



iPodMyBaby


“As soon as you are old enough to run it, the entire factory will become yours” WILLY WONKA

Uma das minhas preferidas fontes de pesquisa e de inspiração consiste na observação do mundo das crianças. Procuo, por um lado, a magia da coisas simples, dos livros com histórias curtas, letras grandes e imagens maravilhosas. Por outro lado, procuro nas crianças as suas opiniões acutilantes de quem, sem filtros de preconceitos é capaz de dizer o que pensa e assim mostrar aos mais velhos que afinal é preciso, depois de crescer voltar a aprender a ser criança. Será provavelmente por isso que assistimos a uma crescente tendência do ficcionamento do consumo assente no universo

mágico das crianças. Pretende-se transformar a transacção num puro acto de prazer onde os “Adult Toys Products” surgem como formas de compensação dos crescidos que hoje, ao dirigirem as fábricas, sonham com o tempo em que sonhavam um dia vir a dirigi-las. Parece um comportamento esquizofrénico mas é mesmo assim como funciona a vida. Carlos Coelho

PRODUCTION LINE

REF 13 iPodMyBaby



“Because the only thing cuter than a baby, is an ipodified baby.”
A American Apparel pretende amplificar o imparável sucesso da Apple produzindo roupa para bebés. Os seus novíssimos babygrows enquadram na perfeição as preocupações daquela que irá ser seguramente baptizada por iGeneration e que terá como desafio colocar todo o poder da tecnologia ao serviço da humanidade. Terá contudo que garantir que esta nunca se sobreponha aos aspectos mais sensíveis da natureza humana e nessa matéria ninguém mais sábio que um bebé para nos lembrar o que é realmente importante na vida.

* www.ipodmybaby.com

REF 16 Eat my Brand



De volta este mês ao Labullekenzo mas desta vez para nos deliciarmos com os novos sabores kiwi, manga, mousse de rosa e banana, dos chupa-chupas da Papabubble. É verdade, não se tratam de perfumes nem de cremes, mas de produtos alimentares que apelam para a nossa infância e que pretendem “adoçar” a nossa relação com a fantástica marca Kenzo. Branded foods é seguramente um trend ao qual Kenzo não quis deixar de se associar e que, mostrando ser capaz de compreender a essência das relações, começou por nos lembrar que afinal as coisas doces da nossa infância são a melhor parte da nossa vida.

* www.labullekenzo.com


REF 14 Princess Nonna



Era uma vez um prato, redondo, redondo, muito redondo. E nele um monte feito de queijo muito alto, muito, muito bonito.
Depois, imaginem uma princesa muito bonita, muito, muito bonita, com um lindo vestido de metal cheio de pequenos buracos, que dançou alegremente durante toda a noite... A princesa Nonna é o mais fantástico ralador de queijo do mundo. Nasceu em Paris, pela imaginação da Crea Crea e sob a marca Pylones que nos vende histórias sobre a forma de produtos aparentemente banais, mas que nos fazem sonhar, sonhar, sonhar!

* Pylones


REF 17 Swarovski Rainbow Maker



Quem não correu atrás de um arco íris, quem não acredita que ainda um dia pode encontrar o seu pote de ouro?
Agora já não precisamos de esperar que o sol e a chuva se coordenem, pois podemos adquirir o novíssimo fazedor de arco íris. Movido a energia solar e com um grande brilhante da Swarovski, esta máquina de produzir sonhos às cores (mais uma vez) não se trata de um produto, mas de uma fantasia que nasce para colorir as nossas vidas e quem sabe, ajudar-nos a encontrar o nosso tesouro.

* [kikkerland](http://www.kikkerland.com)


REF 15 Perpetual Motion Buddy



Os Sunshine Buddies representam a essência mágica de todos os brinquedos.
Através da energia solar, apresentam um movimento perpétuo que lhes permite interagir connosco abanando a cabeça em movimentos lentos e contínuos, transmitindo-nos um eterno sorriso e uma infinita capacidade de nos fazer companhia sem nunca nos pedirem nada em troca. Existem vários, são lindos e para além destas coisas simples que nos dão, levam-nos a pensar na verdadeira essência das relações desinteressadas e sobre as quais deveríamos alicerçar a nossa vida.

* www.flairpic.co.uk
Collect them all!

REF 18 Too Young to Die



Do Japão têm surgido algumas das mais influentes intervenções artísticas no mundo dos objectos do quotidiano. Pela mão de Tom Ford, Takashi Murakami, numa aparente violação da então hermética Louis Vuitton trouxe a esta marca os seus coloridos bonecos, flores e cerejas e conquistou o mundo inteiro. Agora é a vez de Yoshitomo Nara nos trazer uma reflexão profunda sobre um comportamento específico da sociedade através da inocência irónica das sua criações. No primeiro caso, o mundo rendeu-se. Vamos esperar para ver qual o poder das bonecas de Nara.

* www.bozart.com

WAREHOUSE

madeinutopia.fr
Objets, sacs, ovrnis.

ningyoushi.com
Cool toys for the savvy collector

jeremyville.com
Explore jeremyville, artblogs and online store

kissykissytoys.com
Play with them around the screen

maywadenki.com
Fish-motif nonsense machines and more...

friendswithyou.com
Magic dolls for children of all ages

jucapinga.com
Juca, o feiticeiro dos toys

ministeriojuvenil.com/piratas_momentomagico.htm#
Sandokan, Bombokas e momentos dos anos 70/80

trimarpress.com
Find a real ghost.
Daylight Ghost Hunts

davidandgoliathtees.com
Boys are stupid. Throw rocks at them.

addictlab.com
Jap Lab. Thanks to Diesel and Playstation

rosapomar.com
A ervilha cor de rosa
please don't steal my work :)