

No 1
Mai

Atelierul

Handmade
is the new
BLACK !

Profil de artist:
On Skin

Romanian Papergirl
Hârtie reciclată
în bucătărie





Cuprins

Profil de artist: On Skin

Pimp your blog

Secretul cadourilor frumoase

Ghid practic pentru descrierea produse

O coperta de poveste

Cum pozam bijuterii si obiecte mici

Iarmaroc Fest

Handmade is the new black

Despre kitsch-ul de taraba

Dinozaurul de fetru

Porcusorul Leopold. Semn de carte

Andreea Crepcia. Megastarul care poa

Skinner blend

Margele cu Skinner blend

Hartie reciclata in bucatarie

Romanian Papergirl

Argintul tibetan – sofranul bijuteriilor

Dilema cumparatorului in cautare de p

Simbolistica culorilor

	8
	14
	16
elor vandute online	20
	24
	28
	38
	40
	48
	50
	56
arta handmade	62
	64
	67
	70
	76
	78
roduse bio proaspete	80
	82



Editorial

Sunt întrebată des cum a început *pasiunea* mea pentru handmade, iar răspunsurile variază de multe ori, în funcție de starea mea de spirit.

Uneori povestesc de cum am decorat tapetul "montan" din sufragerie cu rațele "coco" inventate de mine. Alteori îmi amintesc de cum era fratele meu să rămână fără un deget încercând să ma ajute să transform un cub de jucărie într-o pușculiță... era doar unul din multele noastre proiecte improvizate.

Cel mai des vorbesc de o vară de când aveam vreo 16 ani și *îmi trebuia* o geantă punk așa că am masacrat o pereche de pantaloni cadrilați și-am purtat mândră rezultatul muncii mele până când s-a descompus cusătura făcută de mână.

Totuși dacă stau să mă gândesc la *pasiunea* mea pentru handmade ar trebui să recunosc că totul a început cu Breslo și cu oamenii pe care i-am cunoscut acolo.

Știam de Etsy și devenise o plăcere vinovată să mă minunez de toate lucrurile frumoase de acolo, dar abia când am descoperit Breslo am înțeles ce înseamnă să faci parte dintr-o comunitate de oameni creativi.

Am vrut mult ca spiritul acesta *comunist* :) să se reflecte și în Atelierul și mă bucur că am parte de o echipă dedicată, entuziastă și frumoasă.

Primul număr vi-l dedic vouă, dragele mele, pentru că împreună putem să colorăm lumea !



Profil de artist: On Skin

Cum de ai devenit artizant handmade ?

Recent am absolvit cursurile facultatii de Arhitectura si am simtit nevoia sa incep o noua etapa in viata mea. Una din prietenele mele face accesorii handmade de ceva timp si astfel am inceput sa ma joc cu diferite idei si sa le pun in practica. Mi-a fost foarte usor sa creez toate aceste lucruri intrucat in familia mea a existat aceasta pasiune pt design vestimentar de cateva generatii.

Cu ce fel de materiale ai experimentat pana acum? Ai vreun preferat?

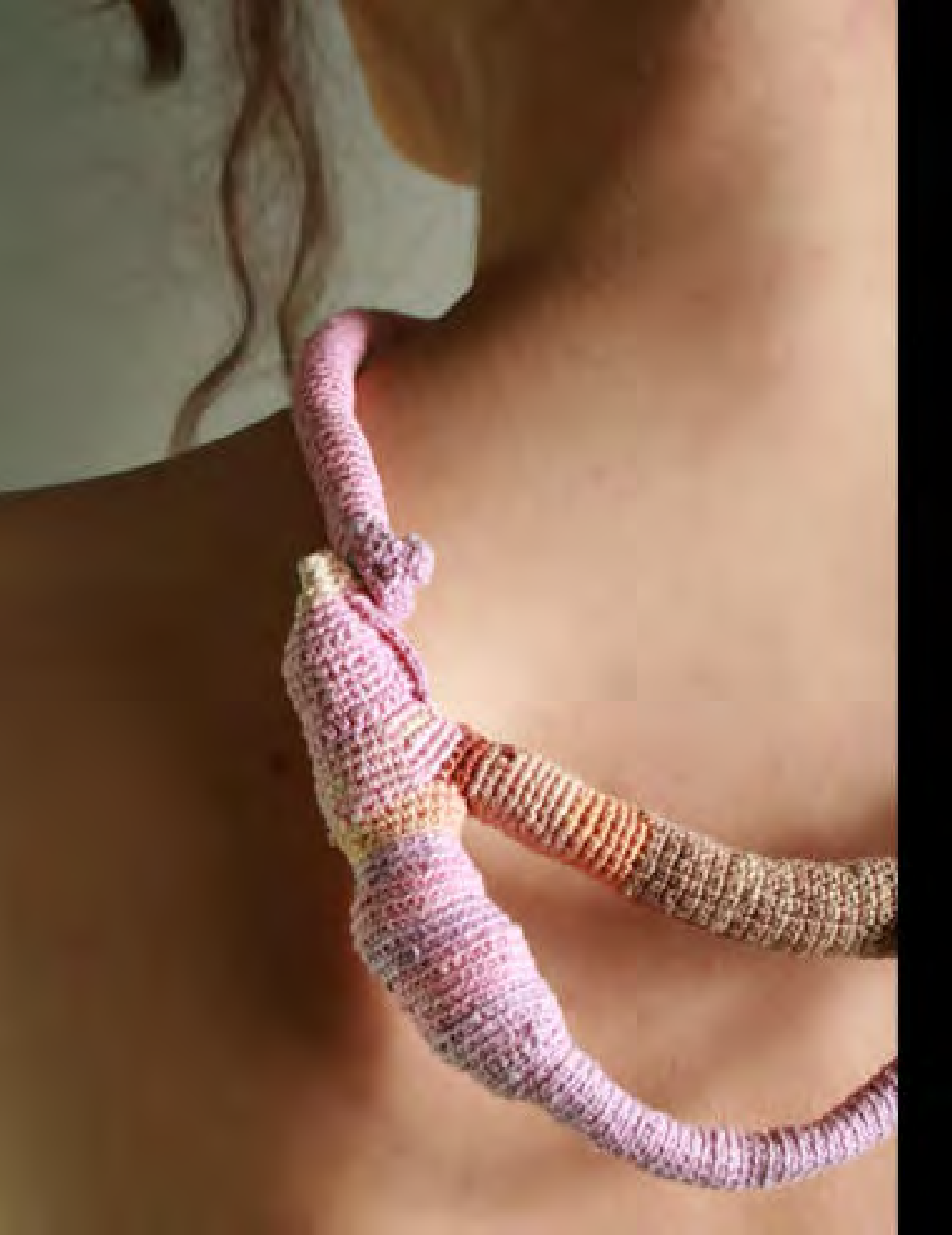
Initial am inceput sa crosetez cu bumbac mercerizat strans de mama mea de-a lungul timpului de la goblene iar recent am inceput sa ma folosesc de masina de cusut si sa refolosesc obiecte care nu-si mai au loc in lumea moderna. Ce si cum veti afla curand in urmatoarea colectie pe care o pregatesc.

Pentru tine handmade-ul este pasiune, hobby sau a devenit si o sursa de venit suplimentar?

Toate trei.

Cum a fost senzatia primei comenzi ?

Sincera sa fiu, inainte sa-si primeasca clienta comanda, am avut un vis in care se facea ca nu ii placea brosa si imi trimitea mail-uri ca ar fi foarte dezamagita; in schimb s-a dovedit a fi invers. A fost foarte multumita si i-a placut foarte mult.



Care este impresia pe care o ai atunci când vezi un străin pe stradă purtându-ti creatiile?

Fiecare lucrare pe care o fac este destinata unei anumite tipologii de persoana (sexy, indrazneata, eleganta,etc) si cand vad pe cineva purtand una dintre ele imi dau seama cum e. Ma bucura ca exista persoane care imi admira creatiile realizate cu atentie de-a lungul a multor zile.

Pe cine ai vrea să vezi purtându-ti creatiile, mă refer la un personaj cu notorietate?

Nu cred ca persoana careia i se adreseaza creatiile mele e una care ar dori sa ajunga un personaj cu notorietate.

Crezi că munca pe care o depune un artizan în handmade este apreciată la reala valoare?

Nu. Am obiecte la care lucrez zile in sir, iar o persoana din Romania nu are posibilitatea sa aprecieze adevarata valoare a pieselor unice handmade. Cred ca romanii ar trebui educati in acest sens.

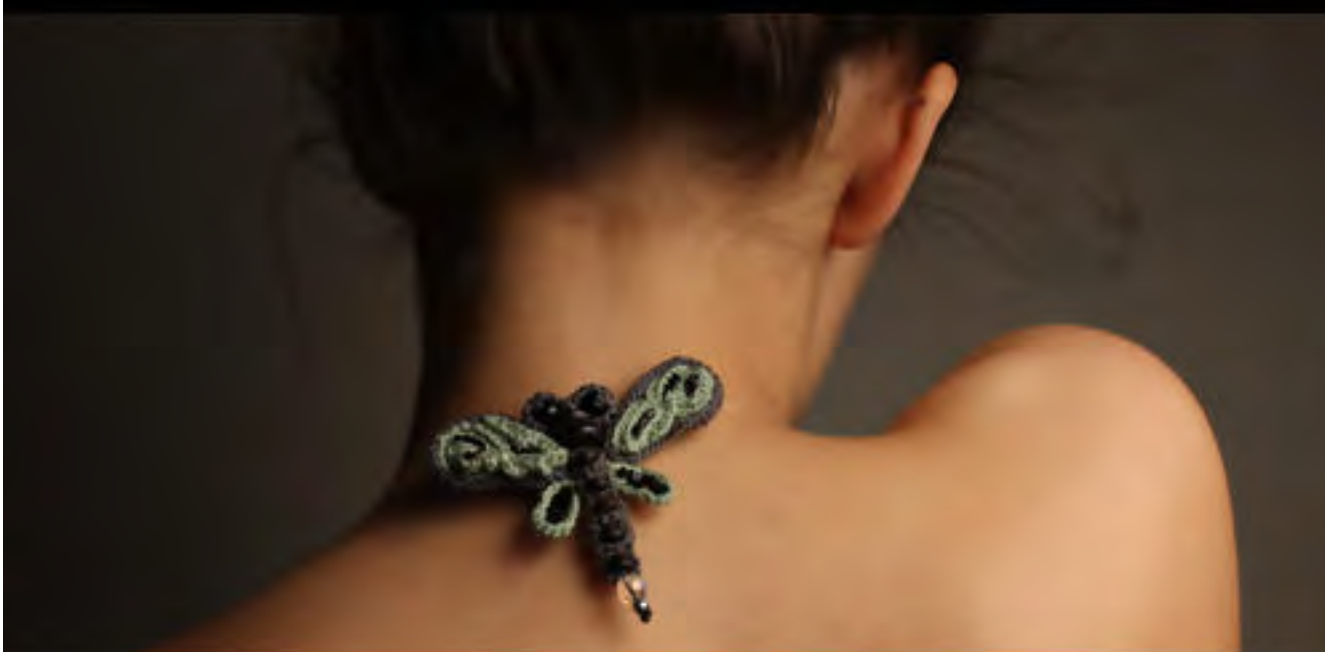
Se poate vorbi de kitsch in produsele handmade?

Da. Nu cred ca toate produsele handmade ar trebui puse sub aceeaasi umbrela.

Ce proiecte ai pt viitor in calitate de artizan?

Pregatesc o colectie de gentute. Momentan se afla in procesul de creatie si sper sa va placa la ce m-am gandit.







Blogul – termen provenit de la expresia web log - este o publicație web (un text scris) ce conține articole periodice sau/și cu actualizare neîntreruptă, ce au de obicei un caracter personal. (sursa: wikipedia.org)

În ceea ce privește promovarea online a produselor handmade, cea mai răspândită și la îndemână unealtă este blogul. Acesta este gratuit, ușor de folosit, oferă vizibilitate și este ‘a la mode’.

pimp
BL

Totul a început cu un
click...

Cele mai utilizate platforme pentru găzduirea unui blog sunt Blogger, Wordpress și Typepad, dar mai sunt și altele. Acestea au o serie de layout-uri și fundaluri ce pot fi alese pentru a personaliza blogul. Totuși, pentru a avea un blog care să iasă în evidență este recomandat să ai un **background personalizat** – special creat pentru blogul tău, cu produsele tale, ceva reprezentativ sau poți căuta unul în mulțimea de site-uri care oferă fundaluri gratuite, cum ar fi: [Shabbyblogs](#), [TheCut-estBlogOnTheBlock](#) sau [SimplyBlogitBack-grounds](#) (google e prietenul tău!).

Am observat că mulți artizani aleg **un fundal cât mai simplu**, care să nu încarce foarte mult imaginea și să creeze o atmosferă cât mai plăcută pentru cititor, nu să îl obosească.

Atunci când alegi fundalul, gândește-te la imaginea pe care vrei să o promovezi, la culorile folosite, textura. Un alt aspect important este numele blogului – ideal este să aibă același nume ca și magazinul sau brandul tău. Astfel blogul va fi mai ușor de găsit.

Pimp your blog

Dacă folosiți blogger, atunci primul pas este să utilizați unealta [Google Analytics](#) – este gratuită și puteți afla informații statistice foarte utile, cum ar fi: cât timp petrece un cititor pe blogul tău, ce cuvinte (keywords) au folosit în căutarile lor pentru a ajunge la tine, de unde au ajuns sau ce posturi citesc.

Promovează-ți blogul punând link-ul acestuia în magazinul tău, ca semnătură la email-urile pe care le trimiți sau pe forumuri, pe cartea de vizită, pe etichetele sau ambalajul produselor tale.

Intră în comunitatea blogurilor și lasă comentarii pe alte bloguri, **interacționează cu alți bloggeri** – aceștia cu siguranță îți vor vizita blogul, poate doar din curiozitate la început, urmând chiar să ajungă cititori fideli.

Adaugă pe blogul tău link-uri către magazinul tău online (dacă este cazul), către conturile tale de pe rețelele sociale (facebook, twitter, mypage, flickr și altele) și foarte important – **adresa ta de email și datele tale de contact trebuie să fie cât mai vizibile.**

your OG

Deasemenea, platformele blogurilor îți permit să adaugi tot felul de gadget-uri, cum ar fi: chestionare despre diverse subiecte (utile pentru a primi feedback de la cititori), followers, etichete și altele.

ad
a
personal
note



Make it personal

Folosește blogul pentru mai mult decât a-ți prezenta și vinde produsele, **folosește-l pentru a crea o legătură mai personală cu cititorii și clienții tăi.** Poți scrie despre cărțile și filmele ce îți plac, despre familie, călătoriile tale, despre ce te inspiră, despre orice îți face ție plăcere – dacă este sincer, va atrage mulți cititori care îți vor rămâne fideli.

Prezintă și scrie despre procesul de creație, arată poze cu munca ta în desfășurare.

Oamenilor le place să creeze cate ceva micuț pentru ei, pentru copii sau pentru casă, prin urmare sunt mereu în căutare de tutoriale. Dacă poți face câteva **tutoriale** pe care să le postezi pe blog, acestea îți vor aduce garantat o serie de cititori.

O altă modalitate de a atrage vizitatorii pe blog, este **organizarea de concursuri**. Aici ai libertate totală în ceea ce privește organizarea, termenii și premiul.

După cum este bine știut, **o poză valorează 1.000 de cuvinte** – faceți poze cât mai atractive, atât pentru produse cât și pentru poveștile pe care le postați pe blog.

Fii activ – **încearcă să postezi conținut nou zilnic** sau cât de des posibil. Probabil nu vei avea întotdeauna chef sau timp așa că poți încerca să scrii în avans câteva posturi, pe care le poți publica pe rând, astfel nu îți vei dezamăgii cititorii.

Consideră blogul o extensie a activității tale, o modalitate gratuită de promovare și expunere a produselor și mai ales a ta, deoarece cititorii asta caută – ceva personal!



Secretul cadourilor frumoase

Cadourile frumos împachetate întotdeauna par și mai frumoase. Cel puțin așa mi se pare mie. De cele mai multe ori am senzația, atunci când dăruiesc un cadou, indiferent cum ar fi acesta, că bucuria celui care desface cu grijă fundița și hârtia e incomparabilă. E o bucurie sinceră, ca cea a unui copil care descoperă lumea de unul singur și găsește în ea ceva minunat. Și totuși, drumul până la această bucurie nu e întotdeauna cel mai ușor.

De data aceasta, atelierul micilor bucurii vă propune o dublă bucurie, a voastră de a împacheta potrivit un cadou dar și a celui care îl primește. Dacă și voi, ca și mine, ați avut de înfruntat o mulțime de gânduri legate de hârtia cu care să împachetați cadoul pentru prietenul vostru, sau cu ce fel de fundă să-l legați, în rândurile următoare s-ar putea ca toate aceste griji să dispară.

Dar să atacăm problema cu pași mici. Cel mai ușor de împachetat un cadou, cu drag și fără prea multă bătaie de cap e cel pentru o doamnă sau domnișoară cu care suntem în relații de prietenie sau cel puțin la fel de apropiate. Dacă știm că îi plac fluturii, culoarea roz sau fundele de tul, nu întâmpinăm nicio problemă. În general, cadourile pentru doamne împachetate într-o hârtie cu imprimeu elegant sau cu flori mici, cu o fundă potrivită – unde e cazul – sunt un succes garantat.

Imprimeurile uni sunt cele mai potrivite, indiferent de culoare. Când apare îndoiala, cea mai bună soluție e o singură culoare. Recunosc că mie îmi place să folosesc hârtia de împachetat reciclată, cu o nuanță maronie, însă aceasta nu e potrivită decât pentru prieteni ai mediului sau prietenii voștri apropiați.

Și acum să ajungem la problema cu adevărat spinoasă. Cadourile pentru bărbați. Fie că sunt tații sau prietenii noștri, prieteni îndepărtați sau apropiați, lucrurile devin complicate. Dacă achiziționarea unui cadou era problematică, împachetarea lui adaugă un plus de... suspans. După îndelungi căutări am descoperit o hârtie care într-adevăr face diferența. Pe lângă clasică, lipsita de risc variantă a hârtiei într-o singură culoare "bărbătească", hârtia cu imprimeu marinăresc sau "de explorator" e un real succes. Sunt hârtii elegante, fie că sunt în nuanțe de albastru sau de maro, cu diverse instrumente de pe vremea lui Columb. Cadourile cu un astfel de imprimeu nu mai au nevoie de nicio legătură, cu atât mai mult cu cât bărbații nu sunt mari fani ai fundelor...

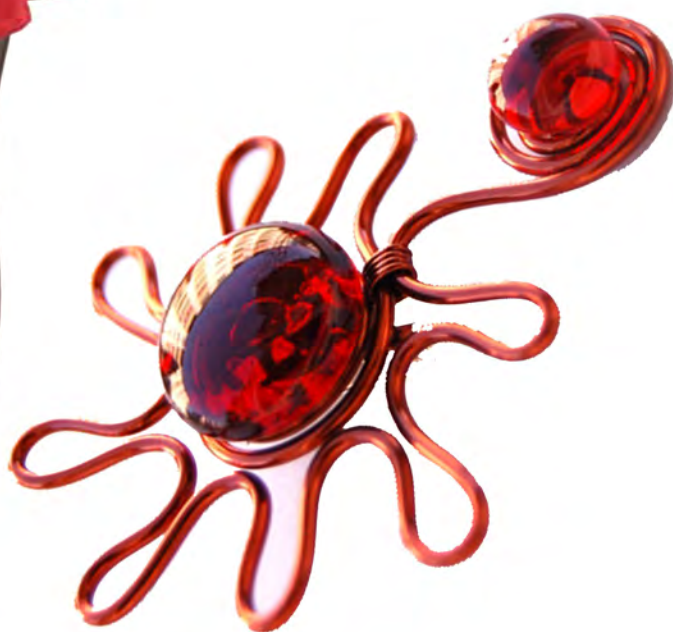
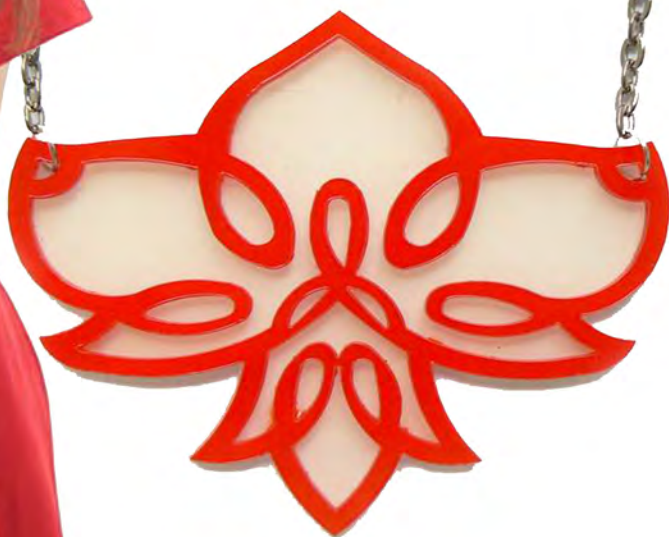
Spor la împachetat!



Hana



ina muntean



Biba Bijoux



Juli



ina muntean



Elfina





Ai reușit să găsești ideea sau conceptul, le-ai transformat în realitate, ți-ai stabilit modalitățile de prezentare, ai definitivat povestea pe care vrei să o transmiți și ai reușit să faci rost/să manufacturezi ambalajele ideale. E clar că cel mai la îndemână va fi prezentarea/vânzarea lor online. Să zicem că ai deja un blog, un site sau un cont de magazin online pe o platformă de vânzare. Indiferent de faptul că alegi să creezi o poveste în jurul produselor tale sau să le prezinți în cuvinte cât mai puține și mai simple, descrierile tale ar trebui să răspundă unui număr de întrebări.

Așa că avem în continuare un mic ghid cu întrebări pe care un cumpărător și le-ar putea pune, privind produsele tale. Răspunsurile clare la aceste întrebări te vor ajuta să realizezi descrieri corecte și complete ale produselor tale, să creezi o relație deschisă, transparentă cu clienții tăi, prevenind astfel neînțelegeri și nemulțumiri ulterioare de genul: “produsul nu e la fel de roșu ca în poză”, “e prea mic, prea mare, prea greu”, etc.

1. Ce este?

Probabil că pentru tine este absolut clar ce reprezintă produsul respectiv, dar există riscul să nu fie la fel de clar și pentru potențialii tăi cumpărători.

2. Ce culoare are?

Știu că ți se pare clar ce culoare e, din moment ce te-ai străduit foarte tare să faci fotografii care să redea cât mai fidel caracteristicile, dar nu trebuie ignorat faptul că setările de culoare ale monitoarelor pot diferi.

3. Cât de mare e?

În calitate de cumpărător, nu vrei să îți dai cu presupusul referitor la dimensiunea cerceilor sau colierelor din fotografie. În plus, percepția fiecăruia poate fi total diferită, așa că e cel mai sigur să măsoți conștiincios dimensiunile respectivului produs și să le prezinți în așa fel încât să fie ușor de remarcat. De asemenea, poți folosi 1 sau 2 sisteme metrice, în funcție de piața pe care vrei să vinzi - pentru piața americană sau cea britanică e preferabil să ai și dimensiuni în inci.

4. Din ce e făcut? Ce materiale și tehnici sunt folosite?

Ghid practic pentru descrierea produselor vândute online

5. Ce fel de senzație creează atunci când este purtat? Cum e textura? E greu?

6. La ce folosește? Are scop decorativ? Îndeplinește o anumită funcție? Ambele?

7. Cum funcționează? Cum poate fi purtat?

Să presupunem că e vorba de un mic joben care se poartă prins în păr. Clientul trebuie să știe că acesta nu va aluneca de pe cap, fiind prins cu un pieptăn, un clește, o agrafă.

8. Cum se întreține? Poate fi spălat? Trebuie curățat? Ferit de anumiți factori chimici sau fizici?



9. Cumpărătorul primește tot ce vede în fotografie?

Se prea poate să fie clar că acea ceșcuță sau piatră pe care ai fotografiat o pereche de cercei reprezintă doar decorul, dar cu siguranță trebuie specificat. De asemenea, atunci când ai fotografiat 5-6 inele pentru că dădeau o imagine de ansamblu foarte bună, trebuie specificat din nou că prețul se referă la un singur produs din cele 6.

10. Va primi exact produsul pe care îl vede în fotografie sau ceea ce vede e o fotografie “de stoc”?

Pentru cei care lucrează în serie mică, nu e o noutate faptul că produsele nu îți ies identice, motiv pentru care nu strică să se specifice acest lucru, mai ales dacă fotografia afișată este a unui produs deja vândut.

11. I se va potrivi?

Când cumpără dintr-un magazin offline, s-ar putea să probeze chiar și 10-12 produse înainte să îl descopere pe cel care i se potrivește cu adevărat. De aceea, având în vedere că cei care cumpără online își asumă un risc, ar trebui recompensați cu informații detaliate referitoare la măsuri și dimensiuni, pentru că informații de genul “mic” sau “mare” nu sunt suficiente.



12. Ce se întâmplă dacă nu i se potrivește? Rămâne cu el? Există posibilitatea schimbării cu un alt produs sau cu un produs similar de alte dimensiuni? Cine plătește costurile de expediție?

Sunt întrebări importante, iar informațiile referitoare la acestea nu trebuie ignorate. Chiar dacă ai scris deja o politică a magazinului/site-ului în care ai specificat aceste lucruri, nu uita să atenționezi cu privire la citirea prealabilă a acestor secțiuni, înainte de lansarea unei comenzi și contactarea prin mesageria platformei magazinului sau e-mail în caz de întrebări suplimentare.

13. Ce prezentare are? E împachetat “de cadou”? E gata de expediție sau e făcut “la comandă”?

14. Are vreun miros specific? E produs într-un loc unde se fumează?

S-ar putea ca ție să ți se pară că brățara ta făcută cu conectori antichizați din alamă nu au un miros deranjant, dar pentru unele persoane acest miros poate fi insuportabil. De aceea e cel mai sigur să specifice acest lucru, dacă este cazul. De asemenea, dacă îți realizezi produsele într-un loc ferit de fum de țigară, în care animalele de companie nu au acces, e bine să o menționezi. Poate constitui un plus, în cazul în care cumpărătorii tăi sunt alergici la cele de mai sus. Oricum, nimănui nu i-ar plăcea să primească, spre exemplu, o geantă lucrată manual care miroase pregnant a fum de țigară sau e plină de fire de păr de pisică.

Adaugă fotografii care să prezinte o imagine a produsului cât mai fidelă și vei reuși cu siguranță să le oferi potențialilor clienți imaginea aproape palpabilă a ceea ce vrei să vinzi.

Sursă bibliografică online:

<http://www.etsy.com/storque/how-to/best-of-the-etsy-forums-20-questions-your-buyers-are-asking-7024/>

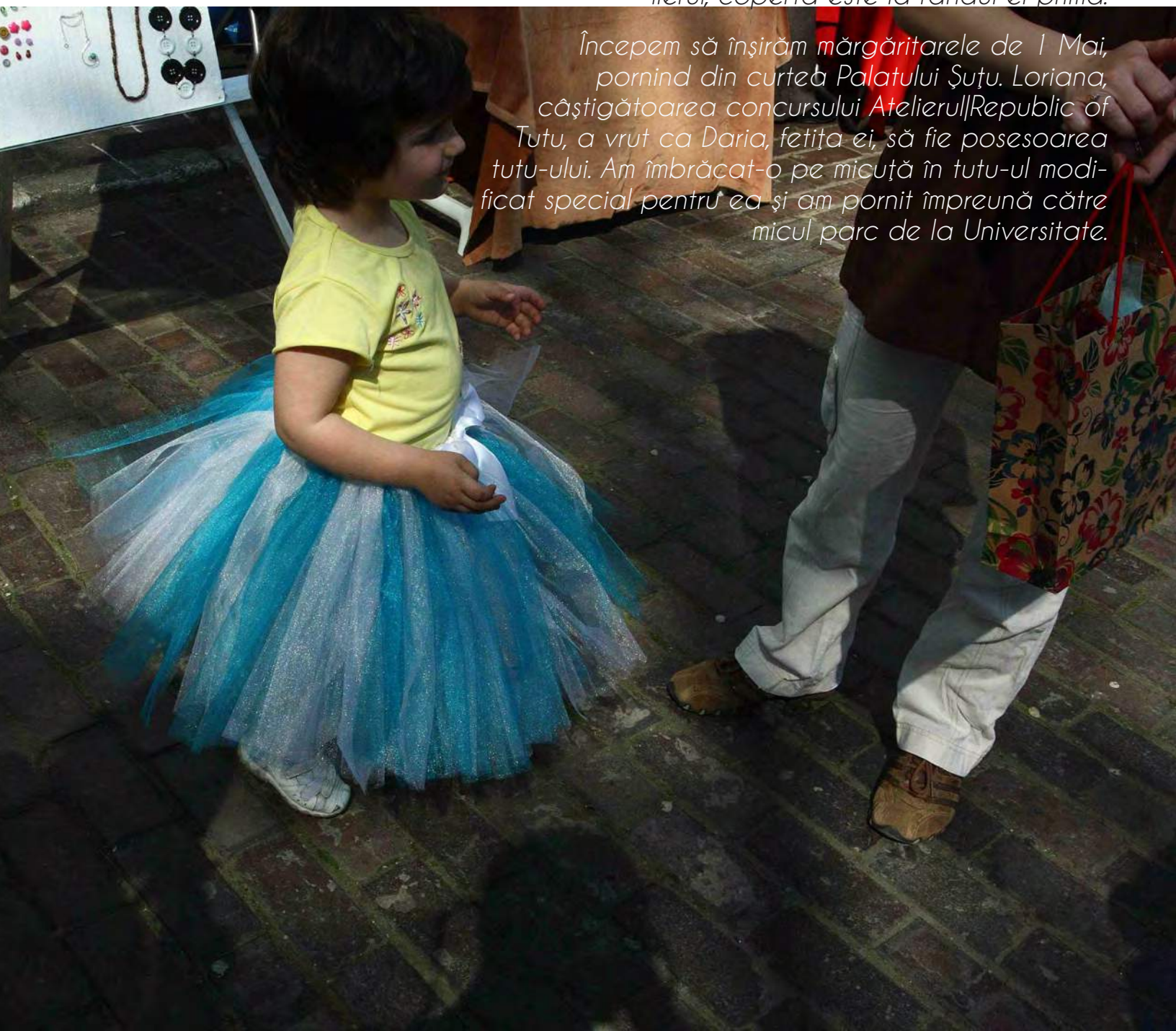
**imagine
you would
describe your
handmade
items
to blind
people**

O copertă...de poveste

Povestea începe cu un concurs și o revistă care avea nevoie de o copertă.

Concursul este primul organizat de Revista Atelierul, coperta este la rândul ei prima.

Începem să înșirăm mărgăritarele de 1 Mai, pornind din curtea Palatului Șuțu. Loriană, câștigătoarea concursului Atelierul|Republic of Tutu, a vrut ca Daria, fetița ei, să fie posesoarea tutu-ului. Am îmbrăcat-o pe micuță în tutu-ul modificat special pentru ea și am pornit împreună către micul parc de la Universitate.





Am vrut ca Daria să semene cu o zână, așa că-am pregătit aripioarele și bentița pentru ședința foto.

A stat cuminte și a pozat o perioadă...





până când aripile nu i-au mai plăcut, pentru că în fond și la urma urmei cele create din fire de poveste și din praf de zâne sunt mult mai ușor de purtat, iar bentița continua să alunece...



Si totul s-a terminat cu o bălăceală ca la carte în fântâna parcului...



Sunt convinsă că Daria va crește cu poveștile cu Feți Frumoși și Ilene Cosânzene cu care am crescut și noi și se va bucura din plin de copilăria ei, pentru că Loriană, zâna cea bună, este acolo să o țină de mână și să o ajute să-și creeze propriile aripi să zboare.



Eu mă bucur mult că le-am cunoscut pe cele două și le mulțumesc pentru ajutorul acordat.

Foto: Veronica Danila

Tutu și accesorii : Republic of Tutu

Cum pozăm bijuterii și obiecte mici?

Intrucat foarte multi creatori handmade se intreaba cum pot obtine poze de calitate pentru bijuteriile lor si, in plus, pozele reprezinta criteriul major in decizia de cumparare de pe Internet, am decis sa scriu acest mic tutorial care sa ajute pe fiecare sa obtina poze mai bune si mai clare.

Foarte multa lume are impresia ca pentru o poza reusita, ca la carte, este nevoie de un aparat foto profesionist si de multe accesorii costisitoare. Nu neg ca aparatul joaca un rol major si cu cat este mai performant, cu atat pozele devin mai bune. Aparatul cu care fac eu pozele este un Sony DSC P-100 si are deja in jur de 7 ani. Pentru a obtine insa poze interesante si convingatoare, este suficient sa ai un aparat "normal" pentru amatori, o coala alba de hartie si multa rabdare.

Tutorial foto

by Cinnamon&Cloves



Setarea Macro



Cel mai important aspect la o camera foto este setarea Macro. Vei recunoaste setarea Macro dupa simbolul de floare. Aceasta setare permite fotografierea obiectelor mici (aflate la o distanta mica) fara ca acestea sa para nefocalizate (blurry). Fara aceasta setare, detaliile mici ale bijuteriilor nu vor fi vizibile, sau camera nu va focaliza corect pe obiectul mic si rezultatul va fi incetosat. Mai jos puteti vedea cateva exemple cu/ fara setarea Macro. Ambele poze au fost facute de la aceeasi distanta (aprox. 5 cm), atat pe modul automat cat si pe modul manual. Diferenta majora este data de activarea functiei Macro.



Un alt aspect util al camerei foto este posibilitatea setarii manuale. Toate aparatele profesionale (SLR) permit setarea manuala, dar si multe aparate pentru amatori au posibilitatea reglarii anumitor parametri. Setarile manuale sunt caracterizate de simbolurile "M" si "P". Este important de stiut ca nu toate camerele foto ofera aceste setari, iar ele pot diferi in functie de model, asa ca daca aveti neclaritati trebuie sa consultati manualul de folosire al aparatului vostru foto.

Fotografierea manuală - Modul P

Voi incepe cu modul P, deoarece este mai simplu si mai usor de folosit de catre incepatori. Modul P permite reglarea parametrilor cum ar fi sharpness (claritate), contrast, saturatia culorilor, valoarea ISO, white balance (reglarea luminii albe), focusul sau EV (exposure value - expunerea).

In general, folosirea acestor setari se bazeaza mult pe incercari si pe situatia concreta in care se face poza. Saturatia si contrastul pot fi reglate ulterior intr-un program de editare. Intrucat sharpness-ul lasa de dorit la multe poze Macro, eu prefer ca aceasta setare sa fie la nivelul maxim (camera mea permite valorile +, 0 si -).

EV - Expunerea folografiei

EV desemneaza acele combinatii intre apertura si timp de expunere (shutter speed) care rezulta in aceeasi expunere. Vom vorbi despre apertura si shutter mai pe larg la setarea complet manuala (M). Important de stiut aici este ca o valoare mai mare a EV inseamna o poza mai luminoasa pana la supraexpusa, iar o valoare mai mica rezulta intr-o poza mai intunecata, chiar subexpusa. Asta inseamna ca in zilele in care este mai innorat si nu avem suficienta lumina putem folosi o valoare EV pozitiva (0 este punctul de plecare neutru), iar in zile foarte insorite putem reduce riscul de supraexpunere folosind o valoare EV negativa.

Camera mea permite setari pentru EV intre + 2.0 si -2.0. Mai jos puteti vedea cateva poze in care valoarea EV a fost variata (peste tot a fost folosita functia Macro).



In exemplul de mai sus, facut aproape de fereastră, valoarea 0 este cea mai potrivita. Valoarea +2.0 genereaza o poza mult prea luminata (foarte supraexpusa), in timp ce poza -2.0 este putin prea intunecata. In urmatorul exemplu, lumina naturala nu este suficienta, asadar valoarea EV = 1.0 este cea optima.



White Balance

White Balance este o setare care regleaza „temperatura” luminii albe. In functie de lumina din jur, pozele pot capata o tenta albastrie sau galbena, care falsifica culorile. Lumina naturala este indispensabila pentru poze reusite, dar chiar si aici pot aparea nuante diferite de alb. Scopul white balance-ului este ca albul din poza sa fie alb, indiferent de calitatea luminii din jur. Avand in vedere ca fundalul cel mai usor de folosit este o foaie de hartie alba, este usor de verificat efectul acestei setari.

In stanga sunt cateva exemple de setari diferite. Preferata mea este „Cloudy” – simbolizata de un nor. Deoarece zilele innorate dau o lumina mai albastra, aceasta setare adauga o nota mai „calda” pozelor.

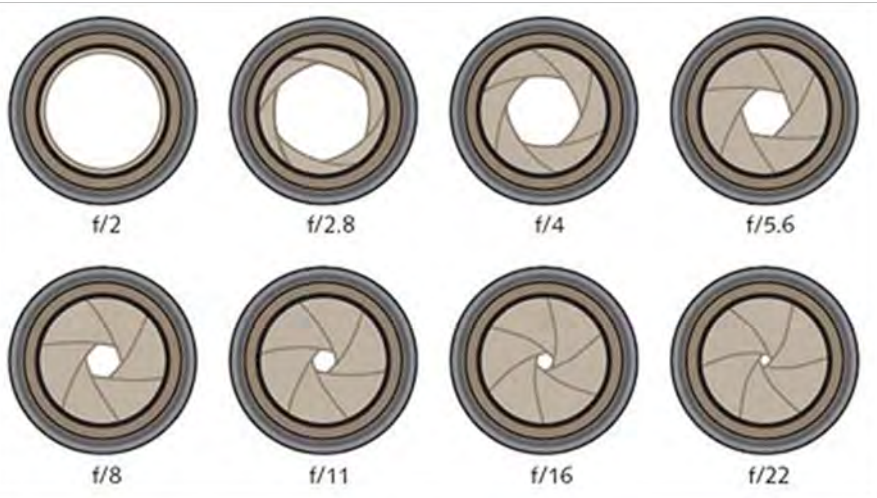


Exista setari pentru lumina artificiala, pentru lumina fluorescenta, pentru folosirea blitzului etc. Avand in vedere ca pozele reusite au nevoie de lumina naturala, dar nu de soare direct, setarile „Cloudy” sau „Sunlight” sunt cele mai indicate. In orice caz, poza perfecta inseamna incercari cu diverse setari ale white balance-ului. Important de stiut e ca la multe aparate setarea white balance influenteaza apertura si timpul de expunere (si deci luminozitatea pozei), drept pentru care intai ar trebui sa alegi setarea de white balance dorita si abia apoi setarile individuale de luminozitate (apertura, timp expunere sau EV).

ISO

ISO este un indicator al sensibilitatii senzorului (in cazul aparatelor digitale), unde un numar mai mare inseamna o sensibilitate mai mare. Marind ISO-ul poti face poze la lumina scazuta fara a modifica apertura sau timpul de expunere. In acelasi timp insa creste zgomotul de fond (noise) al pozei si se pierde din calitate. Din acest motiv eu recomand folosirea celui mai mic ISO posibil (in cazul camerei mele este ISO 100) si compensarea lipsei de lumina prin alti factori (modul M, setarea EV sau pur si simplu amanarea sedintei foto pentru maine).

Fotografierea manuală – Modul M



Modul M este cel care ofera cel mai multa libertate. Toate setarile disponibile in modul P sunt disponibile si aici. Modul M (complet manual) ofera in plus posibilitatea de a seta manual apertura si timpul de expunere (shutter speed).

Apertura reprezinta deschiderea diafragmei prin care patrunde lumina. Cu cat mai mare aceasta deschidere, cu atat mai multa lumina patrunde in senzorul aparatului, si cu atat mai luminoasa este poza.

Aparatele mai putin performante nu permit prea multa libertate aici: camera mea ma lasa sa aleg doar intre aperturile f/2.8 si f/5.6.

Timpul de expunere arata cate secunde ramane diafragma deschisa. Cu cat mai mare timpul de expunere, cu atat mai luminoasa este poza. In cazul camerei mele, timpul de expunere variaza intre 1/1000 si 30 de secunde. Important de stiut este ca deja de la un timp de expunere de 1/8 – 1/5 secunde, riscul ca pozele sa iasa miscute devine tot mai mare, deoarece nimeni nu poate tine mana complet nemiscata.

Asadar, modul M ne permite sa combinam un timp de expunere cu o anume deschidere a diafragmei. Astfel se pot obtine poze mai luminoase decat cu modul automat al aparatului. Din nou, regula de baza este: experimenteaza!



Exemplul de mai sus arata ca la la acelasi timp de expunere (1/25 secunde) o apertura mai mare inseamna mai multa lumina (apertura mai mare inseamna cifre dupa f mai mici!). Daca vrem sa folosim neaparat apertura mai mica (f/5.6 in loc de f/2.8), atunci trebuie sa marim timpul de expunere de la 1/25 la 1/6 secunde (o sesime de secunda).

Pentru fotografia de bijuterii se poate folosi in general apertura mai mare urmand ca timpul de expunere sa fie micorat corespunzator pentru a nu supraexpune poza. Combinatia de apertura mare + timp de expunere scurt este de preferat in fotografia de bijuterii fiindca un timp de expunere prea mare creste riscul de a misca poza daca nu se foloseste un trepied.

Condiții optime



Dupa cum am mai spus, cel mai bun moment pentru a face poze este la lumina naturala! Pozele care nu beneficiaza de lumina naturala nu vor iesi niciodata la fel de reusite. Mai mult, lumina artificiala falsifica culorile. Asadar, pentru poze reusite folositi lumina naturala!

Cu toate acestea, nu se recomanda fotografierea in plin soare! Lumina directa (nefiltrata) creeaza zone supraexpuse (mai ales pe bijuteriile din metal) si arunca umbre foarte dure. Este de preferat o zi innorata sau filtrarea luminii printr-o perdea sau cu ajutorul unei foi de hartie alba.



De asemenea, trebuie evitata fotografierea cu blitz. Daca poza este prea intunecata, o setare manuala a EV, sau cel mai bine a aperturii impreuna cu timpul de expunere vor da rezultate mult mai bune. Daca poza este in continuare prea intunecata, e mai bine sa astepti pana a doua zi, cand va fi mai multa lumina. Blitzul se reflecta neplacut pe suprafete lucioase si arunca, la fel ca lumina directa, umbre foarte dure si inestetice.

Un alt aspect important este fundalul ales. Cel mai simplu si mai necostisitor este o foaie alba de hartie. Cu ajutorul fundalului alb e si cel mai simplu sa setezi white balance-ul corect. In orice caz, trebuie aleasa o suprafata nereflectorizanta (care sa absoarba si nu sa reflecte lumina), care sa fie in armonie cu produsul prezentat dar sa nu atraga atentia. Nu uita! Fundalul trebuie sa completeze produsul, in niciun caz sa abata atentia de la el! Odata ce ai inteles aceste reguli de baza, poti sa devii creativa si sa experimentezi cu diverse fundaluri din hartie, lemn sau stofa. Important e ca produsul sa fie in centru atentiei, vizibil si in armonie cu fundalul ales. Mai jos poti vedea doua exemple de fundaluri alese gresit.



fundal prea aglomerat, nu atrage atentia asupra produsului



**fundalul nu contrasteaza cu produsul
produsul nu sare in ochi**

Iar alaturi ai un exemplu de fundal creativ care nu este alb, dar care pune in valoare produsele si le completeaza.

Cam atat pentru acest tutorial. Sper sa te ajute sa faci poze mai bune produselor tale. Si nu uita, dupa sedinta foto pozele mai pot fi optimizate in diverse programe de editare. Astfel vei avea poze si mai apetisante care sa iti puna in valoare creatiile handmade!





Adriana



Kitten





Funtasticus



Alina
Panait

Biba Bijoux



Bohemian Sin





Care a fost numarul de vizitatori la editia trecuta? Ce asteptari aveti din acest punct de vedere pentru aceasta editie?

La Iarmaroc Fest 2009 au fost 5000 de oameni, care au inceput sa vina cu o zi inainte de deschidere si au plecat duminica tarziu, cu multe ore dupa terminarea festivalului, in conditiile in care au fost doar 2 headlineri straini: Bonobo si Kid loco

La Iarmaroc Fest 2010 avem peste 200 artisti si trupe, din care peste 60 nume straine, si suntem pregatiti sa primim 10000 oameni, cu parcare iluminata si pazita, mancare traditionala si eco, zona de camping ingradita, iluminata si pazita, dotata cu grupuri sanitare cu dus, apa calda, spatii de depozitare. Oferim cazare pentru cei care vin cu propriul lor cort, iar pentru ceilalti oferim noi cortul si sacii de dormit (contra cost evident). Ne asteptam publicul si cu o zona de chill dotata cu hamace si leagane, dar si cu o zona de fun & games.

Care sunt canalele si modalitatile de promovare a evenimentului?

Am ales canalele clasice: radio, tv, outdoor (print, stickere, clipuri pe ecrane led si lcd), reviste clasice si online, romanesti si internationale. Ne promovam foarte puternic pe internet atat pe site-uri romanesti cat si pe internationale, pe cele mai importante retele sociale etc. Avem ca partener media si o televiziune online - StreamON.ro care va transmite in direct online cele mai bune momente de la festival.

Cum vedeti evolutia pietei handmade in Romania? Incotro estimati ca se indreapta piata handmade?

Piata de handmade se indreapta catre Iarmaroc! Ne vedem acolo!

Cum ati ajuns sa organizati astfel de evenimente? Care este motivatia voastra?

In anii precedenti, echipa Iarmaroc a organizat evenimente in 4 zone/stiluri de muzica, iar evolutia a insemnat crearea proiectului Iarmaroc, facut din suflet, cu daruire si pe gustul nostru, deoarece ne doream sa facem altceva decat ceea ce exista deja in piata romaneasca de evenimente. Motivatia e simpla, facem ceea ce ne place.

Handmade is the new black!

O parafraza ce pare cel putin potrivita pentru a descrie fenomenul handmade, asa cum s-a dezvoltat in Romania ultimilor ani. **De ce “handmade”?**

Pentru ca nu exista nici un motiv pentru care am evita termenul englezesc, in conditiile in care atat re-orientarea catre lucruri facute “de mana”, cat si fragila, dar atat de “trendy”, miscare “eco” isi trag seva din tari vorbitoare de limba engleza. Inainte de “handmade” au fost eternele martisoare din flori presate, boabe de fasole si lut, fluierile, papusile din coceni cu par de canepa, nairile, porumbelii din lut, lingurile de lemn cu coada incrustata, oalele de lut smaltuite, tablourile cu pirogravuri, si multe altele care cu siguranta ar merita amintite.

Poate iti amintesti si de covoarele tesute “la tara”. De iile de in sau borangic, cusute in puncte mici si, de ce nu, de nemuritoarele goblenuri. In fiecare din ele era ceva din istoria si spiritul locului, al oamenilor si obiceiurilor lor. Obiceiuri care azi mai condimenteaza sarbatorile petrecute traditional in Maramures, cate o emisiune ratacita pe vreunul din posturile TV publice sau transmisii fugare de pe la diverse targuri traditionale. Se mai incerca folosirea lor ca sursa de inspiratie in diverse demersuri artistice pe taramul vestimentar sau cel al accesoriilor. Cu siguranta sunt importante si nimeni nu le poate nega valoarea de simbol al culturii populare.

Nu putem ignora nici perioada comunista a “lucrului de mana”. Banii putini, raritatea produselor, dublate de faptul ca aproape tot ce era bine realizat in fabrici pleca “la export”, au incurajat aparitia unei mici industrii artizanale de pulovere, ciorapi grosi din lana, mileuri, cuverturi crosetate, haine croite dupa tipare nemtesti obtinute “pe sub mana”, bijuterii facute din argintul industrial al intreprinderii, tablourile din seminte, din nou goblenuri inramate, ba chiar si mobila din rumegus presat furniruit si statuete din BCA. Toate cazute in desuet, toate ingropate de invazia de produse de serie, marca a perioadei postdecembriste. E discutabil daca ele se puteau incadra la capitolul arta artizanala sau mai degraba la categoria kitsch. Cu siguranta se inscriau la categoria practic.

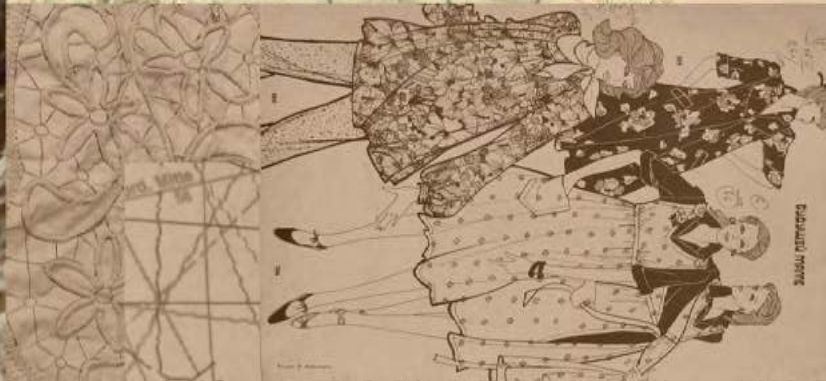
Dupa nebunii ani 90, insa, **nevoia de individualizare se acutizeaza**, iar “etichetele” diverselor branduri nu mai sunt de ajuns. Cei crescuti cu ochii peste gardul tarilor occidentale stiu ca stilul personal trebuie construit cu grija si ca tot ceea ce spui, imbraci, incalti, citesti, atarni la urechi, agati pe perete, trebuie sa fie foarte “tu”.

In asemenea mediu prielnic apar **primele bloguri cu rol de prezentare** a diverselor produse facute manual, de la rochii Lolita cu model unicat, tricouri pictate manual,

portofele si genti din panza sau fetru, pantofi cu atitudine facuti sau decorati manual, pana la cercei, coliere, bratari din cele mai diverse materiale: pasta de modelat pictata, sfoara, cupru, sticla, polimer, piele, voal sau fetru. De mentionat si incercarile din sfera decoratiunilor interioare.

Dar **cine sunt promotorii noului curent?** Tineri absolventi de Arte sau Arhitectura, deopotriwa cu studenti la aceleasi facultati, dar si oricare alti norocosi posesori de gene cu simt estetic. Entuziasti, colorati, plini de amprenta individuala, convinsi ca ceea ce porti trebuie sa fie un manifest.

In acelasi timp, apare si **cadru de de expunere** offline: targuri tematice, atent concepute, urmate de petreceri mai mult sau mai putin exclusiviste, expozitii si chiar cateva magazine situate in zona centrala a marilor orase. Colaborarile cu librarii, cafenele, cluburi si cu organizatorii de concerte importante, pentru oferirea unui cadru de expunere cat mai ne-conventional se inmultesc. Sutele, uneori chiar miile de participanti, si atentia mass-media, impun fenomenul drept unul important, care trebuie scos din sfera “underground”.





Bucurestiul se detaseaza lejer in ceea ce priveste frecventa evenimentelor si a numarului de magazine ce comercializeaza produse handmade.

Asadar, **micul artizanat si “lucrul de mana” sunt transfigurate si fortate sa treaca la urmatorul nivel**, unul proaspat, plin de atitudine si stil, conectat la restul tarilor care au ceva de spus in domeniu. **Stilul handmade.**

Titulatura de **designer** se raspandeste viral, incercand sa defineasca ocupatii cu mult mai extinse, care merg de la concept la finalizare de produs, implicand tot felul de operatii complexe, cu rezultate de multe ori surprinzatoare.

Gama produselor se diversifica in progresie geometrica, ajungand la podoabe de par supradimensionate, tutu-uri, jurnale cu hartie realizata manual si bijuterii din portelan sau hartie si in curand apare si prima platforma online de vanzare a produselor handmade.

Pentru sfarsit, abandonam privirea de ansamblu, si coboram la firul ierbii, punand intrebarea care ne framanta fundamental, desi intuim macar o parte din raspuns: De ce cumpara lumea handmade?



Si pasam microfonul in ordine aleatoare catre:

[Madalina Timofte](#), detinatoarea brandului [Artizart](#) si a fostului magazin fizic cu acelasi nume, care ne ofera o explicatie din perspectiva consumatorului de handmade, cu care se identifica:

“La intrebarea asta ti-as raspunde din pozitia de cumparator, pentru ca, lasand la o parte faptul ca lucrez handmade, sunt si o mare “consumatoare” si am adunat in ultimii 2 ani jumatate o colectie consistenta.

Aleg sa cumpar accesorii realizate manual din mai multe motive: in primul rand sunt cativa artizani pe care ii respect foarte mult si care fac niste lucruri absolut superbe, pur si simplu, nu poti sa rezisti sa nu cumperi; in al doilea rand este foarte important sa constientizam ca primul lucru pe care il observam la o persoana este aspectul fizic per ansamblu, astfel hainele si accesoriile capata o semnificatie extrem de importanta pentru ca imaginea comunica mult mai bine personalitatea si felul nostru de a fi decat am putea sa o facem noi prin primele cuvinte pe care le spunem. Pentru mine este esential sa ma exprim vestimentar printr-un “cod” al designului care sa spuna cine sunt persoanelor care ma intereseaza. Aleg handmade pentru ca nu prea exista alte obiecte care sa-mi “povesteasca” interiorul atat de bine. Sunt convinsa ca oamenii care cumpara handmade sunt persoane care au ceva de spus, au idei, sunt deschisi si visatori. Desigur acest public nu este unul “fundamentalist”, nu cumpara numai handmade, dar, odata ce incep sa se plimbe la mai multe targuri sau intra in contact cu mai multe obiecte de acest tip, devin fideli si isi reorienteaza majoritatea cumparaturilor spre handmade.”

Elena Gheorghe, detinatoare a magazinului [DOT's SHOP](#), spune ca:

“In ultima vreme clientii sunt atrasi din ce in ce mai mult de piata de handmade. Cred ca acest lucru se datoreaza faptului ca oamenii cauta din ce in ce mai mult unicitatea in accesoriile pe care le poarta, dar sunt atrasi si de caldura pe care un obiect manufacturizat il transmite consumatorului. ”

Si, nu in ultimul rand, punctul de vedere al celor din echipa [Breslo](#):

“Oamenii aleg sa cumpere handmade pentru ca au nevoie de unicitate. Piata este invadata de chinezisme si plastic lucrat in serie. Produsele handmade sunt produse unicat sau in serie mica, iar acest aspect face ca persoana care le alege sa se simta deosebita.”



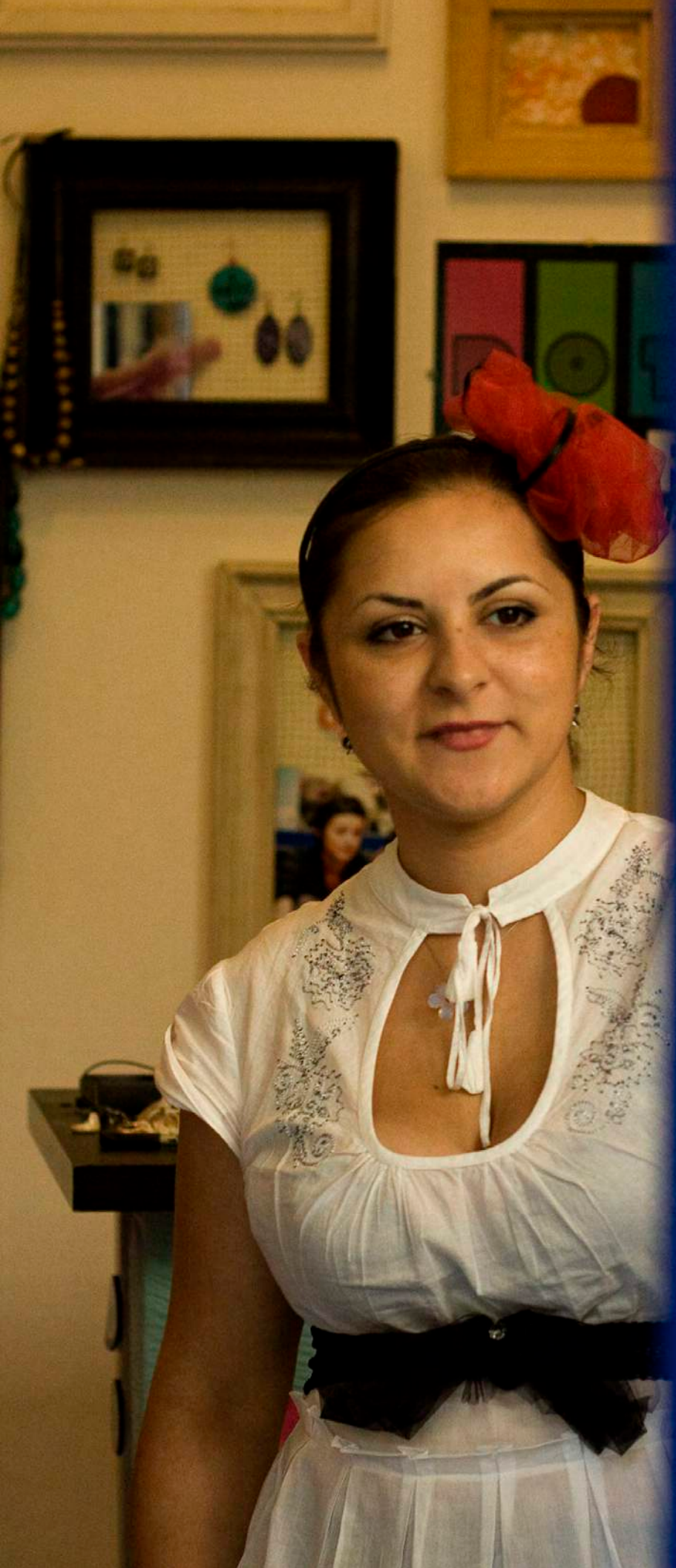
Dar cine sunt clienții pentru aceasta piață în formare? Care este comportamentul lor de cumpărare?

Clienții, atât pentru mediul online cât și pentru offline sunt în general femei, de toate vârstele.

Mădălina ne spune, din experiența ei, că nu există sezonabilitate în ceea ce privește comportamentul de cumpărare al clientului român. Tot de la ea am aflat că se simte efectul crizei economice și că acum clienții petrec mai mult timp în magazin, iau mai greu decizii, dar sunt dispuși să cumpere obiecte mai scumpe și mai bine realizate.

Magazinele offline sunt promovate prin mailing list, oferte, participări la târguri și evenimente, flyere, afise, recomandări. Totuși nu este neglijat nici mediul online, care devine o unealtă tot mai puternică în ceea ce privește promovarea.

Magazinele fizice, cu profil handmade, aduc ceva nou pe piață, răsfată și răsplătesc clienții, le oferă acestora produse unice, special create pentru ei, individualizate. **Aici este locul unde clientul se întâlnește direct cu producătorul**, iar acest aspect trebuie fructificat la maxim.



DOT's SHOP s-a născut din dorința celor care au inițiat acest proiect de a le reprezenta și a fi **un loc unde**

clienții "să se simtă ca în propria sufragerie" DOT's SHOP poate fi caracterizat ca fiind **"atelier, vesel, cozy"**. **Magazinul a fost deschis în ianuarie 2009, iar Elena ne spune că investiția inițială a fost recuperată.**

În magazinul Elenei se găsesc produse handmade create de ea, dar și de către alți artizani, și sunt cât mai diverse: bijuterii din fir de argint sau argintat, bijuterii din lut pictate, colaj și chiar fimo, bentițe mai mult sau mai puțin prețioase. În curând, după o "scurtă" reamenajare, voi încerca să aduc în magazin și haine și gentuțe."



În mediul online, nu puteam ignora echipa [Breslo](#), inițiatoarea celei mai mari platforme de vânzare online de handmade.

Astfel, am aflat că Breslo a apărut din dorința de a ajuta artizanii din România și de a le oferi o comunitate, un loc unde să își vândă creațiile și să devină cunoscuți. Pe scurt, Breslo = “unic, lucrat manual, captivant”.

Echipa Breslo a adus ceva nou în domeniul târgurilor handmade, un concept și un format inedit. „Fabrica de Handmade Breslo a așezat artistul în centru și a dezvoltat activități în jurul lui. “Colțul artistului” – zona unde artiștii susțineau demonstrații live, “Maratonul de pictură” – spațiul în care artiștii și vizitatorii își exersau talentul la pictură, “Centrul eco” – unde ingeniozitatea a fost pusă la încercare și cine dorea putea să construiască diverse obiecte din materiale reciclabile și nu în ultimul rând “Prima prezentare de modă din România cu vestimentație handmade” unde trei tineri designeri și-au prezentat ultimele colecții.”

Încotro se îndreaptă curentul handmade?

Designerii de azi vor cuceri noi țărmuri, vor continua să se dezvolte, să creeze obiecte inedite și inovative pentru consumatori tot mai exigenți și deprinși cu atitudinea handmade.

Planurile de viitor pentru comunitatea Breslo: „Breslo va încerca să se extindă și în afara țării și să încerce să formeze o piață comună pentru artizanii din Europa și nu numai.”

Piața handmade continuă să se dezvolte, să evolueze spre următorul nivel. Produse și colecții atent gândite și calculate, piese cât mai personalizate, adresate unui public specific, de nișă, finisaje deosebite și idei cât mai inedite, toate acestea vor face parte din viitorul curentului handmade. Și nu se va opri aici. Se vor cuceri noi teritorii, se vor decoperi noi tehnici și materiale și oamenii nu vor înceta să se folosească de mâini pentru a-și materializa ideile și a aduce un plus de frumusețe.

Am aflat de la [Mădălina Timofte](#) despre fostul [magazin Artizart](#), că a fost un loc “prietenos, boem și unic”, care încerca să își seducă clienții, un loc unde orice idee a clientului se putea materializa, unde clienții erau serviți cu bomboane și ceai, unde erau întâmpinați cu povești, evenimente, serate, iar fidelitatea le era răsplătită. Dar toate acestea au necesitat foarte multă muncă din partea Mădălinei, dedicare și bineînțeles eforturi materiale. **Magazinul a fost deschis din decembrie 2008 până în martie 2010 și a avut o investiție inițială de aproximativ 5000 euro.**

Care sunt planurile Mădălinei de viitor? “Particip în continuare la târguri, explorez și mai mult zona creativității și încerc să implic lumea handmade în proiecte culturale pentru a o apropia de cultura urbană și de design și cred că am reușit asta prin fair 4 art. Handmade-ul este un stil de viață și o atitudine pe care sper să o vad mai des exprimată sincer.”

Breslo

Despre kitsch-ul de tarabă



A venit în sfârșit primăvara... Înainte se cunoștea venirea primăverii prin apariția ghiocilor (naturali) și printr-un aer general de veselie. Însă în condițiile unei crize de care se tânguie lumea întreagă, criza estetică și a bunului gust trece aproape neobservată. Și anul acesta, ca și în alți ani, s-a întors în forță invazia sezonieră de kitschuri. Cu toții ne plângem și deplângem situația actuală, însă -ca prin farmec – tarabele pline de mărunțișuri fără gust continuă să se golească în timp record.

Ce înseamnă până la urmă kitsch? Bunul simț ar trebui să reactioneze instinctiv în prezența lui, însă normalizarea kitsch-ului poate să inducă în eroare pe mulți. Așadar, este kitsch dacă poți bifa pe listă următoarele:

- Făcut de mântuială
- Ieftin și ca preț și ca execuție
- Împopoțonat- abundență de detalii țipătoare, menite să ia ochii
- Imitație de prost gust după un obiect frumos
- Lipsit de valoare artistică
- Omiterea sau executarea grosolană a unor detalii, în graba de a produce la normă, de dragul profitului



Cel mai des – este un produs în serie, dar și dacă este unicat, cu pretenții artistice – se dă de gol prin aspectul comercial, făcut să satisfacă o nevoie imediată. Dacă ar fi doar o problemă sezonieră, parcă aş mai închide ochii, însă nu există “doar”, ci pur și simplu ESTE o problemă. Punct. Dacă nu s-ar manifesta și în restul timpului- în limbaj, comportament, produse, servicii, stil de viață- nu ar apărea nici de dragobete, martișor, Paște, Crăciun etc.

Acolo unde se sărbătoreau tradiții, azi se improvizează tarabe în cel mai pur spirit comercial. Vrei să sărbătorești dragostea? Îți coasem repede o pernă în formă de inimioară de pluș! E și practic și frumos. Nu ești convins ca o să placă? Pune-i un diminutiv și iubita va reacționa corespunzător: “pernuță”, “inimioară”, “păpușică”, “ursuleț”, “puișor” etc. Avem brelocuri, zorzoane, aur și argint, tinichea- tot ce poțestești! Unde se manifestă de fapt kitsch-ul? În capul nostru. În lipsa de cultură și de valori. Variantele superficiale propuse de tele-shopping nu constituie lectii de cultură.

Simțul frumosului- dacă nu este înăscut- se poate educa. Prin lectură, prin muzică, prin spectacole, nu prin emisiuni tv, reality-show-uri și tabloide. Cu regret constat că în vocabularul și în viețile noastre cuvintele “a fușeri” și “fușăreală” nu sunt niște necunoscute. Le practicăm zi de zi. A măslui, a imita prost și a nega autenticul riscă să devină trăsături naționale. Cu toate astea, eu sunt optimistă. Pe de-o parte pentru că a început ofensiva tinerilor care prețuiesc originalitatea și fac lucruri artizanale destul de drăgute, cu mult potențial de a deveni chiar exemplare pe viitor. Pe de altă parte pentru că, primavara în sine, revarsată cu generozitate în fiecare frunză și floare, în cer și în soare, peste tot în jurul nostru, va fi un model de frumusețe adevărată pentru cei care doresc să îl accepte.



DINOZAUROUL

DIN

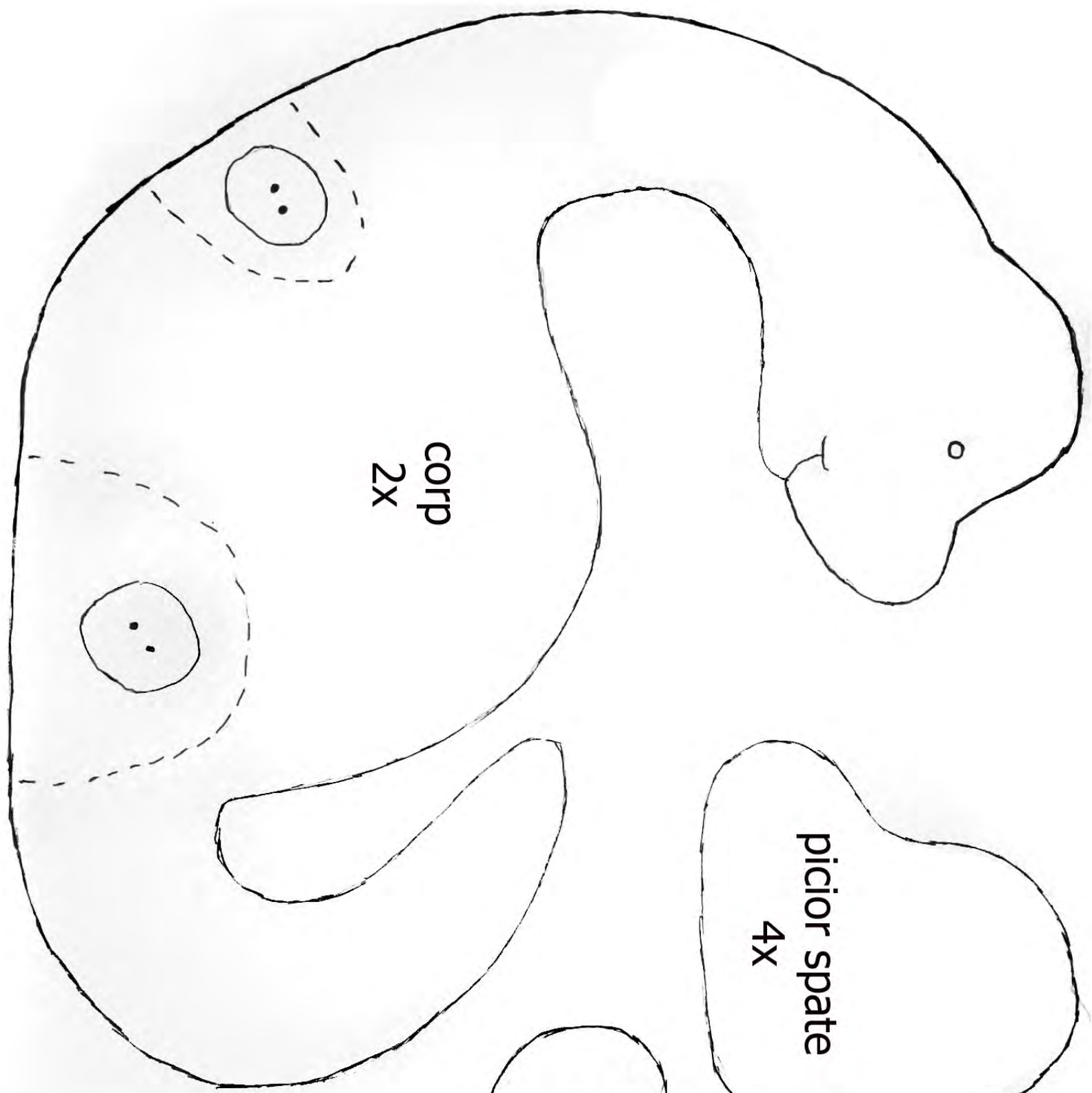
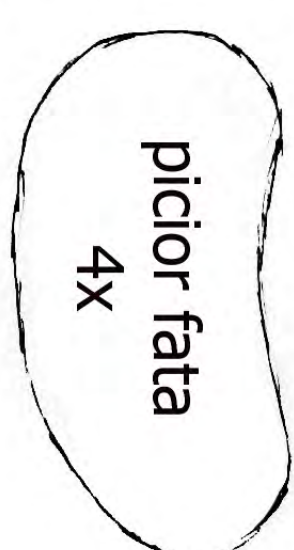
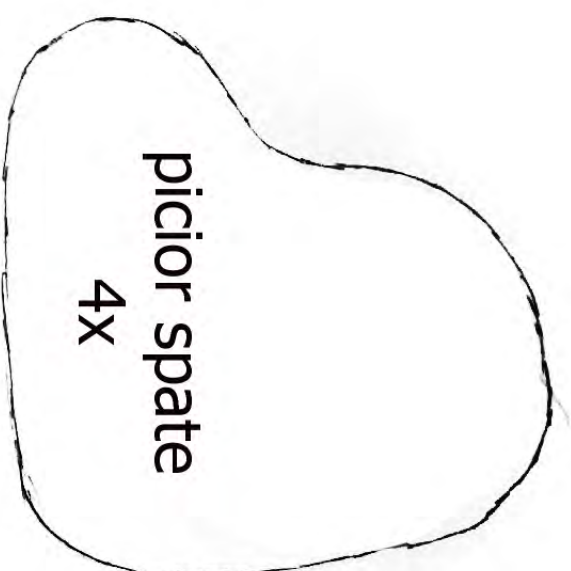
FETRU

Materiale necesare:

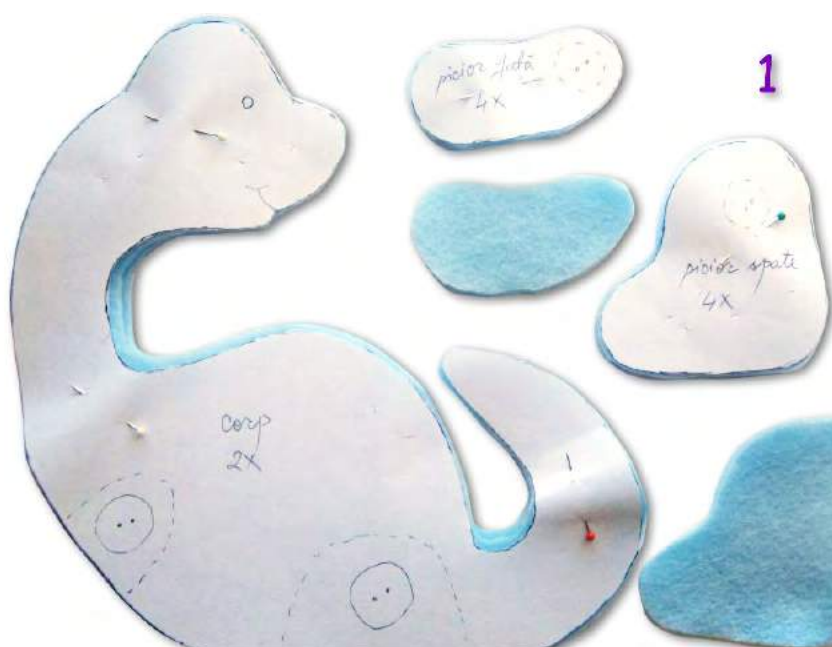
- Fettu bleu
- Nasturi colorați
- Ac si ață pentru cusut (bleu și neagră)
- Foarfece
- 2 măgeluțe pentru ochi
- Fibră sintetică sau vată pentru a umple dinozaurul
- Tipar



Materiale



Tipar



Decupează tiparele de pe hârtie și apoi prinde-le cu bolduri de fetru, decupând cu grijă și urmând conturul tiparului. Trebuie să ai 2 bucăți din corp și câte 4 bucăți din fiecare picior (4 pentru picioarele din spate și 4 pentru picioarele din față).



Suprapune cele 2 părți ale corpului, coase de jur împrejur (cu mașina de cusut sau de mână), lăsând o deschizătură de 2-3 cm pentru a umple corpul cu fibră. Se procedează la fel și cu celelalte părți.



Prin deschizătura lăsată, umple corpul dinozaurului cu fibra sintetică sau vată până ce este destul de ferm.



Coase deschizătura și repetă pașii 2 și 3 pentru picioarele din față și din spate.

Cu un ac și ață neagră coase gura dinozaurului.



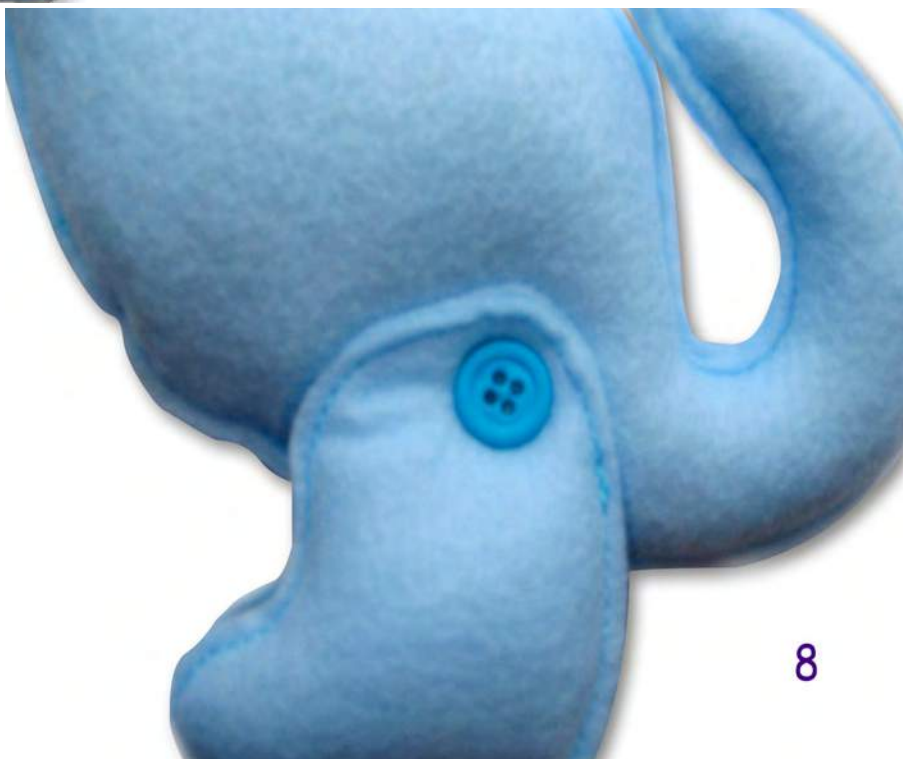


Poziționează picioarele din spate de o parte și de cealaltă a corpului.



Pune ața în două și coase picioarele de corp, trecând acul cu ața prin picior – corp – celalalt picior.

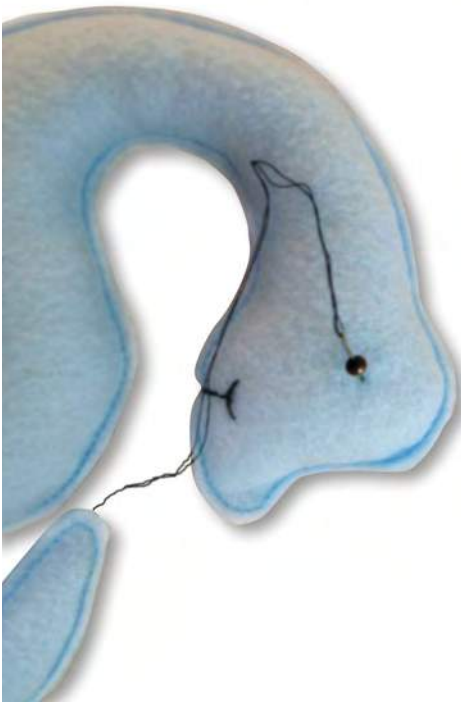
Treci cu acul prin găurile nasturelui și apoi prin corp până la celălalt picior și nasture. Repetă de câteva ori până când nasturii sunt cusuți ferm.



8

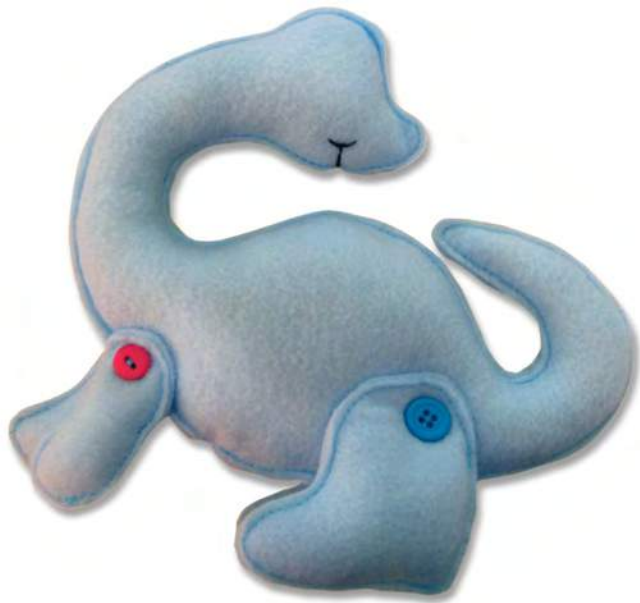
Repetă același procedeu
pentru a fixa și picioarele
din față.

10



Pentru a coase mărgeluțele
ce vor fi ochii dinozaurului,
treci cu acul dintr-o parte în
alta a capului, fixând bine
mărgeluțele.

Si gata. Ai terminat!



Porcușorul Leopold

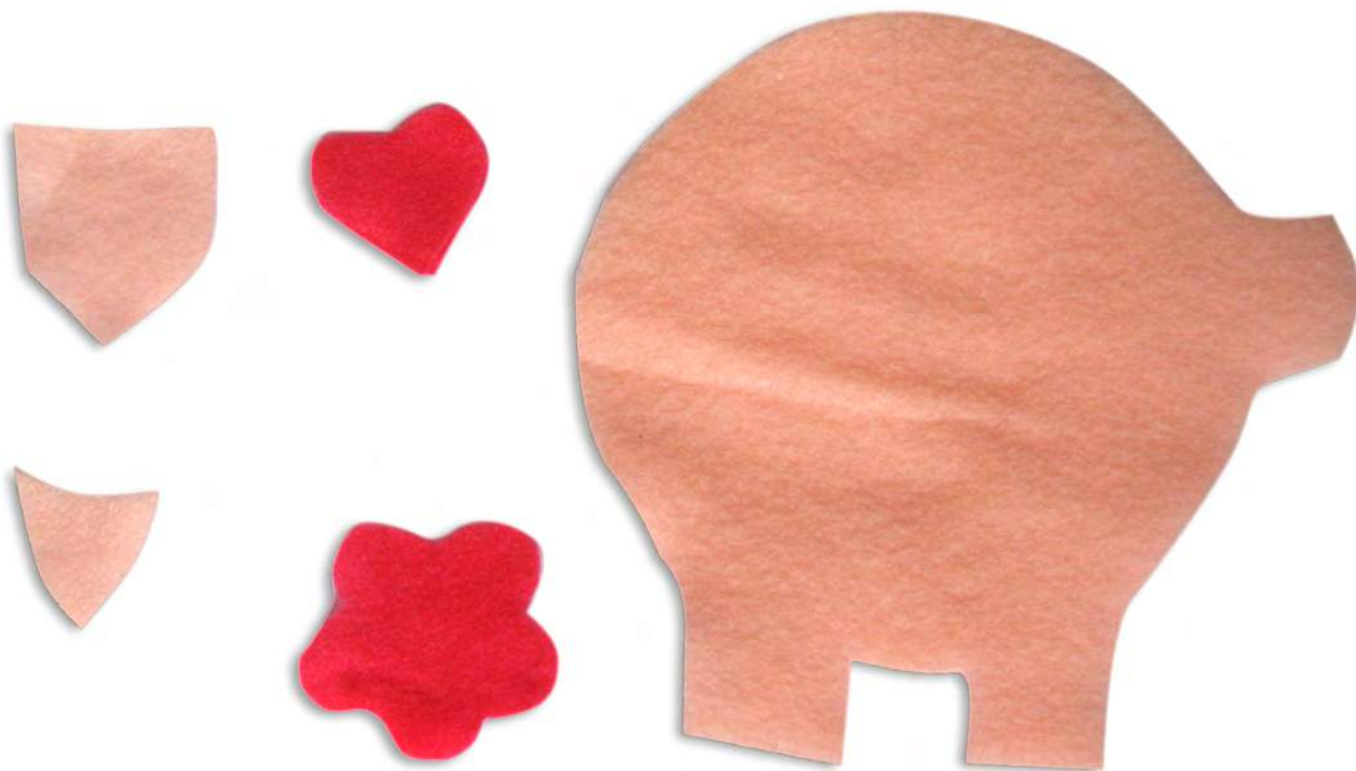
Semn de carte

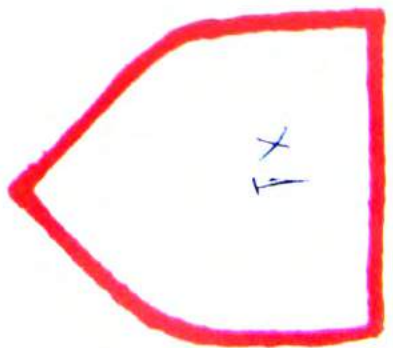
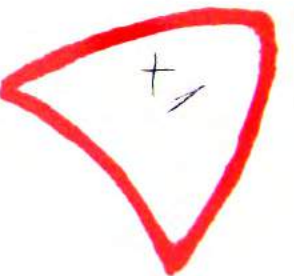
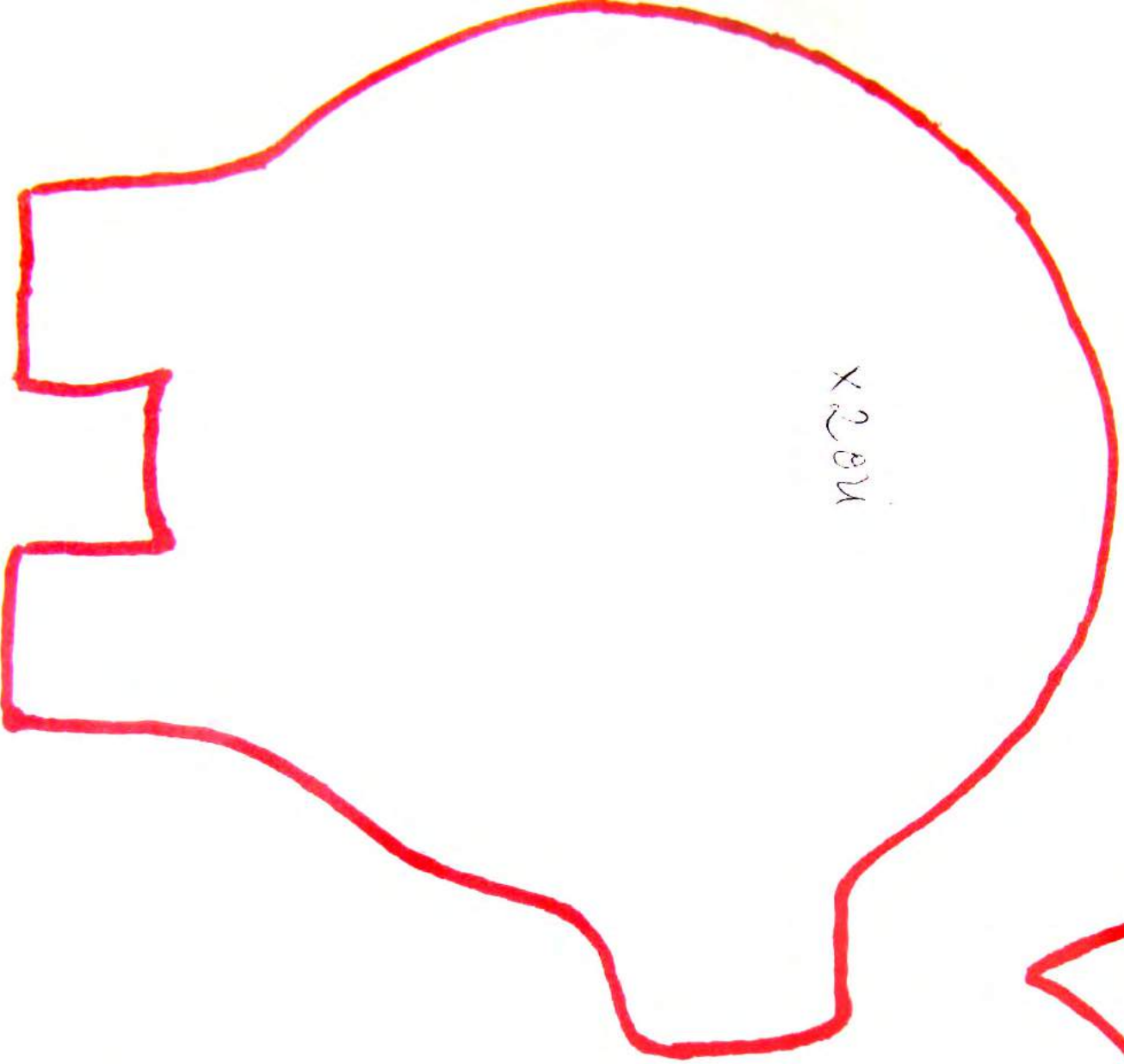
Materiale:

1. Fetrul (roz deschis și roz închis)
2. Un CD
3. Ață roz deschis, roz închis și neagră
4. Ac
5. 1 mărgeluță
6. Tipar
7. Bandă îngustă din satin
8. 1 nasture

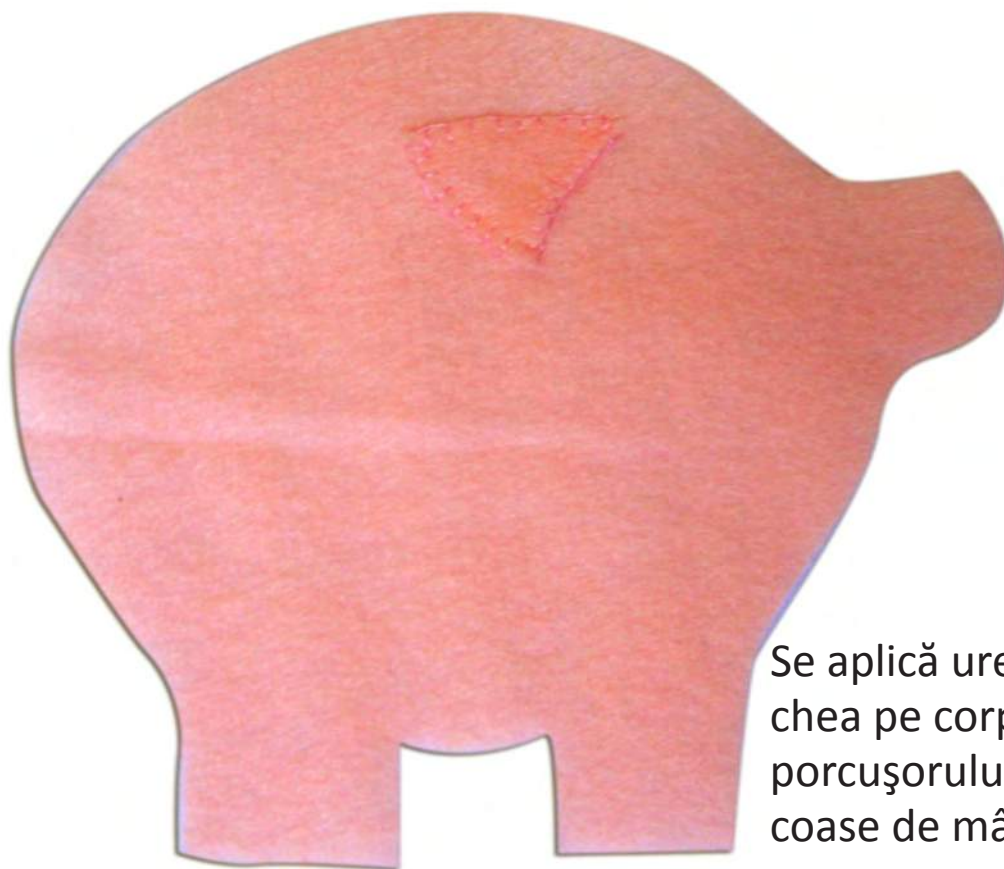
Ai CD-uri pe care vrei să le arunci?
Astăzi îți arăt cum să le reciclezi făcând
un semn de carte vesel. Astfel a prins
contur porcușorul Leopold.

Se vor tăia materialele urmărind conturul tiparelor.
Din fetrul roz deschis se va tăia corpul purcelușului
(de 2 ori), buzunarul (1 dată) și urechea (1 dată).
Din fetrul de culoare roz închis se va tăia inimioara
(de 2 ori) și floarea (1 dată).



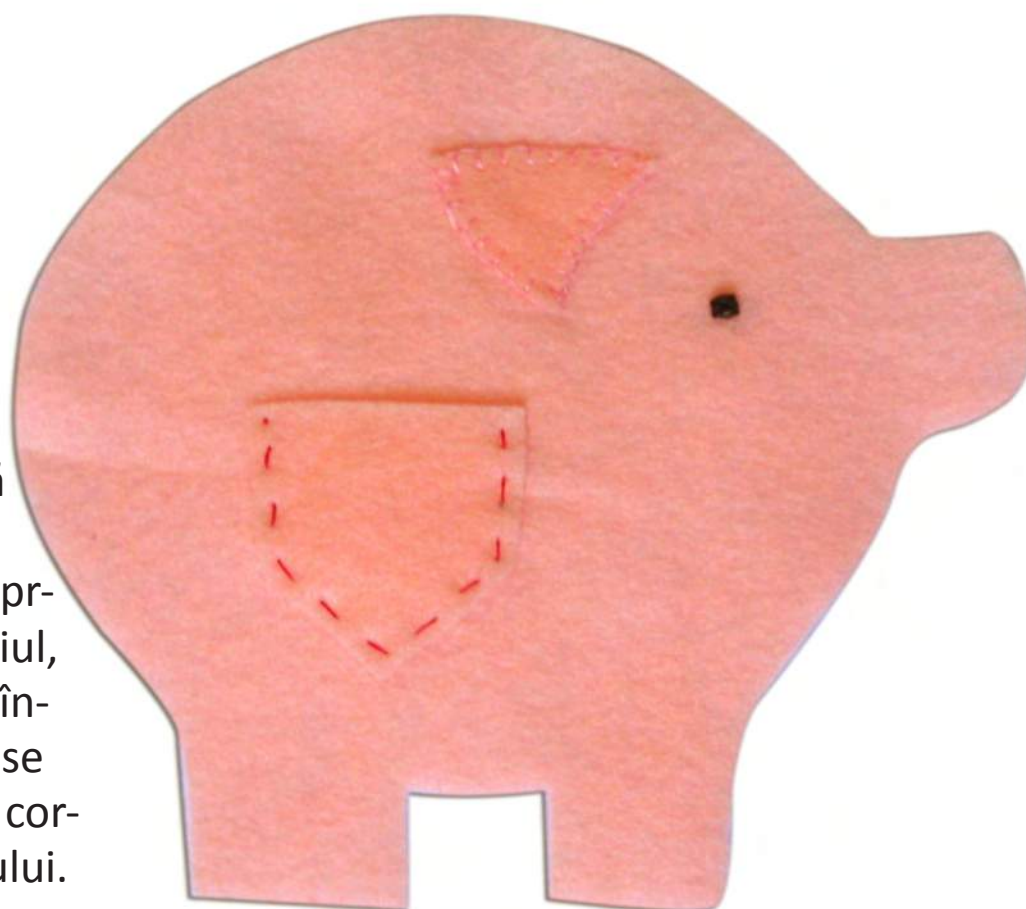


Tipar



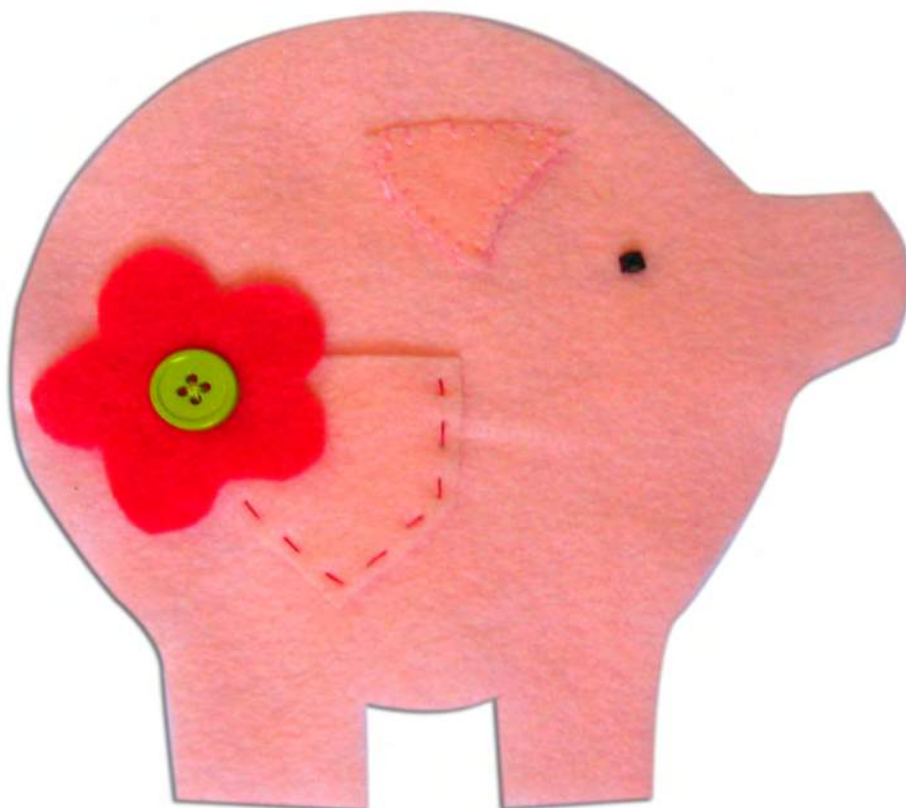
Se aplică urechea pe corpul porcușorului și se coase de mână.

2



Cu ața neagră se va coase mărgeluța, reprezentând ochiul, iar cu ața roz închis se va coase buzunarul de corpul porcușorului.

3



4

Pe marginea buzunarului se va aplica floarea și se va fixa cosând nasturele în mijloc.



Se suprapun cele două inimioare iar între ele se va fixa un capăt al bentiței de satin. Se cos cele două bucăți, lăsând 1 cm necusut. Se umple inima cu puțină fibră și apoi se termină de cusut.

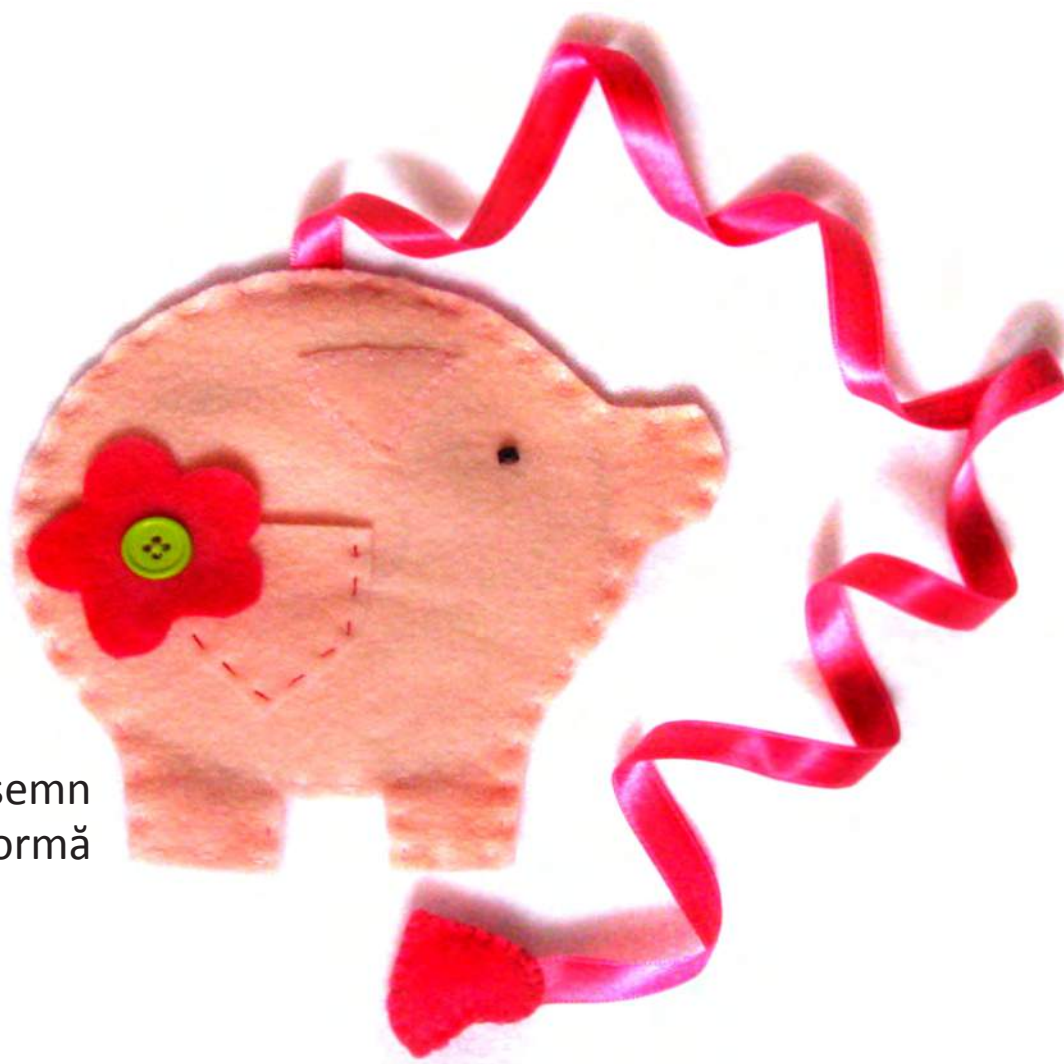
5

Capătul celălalt al
bentiței de satin se
fixează pe partea
superioară a corpu-
lui, se așează CD-ul
peste și apoi cealaltă
parte a corpului. Se
coase de jur împrejur.



6

Gata, ai un semn
de carte în formă
de porcușor.



Aitch

Ebony
Vintage



Alina
Panait





Pe Andreea Crepcia o stiu din anul 2007 cand a participat la emisiunea concurs “Megastar” si unde am sustinut-o cu mare drag. Acolo a reusit sa se claseze pe locul doi. Multi dintre participanti au disparut, dar mi-a parut bine ca Andreea a reusit cu vocea ei sa intre chiar in locurile fruntase ale topurilor romanesti alaturi de trupa Sistem, o trupa non-conformista, formata integral din percutiionisti. Alaturi de ei a inregistrat piesa “Boca del inferno”, piesa care s-a clasat pe primele locuri in topurile radiourilor din Romania vreme de cateva luni. A fost alaturi de mine (ce-i drept virtual) si mi-a raspuns la cateva intrebari. Mai jos gasiti raspunsurile! Lectura placuta!

Andreea Crepcia

Megastar-ul care poartă handmade

1. Ce-ti trece prin minte atunci cand spui "accesorii handmade"?

Cand spun "accesorii handmade" spun: "creativ", "original", "unicat"

2. La ce fel de eveniment crezi ca ai putea purta astfel de accesorii?

Eu cred ca in totul tine de materialele din care sunt facute accesoriiile. Ele pot fi purtate oricand si oriunde atata vreme cat accesorizeaza corect o tinuta si ii aduce acea nota de original.

3. Ti-ar placea sa-ti realizezi tu accesoriiile pe care sa le porti in concerte?

Sigur ca da, am si facut asta uneori si e distractiv.

4. Ai prietene in showbiz care poarta accesorii realizate manual?

Sincer nu stiu daca vreuna din ele isi realizeaza accesoriiile manual.

5. In Bucuresti te duci la targuri de profil?

Uneori, cand am timp si stare merg (mai fur idei :P)

6. Crezi ca modul in care te imbraci spune ceva despre tine?

Cred ca modul in care ne imbracam spune multe despre noi. Desigur ca imbracamintea variaza si in functie de eveniment, dar exista acele elemente distinctive care fac un stil usor de identificat.

7. Cum iti alegi vestimentatia pe care o porti in concerte si mai ales accesoriiile?

Vestimentatia o aleg in functie de ceea ce vreau sa transmit si fireste in functie de ce ma avantajeaza. Iar accesoriiile sunt in general simple. Prefer lemnul si ceramica fiindca imi dau o stare interioara creativa si relaxanta. Metalele nu prea sunt pe gustul meu, desi imi face placere sa le vad purtate de alte persoane.

8. Ai un stilist care se ocupa de vestimentatia ta?

Am avut colaborari cu designeri din noua generatie de pe la noi, de care lumea inca nu a aflat, dar care sunt foarte talentati. O mentionez aici pe Sandra Galan, care mi-a creat o tinuta foarte frumoasa si ingenioasa.

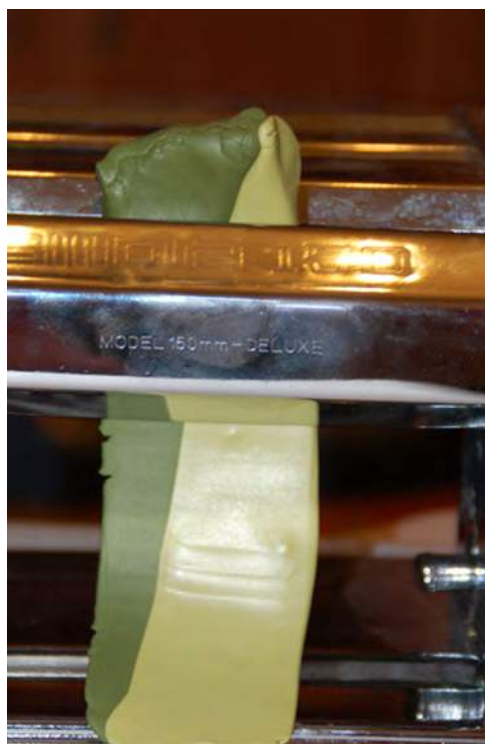
9. Te-ai lasa pe mana unui artist artizan sa-ti gandesca garderoba?

Sigur ca da , de ce nu? La urma urmei stilul se poate imbunatati mereu.

SKINNER BLEND

Skinner Blend este o tehnică inventată de Judith Skinner pentru a obține o foaie de lut polimeric colorat în degrade.

Pentru început, luați cantități egale din două culori (eu am folosit Sculpey Studio Spanish Olive și Avocado) și frământați-le bine. Dați-le forma unor triunghiuri dreptunghice egale și așezați-le astfel încât să formeze un dreptunghi. Treceți dreptunghiul prin mașina de paste la setarea cea mai mare:

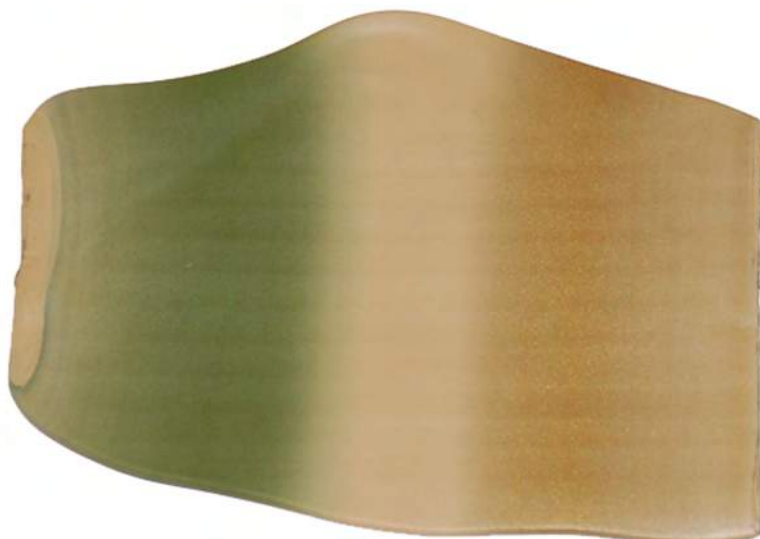




Îndoți pe lungime banda obținută și treceți-o din nou prin mașina de paste, începând cu îndoitura. Dacă introduceți invers, riscați ca la îndoitură să intre bule de aer în lut, care apoi vor fi vizibile la copt. Repetați acest pas până când trecerea de la o culoare la alta se face lin, fără benzi de culoare bine definite.



Dacă vreți să obțineți un efect mai interesant, puteți forma dreptunghiul inițial din mai multe culori:



Degradé-ul obținut se poate folosi așa cum este, sau se poate rula – așa veți obține varianta cea mai simplă de “bulls-eye cane” în dégradé.

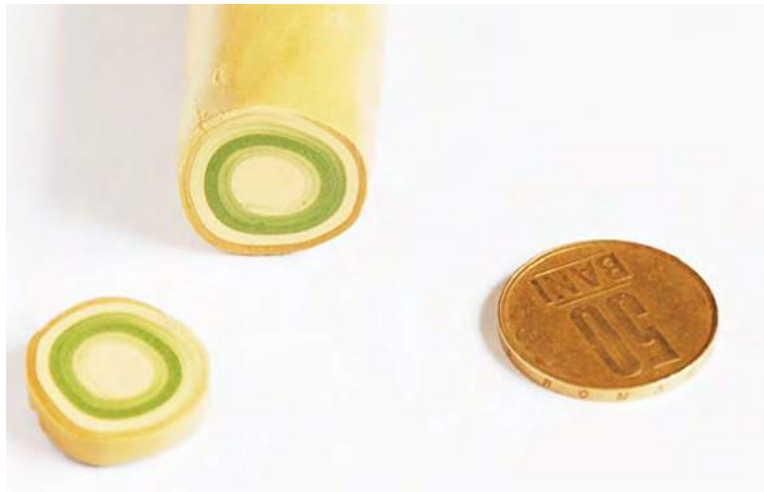
Eu m-am oprit prea repede la acest blend și se poate vedea trecerea destul de bruscă de la o culoare la alta, însă în urmatorul tutorial vom vedea cum se poate folosi acest cane și cum se poate repara greșeala mea.



Mărgele cu Skinner Blend

Pentru început, tăiem din cilindrul nostru capetele și punem bine resturile, pentru că le vom folosi mai încolo. Apoi reducem o bucată din cane, rulând cilindrul pe suprafața de lucru până ajunge la o grosime de diametru 0.5 cm.

Cane-ul rezultat nu trebuie să fie perfect, pentru că micile imperfecțiuni și diferențe de grosime oricum nu se vor vedea. Tăiem și punem deoparte o bucată din acest cane (cam 10 cm) și apoi bucata rămasă o tăiem în patru părți egale. Punem cele patru bucăți una lângă alta și le rulăm pentru a le lipi. Putem repeta acești pași de oricâte ori, dar de fiecare dată discurile se vor micșora, pierzându-se din detalii.



Acest cane se numește “lace cane” sau “dantelă” și este foarte ușor de folosit: cu o lamă specială pentru lut polimeric sau un cutter curat și ascuțit tăiem feliuțe cât mai subțiri din acest cane și apoi le punem peste o bază făcută dintr-o bucată de lut (aici putem folosi resturi de lut rămase de la alte proiecte – cum lutul va fi acoperit în întregime, nu contează ce culoare are).



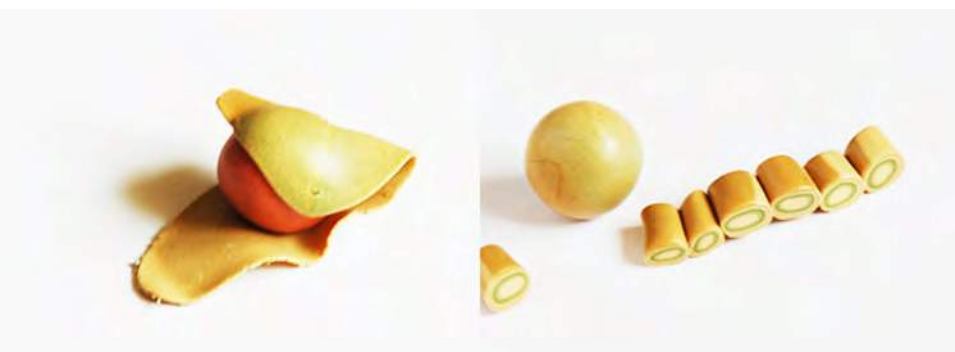
După ce mărgeaua este acoperită cu lut, o învârtim de câte-va ori între palme, pentru a nivela marginile dintre felii, și o găurim.

La fel se poate acoperi orice formă de mărgea. Dacă vrem sa facem mărgele tub, pregătim o bucată de lut pe setarea cea mai mare a mașinii de paste (dacă nu aveți mașină de paste, pregătiți un dreptunghi de grosime 3 mm, cât mai uniform), apoi o înfășurăm pe un băț de frigărui (sau ceva asemănător – ac de tricatat, scobitoare) și tăiem lutul după ce e înconjurat o dată bățul:



Puteți coace această bază, pe care apoi să o acoperiți cu felii din cane, sau puteți direct să o acoperiți. În cazul în care baza este crudă este posibil să se deformeze în timp ce o acoperiți, așa că vă recomand să o coaceți.

Folosind cane-ul original redus putem tăia felii pe care să le punem din loc în loc pe o mărgea, sau putem să acoperim o mărgea "în relief". Tăiem felii de grosime 2-3 mm, cu care acoperim o bază de mărgea. Pentru a ne asigura că nu se vede culoarea bazei, o acoperim cu o foaie foarte subțire obținută din resturile de la tăierea cane-ului inițial:



După ce am pus toate bucățile de cane, folosind o pereche de mănuși chirurgicale, rulăm ușor mărgeaua între palme. Dacă apăsați mai tare, spațiile libere dintre bucățile de cane se vor umple și mărgeaua va fi uniformă. Mănușile chirurgicale se folosesc la finisarea mărgelilor, pentru a nu rămâne amprente, dar aveți grijă să nu rămână culoarea pe ele – eu am câte o pereche pentru culori deschise, una pentru închise și una pentru negru. O altă problemă la folosirea lor este că mi se încălzesc mâinile destul de tare, dar cum nu trebuie ținute foarte mult, e ok.

Dacă v-a inspirat tutorialul și ați făcut mărgelile urmărindu-l, trimiteți-ne un email la contact@revista-atelierul.ro cu poze și o să le arătăm în galeria articolului.

Hârtie reciclată în Bucătărie

Stiti cum puteti obtine hartie reciclata in casa? Este un proces foarte simplu! Aveti nevoie de: blender, fier de calcat (va recomand sa folositi electrocasnice uzate, de care nu mai aveti nevoie in viitor), un vas mare cu apa, o rama de fotografie cu o panza fixata, doua prosoape, hartie de bucatarie, si... maculatura!.

Eu am folosit o agenda de care nu am fost prea multumita, si ceva hartie verde pentru culoare. Bineinteles, puteti folosi reviste, oferte de la supermarket, corespondenta.... ce va pica in mana.



Sa incepem!



Rupeti hartia in bucati medii, si o mixati in blender impreuna cu un pahar apa.



Pasta obtinuta o turnati intr-un lighean (cu apa, precum in imagine).

Folositi rama cu panza pentru a "pescui" ceea ce va fi hartia noastra. Asteptati pana se scurge cat mai multa apa din rama.





Asezati rama pe un prosop uscat, si absorbiti apa cu o laveta. Eu am gasit una foarte faina, care absoarbe super (si nu se lipeste pasta de ea).

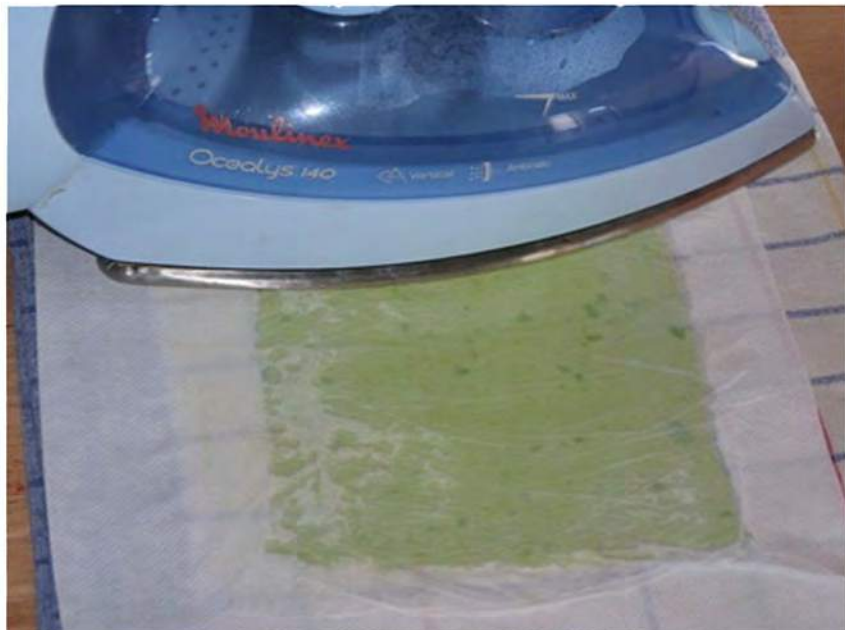
Dupa ce ati absorbit cat de multa apa puteti, folositi un betisor pentru a desface marginile, apoi incepeti sa ridicati hartia din rama. Fiti atenti, hartia este FOARTE fragila in acest moment, deci va trebui sa lucrati cu delicatete.

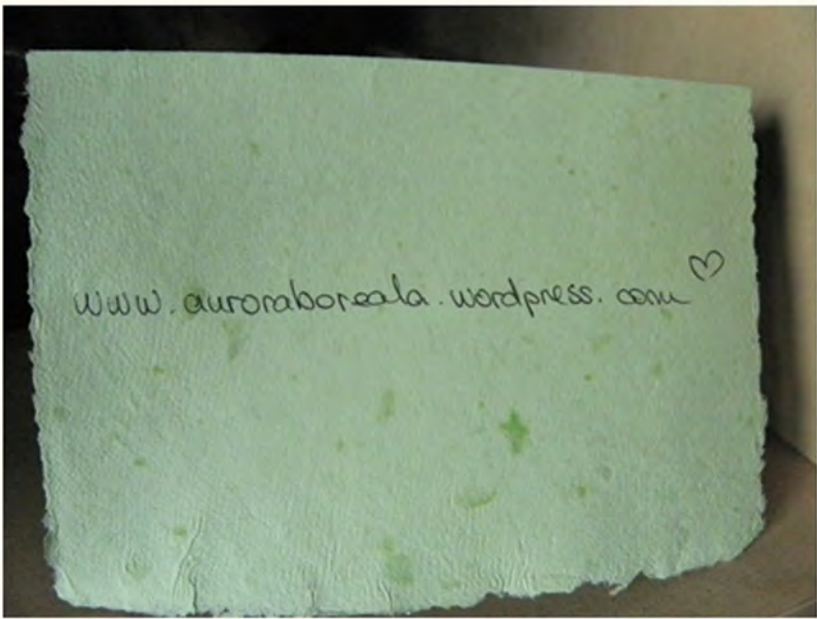
Asezati hartia fragila pe un prosop uscat.

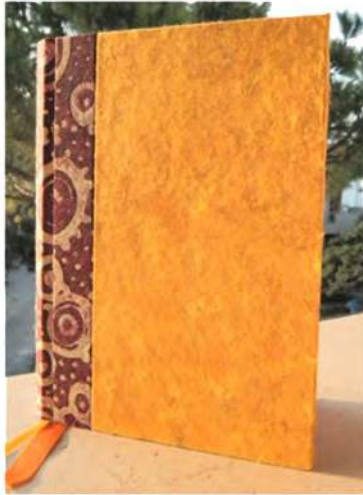
Acoperiti cu doua bucati de hartie din aceea absorbanta pt bucatarie.

Incepeti sa treceti fierul de calcat incins peste servet, pana cand acesta ramane uscat la suprafata. Ridicati servetul, intoarceti hartia reciclata, acoperiti din nou, si calcati.

Cand servetul nu mai absoarbe umezeala din hartie, puteti atinge "minunea" direct cu fierul, pana cand este complet uscata.







Vara asta ieșim cu bicicletele și aducem arta în stradă!

Cu **romanian papergirl**, Bucureștiul intră pe filiera de distribuție a artei în stradă alături de Berlin, New York, Cape-Town.

Ideea proiectului este aceea de a aduce arta către public într-un alt fel decât normal; să surprindem oamenii și să îi aducem în contact cu arta în viața de zi cu zi.

Papergirl este distribuit asemeni unui ziar dar nu este editat și printat ca un ziar. **„Ziarul” pe care îl distribuim constă în lucrări de artă rulate împreună.**

Dacă **desenezi, pictezi, faci colaje, fotografii sau altă formă de artă vizuală** ce folosește ca suport hârtia sau orice altceva ce îți permite să îl rulezi, trimite-ne lucrarea ta până la 1 iulie fie prin poștă, fie adu-o personal la adresa de distribuție. Nu există limitări în ceea ce privește formatul, subiectul sau cantitatea lucrărilor trimise, prin urmare, rolele vor conține lucrări originale, printuri și fotografii deopotrivă.

Înainte ca rolele de artă să fie distribuite, toate lucrările strânse pot fi văzute într-o expoziție ce durează două săptămâni, în august. **Toate lucrările strânse vor fi distribuite în stradă la finalul expoziției.**

romania

distribuție gratuită

Înscrie-te în proiect

La începutul lui iulie

romanian papergirl

artă a artei în stradă



romanian papergirl este un proiect de artă
NON-COMERCIAL, ANALOG și PARTICIPATIV

Prin urmare, proiectul se va întâmpla în măsura în care alegi să participi.

Proiect până la 1 iulie 2010, cu lucrări pe care ești gata să ni le înmânezi din plăcerea simplă de a face
cuiva un cadou!

În august, vom expune toate lucrările strânse, timp de două săptămâni, în București.

În septembrie va avea loc **DISTRIBUȚIA** - ziua în care vom împărți trecătorilor, pe stradă, „ziarul” nostru
de artă (role formate dintr-o selecție aleatoare de lucrări de artă rulate împreună).

romanian papergirl crede că arta e pentru toată lumea.

Dacă ne împărtășești părerea, am fi onorați să te avem alături de noi.

www.romanianpapergirl.com

Ne place să facem cadouri. Dacă ne împărtășești plăcerea, te așteptăm alături de noi!

Înscrie-te în proiect pe papergirl.ro@gmail.com

Pentru mai multe informații, intră pe www.romanianpapergirl.com

Argintul tibetan șofranul bijuteriilor



*Poate stiti că șofranul este unul dintre cele mai scumpe condimente din lume. Aceasta se datorează faptului că se produce din stigmatete (partea superioară a pistilului) florii de *Crocus sativus*, o plantă mediteraneană, asemănătoare ca aspect cu brândușa de toamnă de la noi din țară. Pentru producerea unui kilogram de șofran sunt necesare circa 110 000 – 170 000 de flori sau o suprafață echivalentă cu două terenuri de fotbal; mai sunt necesare încă 40 de ore pentru a culege aceste flori, extragerea, uscarea și ambalarea stigmatelor și iată cum se ajunge la prețuri de 7 500 € pentru kilogramul de șofran. Istoria șofranului merge cu mai bine de 3 000 de ani în urmă și continuă până în zilele noastre, fiind strâns legată de cea a Indiei, Egiptului, Persiei, Chinei sau Spaniei.*

Acest condiment a fost apreciat pentru gustul său deosebit pe care îl conferă preparatelor culinare, cum ar fi cele din orez, paste, pește, pui, miel, supe, sosuri, pentru culoarea galben – aurie pe care o dă acestora dar și pâinii, produselor de patiserie, cozonacilor, prăjiturilor. Este apreciat și pentru colorarea naturală a materialelor textile, dar are utilizări și în industria parfumurilor.

Nu în ultimul rând îi sunt recunoscute calitățile terapeutice, atât de-a lungul istoriei, dar și de medicina modernă care i-a demonstrat calitățile imunomodulatoare, antioxidante și anti-cancerigene. Șofranul este un condiment care, pe lângă calitățile pe care le-am enumerat deja, mai aduce un plus de "exotic", îndepărtat, luxuriant felurilor de mâncare la care este adăugat, o aromă și culoare care ne încântă și

adaugă un "ceva" estetic acestora. Cel mai banal orez fiert capătă alt aspect și altă aromă dacă i se adaugă doar un "vârf" de șofran.

Și toate astea mi-au venit în minte când priveam niște bijuterii realizate din mărgelile din sticlă și pietre semiprețioase aseasonate cu deja prea cunoscutele accesorii din "argint tibetan". Recunosc! am fost mereu derutată de acest termen, foarte folosit de ceva timp pe la noi și am cautat să înțeleg ce se "ascunde" în spatele lui... Așa că am întrebat pe forumuri de specialitate, am citit cu atenție explicațiile date de unii comercianți ale acestor accesorii din "argint tibetan", dar, după toate acestea, am continuat să am aceleași nedumeriri:

De ce argint?... și ... De ce tibetan? Mulți suntem fascinați de Tibet, de spiritualitatea, cultura, istoria acestui tărâm misterios, iar bijuteriile realizate de meșteșugarii autohtoni au un aspect deosebit de atractiv, oricât de exigenți am fi.

Podoabele tibetane folosesc simboluri tradiționale, religioase, sunt masive, supradimensionate chiar, cu designul suprafețelor elaborat, detalii fine, caracteristice și exuberanță coloristică. Iar ceea ce le dă aspectul particular bijuteriilor tibetane originare este faptul că accesoriile lor sunt turnate, șlefuite, prelucrate și asamblate manual. Istoria prelucrării aurului și argintului de către meșterii tibetani merge mult în urmă, fiind descoperite obiecte din metale prețioase realizate în stilul clasic, tibetan, din anul 600 AD.

Știind toate acestea, în momentul în care un accesoriu este catalogat ca "tibetan", capătă parcă automat și caracteristicile menționate mai sus. Mai mult, se știe că artizanii tibetani folosesc chiar și azi metalele prețioase în realizarea podoabelor, fie aur sau argint 925, dar și un aliaj mai ieftin care conține circa 63% argint pur în combinație în special cu cuprul, cunoscut drept "argint tibetan". Pentru mine, alăturarea celor două cuvinte: argint + tibetan, denota un obiect de calitate realizat din argint 925 sau argint tibetan (argint minim 63%) de nimeni alții decât maeștrii tibetani ai podoabelor, dar este clar că am o imagine deformată a semnificației cuvintelor, pentru că, în realitate... ce se ascunde sub această sintagmă?

În primul rând nimic din ceea ce ne promite: nici argint, nici atingerea mâinii meșterului din Tibet. Nimic din toate acestea, având în vedere că aceste accesorii se produc cu precădere în China, fiind produse de serie prelucrate industrial. Multe din motivele caracteristice tibetane au fost preluate, adăugându-se modele noi, numeroase de gust îndoielnic, chiar dacă drăgălașe, dar care nu mai au nimic în comun cu stilul tibetan (pisicuțe, rășuște, pantofiori, ancore și să nu uităm cupidonii).

Aceste motive au fost turnate în aliaje de metale diverse pe bază de zinc, staniu, cupru, nichel – unele foarte dăunătoare sănătății. Un exemplu este plumbul care,

cum bine știți, provoacă o boală numită saturnism – caracterizată prin hipertensiune, dureri musculare și articulare, pierderea memoriei, disfuncții neurologice sau de fertilitate – sau chiar arsenic, după cum relevă o investigație realizată în Statele Unite.

Sub aceeași denumire de "argint tibetan" se comercializează și accesorii nemetalice, poleite cu metal stălucitor, adică din plastic sau acril. Aici sunt într-o derută și mai mare, și nu pot zice decât..."no comment". Este adevărat, ca și în cazul șofranului, care transformă un banal orez fiert într-o garnitură gustoasă și aspectuoasă, că un mic accesoriu cu iz antique – exotic conferă unei podoabe un plus de noutate, o face să iasă din anonim.

Este adevărat că atât condimentul culinar, șofranul, cât și cel estetic, argintul tibetan, sunt plăcute și cerute pe piață și de aceea au apărut variante mai ieftine ale lor. În cazul "argintului tibetan" – aliaje metalice fără argint, iar în cazul șofranului – amestecuri cu sfeclă, fibre de mătase roșie, staminele de șofran galbene, care sunt lipsite de gust și culoare sau boia. Este adevărat că ne plac poate ambele, dar sunt uneori greu de procurat sau prea costisitoare în variantele lor originare.

Dar tot la fel de adevărat este că trebuie să ni se furnizeze informații corecte, iar dacă acestea întârzie, să ni le căutam singuri și să alegem în cunoștință de cauză. Pentru a nu se mai crea confuzii nedorite, pentru a nu ne trezi în situația neplăcută de "afară e vopsit gardul...înăuntru leopardul", poate ca aceste accesorii metalice pentru bijuterii ar trebui denumite după ceea ce și sunt: accesorii metalice. Că sunt sau nu în stilul celor tibetane, va vedea fiecare... și va alege.



Dilema cumpărătorului în căutare de produse bio proaspete

Spre deosebire de dilema prizonierului, dilema cumpărătorului de produse bio e una cu o rezolvare cunoscută și posibil de aplicat, însă nu stă în puterea acestuia. Poate doar într-o anumită măsură.

Piața produselor bio e încă în plină dezvoltare, pe de o parte din perspectiva prețului nu foarte accesibil, iar pe de altă parte pentru că piața nu este încă destul de extinsă. Cel puțin nu atât de extinsă încât să satisfacă marea parte a gusturilor.

Deși e cunoscut "riscul" ca o legumă sau un fruct bio să nu arate la fel de încântător ca o legumă sau un fruct crescut și pregătit cu diverse substanțe ca să se dezvolte într-un anumit mod, riscul merită în fața beneficiului substanțelor nutritive pe care acestea le pot oferi, a aromei și a parfumului. Nu cred că există cineva care în ultimii doi ani nu s-a auzit remarcând cum roșiile nu mai au niciun gust și, în anumite perioade, nici chiar culoarea pe care o știam din copilărie. Din punct de vedere al legumelor și fructelor proaspete, care ar trebui să fie principalele elemente într-o masă, nu copioasă, ci sănătoasă (la care aș adăuga toate semințele din care se face făina și altele), cele maxim 20 de magazine de care am auzit eu și care comercializează produse bio au o ofertă, dacă nu inexistentă, atunci presărată cu produse din import. Nu e o mare diferență între un măr ecologic din Austria și unul din România, dar în condițiile în care, cel puțin anul trecut, merii au fost foarte bogați, ce rost ar mai avea să plătim prețul (și așa mai mare decât pentru produsele obișnuite) care se adaugă din cauza transportului?

Problema nu este doar a consumatorului, dar și a agricultorului. În condițiile în care cei care practică agricultura ecologică primesc de la stat mai puține subvenții decât agricultorii obișnuiți (doar în acest an li s-a recunoscut, practic, cererea de subvenții pentru ramura agriculturii ecologice), susținerea în primul rând a produselor românești în magazine de profil ar fi un mare ajutor. În acest fel câștigul ar fi de ambele părți și, cum vorbim totuși de producători locali, s-ar putea crea o legătură între furnizori și cumpărători, în care ambii pot fi siguri de seriozitatea și calitatea tranzacției.

Spuneam la început că puterea de rezolvare a acestei dileme nu stă în mâna cumpărătorului, poate doar într-o anumită măsură: în măsura în care, înainte de a cumpăra produse ambalate și preparate cu mult timp înainte de folosire și aduse din țări îndepărtate, se oprește la produsele proaspete românești și se bucură de calitatea lor.



SIMBOLISERICA CULORILOR



Astăzi vom povesti puțin despre fiecare culoare în parte. Nu vom spune chiar tot, pentru că sunt sigură că lumea culorilor e mult prea mare ca să putem noi aici să o povestim pe toată (plus că mereu ar fi ceva, nespus) dar am să vă dau câteva detalii.

Pentru unii sunt sigură că vor fi noțiuni noi, pentru alții deja știute, dar e bine să le reamintim pentru ca atelierul nostru să aibă cât mai multe noțiuni de acest gen.

Cele șapte culori ale curcubeului (din care ochiul uman poate percepe peste 700 de nuanțe) au drept corespondent cele șapte note muzicale, cele șapte ceruri, cele șapte planete, cele șapte zile ale săptămânii. Unele culori simbolizează elementele: roșul și portocaliul simbolizează focul, azuriul, galbenul sau albul simbolizează aerul, verdele și albastrul apa, negrul sau cafeniul simbolizează pământul. De asemenea ele simbolizează spațiul: albastrul simbolizează dimensiunea verticală, albastrul deschis simbolizează înălțimea (cerul), albastrul închis simbolizează baza (orizontul), roșul simbolizează dimensiunea orizontală, mai deschis la răsărit, mai închis la apus. Culoarele mai simbolizează timpul: negrul reprezintă timpul propriu-zis și albul atemporalul, ansamblul lor rezonând în tot ceea ce însoțește timpul, alternanța lumină – întuneric, forța și slăbiciunea, somn și veghe.

Prima culoare pe care o discutăm este **Roșu**, o culoare foarte puternică. De aceea roșul captează foarte repede atenția. În acest caz se recomandă ca persoanele care optează pentru o îmbrăcăminte sau accesorii de această culoare să fie stăpâne pe sine și nu prea timide. Totodată, roșul este și culoarea pasiunii. Roșu are un efect stimulator general, provoacă, incită la acțiune, îndeosebi în plan psihomotor, stimulator intelectual. Simbolizează căldura, focul, pasiunea, entuziasmul și agresiunea.



Oranj este o culoare revitalizantă care reprezintă energiile solare și anunță deschiderea către ceilalți și sinceritate. Firea persoanelor care preferă această culoare este una sociabilă care își va face întotdeauna mulți prieteni și care dispune de calități de comunicare de excepție. Este culoarea care îndeamnă la un puternic simțământ matern, la nevoia de a oferi protecție, fiind culoarea fericirii. Este o culoare sociabilă, mai activă decât galbenul, care lasă impresia de optimism, veselie, însă pe suprafețe întinse poate fi iritant.

Galbenul stimulează vederea, simbolizând văpăia soarelui, energie, bucurie, căldură, fructe și cereale coapte. Galbenul este o culoare benefică, iar în combinație cu albul pur se obține galben pal. Este totodată și culoarea geloziei. Se știe că această culoare stimulează și întreține starea de vigilență, sporește capacitatea de mobilizare și concentrarea atenției, predispune la comunicativitate; dă senzația de căldură și de intimitate.





Verdele este o culoare excelentă pentru realizări financiare, fiind deci culoarea câștigului financiar. Se spune că persoana care-l poartă e înclinată să ia inițiativă, având bună dispoziție, relaxare, meditație, echilibru, siguranță. El facilitează deconectarea nervoasă.

Albastrul este o culoare liniștitoare, fiind culoarea intelectualului. Este de altfel și simbolul unei iubiri ascunse. Această culoare favorizează dezvoltarea proceselor de inhibiție și de încetinire a ritmului activității; îndeamnă la calm și reverie, concentrare și liniște interioară, seriozitate, meditație. Pentru a scăpa de stres și a fi mai calm, soluția este albastrul. Albastrul reprezintă culoarea păcii, de asemenea, autoritatea și încrederea – de aceea uniformele sunt, deseori, albastre. Este o culoare ideală pentru a fi purtată la un interviu pentru angajare.



Violetul este culoarea legată de paranormal, dar este și o culoare a suferinței. Are un efect stimulator, neliniștitor și descurajator, dând senzația de greutate. Semnificația psihologică este de tristețe, melancolie. Violetul este o culoare regală – asociată, în general, cu luxul, creativitatea, spiritualitatea și tot ceea ce este sofisticat.



Albul semnifică vindecare, purificare, nou, neatins, calm. Albul reprezintă puritate. Totodată, albul sugerează și sinceritatea. Are efecte de expansivitate, ușurință, suavitate, robustețe, puritate, răceală; exprimă pace, împăcare, liniște, inocență, curățenie, sobrietate.



Negrul sugerează confuzie, nehotărâre, durere, despărțire. Are efecte psihologice de neliniște, reținere, depresie, introversie; impresie de adâncime, greutate; are o semnificație psiho-afectivă de tristețe, sfârșit, singurătate, despărțire, doliu. Poate fi utilizat ca element de delimitare, contrast sau fond pentru celelalte culori.

Culorile contrarii, precum albul și negrul simbolizează dualismul intrinsec al ființei umane. O îmbrăcăminte în două culori, asemenea a două animale față în față, față-n spate, spate-n spate sau doi dansatori, toate exprimând conflicte ale unor forțe care se manifestă la toate nivelele existenței; de la universul cosmic la lumea intimă, negrul reprezentând forțele nocturne, negative și involutive, albul forțele diurne, pozitive și evolutive. "Echilibre" de culori contrarii pot fi considerate și "unitățile" roșu – albastru care simbolizează opoziția între cald și rece, între cer și pământ, între benefic și malefic.

