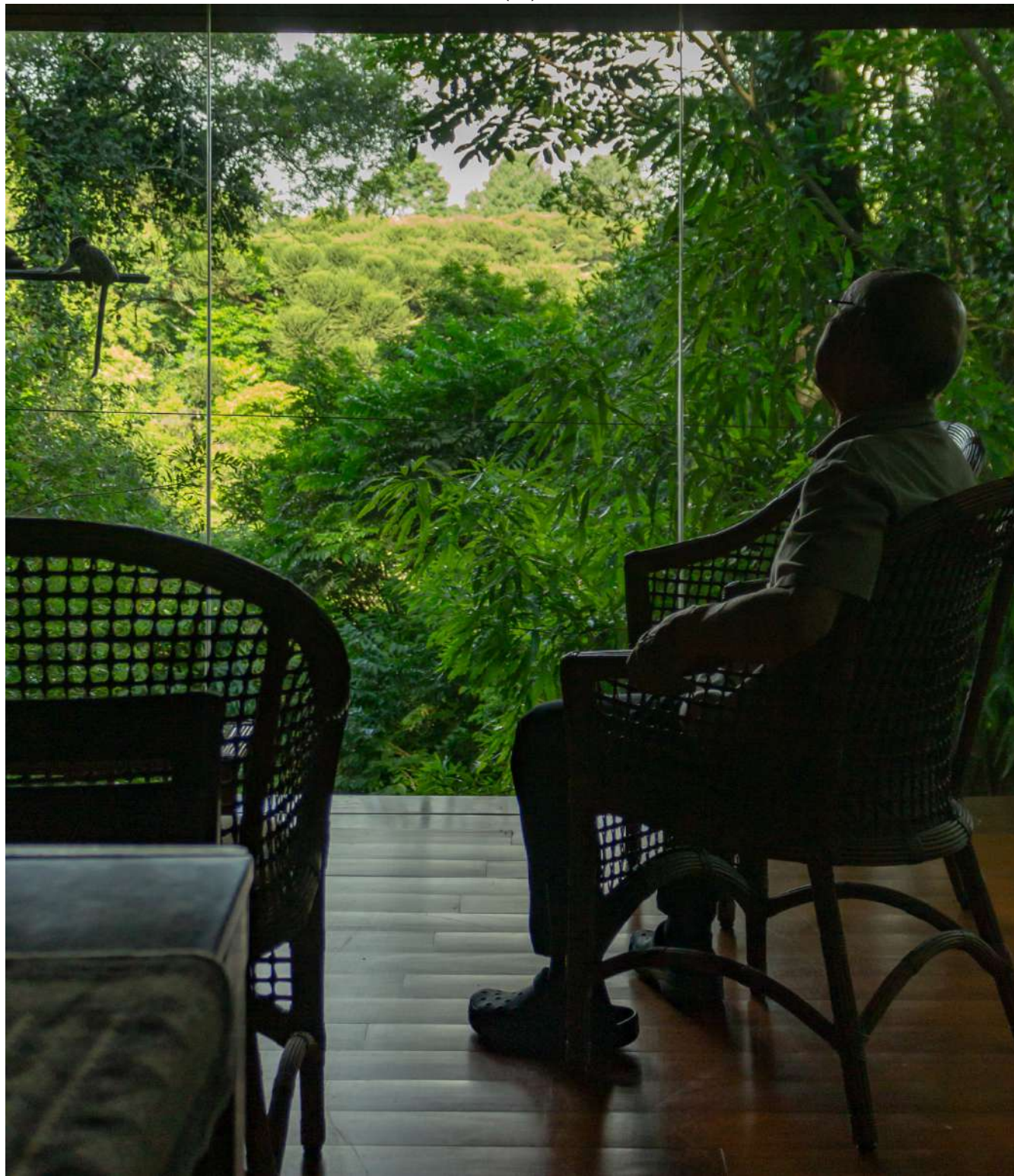


Foto: Giovanni Pereira Sella

CURITIBA, A MODERNA

...
por Bruna Eduarda Rudnick

Da infraestrutura aos edifícios, o processo de urbanização da capital paranaense é tema de pesquisas e livros de Elizabeth Amorim e Zulmara Posse

Quando uma arquiteta e uma antropóloga trabalham juntas, a forma como o ser humano ocupa o espaço ganha destaque. A arquiteta Elizabeth Amorim de Castro e a antropóloga Zulmara Clara Sauner Posse - uma docente e outra aposentada da Universidade Federal do Paraná - foram apresentadas por um amigo em comum e engataram uma amizade. A parceria de longa data já rendeu mais de dez trabalhos publicados, dentre eles o que resgata o legado de Eduardo Fernando Chaves para a capital, e o estudo sobre a verticalização da cidade.

Foto: Divulgação Elizabeth Amorim de Castro



Elizabeth Amorim de Castro e Zulmara Clara Sauner Posse posam lado a lado com anos de parceria e experiência em pesquisas sobre o morar curitibano

Consultar documentação arquitetônica, histórica, fotográfica e cartográfica do Paraná, e de sua capital, fazem parte da rotina de pesquisa da dupla. A profundidade e o cuidado com os detalhes marca o trabalho das pesquisadoras. Os depoimentos de quem viveu nos espaços durante os períodos delimitados pelos estudos contribuíram para o entendimento da dinâmica entre construção e vida. “Ela (Elizabeth) pensa no quadrado. Eu (Zulmara) penso em quem vai encher o quadrado”, explica Zulmara.

BEM-VIVER E BEM-MORAR

O engenheiro civil e arquiteto Eduardo Fernando Chaves projetou as obras retratadas em *As virtudes do bem-morar* (2012). Entre elas, destacam-se o Castelo do Batel, no bairro que lhe dá o nome, e o Palácio São Francisco, atual sede do Museu Paranaense, no Alto São Francisco. Elizabeth e Zulmara começaram o



Foto: Divulgação acervo do Patrimônio Cultural do Paraná

O Castelo do Batel, projeto de Eduardo Fernando Chaves, funciona como um centro de eventos sofisticado na capital paranaense



A sede do Museu Paranaense, o Palácio São Francisco, foi projetada por Chaves para o fazendeiro Júlio Garmatter

projeto com dez obras, no final pesquisaram 220 projetos arquitetônicos, de palacetes a edifícios comerciais com a assinatura de Chaves. “Percebemos que a maioria das obras eram moradias. Tentamos entender essas residências e classificá-las”, detalha Elizabeth. As pesquisadoras categorizam as casas por tamanho. “Em paralelo estudamos muito o morar nesse período, no início do século 20”, complementa a arquiteta.

Conforto, privacidade, higiene, individualidade e modernidade são virtudes desses projetos, espalhados pelo meio urbano. “Não entendemos essa casa só pela casa. Nós a compreendemos dentro da cidade”, destaca Elizabeth. “Falamos de uma época muito particular em Curitiba. Um período de urbanização da cidade. Os projetos do Eduardo Fernando Chaves acompanhavam essa urbanização”, complementa Zulmara.

O bem morar das residências está relacionado ao “bem-viver” da cidade. Para existir conforto precisa ter infraestrutura. “É interessante a gente observar

que não há uma apropriação do poder público. A infraestrutura fornecida pelo Estado é necessária para o investimento privado. Nós sempre comentamos que Curitiba teve, entre outras, a sorte de sempre ter engenheiros na prefeitura”, afirma Zulmara.

Essas casas grandiosas acompanhavam a ideia de modernidade e o processo de urbanização da capital paranaense. “Esse bem-viver da cidade propiciava um bem-morar, porque essas pessoas com poder aquisitivo conseguiam importar produtos que não existiam em Curitiba”, relata Zulmara. Nas conversas com quem morou nessas casas, Zulmara destaca o papel das residências nos relacionamentos: “Esse grupo todo se conhecia. Todos estudaram nos mesmos lugares. Todos frequentavam o Clube Curitibano. Todos eram conhecidos entre eles. A rede de relações da cidade estava associada também com as casas”.

Em paralelo a esses movimentos, as técnicas de construção também se desenvolvem. É a cidade também

se modernizando. A infraestrutura se expande. Os sistemas de água, esgoto, telefonia e bonde se desenvolvem. A partir dessas mudanças, ... “morar nas alturas era a maior modernidade que existia”, afirma Zulmara.

NAS ALTURAS

A ideia de modernidade move a Curitiba do século 20. O centro passa a ser mais arborizado e os edifícios se concentram ao redor das praças. Em *Morar nas alturas* (2017), Elizabeth e Zulmara trabalharam com um recorte de 1930 a 1960 para compreender o porquê das pessoas se mudarem para os apartamentos. “A lógica da ocupação dos apartamentos é outra. O indivíduo vai conviver com pessoas diferentes, que nunca viu. Vai ter vizinhos de porta, que nunca teve. Vai morar num local com muita gente, próximo de todos os confortos que a humanidade oferece”, detalha Zulmara.

Por que os moradores trocaram as casas pelos apartamentos? “As pessoas se encantaram com a ideia dessa modernidade”, esclarece Zulmara. “A modernidade é morar próximo do centro, próximo das facilidades, próximo do trabalho, mesmo que seja num ambiente mais reduzido”, complementa a antropóloga. A lei do Inquilinato de 1942 teve um papel relevante nesse processo. “Na década de 1930, existiam poucos edifícios e eles não passavam de três pavimentos. Não existia construtora. Um grupo familiar construía e todas as pessoas da família moravam lá”, contextualiza a antropóloga. A partir da lei, os prédios não eram tão

“A modernidade é morar próximo do centro, próximo das facilidades, próximo do trabalho, mesmo que seja num ambiente mais reduzido.”

Zulmara Posse



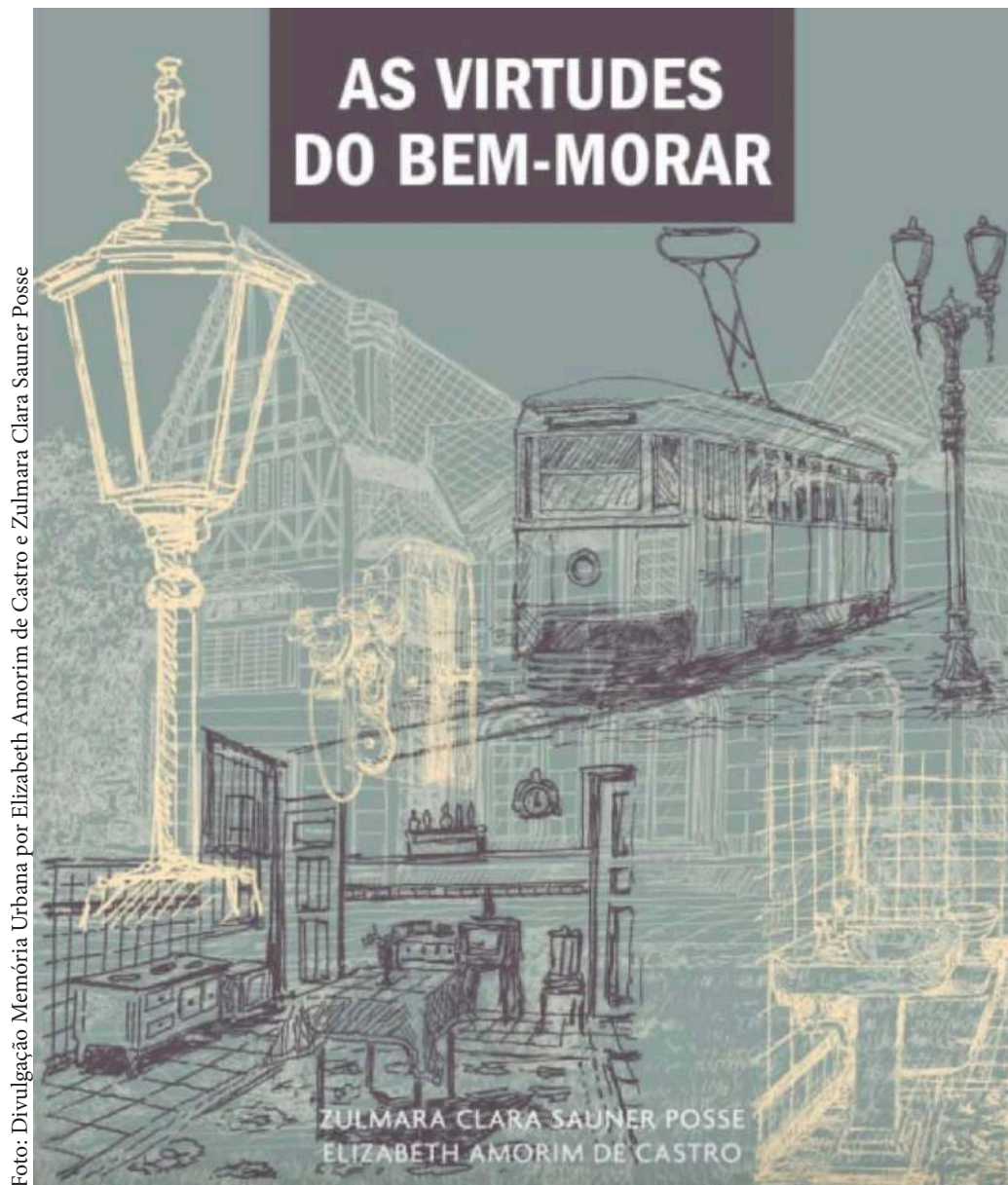
Foto: Divulgação. Memória Urbana por Elizabeth Amorim de Castro e Zulmara Clara Sauner Posse

Morar nas alturas! (2017) apresenta uma análise da verticalização de Curitiba (PR) a partir de 124 edifícios na área central da capital paranaense

lucrativos para as famílias, ao assegurar suporte para os inquilinos. É nesse período que surgem as construtoras e os edifícios de moradias múltiplas para pessoas desconhecidas. Essa nova forma de moradia passa a ser mais lucrativa, do ponto de vista de ocupação dos terrenos.

Essa nova forma de moradia abriu portas para quem não tinha condições de contratar um Eduardo Fernando Chaves. “Ela (classe média) começou a ter possibilidade de financiamento para comprar a casa própria”, destaca Elizabeth. Os programas dos edifícios se moldam de acordo com o bem-viver da cidade, o bem-morar dos apartamentos e com as mudanças de entendimento da modernidade. “Se no início não tinha garagem, quando fechamos o período, já tinha um ou outro edifício com garagem. Começava a aparecer um edifício que tinha na sua propaganda o salão de festas. Surge, no finalzinho, na década de 60, uma suíte”, exemplifica Elizabeth.

As documentações levantadas e apresentadas pelas pesquisadoras sobre o processo de urbanização de Curitiba desmistificam o que se fala sobre a cidade. “As construções que foram analisadas, que a Beth analisa, os programas, tudo isso, é muito importante, porque revela um outro modo do que se concebe a cidade, do que se concebe a moradia”, conclui Zulmara.



A relação entre o conforto das casas e a urbanização de Curitiba (PR) é abordada a partir de 122 obras do engenheiro-arquiteto Eduardo Fernando Chaves em *As virtudes do bem-morar* (2012)

O MAIS DEMOCRÁTICO DOS BAIRROS

*Texto por Francisco Camolezi
Ilustração por Larissa Nakahata*

Independente da cidade, arrisco: o centro é sempre o bairro mais democrático. Em Curitiba, a mais normal das normais — disse Rita Lee — não é diferente. Enfeitado por belas praças, como a General Osório, Rui Barbosa e Eufrásio Correia; ruas charmosas, vide a rua XV de Novembro, Comendador Araújo, Lamenha Lins, a Visconde e a Barão do Rio Branco; campi universitários; prédios modernos, antigos, chiques e abandonados; museus; alguns dos únicos cinemas de rua da cidade — o Passeio e o libidinoso Lido —, e ponto de encontro das principais manifestações políticas, o centro é um bairro agitado e inevitavelmente frequentado por todas as classes que compõem a urbe.

Por democrático, no entanto, não se lê utópico. Faz parte da democracia também as mazelas que assolam o centro. Vejamos, por exemplo, a violência policial à população em situação de rua, vítimas de um projeto de governo que se recusa a encontrar soluções populares para a habitação e, em contraste, a gentrificação e especulação imobiliária promovidas por acionistas e construtoras milionárias com o aval da prefeitura. No Centro, morar em um prédio recém-construído é idealizar a arquitetura da casa demolida que antes ocupava o terreno. É imaginar também quanto tempo leva até aquela casinha ao lado virar uma Pannel. Andar pelas calçadas é ficar a ver tapumes da “sei lá o quê building” e o som da cidade, que antes era blablablá, ônibus e buzina, hoje é barulho de construção.

Do ponto de vista liberal e utilitário, cabe mais gente em um apartamento do que em uma casa, fato. O centro de Curitiba, no entanto, segue se despersonalizando. Com prédios mais requintados, morar no centro fica mais caro. O custo de vida, então, sobe, mesmo para as famílias que já habitavam ali desde antes da chegada dos edifícios espelhados e das farmácias, que as expulsam em direção à periferia.

Em última análise, prédios antigos ficam cada vez mais vazios, enquanto os novos, com a ascensão de serviços de aluguel shortstay como Airbnb, tendem a uma rotatividade monstruosa. Não há moradores ali. É o que indicam os dados: a população do centro de Curitiba aumentou de 42.371 para 43.280 habitantes entre 1980 e 2021. Cerca de 2,2% em 41 anos. Já a Região Metropolitana de Curitiba (RMC), em apenas 12 anos (2010 até 2022), registrou um aumento de 16% no número de habitantes. A via utilitária para justificar a expansão do mercado imobiliário, me parece, é insustentável e, além disso, é humanamente impossível que todas essas farmácias espalhadas por aí sejam realmente necessárias.





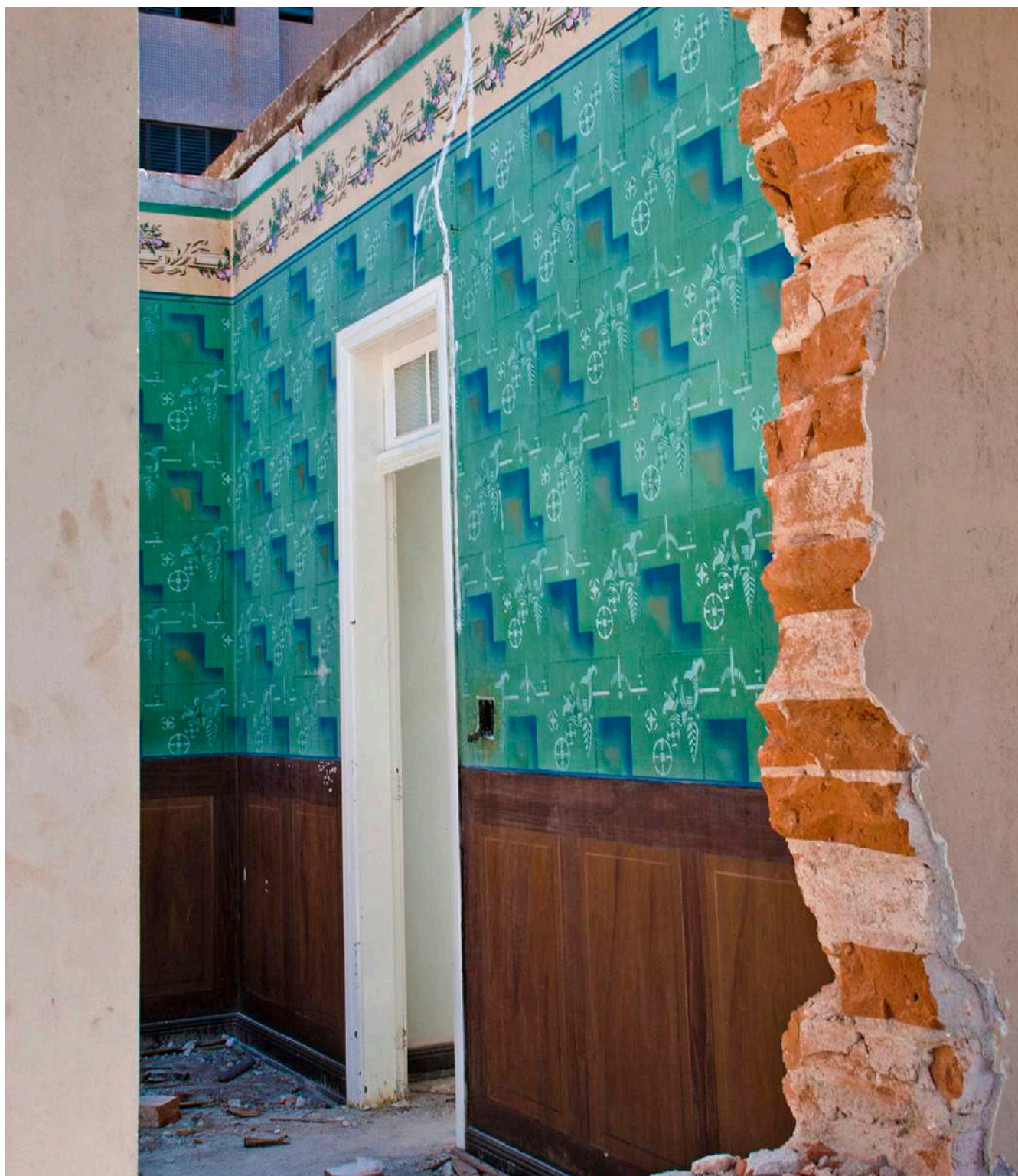
CASA DAS ALMAS

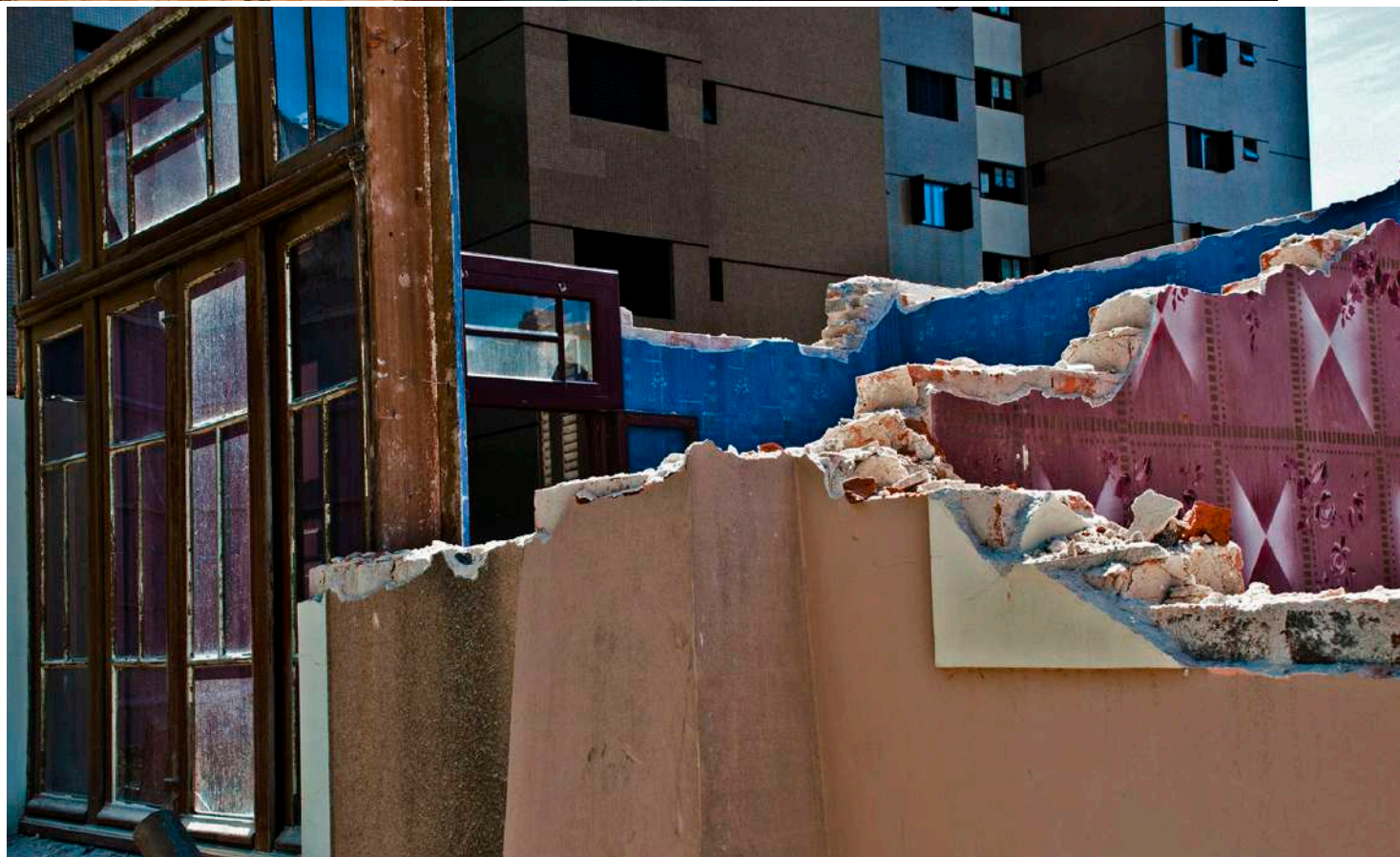
*Ensaio fotográfico “Casa das almas”, de
Tânia Buchmann, aborda os impactos da
verticalização na cidade*

Texto por Bruna Eduarda Rudnick
Fotos por Tânia Buchmann

Captar imagens do desmanche de casas é a proposta da fotógrafa Tânia Buchmann na série ensaística “Casa das Almas”. Há mais de 18 anos na supervisão do curso de Fotografia do Centro Europeu, em Curitiba, a fotógrafa premiada cria contraste entre elementos de construções antigas e sinais da contemporaneidade. “A noção de territorialidade se modifica e as relações sociais se contaminam pela derrubada da propriedade original. É o sinal inexorável da evolução/involução: não moraremos mais ao lado de alguém, mas sobre ou sob a casa de alguém”, destaca Tânia.

Acompanhe esse ensaio que expressa pelos contrastes a reformulação do espaço social.



















*“A cidade cresce
para o firmamento,
deixando que o pó
dos tijolos destruídos
leve com ele também
a alma das casas
desaparecidas”,
Tânia Buchmann*

NOTAS SOBRE A MEMÓRIA E O PATRIMÔNIO

...
Texto por Marcelo Saldanha Sutil
*Historiador, coordenador da Escola de Patrimônio/
Fundação Cultural de Curitiba*
Ilustração por Larissa Nakahata

Quando caminhamos pelas cidades percebemos fragmentos e vestígios que a passagem do tempo deixou e que compõem nossas memórias. Um calçamento antigo, uma edificação centenária, ofícios tradicionais por trás de portas estreitas convivendo com novos comércios e construções contemporâneas. Sinais do transcorrer do tempo que reportam a momentos variados num mesmo espaço urbano.

Ocorre que essa cidade de ontem muitas vezes entra em conflito com a atual, pois a modernização da vida urbana raramente acontece de forma integrada e em harmonia. Por esta razão, permitir a entrada do novo e ao mesmo tempo garantir a preservação histórica é um dilema que acompanha profissionais do Patrimônio Cultural numa questão nem sempre resolvida: como harmonizar as necessidades do mundo de hoje com a preservação de bens e de valores que muitas vezes são simples e humanos? O que fazer, por exemplo, com a fábrica desativada, o hospital que se transferiu de endereço ou com o abandono de uma casa?

São indagações que, embora preocupem a sociedade como um todo, devem ser acompanhadas pelo poder público e seus técnicos do Patrimônio Cultural, pois são os órgãos públicos de preservação que elaboram diretrizes e normativas que garantem a sustentabilidade e a manutenção dos bens culturais, sejam eles material ou imaterial.

Em Curitiba, a Lei 14794/2016 criou o Conse-

lho Municipal do Patrimônio Cultural, com participação da sociedade civil, e um Fundo destinado à pesquisa, à salvaguarda dos bens registrados e aos projetos e obras de restauro. Isso veio somar a uma política de benefícios fiscais e de concessão de potencial construtivo existentes desde a década de 1980. Em paralelo, programas municipais de educação patrimonial também garantem a difusão da memória e da história local, pois só se valoriza, só se preserva aquilo que se conhece. É o pertencimento que nos faz querer zelar por algo.

No entanto, sabemos que não cabe apenas ao poder público conservar sua memória e seu Patrimônio. As legislações, a atuação dos técnicos e as ações do Conselho são eficazes, mas muitas vezes encontram uma sólida barreira na falta de consciência de proprietários que abandonam seus imóveis, a face mais visível no cenário das cidades. Nesse ponto, a sociedade organizada pode e deve ser uma colaboradora, identificando os vestígios importantes para a construção de sua memória. Assim, na troca de ideias e no debate identificamos e diferenciamos os bens que queremos manter daqueles que podemos deixar para que o salutar processo de renovação urbana atue, pois cabe lembrar que uma cidade também não pode ser congelada, ela deve ser viva, assim como o Patrimônio.

Ocorre que essa cidade de ontem muitas vezes entra em conflito com a atual, pois a modernização da vida urbana raramente acontece de forma integrada e em harmonia. Por esta razão, permitir a entrada do novo e ao mesmo tempo garantir a preservação



histórica é um dilema que acompanha profissionais do Patrimônio Cultural numa questão nem sempre resolvida: como harmonizar as necessidades do mundo de hoje com a preservação de bens e de valores que muitas vezes são simples e humanos? O que fazer, por exemplo, com a fábrica desativada, o hospital que se transferiu de endereço ou com o abandono de uma casa?

São indagações que, embora preocupem a sociedade como um todo, devem ser acompanhadas pelo poder público e seus técnicos do Patrimônio Cultural, pois são os órgãos públicos de preservação que elaboram diretrizes e normativas que garantem a sustentabilidade e a manutenção dos bens culturais, sejam eles material ou imaterial.

Em Curitiba, a Lei 14794/2016 criou o Conselho Municipal do Patrimônio Cultural, com participação da sociedade civil, e um Fundo destinado à pesquisa, à salvaguarda dos bens registrados e aos projetos e obras de restauro. Isso veio somar a uma política de benefícios fiscais e de concessão de potencial construtivo existentes desde a década de 1980. Em paralelo, programas municipais de educação patrimonial também garantem a difusão da memória e da história local, pois só se valoriza, só se preserva aquilo que se conhece. É o pertencimento que nos faz querer zelar por algo.

No entanto, sabemos que não cabe apenas ao poder público conservar sua memória e seu Patrimônio. As legislações, a atuação dos técnicos e as ações do Conselho são eficazes, mas muitas vezes encontram uma sólida barreira na falta de consciência de proprietários que abandonam seus imóveis, a face mais visível no cenário das cidades. Nesse ponto, a sociedade organizada pode e deve ser uma colaboradora, identificando os vestígios importantes para a construção de sua memória. Assim, na troca de ideias e no debate identificamos e diferenciamos os bens que queremos manter daqueles que podemos deixar para que o salutar processo de renovação urbana atue, pois cabe lembrar que uma cidade também não pode ser congelada, ela deve ser viva, assim como o Patrimônio.



Foto: Bruna E. Rudnick

Acima, Franciele Cochenski posa em frente a uma prateleira com peças para finalização no atelier da Dozô

SIRVA-SE E SE SINTA BEM

Por Bruna Eduarda Rudnick

O trabalho manual foi uma fuga do estresse para a fotógrafa e ceramista Franciele Cochenski. A fundadora da Dozô Cerâmicas conta que os traços minimalistas e orgânicos “só aconteceram”. Criada em 2019, a marca trabalha com modelagem manual e design autoral. Além das pesquisas e inspirações na natureza, o tempo de Franciele na Espanha estudando cerâmica influenciou na criação da identidade da marca.

A seguir, confira trechos da conversa com Franciele

sobre cerâmica artesanal em Curitiba e conheça mais sobre o processo criativo por trás da Dozô.

Qual foi o teu primeiro contato com a cerâmica artesanal? E o processo de criação da Dozô?

“Estava bem estressada com o trabalho e precisava fazer alguma coisa por mim, para tirar o foco do mundo corporativo. Encontrei a cerâmica, depois de passar por várias áreas. Em alguns meses saí da empresa onde trabalhava e comecei a trabalhar com cerâmica. Foi um processo natural, fiz o curso e comecei

a trabalhar lá mesmo. Depois de alguns meses estava dando aula, até conseguir seguir o meu próprio caminho. Saí do ateliê e hoje tenho a Dozô.”

Como você chegou ao nome Dozô e à estética da marca?

“Sou bem ruim pra nomes. Sempre gostei bastante do oriental e meu ex-namorado encontrou Dozô, que significa “sirva-se e se sinta bem”. Achei que casou bem e eu buscava um nome mais curto. Quanto à estética, como todos os meus processos, aconteceu naturalmente. Eu não buscava essa coisa minimalista. Fiz peças mais coloridas, mas percebi que os tons mais claros e pastéis chamam mais a minha atenção. Muitas das minhas pesquisas são nesse estilo. Não foi uma coisa planejada.”

Pode contar um pouco sobre o teu processo criativo?

“É complexo. Sigo a linha de modelagem feita com a mão. Gosto de buscar formas orgânicas, assim me sinto mais confortável, por a peça trabalhar na queima. Entendo que por mais que às vezes eu a faça redondinha, ela vai dar uma entortadinha, é natural. Quanto às referências, pesquiso. No caso da coleção Gaudí me inspirei no tempo que passei em Barcelona, na Espanha.”

Quais são os principais desafios que você enfrenta com a cerâmica artesanal em Curitiba?

“O desafio é conseguir chegar onde você quer. No começo



Foto: Bruna E. Rudnick

À dir., Franciele modela peça de cerâmica; e no alto canecas para acabamento e finalização

era mais difícil. Depois que se entra nessa bolha, a gente encontra mais marcas aqui em Curitiba. É um polo bem forte e tem gente nova. No início a dificuldade era conseguir clientes aqui, né? A maioria das peças iam para São Paulo, Santa Catarina e Rio de Janeiro. Meu foco sempre esteve nos restaurantes e demorou um pouco até eu ser conhecida. Também temos todos os desafios do dia a dia, da modelagem, se o esmalte é compatível e por aí vai. Quando dou aula tem a questão dos alunos, de ver se estou conseguindo explicar certinho, se estão confortáveis aqui. É bem cansativo, parece meio *glamourzinho*, mas não é. Tenho muito para crescer, mas já me sinto mais confortável. Antes tinha toda a insegurança de não saber como atender, precificar as peças direito. Você duvida de si e a baixa o preço, mas hoje estou mais tranquila nesses quesitos também.”



Foto: Yasmin Victorino

“ Antes eu sofria para definir um preço, até entender o valor de todos os cursos que fiz e tudo que sei”



E as aulas?

“Não é sempre que terei vendas. Como nunca tive loja física, era mais difícil. As aulas surgiram como uma forma de garantir uma renda fixa. Por mais que eu goste muito de só produzir, existia essa necessidade. Gosto muito de dar aula e ficar com os alunos.”

Você percebe que as pessoas dão valor ao seu trabalho?

“É... São pessoas, né? (risos) Tem muita gente que entende que é um produto artesanal, feito à mão, peça por peça, não é uma indústria. Antes eu sofria para definir um preço, até entender o valor de todos os cursos que fiz e tudo que sei. No início, era toda a insegurança de: será que vou conseguir? Será que é isso mesmo? Será que não é muito caro? Hoje, consegui virar essa chave. Dou um desconto se for uma quantidade grande, mas tento permanecer firme.”

Como se dão as parcerias com outros designers e marcas?

“No início, eu buscava bastante. No caso da parceria com a Entalpîa (primeira marca de velas ecológicas de Curitiba), participava de feiras na época. Nos conhecemos em uma e já fechamos a parceria. Gosto quando consigo me identificar com a marca e prever um futuro legal, que vai dar certo e que combine com a Dozô. Quando lançamos um produto como o Abajur, também penso se faz sentido, se casa com a marca e se eu também estou no clima de fazer coisas... Agora estou estudando os vasos para sair um pouco das peças utilitárias. Quero

fazer coisas mais decorativas.”

A Dozô é bem centrada em você. Como é balancear a parte criativa e a de negócios?

“Eu não sei, só não penso nisso assim. Agora, tenho uma ajudante, a Paula. Ela me ajuda na produção e na organização. Mas, os detalhezinhos são tudo pra mim. Estou levemente acostumada, mas sem ela eu estava ficando bem louca. O ateliê é aqui em casa. Na minha cabeça eu tinha que ficar o tempo todo aqui produzindo, não dava muito descanso. Tive que entender o equilíbrio



Foto: Franciele Cochenski

No canto superior esq., vela da parceria com a Entalpîa. Acima, Catarina – mascote do ateliê – posa com o abajur da colaboração com o designer Ivo de Moraes Jr.

necessário para não surtar e ficar doente.”

Qual é a sua relação com os perfis da Dozô nas redes sociais?

“Eu me cobro muito pela questão estética da marca. Tem pouco post no perfil por causa disso. Quero a foto de tal maneira que as pessoas se identifiquem com o texto e conheçam um pouco da produção. Tem todo esse cuidado estético que gosto e tenho um certo orgulho disso na página. Não está do jeito que eu quero, mas está caminhando. duzindo, não dava muito descanso. Tive que entender o equilíbrio necessário para não surtar e ficar doente.”

O que esperar da Dozô daqui para frente?

“Eu quero lançar uma linha mais decorativa e ampliar o ateliê para atender mais alunos. Além do *showroom* para atender melhor as pessoas que gostam de ver as peças ao vivo, porque é um contato diferente.”

“ Quero a foto de tal maneira que as pessoas se identifiquem com o texto e conheçam um pouco da produção. Tem todo esse cuidado estético que gosto e tenho um certo orgulho disso na página”



Foto: Franciele Cochenski

As peças da marca começam em R\$ 55 a 60 – canecas e copos. O produto mais caro é o abajur (R\$ 1,2 mil). Os pratos ficam na casa dos R\$ 100 e os vasos em torno dos R\$ 200. As peças podem ser compradas e encomendadas pelos perfis da Dozô nas redes sociais.



Foto: Bruna E. Rudnick

No canto superior dir., prato de sobremesa da coleção Gaudi, inspirado na Espanha. Abaixo peças que saíram da queima e aguardam acabamento

COMO NÃO PERDER UMA ORQUÍDEA EM DEZ DIAS

Por Bruna Eduarda Rudnick

O segredo está na forma de regar, avisa orquidófilo

Com mais de 35 mil espécies espalhadas pelo mundo, as orquídeas conquistaram os lares brasileiros. Para ter uma em casa, é preciso imaginar a planta na natureza. Essa é a primeira dica de Marcos Ripka, professor dos cursos de cuidados com orquídeas na Orquidaria Rosita, em Curitiba, e especialista nessas plantas. “É importante ter boa claridade, umidade e ventilação”, explica Marcos.

Para além de encontrar um lugar que a planta “goste”, é preciso entender o ambiente escolhido para selecionar a espécie adequada e saber que cuidados tomar. “Se é um espaço muito úmido, use um substrato que seque mais rápido. Em ambientes mais secos, utilize materiais que segurem mais umidade”, aconselha Ripka.



Foto: Bruna E. Rudnick

Acima, Marcos Ripka posa em frente a orquídeas após uma aula sobre cuidados básicos com as plantas na Orquidaria Rosita



A Orquidaria Rosita oferece cursos de cuidados com orquídeas desde o nível básico até o avançado

Conhecer a espécie e o ambiente é o primeiro passo para saber como molhar uma orquídea. Marcos coloca a planta embaixo da torneira sem dó e garante que o problema não está na quantidade de água, mas sim na frequência. “Não existe uma regra, depende da época do ano. No momento em que a planta está com o metabolismo mais acelerado, vai secar mais rápido, como no verão. No inverno, entra em hibernação”. A hora de molhar é quando a orquídea está seca. O ideal é que o ambiente fique entre úmido e seco.

O solo ideal é poroso, para facilitar o enraizamento da orquídea. Pedra brita, carvão, casca de pínus, musgo esfagno, fibra de coco e casca de macadâmia estão entre os materiais mais comuns nos substratos específicos para a família das Orchidaceae. O tempo ideal de troca de substrato é a cada quatro anos.

“Como a orquídea está em um vaso e é comum o substrato ser pobre — não ter muitos nutrientes — é necessário adminis-

trar algum tipo de adubo”, pontua Marcos. Ele ressalta a importância de seguir as orientações da embalagem, entender épocas e situações de cada planta. Conhecer a espécie de orquídea em questão facilita a adequação do ambiente, os cuidados, a busca de informações e ajuda de profissionais.

Entenda as fases de crescimento da planta para usar o adubo correto: não adianta usar um adubo para floração fora do período indicado. Quanto aos tipos e métodos de adubação, é indicada a leitura dos rótulos e a consulta com profissionais. Mas uma coisa é certa — adubo não corrige cultivo ruim.

As dicas e os truques nem sempre funcionam porque tudo depende do ambiente e do que a planta precisa. “O segredo é ter persistência. A gente até brinca, a grosso modo, que é um cachorrinho verde: você tem que aprender com ele quando está com fome ou sede. Quando está muito ou pouco no sol... quando você vê, virou um orquidófilo”, destaca Ripka.

Não corte as raízes de uma orquídea. As raízes aéreas são responsáveis por captar nutrientes do ambiente. Mesmo que a raiz pareça seca a chance de machucar e cortar uma raiz saudável no processo é grande, o que contribui de maneira significativa para a morte da planta.

“ O segredo é ter persistência. A gente até brinca, a grosso modo, que é um cachorrinho verde, você tem que aprender com ele quando está com fome ou sede. Quando está muito ou pouco no sol... quando você vê, virou um orquidófilo”

AO OUTRO, COM CARINHO

por Bruna Eduarda Rudnick

Especialista mostra que a arte de ser um bom anfitrião
está nos detalhes

Não importa o porte da celebração. Para qualquer que seja a organizadora de eventos Juliana Schneider res-salta que a organização e um bom planejamento são essenciais. Antes de receber amigos em casa, confirme quantas pessoas comparecerão, analise se o espaço tem estrutura para tanto, o que será necessário provi-denciar e, se preciso, contrate ajuda para preparar e servir a comida. “Se uma pessoa chega em um ambiente e não tem lugar para ela sentar, é constrangedor. Por mais que se arrume um lugar depois, já ficou subentendido que não houve um cuidado para que o visitante fosse bem recebido desde o início”, frisa



Foto: Divulgação

Uma boa apresentação salta aos olhos do convidado



Arranjos de flores simples trazem um frescor para a produção

Acolher, dar atenção e deixar os convidados confortáveis é o que faz a diferença em um evento. “O grande ponto dos eventos é você conviver e criar boas memórias”, declara Juliana. Para facilitar esse processo, vale a pena deixar a comida pré-pronta e a mesa arrumada. A depender do tamanho da celebração, considere contratar ajuda para servir e preparar as refeições. “Uma coisa é ser anfitrião ou convidado, outra coisa é estar trabalhando e focado em servir bem”. Eventos mais informais, sem protocolos rígidos de etiqueta, deixam as pessoas mais à vontade, mas não são sinônimo de falta de cuidado.

“Limpeza é fundamental. Um banheiro bem higienizado e com papel higiênico o tempo todo. As pessoas se descuidam disso, porque no dia a dia poucas pessoas utilizam os banheiros da casa. Em um evento, várias pessoas usam o tempo todo”, destaca Schneider. Para causar uma boa impressão, mantenha a casa limpa, organizada e cheirosa. Uma decoração bonita e a mesa posta demonstram um cuidado a mais com os convidados. Os serviços de aluguel de peças para a mesa facilitam o uso de itens que não são do uso cotidiano. Arranjos de flores – podem ser montados em casa mesmo – adicionam vida e charme para o evento. “São detalhes que mostram o cuidado e as pessoas notam a preocupação em recebê-las bem, de um jeito gostoso e diferente”, conclui Juliana.



Organização e beleza demonstram cuidado com a visita

TARTAR DE BETERRABA

por Bruna Eduarda Rudnick

Entrada fria, simples e saudável que enche a mesa de cor



Foto: Silvana Eviolanto

As receitas rápidas das redes sociais fazem parte da vida e não atingem apenas os cozinheiros amadores. A chef Silvana Eviolanto, especialista em cozinha saudável, encontrou uma receita simples de tartar (preparo em cubos bem temperado) de beterraba no Tik Tok. Com a expertise em pratos frios a chef adicionou o seu toque e incrementou a receita. “Você encontra várias receitas no Google, mas cada vez que você preparar alguma, ela vai mudar. Cada um tem um jeito de fazer”, destaca.

Silvana usa torrada com guacamole como base para o preparo. O salmão defumado é opcional para adicionar mais sabor ao tartar. Uma outra opção é cortar o avocado (espécie de abacate) e fazer uma “caminha” com ele, para substituir a torrada.

TARTAR DE BETERRABA

Rendimento médio: 4 pessoas

INGREDIENTES

- 2 beterrabas médias
- 100 gramas de salmão defumado
- Coentro, salsinha ou cebolinha
- Raspas e suco de limão
- Pimenta dedo de moça
- Azeite de oliva
- Sal

MODO DE PREPARO

Asse a beterraba envolta com papel alumínio no forno preaquecido a 200°C por cerca de três horas. Quando elas estiverem macias descasque e corte em cubos. Tempere com sal, limão, coentro e adicione o salmão cortado em tiras. Para servir, coloque o tartar em cima da torrada com guacamole. Para quem preferir usar apenas o avocado como base, basta temperá-lo com sal e limão. Em seguida acrescente o tartar e está pronto para servir.

GUACAMOLE

Rendimento médio: 4 pessoas

INGREDIENTES

- 2 avocados maduros
- 1 cebola roxa
- Pimenta dedo de moça
- Coentro, salsinha ou cebolinha
- Azeite de oliva
- Limão
- Sal

MODO DE PREPARO

Lave e seque os avocados e os temperos. Corte os avocados no meio, sentido comprimento e descarte o caroço. Descasque os avocados, corte em cubos e transfira para uma tigela. Adicione o suco de limão e amasse a mistura com um garfo até formar um purê. Pique os temperos, tempere o avocado amassado com azeite de oliva, sal e pimenta a gosto. Misture bem e sirva imediatamente.



Foto: Bruna E. Rudnick

O número de fios e o tecido influenciam a durabilidade e as necessidades de manutenção da roupa de cama

ENTRE OS LENÇÓIS

Por Bruna Eduarda Rudnick

Garanta conforto em um terço do seu dia

Um adulto deve dormir em média oito horas por dia, de acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS). Isso significa que, em tese, cada um de nós deveria passar um terço do dia em contato direto com a roupa de cama. No final de um ano, são mais de 2 mil horas de sono. Para garantir conforto e bem-estar, Ariane Fukner, da loja exclusiva da Buddemeyer, Outlet Enxovais D'Oro, localizada em São Bento do Sul, Planalto Norte de Santa Catarina, chama a atenção para questões como a trama do tecido, a quantidade de sabão e de enxágue na lavagem e a frequência adequada de troca de lençóis e fronhas.

“Quanto mais fios, mais encorpado é o tecido. Além de ter uma durabilidade maior, o produto é mais macio”, explica Ariane. O uso de algodão de fibra longa garante que não surjam bolinhas. O número de fios varia de 180 a mil nesses produtos, o que representa a quantidade de fios utilizados na trama do tecido por polegada quadrada. Quanto mais fios, mais complexa a trama, amassa menos, além de a resistência, a durabilidade e a maciez da peça serem maiores. Os tecidos nobres são os naturais, como os jogos de seda e os 100% algodão. O conforto do toque e de temperatura se destacam, mas exigem mais cuidados e atenção do



Detalhe cama arrumada com lençol 100% algodão e peseira verde



Para escolher os lençóis considere o tamanho da cama, as necessidades pessoais (se precisa ser um tecido antialérgico, por exemplo) e as condições de manutenção do produto

que os tecidos sintéticos.

Cheque as etiquetas de recomendação de lavagem. Cada material tem suas especificações. Colocar um jogo 100% algodão e um sintético na secadora juntos danifica um dos tecidos porque eles têm tempo e necessidades diferentes. “Se você colocar bastante sabão e não enxaguar bem, a peça fica dura”, ressalta Ariane. Não exagere no sabão e opte pelo enxágue duplo. “O amaciante tem muita gordura que se impregna entre as fibras. Chega um momento em que essa gordura se torna um elemento estranho e o toque do tecido fica diferente”. Mas para quem não consegue abrir mão do produto, recomenda-se usar em quantidade mínima e caprichar ainda mais no enxágue.

Para facilitar a lavagem e estender a vida útil dos jogos de cama, não deixe o tecido encardir. Não existe uma regra, um momento ideal para se trocar a roupa de cama. É uma questão pessoal. Preste atenção em questões como suor e baba na fronha do travesseiro. Essa frequência pode mudar de acordo com o clima. “Eu troco a fronha com mais frequência e a roupa da cama toda semana, mas é uma questão de gosto e costume”, compartilha. Itens como peseiras e cobre leitos são aliados na hora de manter a cama limpa.

“Tenha dois jogos bons. Não precisam ser os mais caros, para alternar durante as lavagens”, aconselha Ariane. Leve em conta o clima, as condições de manutenção e características dos tecidos na hora de escolher a sua roupa de cama. Tenha em mente que um terço do seu dia será sobre ela, logo essa atenção é uma forma de autocuidado.

MADEIRA MACIÇA E PALHA PORTUGUESA

Cadeira Briana Palha

Design **Traço Sensatto Studio**





