



Oameni mari în lumea copiilor

Cine a zis că 1 iunie este doar sărbătoarea celor mici? Pentru câteva antreprenoare îndrăgostite de lumea copiilor, este doar „clipa de glorie” în care munca lor de peste an iese cu adevărat la rampă. Proprietara singurei edituri „verzi” pentru copii, o ilustratoare de povești, o creatoare de costume din basme, două foste colege de bancă ce-și trăiesc copilăria antreprenorială și trei femei care cred în design și arhitectură pentru cei mici ies la lecție cu poveștile lor de business. Care nu sunt, nicidecum, vreo joacă de copii...

de Diana-Florina Cosmin

Ana-Maria Sterian
(Editura Mac-Mac)

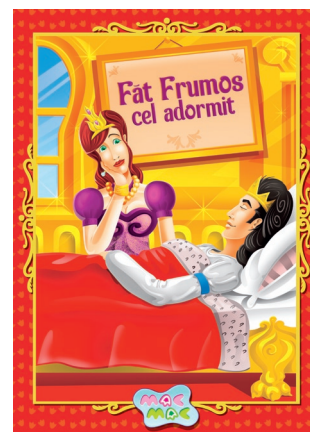


FOTO: LASZLO RADULY

ANA ARE POVEȘTI

„Spuneți-mi, copii, voi ați văzut vreodată hârtie reciclată?”. În fața unui grup de prichindei curioși, o fată cu voce caldă, ținând la piept o carte cu copertă colorată, lansează o întrebare pe cale să iște o revoluție. După o clipă de tăcere, se aude primul „da”, de la un băiețel nu prea convins, dar cu siguranță mai curajos decât restul. Instantaneu, alte douăzeci de voci completează „da-ul” curajosului. „Și eu am văzut”, „Și eu”. „Și eu”. „Toți ați văzut? Incredibil! Și cum arată, copii, hârtia asta reciclată?”, se întreabă tânăra, mimând îndoiala. După un nou moment de tăcere, același curajos de mai înainte se încumetă la un timid „Maro”, urmat de un șir de variațiuni pe aceeași temă: „Gri”, „Neagră”, „Maro închis”. Fata deschide cărticica de la piept și le arată câteva ilustrații din „Penelul fermecat”, imprimate pe o hârtie imaculat de albă. „Ce culoare are cărticica asta?”. Nu mai e nevoie de niciun „curajos”, pentru că zece mâini se avântă instantaneu în aer. „Albă, albă”. „Siguuuur?”, plusează jucăuș fata. „Daaaaa”. „Sigur-sigur?”. „Daaa...”. „Pai, copii, asta e hârtie reciclată... ce fel de hârtie reciclată ați văzut voi până acum?”. Prinși cu minciuna, prichindeii lasă capul în jos, rușinați, prilej tocmai bun pentru ca fata roșcată, cu păr drept și ochi mari să le povestească un pic despre Pinocchio și cam ce a pățit el de la o minciună similară. Câteva ore mai târziu, ieșită din „rol”, aceeași fată stă în fața mea, într-o braserie bucureșteană. Între cursul de ecologie de la grădiniță și întâlnirea noastră, a avut de făcut rapoarte, analize și pregătiri pentru o plecare peste hotare, toate sarcini din jobul său de zi cu zi, ca brand-manager la o companie mare. Fără nicio legătură cu „Mac-Mac”, editura pe care a pornit-o de la zero în 2011 și care, într-un singur an, a reușit să publice 7 cărți, să vândă 15.000 de exemplare și să primească, la Gala Industriei de Carte, premiul special pentru un proiect editorial 100% verde. Par multe realizări pentru doar 12 luni, dar Ana-Maria Sterian vorbește cu atâta însuflețire despre editură și despre Super Mac, apărătorul copăceilor, încât nu mă miră că și-a cucerit publicul la fel de ușor ca pe copiii din această dimineață. „Trebuie să știi să le explici pe înțeles și să le captezi atenția în fiecare secundă”, explică

Fiecare copil convins să recicleze poate ajunge să genereze o mică revoluție de idei. De cele mai multe ori, lucrurile mari se fac din infinit de multe lucruri mărunte.





ea, „Dacă i-ai pierdut, gata“. Când vorbește despre prichindeii ei, Ana e la fel de serioasă precum un actor care vorbește despre reprezentarea sa pe scenă. Experiențele sunt similare și o știe prea bine. Până la 18 ani, a fost ceea ce s-ar numi un „copil-vedetă“, făcând parte din trupe de teatru și apărând în serialul „Familia mea și alte animale“ și în filmul „Făt-Frumos cu moț în frunte“. A renunțat la ideea de a studia actoria, descurajată atât de perspectiva unei lumi pline de compromisuri, cât și de cuvintele mentorului său, Mircea Albulescu. „Mi-a spus <<Fată dragă, tu ai talent, iar dacă destinul tău e să faci actorie, fii sigură că vei face, cu facultate sau nu>>“. Acum, cuvintele lui se dovedesc a fi profetice, pentru că ultimul an a readus-o pe Ana în fața unui public și mai pretențios decât cel adult, nu doar prin prisma orelor de ecologie, ci și prin poveștile nemuritoare pe care le reinterpretează și apoi le citește, pe voci, pentru CD-urile care însoțesc cărțile de colorat Mac-Mac.

Totuși, între sfatul lui Albulescu și momentul nașcocii lui Super-Mac, cariera Anei a avut prea puțin de-a face cu actoria. A lucrat ca director de vânzări și Marketing, apoi ca brand-manager, iar „Mac-Mac“



Agnes Keszeg

FOTO MIHA PLĂȚĂ, ARHIVA PERSONALĂ

După terminarea ilustrațiilor pentru „Cartea Prințeselor,, Agnes s-a gândit să creeze și câteva „prințese,, adevărate, sub forma unor păpuși cu ten de porțelan și rochii de mătase.

a apărut în momentul în care și-a dat seama - cu adevărat, nu ca în frazele-stas care apar în CV-uri - că are nevoie de „o nouă provocare“. A ales o editură verde, prima de la noi, pentru că trebuia să fie ceva în care să creadă din tot sufletul și care să genereze o schimbare palpabilă, oricât de mică. „Nu pot să salvez lumea, dar vreau să fac ceva care să știu 100% că ajută“. Mai exact să promoveze salvarea copacilor, plămânul planetei. „Poate că un adult nu are timp să se gândească la reciclat hârtia din casă“, explică ea, „dar când vine copilul tău și îți spune cu toată convingerea că moare planeta dacă nu salvăm copăceii, altfel stau lucrurile“. Zâmbește. Sunt doar 20 de copii odată, la fiecare oră de ecologie, dar fiecare dintre ei reprezintă o victorie.

Fiecare copil convins poate ajunge să genereze acea revoluție de idei și entuziasm pe care am văzut-o în dimineața de la grădiniță pentru că, adesea, lucrurile mari se fac din multe, infinit de multe lucruri mărunte. Cărțile sunt imprimate pe hârtie reciclată albă 120, care o costă cu 30% mai mult decât cea normală, dar și-a asumat de la bun început



Unul dintre visele lui Agnes Keszeg îl reprezintă ilustrarea unor povești clasice, precum „Alice în Țara Minunilor”, sau „Scufița Roșie”. În paralel, și-ar dori să creeze, într-o zi, propriul său dicționar de modă ilustrat.

că petrecea mai mult timp desenând personaje și primind comenzi pentru cărți decât visând la haine și accesorii. „Când mi-am dat demisia, aveam deja suficiente lucrări la activ cât să mă întrețin doar din desen”, povestește ea. De atunci, adică de cinci ani, lucrează ca freelancer, semnând ilustrațiile pentru trei sau patru cărți pe an. Mai mult n-ar putea accepta, fiindcă fiecare volum implică cel puțin trei luni de muncă (cel mai mare, cu 80 de ilustrații, i-a luat patru). Doar o ilustrație complexă poate înghiți 20 de ore de lucru efectiv, fără a socoti schițele preliminare: „Prin ilustrații pot completa povestea așa cum simt eu, cu multe detalii care nici nu apar în text”. Trăiește în continuare în România, dar nu din comenzile venite din România. În străinătate, o copertă poate ajunge la câteva sute de euro. O altă piață.

Chiar dacă nu a profesat în domeniul designului vestimentar, Agnes este creator de modă...în miniatură. În 2008, după terminarea desenelor la „Cartea prințeselor”, a primit o comandă de la o cititoare care își dorea câteva ilustrații mărite, cu care să decoreze camera fetițelor ei. „Amândouă aveau prințesele lor preferate din carte și m-am gândit că ar fi frumos să le dau și câte o prințesă adevărată, cu ten de porțelan și rochii de mătase”. Așa s-au născut Cindy, Priscilla sau Camille, păpușile de modă pe care le tot perfecționează de atunci încolo. A învățat să ia negative, să toarne în porțelan și, mai ales, să creeze combinația perfectă între coafura și alura păpușii și sacourile brodate din mărgelile sau blănurile confecționate chiar de ea din ață de cusut. Oriunde ar călători, Agnes are radarul pornit pentru orice fel de materiale: textile, pietre, mărgelile și fire speciale, iar asamblarea tuturor elementelor poate dura între două zile și două luni. „Sunt chiar norocoasă să am meseria asta”, îmi mărturisește ea, cu satisfacție de copil care și-a văzut visul din copilărie cu ochii. Grație internetului, un ilustrator bun este cel mai fericit cetățean al lumii: poate sta retras chiar și pe o insulă pustie, primind comenzi din 20 de locuri diferite. „Nimeni nu refuză să lucreze cu tine dacă ești chiar bun în meseria asta”, punctează ea. Trebuie doar să fii stăpân pe talentul tău. Și să-ți placă la nebunie să tocești creioanele.

acest lucru; în toamnă, pregătește un proiect pentru copii care are de-a face și cu teatrul, iar cercul pare să se strângă tot mai mult în jurul cuvintelor rostite, demult, de Albulescu. „Dacă asta ți-e destinul, fetițo, o să faci actorie”. Ana zâmbeste. Același zâmbet poznaș, cu care i-a dat gata pe copiii de dimineață. Deși ne cunoaștem de câteva ore, îmi dau seama că acesta este marele ei atu: știe să fie la fel de firească în relația cu adulții ca și în relația cu copiii cărora le povestește despre salvatorul copăceilor și pe care-i muștră pentru minciunile lor nevinovate, de mici Pinocchio. „Cred că Albulescu a avut dreptate”, rostește ea, încet. „Până la urmă destinul chiar te duce în locul pe care ți l-ai dorit dintotdeauna, doar că altfel decât te așteptai”.

FATA CARE TOCEȘTE CREIOANELE

Agnes Keszeg vine din Cluj, dar are domiciliul stabil în lumea poveștilor. Nu le scrie, ci le desenează, dând contur și culoare personajelor brodate de alții. Jobul ei este, probabil, cel pe care fiecare dintre noi și l-a dorit măcar o dată în viață, în timp ce urmărea desene animate și dădea paginile lucioase ale cărților de povești: să fie omul „cu creionul și planșeta”, care dă viață personajelor de poveste. Tot în anii copilăriei a auzit și Agnes de existența unui om numit Walt Disney, care consumase câteva mii de creioane colorate pentru a crea ilustrațiile unui singur desen animat. S-a înfiorat la gândul că, undeva în lumea asta, copiii care cresc mari nu trebuie să se facă neapărat doctori sau profesori, ci pot avea un serviciu fascinant de neverosimil, precum „tocitul creioanelor”. Chiar dacă nu și-a urmărit obsesiv visul, visul a urmărit-o cu stăruință pe ea, fiindcă - înscrisă la secția de creație vestimentară din cadrul Universității de Artă și Design din Cluj, pentru a deveni designer vestimentar - Agnes a ieșit ilustrator de modă. „Am devenit ilustrator în timpul liber, fără să-mi dau seama”, glumește ea acum. „Nu pentru asta mă pregăteam”. Cel puțin nu în mod conștient. În ultimul an de facultate a trimis câteva desene la o editură din Ungaria și, din joacă, a apărut primul său volum pentru copii, „Iată, minunile se țin lanț”, în 2006. A urmat masteratul, apoi un job într-o fabrică de confecții (de care își amintește ca de cea mai tristă și obositoare perioadă a vieții sale) și, încetul cu încetul, a observat



Alexandra Martoiu
(stânga) și Irina Enea

FOTO: SORIN STANA

COEFICIENTUL „COOL” LA COPII

Irina Enea și Alexandra Martoiu se cunosc din clasa I și, dacă pleci urechea la glumele lor, tipice oamenilor care se știu de-o viață, tot de atunci, adică de prin 1984, au demarat și primele activități „antreprenoriale”. Pe care le-au continuat la facultate - aceeași, firește - și, ulterior, la joburile găsite, în tandem, la aceeași companie farmaceutică. „Dacă nu ne-am despărțit până acum, clar nu ne mai despărțim niciodată”, râde Alexandra, iar Irina încuviințează, jucându-se cu cerceul (unul singur) pe care-l poartă și care o înfățișează pe Betty Boop, personajul de bandă desenată. Ambele sunt „dublu-mămici”, dar își împart și un copil virtual: magazinul online Buzztard.ro, pe care l-au creat după chipul și asemănarea lor, ca un loc pentru „pitaci cool”, cum îi place Alexandrei să spună.

Pe lângă brățările din pietre semiprețioase și celelalte bijuterii pe care le creează chiar ele pentru copii, cele două importă două branduri de haine de surf și snowboard pentru prichindei și lucrează cu o mulțime de furnizori locali, la fel de „cool” ca și conceptul magazinului: „DeMână”, un atelier din Brașov care face figurine din lemn sub formă de puzzle-uri 3D, Karakiri (caracatițele pufoase care pot fi „jucărie, pernă, prieten”), stickerele

Înzăpezirea Bucureștiului, iarna aceasta, a fost un atu pentru magazinul Buzztard, părinții găsiind mult mai comodă varianta comenzilor plasate pe internet.

Stickpartout sau pantofii și portofelele pentru copii (spre responsabilizarea acestora) semnate de o mai veche prietenă, Mihaela Glăvan. Înainte de Buzztard, cele două organizau evenimente și prezentări de modă pentru Mihaela, pentru alți designeri români precum Irina Marinescu, Kristina Dragomir sau Dorin Negrău, dar și pentru corporații multinaționale. Criza le-a mai tulburat businessul, dar le-a ascuțit și spiritul antreprenorial, pentru că Buzztard (care a luat naștere acum un an și jumătate) a trecut deja de perioada critică a începutului. Așa cum și ele au trecut de „vârsta inocenței” în business. „La primul târg la care am participat, nu am dormit toată noaptea făcând brățări”, își amintește Irina, râzând. „Aveam aproape 200 și tot ni se păreau prea puține, ne și imaginam clienții dând năvală”. Între timp, și-au redimensionat așteptările pentru piața de la noi (încă destul de conservatoare), dar și-au creat și o clientelă fidelă. Primesc în jur de trei comenzi pe zi, iar părinții au început să-i caute pe la târgurile de profil. „La târguri targetul e până în cinci ani, iar noi avem produse care merg până la adolescență”, explică Irina. Expunerea, însă, reprezintă un avantaj incontestabil, mai ales pentru un brand aflat la început de drum. Și, dacă mai toți comercianții s-au plâns de lipsa de clienți din lunile de iarnă, înzăpezirea Bucureștiului a fost un atu pentru Buzztard, părinții găsiind, brusc, mult mai comodă varianta comenzilor plasate pe internet. „Ianuarie a fost o lună fenomenală”, își amintește Alexandra. „Și ritmul s-a păstrat de atunci încolo”, o completează și Irina. De fapt, o conversație cu cele două este mai curând un meci de ping-pong în care te simți prins la mijlocul terenului. Își termină reciproc propozițiile și au o complicitate pe care doar 28 de ani de prietenie o pot forja. Chiar și în atelierul lor din centrul Bucureștiului, cu aparate „remote” care le spun când se trezesc bebelușii aflați la câteva încăperi distanță și cu o mie de lucruri de rezolvat în acest „two-women-show”, Irina și Alexandra rămân, în esență, aceleași colege de bancă din clasa I.

De la stânga:
Carmen Coșa,
Gabriela
Alexandrescu și
Anca Mulțescu



FOTO: LUCIAN MUNTEAN

DESIGN ROMÂNESC ȘI ARHITECTURĂ

Pe o străduță liniștită din București, magazinul Gabrielei Alexandrescu poate fi considerat un mic elogiu adus comerțului stradal. Altfel spus, este tot ceea ce erau, probabil, micile magazine specializate de pe vremuri, ucise demult de forfota cu iluzie de eficiență a marilor centre comerciale. Deschis în luna octombrie a anului trecut, cu o investiție de 80.000 de euro, „Pink & Blue” a prins, la scurt timp după deschidere, cea mai îngrată perioadă pentru magazinele stradale: „Marea înzăpezire” când, după cum însăși proprietara recunoaște, abia dacă trecea vreun client pragul magazinului. Chiar și așa, iarna nu a răpus ideea de la care a pornit totul: pe lângă brandurile de lux importate de afară, Gabriela (care lucrează în publicitate și a început „Pink&Blue” ca un proiect în perioada concediului de maternitate) și-a dorit un concept-store pentru copii în care să se regăsească o ofertă bogată de creatori români. Pe unii i-a convins chiar ea (ca de exemplu pe Wilhelmina Arz, care mai avusese o tentativă în trecut), iar pe alții doar i-a descoperit (ca pe Marcella Home din Brașov, care realizează îmbrăcăminte cu broderii inspirate de steme transilvănene). Ca

Designerii români au priză la prichindei: prima colecție Rhea Costa s-a vândut în proporție de 90%, iar creațiile semnate Carla Szabo, Wilhelmina Arz sau Malvensky merg foarte bine.

dovadă că designerii români au priză chiar și la prichindei, prima colecție semnată de Rhea Costa s-a vândut în proporție de 90%, iar accesoriile semnate de Carla Szabo și Malvensky merg, de asemenea, foarte bine, ca și hainele pentru botez de la Petite Coco, un brand din București. Profilul cumpărătorului român este, însă, destul de clar. „Există părinți care vin, se uită la designerii români, dar nu-i interesează decât mărcile de lux din afară”, explică Gabriela. Unii țin chiar și la coerența stilistică a ținutei: dacă pantalonii sunt Gianfranco Ferré, cămașa trebuie să fie neapărat de la același brand. Dincolo de mărci, însă, Gabriela

și-ar dori să șlefuiască măcar un pic gusturile părinților și ale celor mici deopotrivă, pentru că apetitul pentru frumos se educă tot din copilărie, la fel ca setul nostru primar de concepții despre viață și lume. Pentru acesta din urmă, și-a propus să transforme magazinul, din când în când, și într-o destinație de culturalizare pentru cei mici și nu numai. Primul proiect, realizat alături de arhitectele Anca Mulțescu și Carmen Coșa, constă într-o serie de cursuri de arhitectură pentru copii, care să le modeleze percepțiile asupra lumii înconjurătoare. Folosind o metodologie americană, cele trei au conceput zece module în care, pe lângă cunoștințele interactive despre tipurile de locuințe, materialele sintetice și naturale sau atelierele de construit igluuri sau corturi americane din plastilină, copii învață, mai presus de orice, să observe lumea cu mai multă atenție și răbdare decât adulții din jurul lor. Să nu treacă pe pilot automat pe lângă clădirile Bucureștiului și, dacă ridică ochii către un bloc, o casă brâncovenească sau o cafenea interbelică să știe de ce arată într-un anumit fel și care este logica după care a fost concepută fiecare. Proiectul

Dintre personajele ieșite până acum din atelierul său, preferatul Alinei este Mutulică din „Albă-ca-Zăpada„: frac de catifea, cămășuță tip ie și o tichie lungă până-n pământ...

nu este ambițios doar pentru copii. Conform sistemului american, părinții au de realizat teme și proiecte alături de copii, un capitol la care cele trei au ceva emoții. „Sunt multe lucruri pe care părinții de la noi le percep altfel“, crede Anca. „Dar sperăm să existe, totuși, implicare din partea lor“.

DOVLECEL ...DIN GENERAȚIE ÎN GENERAȚIE

Dacă Ana-Maria Sterian scrie și citește povești, iar Agnes Keszeg le desenează, Alina Rădulescu de la Pumpkin le dă viață în format 3D. Creează costume elaborate pentru serbări, de la iepurași cu pălărie de morcovi în cap și până la „Mutulică“ din Albă-ca-Zăpada, cu frac de catifea, cămășuță tip ie și tichie lungă până-n pământ. Pentru că nu poate și nu vrea să concureze cu creațiile din plastic, „made-in-China“ care reprezintă eroi ai filmelor Disney, Alina se rezumă la a recrea din mătase, bumbac sau lână personaje neaoșe din basmele românești, precum și eroi „clasici“: dinozauri, gărgărițe, iepurași sau...dovlecei. Și, pentru ca basmul să fie basm, totul a început cu... un măgăruș, mai exact un personaj din „Muzicanții din Bremen“. La acea vreme, Alina renunțase la job și tocmai își deschisese propriul atelier de creații vestimentare pentru promoții. Un cuplu de prieteni, părinții micului „muzicant din Bremen“, a rugat-o atunci să-i ajute cu un costum pentru serbare. Pentru că nu avea experiență în domeniul creației pentru copii, dar promisiunea era deja făcută, Alina a ales varianta (aparent) simplă: o comandă de pe internet. Primirea coletului a fost, însă, o mare dezamăgire: măgărușul găsit cu greu nu arăta ca pe site, era confecționat din materiale sintetice și, stupoare, era creat pentru copii „între 3 și 5 ani“. S-a apucat să-l modifice împreună cu echipa ei (formată din patru persoane), iar întreg procesul de creație i-a zgândărit creativitatea: „Mi-am zis că, după asta, zău dacă nu mă apuc să fac și eu costume!“. Așa au apărut gărgărițele cu antene, dinozaurii cu cozi multicolore, ținutele populare reinterpretate, Crăciunițele și celelalte zeci de costume



Alina Rădulescu

FOTO: LASZLO RADULY

așezate atent pe umerășele din atelierul său, o casă veche în care a copilărit cândva actrița Marga Barbu. Totul se face la comandă, în trei zile, în funcție de fantezia fiecărui copil în parte și, chiar dacă din schițele ei au ieșit până acum o mulțime de personaje de poveste, Alina nu se consideră designer, ci doar un antreprenor care face ceea ce-i este drag. Poate cel mai drag i-ar fi să știe că toate costumașele care ies din atelierul ei vor fi păstrate pe mai departe de de copiii de astăzi, putând fi transmise și următoarei generații. „Știu că nu se mai fac lucruri durabile în ziua de azi, că purtăm o dată și apoi aruncăm“, recunoaște ea. „Dar cred că un lucru frumos, făcut cu suflet, care transpune copilul într-o poveste, o să rămână ceva demn de păstrat pentru mai departe“. Îmi vine să zâmbesc pentru că, printr-o coincidență amuzantă, celebra bloggeriță franțuzoaică Alix Bancourt realizase, cu doar câteva zile înainte de interviul meu cu Alina, un pictorial special, dedicat costumului de „Scufița Roșie“ pe care i-l confecționase mama sa în copilărie. Și pe care, sfidând lipsa de atașament față de obiecte a oamenilor zilelor noastre, îl păstrase cu sfințenie, cu tot cu coșulețul din nuiiele aferent, de-acum potrivit pentru garderoba unei păpuși. Pentru Alina, dar și pentru noi toți, e un semn bun că nostalgia copilăriei a redevenit „cool“. Ori, mai bine zis, că noi, oamenii mari, ne-am încumetat să-i oferim din nou locul pe care-l merită. Ca un costum minuscul, purtat cândva la o serbare și conservat cu grijă pe cel mai înalt raft al dulapului memoriei noastre. Suficient de ascuns cât să nu-l zărim de fiecare dată când deschidem ușa, dar totuși îndeajuns de aproape pentru ca, ridicându-ne pe vârfuri și întinzând mâna, să-l găsim așteptându-ne cuminte, la locul lui dintotdeauna. ■