

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DIRETORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM *DESIGN* DE INTERIORES

NAYARA FERREIRA BORGES

**INFLUÊNCIA DO *DO-IT-YOURSELF* NORTE-AMERICANO NOS
BLOGS DE DECORAÇÃO BRASILEIROS**

MONOGRAFIA DE ESPECIALIZAÇÃO

CURITIBA

2016

NAYARA FERREIRA BORGES

**INFLUÊNCIA DO *DO-IT-YOURSELF* NORTE-AMERICANO NOS
BLOGS DE DECORAÇÃO BRASILEIROS**

Monografia apresentada para obtenção do título de Especialista em *Design* de Interiores, Departamento Acadêmico de Desenho Industrial, Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

Orientadora: Prof^a Msc. Lindsay Jemima Cresto

CURITIBA

2016

NAYARA FERREIRA BORGES

INFLUÊNCIA DO *DO-IT-YOURSELF* NORTE-AMERICANO NOS *BLOGS* DE
DECORAÇÃO BRASILEIROS

Esta Monografia foi julgada adequada para a obtenção do título de Especialista em
Design de Interiores e aprovada em sua forma final pelo Curso de PÓS-
GRADUAÇÃO “*Lato Sensu*” em *Design* de Interiores da Universidade Tecnológica
Federal do Paraná.

Prof.^a Msc. Lindsay Jemima Cresto
UTFPR – Câmpus Curitiba
Orientadora e Membro da Banca

Prof.^a Dr.^a Marta Karina Leite
UTFPR – Câmpus Curitiba
Membro da Banca

Prof.^a Dr.^a Laize Márcia Porto Alegre
UTFPR – Câmpus Curitiba
Membro da Banca

Prof.^a Dr.^a Suzete Nancy Filipak Mengatto
UTFPR – Câmpus Curitiba
Coordenadora

CURITIBA

2016

RESUMO

BORGES, Nayara Ferreira. Influência do *do-it-yourself* Norte-Americano nos *Blogs* de Decoração Brasileiros. 2016. 18 f. Monografia (Especialização em Design de Interiores) – Programa de Pós-Graduação, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2016.

Pesquisa destinada à investigação da origem, contextualização de influências e características do *Do-It-Yourself*, especialmente no cenário brasileiro. Nesse trabalho a averiguação do design sob a ótica do faça-você-mesmo, demonstra um universo de causa e efeito, resultante de um cenário político, econômico e social desfavorável, que desencadeou um novo comportamento das pessoas, para atender a nova realidade de boa parcela da sociedade, impossibilitada de gastar com mão-de-obra profissional. No Brasil o comportamento se acentua pela histórica influência exercida pelos Estados Unidos da América em países em desenvolvimento e subdesenvolvidos.

Palavras-chave: Faça-você-mesmo, estilo de vida, influência, design.

ABSTRACT

BORGES, Nayara Ferreira. The Influence of the *do-it-yourself* North-American on the Brazilian Decorations Blogs. 2016. 18 f. Monografia (Especialização em Design de Interiores) – Programa de Pós-Graduação, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2016.

Research designed to the investigation of the origin, contextualizing influences and features of Do-It-Yourself, especially in the Brazilian scene. At this work, the inquiry of the design from optical do-it-yourself shows an universe of cause and effect, resulting from a bad political scenario, economic and social, that triggered a new behavior of people to meet the new reality of most part of society, unable to pay for a professional worker. In Brazil, the behavior is accentuated by the historical influence exercised by the United States at ascending and undeveloped countries.

Keywords: Do-It-Yourself, life-style, influence, design.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1. ELEMENTOS TRADICIONAIS DA ARQUITETURA REPRESENTADOS DE FORMA MODERNA	14
FIGURA 2. ESTLOS DECORATIVOS DIFERENTES EM ALGUMAS REGIÕES	15

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	8
3. RESULTADOS.....	11
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	16
REFERÊNCIAS.....	17

1. INTRODUÇÃO

Muito difundido em países como Inglaterra e EUA, a cultura do *Do-It-Yourself* (*DIY*, traduzido como Faça-Você-Mesmo) se refere à prática de fabricar, reparar e modificar algo por conta, sem que seja necessária a compra ou contratação de um trabalho profissional, envolvendo o próprio usuário no processo de montagem final do produto.

Conceito empregado em várias partes do mundo é muito divulgado através de *blogs*, *sites* e revistas relacionados à decoração e *life-style*. Observa-se, entretanto, que apesar de ser uma prática existente no Brasil, um país em que mais de 66% da população tem renda inferior a três salários mínimos (DATAFOLHA, 2013), ainda é pouco utilizada culturalmente, mesmo sendo uma prática com forte apelo econômico, social e ambiental.

Ao analisar as matérias e *posts* produzidos, percebe-se uma grande influência norte-americana, que pode ser notada pela utilização de imagens como referências, adaptação e captação de estilos e culturas típicas locais.

Esta pesquisa se restringe à pesquisa do universo *DIY* nos EUA, seus fatores de sucesso e o porquê da influência nos *blogs* brasileiros. Neste aspecto é necessário compreender o conceito, origem e características do *do-it-yourself*; contextualizá-lo no espaço-tempo em que o país vivia, entender o porquê de sua popularidade, e a partir desta seleção, verificar como essa cultura é aceita e empregada no Brasil.

Com esta investigação pretende-se responder à questão: como a cultura *Do-It-Yourself* norte-americano pode influenciar e contribuir para a cena do design e decoração nacional?

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

“O *DIY* é uma prática tão antiga quanto a capacidade do ser humano de transformar seu entorno natural e adaptá-lo às suas necessidades” (CABEZA;MOURA, 2014)

O *DIY* possibilita diversas utilizações, uma vez que seu conceito sugere a prática de fabricação, modificação e reparo de algum produto ou serviço, por conta própria, sem auxílio de especialistas ou profissionais. Para Campbell (2005 apud WATSON, SHOVE 2008, tradução nossa), esse tipo de atividade implica na aplicação de habilidades, conhecimento, julgamento e paixão, sendo realizado e projetado pela própria pessoa. Dessa maneira, o *DIY* permite que o consumidor participe da construção e personalização do seu produto, tornando-o mais pessoal, criando apelo sentimental e, conseqüentemente, valorizando-o.

Ao ver a definição acima sobre o *do-it-yourself*, percebem-se algumas semelhanças com o movimento *Arts and Crafts*, iniciado na Inglaterra durante a segunda metade do século XIX, o qual defendia que as pessoas deveriam fazer de forma artesanal seus produtos, obtendo qualidade com peças melhor acabadas, diferente do processo industrial em massa promovido pela Revolução Industrial (GOUVEIA, 2014). Ambos os movimentos formam uma contracultura ao modelo de fabricação utilizado e ao alto consumo, estimulando o exercício da criatividade, a busca por soluções e produtos únicos e exclusivos. Uma diferença marcante entre esses movimentos, é que para o *Arts and Crafts* é necessário conhecimento aprofundado para a execução dos projetos, enquanto para o *DIY* a pessoa precisa apenas ter ou obter conhecimentos básicos suficientes.

Segundo Paiva (2006) o faça-você-mesmo também pode ser concebido como princípio ou ética, questionando o suposto monopólio de técnicas utilizadas pelos especialistas e estimulando a capacidade de pessoas não especializadas, à aprenderem realizar coisas além do que tradicionalmente se julgam capazes. Esta atividade também pode ser praticada como um estilo de vida, em que pessoas começam a suprir suas necessidades produzindo tudo que necessitam, como roupas, alimentos, decoração, bebidas, mobiliário, tecnologias, entre outros.

McKay (1998) aborda que a prática desse estilo de vida envolve fatores culturais, econômicos e mudanças pessoais na forma de agir e pensar e pode tornar a atividade uma alternativa para reduzir gastos com mão-de-obra e como uma forma

de redução do impacto ambiental, logo que, em alguns casos haverá a reciclagem e reutilização de produtos e objetos.

Watson e Shove (2008) sugerem que a busca dessa prática pode surgir através da influência de mídias e amigos, como forma de trabalho, busca de auto expressão (arte), busca por melhorias, motivos econômicos, culturais, procura por qualidade, exclusividade, necessidades mercadológicas, exigências da vida cotidiana ou simplesmente como *hobby*. Esta manifestação pode ser empregada em diversas áreas como:

- Decoração – através de tutoriais para construção de objetos, móveis, reformas, etc.
- Moda – pela confecção e customização de roupas e acessórios
- Tecnologia - com o Movimento *Maker*, considerado uma extensão tecnológica da cultura *DIY*, focada na robótica, eletrônica, softwares livres e *crowdfunding* (COHEN, 2014).
- Gastronomia
- Fotografia
- Saúde, entre outros.

A presente pesquisa constatou escassez no volume de publicações sobre o *faça-você-mesmo*, tanto na literatura estrangeira, quanto nacional, resultando em duas hipóteses sobre sua origem: a primeira, sugerindo que o *DIY* seja resultado do período pós-guerra e, a segunda, atribuindo seu surgimento ao movimento *punk*.

O Pós Segunda Guerra Mundial (início em 1955), alterou as configurações do mundo, impondo mudanças em vários campos, entre esses e a reconstrução econômica e social dos países afetados. Durante os anos de guerra, a indústria voltou sua produção para materiais bélicos e deixou de produzir bens essenciais (AZZI, 2012). Esse fator, junto com a falta de recursos naturais e materiais, resultaram na necessidade de descobrir novas formas de produzir bens de consumo para a sobrevivência da sociedade, desde roupas aos utensílios domésticos. Para o mesmo autor, soma-se a esses fatores o encarecimento da mão de obra, tendo como consequência a orientação das autoridades americanas e inglesas às mulheres para aproveitarem o material disponível em casa, transformando cortinas

em vestidos, lenços em bolsas, madeira em sapatos, entre outros. Surgem, assim, os primeiros materiais de instruções para confecção de objetos.

O primeiro exemplo desses manuais de instrução surgiu em 1945, no espaço territorial de administração militar soviética, com o lançamento de uma publicação periódica que ensinava como produzir equipamentos que estavam em falta, fazendo uso de materiais existentes em excesso (NUNES, 2010). Na revista periódica *Guter Rat für Haus und Kleid* (Bons Conselhos para a Casa e Vestuário) eram publicados moldes para a fabricação de roupas para criança a partir de uniformes militares, ou manuais de como montar um *Kit* de Cozinha com os despojos de guerra.

Outra hipótese sobre o surgimento do *DIY*, mais comumente utilizada, refere-se ao movimento *punk rock* dos anos 70, que surgiu na Inglaterra e Estados Unidos em um período marcado por conflitos e propostas de mudanças sociais, culturais e políticas (NUNES, 2010). Era composto por jovens com pouco poder econômico, que buscavam criticar o sistema político e econômico, a desigualdade e o constante apelo ao consumo (CRESTO - notas de aula, UTFPR 2015). O movimento era associado ao anarquismo, anti-consumismo, anti-capitalismo e, devido às ideias desse último, os integrantes baseavam sua conduta no conceito *do-it-yourself*, tornando-se responsáveis pelo que consumiam, influenciando as esferas da música, moda, arte, produtos e comportamento em geral (NUNES, 2010).

Exemplos relacionados e que retratam este comportamento são: a música ouvida pelos *punks* era feita por eles mesmos, possuindo poucos acordes e abordando na sua maioria ideias políticas; o cabelo era cortado pelos próprios indivíduos; faziam também suas próprias roupas, acessório e objetos, customizando-as e trazendo identidade para as peças, produzindo um visual agressivo e chocante, fugindo dos padrões de referências (NUNES, 2010). Outro importante exemplo dessa produção foram os *fanzines* (junção da palavra *fã* + *magazines*), que eram revistas construídas de forma simples e rudimentar, através de colagens de jornais, fotografias e imagens, com recortes de palavras montados e organizados manualmente, que geralmente eram fotocopiados para venda ou distribuição (CRESTO - notas de aula, UTFPR 2015). Assim reforçava-se a ideia de autenticidade e autonomia do movimento.

3. RESULTADOS

Pode-se identificar manifestações da prática *DIY* nos EUA, através do *skiffle*, estilo musical cujo surgimento é atribuído às comunidades Afro-Americanas que migraram do sul em direção às cidades industriais do norte dos EUA, nas décadas de 20 e 30 (NUNES, 2010). Como forma de divertimento, realizavam as conhecidas *Rent Party* (festas de aluguel), que aconteciam em bairros industriais pobres, frequentadas e realizadas por trabalhadores. Esses, como não tinham condições de aquisição de instrumentos, criavam-nos, utilizando objetos e utensílios domésticos como tábuas de lavar roupa, garrafões de água (feitos de cerâmica), serrotes, vassoura, etc. (NUNES, 2010).

O país apresentava, nesse momento, notável prosperidade econômica, decorrentes das políticas comerciais adotadas, grande força militar e da “vitória” na Primeira Guerra Mundial, que, refletiu no chamado *american way of life* (estilo americano de vida), que propagava o princípio da “procura da felicidade”, pregado à sociedade como uma contínua busca por melhor qualidade de vida, através de práticas da alta taxa de consumo (MENDES, 2008).

Entretanto, esse momento foi brevemente interrompido pelo *Crash* da Bolsa de Nova York (1929) e início da Grande Depressão. Alves *et al.*(2011) afirma que “este período de recessão econômica causou altas taxas de desemprego, quedas drásticas do produto interno bruto, na produção industrial, preços de ações, e em praticamente todo medidor de atividade econômica, em muitos países no mundo”, potencializando e fortalecendo as práticas *DIY* em seus diversos campos como forma de sobrevivência. Após a recuperação do país e mais uma vitória, decorrente da Segunda Guerra Mundial, o país confirmou sua posição como superpotência economia mundial e, juntamente com o cinema, televisão, música, mídias e empresas passou a influenciar as culturais em outros países do mundo, iniciando a chamada “americanização”.

No Brasil é difícil mensurar ao certo o início do movimento faça-você-mesmo, devido à falta de estudos e pesquisas, mas sabe-se que as primeiras revistas contendo tutoriais de costuras e artesanatos tinham as donas de casa como público alvo, em uma época que as mulheres ficavam em casa, realizavam afazeres

domésticos, como costura, bordado e decoração, com pouco acesso aos produtos (POLITORNO, 2014).

Dangelo (2007) afirma que em países desenvolvidos a cultura do *it yourself* é largamente difundida em classes sociais mais abastadas e praticada por homens e mulheres de diferentes idades, sendo que sua participação pode ser vista como forma de resistência à alienação da sociedade contemporânea. Segundo o diretor da Global Industrial Design (NUNES, 2010), há 4 tipos de categorias de consumidores: “entusiastas confiáveis”, que combinam experiência e conhecimento com contínuo entusiasmo; “práticos”, que possuem experiência e conhecimento, mas realizam atividades apenas quando necessário; “novatos”, não possuem experiência e confiança, mas querem alcançar o resultado esperado; “*hobbyist*”, podem não ter muita experiência, mas visam obtenção do resultado pela experiência.

Conforme visto até aqui e reforçado por Cabeza e Moura (2014), identificam-se motivações para praticar o *DIY*: poupar dinheiro, personalizar os artefatos, atender às necessidades e interesses específicos dos usuários, ganhar independência frente ao Estado, aos sistemas produtivos, políticos, econômicos e culturais, promover a cultura aberta ou livre; questionar o monopólio do conhecimento, técnicas e tecnologias por parte de instituições, especialistas e *experts*; estimular as pessoas não especializadas a aprenderem a realizar coisas, ou simplesmente o prazer de desenvolver uma ideia. Mas, principalmente, segundo Atkinson (2006 apud Watson, Shove), o *DIY*, no contexto contemporâneo, atua como agente democratizador.

A recente popularização do *DIY* tem relação com a “contracultura de massa, mídia de espetáculo e a disseminação do consumo tecnológico” (MCKAY, 1998), por mais que seja necessário admitir que haja uma controvérsia em relação ao tecnológico, logo que esse é um dos meios de comunicação e organização da cultura.

Segundo pesquisa realizada pela Comscore (2014), o tempo gasto com internet pelos brasileiros é de 29,7h por mês, no qual homens e mulheres de 15 à 34 são os que ficam mais tempo, tendo como principal foco as mídias sociais. Em relação aos *blogs*, o Brasil é o quarto país com 4,19% do total, enquanto os Estados Unidos é o líder isolado com 29,22% do número de *blogs* (pesquisa realizada pela Sysomos, 2010). Apesar de não se conseguir mensurar o número de *blogs*

relacionados aos *DIY* existentes, sabe-se que a quantidade de *page views* (visualização de páginas) do *site* mais visualizado é de 6,4 milhões por mês (dados de 2015), ainda segundo análise feita através do site *Similarweb*, que contabiliza os *page views*, constatou-se que dos *blogs* e *sites* relacionados a *DIY* e decoração mais vistos no Brasil, 60% são americanos e apenas 8% são nacionais (dados de 2015).

Fazendo um comparativo sobre os assuntos mais recorrentes e abordados, foi traçado um paralelo comparativo sobre os principais temas abordados, analisando 8 *blogs* americanos (*Apartment Therapy, Decor8, Centsational Girl, Desire to Inspire, Design Sponge, A Beautiful Mess, Vintage Revival* e *Young House Love*) e 8 *blogs* brasileiros (*A casa que minha avó queria, Casa de colorir, Homens da casa, Decor viva, Decoração, Mania de decoração, Um lar para amar* e *Atelier casa de Maria*).

Ao analisar os *blogs* americanos (imagem 01), nota-se elementos tradicionais da arquitetura representados de forma mais moderna, destacando as casas de diferentes alturas e níveis; grandes janelas possibilitando entrada de luz natural; utilização de iluminação pontual, com forte inspiração industrial e *scandinava*; móveis contemporâneos, com toques rústicos, linhas retas e modernas; cores neutras e terrosas com pontos de foco para tons mais vibrantes; grande volume de padronagens geométricas em tecidos, móveis e paredes; compondo ambientes de forma *Hi-Lo*, com peças e objetos de maior e menor valor, agregando importância e individualidade. Os materiais são empregados de diversas formas, ao natural, laqueados ou com texturas, havendo um grande leque de opções e variedades, tendo como material de destaque a madeira, utilizada em pisos, móveis e vigas; os estilos de decoração variam entre o moderno, cosmopolita, industrial, country e casual; a valorização da natureza é notada através de vasos e jardins dentro e ao redor das casas; há também uma grande valorização da cultura local, feita de matérias relacionadas aos feriados, como *Halloween* e *Thanksgiving*.



Figura 1. Elementos Tradicionais da Arquitetura Representados de Forma Moderna
 Fonte: Pinterest,

Devido à grande extensão territorial do Brasil, podemos perceber (Figura 2) estilos decorativos diferentes em cada região do país, mas ao pensar em decoração brasileira no geral, podemos destacar características comumente utilizadas, como produtos artesanais, plantas tropicais, cores fortes, móveis em madeira, palha, juta e tecidos coloridos e vibrantes. Entretanto, o que se encontra nos blogs difere dessas referências acima citadas, sendo apresentado nas matérias decorações na sua maioria *clean* e sofisticadas, poucos objetos e referências nacionais e com muita apropriação de imagens de decorações estrangeiras, valorizando e estimulando esses estilos.



Figura 2. Estilos Decorativos Diferentes em Algumas Regiões
Fonte: Pinterest

A recente troca das salas de jantar pelas cozinhas americanas integradas, produzidas nos novos empreendimentos brasileiros, junto com os dados apresentados, a apropriação de imagens de referência dos blogs, utilização dos mesmos tutoriais de construção de objetos e produtos, são exemplos que possibilitam a confirmação da forte e constante influência norte americana no que tange a decoração brasileira, como também a própria cultura do *DIY*. Com a facilidade de acesso à internet, é cada vez maior o número de pessoas que procuram imagens de referências para se inspirar na hora de decorar a casa, por exemplo. Percebeu-se então, que essa cultura contribui para tornar o design mais acessível às pessoas, principalmente as que não possuem conhecimentos específicos do assunto; a produzir produtos com baixo impacto ambiental; com valor sentimental agregado e melhorar a qualidade de vida das pessoas.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho apresentado demonstrou que um conjunto de fatores contribuiu significativamente para o surgimento e expansão do movimento *Do-It-Yourself* no Brasil, destacando-se a necessidade econômica, o que exigiu criatividade e despreendimento do conceito de trabalho serviçal praticado por terceiros, a clara influência norte-americana no cenário nacional, e por que não mundial, empregada ao longo das décadas do século XX, além das características do ser humano, que preza naturalmente pelo trabalho personalizado, com características individuais, gerando valor para aquele que cria e usufrui.

Ressalta-se a necessidade de ampliação de pesquisas destinadas ao tema *Do-It-Yourself*, que atualmente ganha notoriedade com a recente “*Revolução Maker*”, mas ainda se mostra pouco explorada no estudo do design. Uma grande oportunidade se abre para uma nova visão sobre o conceito de design, que pressupõe a resolução de soluções a partir de problemas estabelecidos pelo macroambiente, conforme citado ao longo do estudo até aqui. Embora o mundo contemporâneo nos ensine lições diárias, com mudanças intempestivas, aprender com os contextos de décadas passadas, permitirão uma visão estendida sobre a melhor forma de enfrentar crises, a exemplo do que notamos com o faça-você-mesmo. Se antes era uma exigência às classes mesmo abastadas, para que poupassem seu orçamento, hoje há uma notória mudança de paradigma sobre a criação e produção de bens para uso próprio.

O estudo em nenhum momento teve a prepotência de cravar verdades absolutas, mas objetivou instigar uma discussão sobre como a lógica de influência, poder e características ambientais exigem novos comportamentos, novos pensamentos e reinvenções do ser humano.

REFERÊNCIAS

WATSON, Matt; SHOVE, Elizabeth. **Doing it yourself? Products, competence and meaning in the practices of DIY.** Disponível em: < <http://www.lancaster.ac.uk/fass/projects/dnc/papers/DIY.pdf>> Acesso em: 23 de ago. 2015.

WATSON, Matt; SHOVE, Elizabeth. **Products, competence, project and practice.** Disponível em: < <https://sociologiaconsumului.files.wordpress.com/2012/11/2012-product-competence-project-and-practice-diy-and-the-dynamics-of-craft.pdf>> Acesso em: 23 de ago. 2015.

GOUVEIA, José. **Teoria do Design – A Revolução Industrial.** Disponível em: < <https://prezi.com/zomzvfoxm5wi/m2-teoria-do-design-a-revolucao-industrial/>> Acesso em: 25 de ago. 2015.

NUNES, Rui. **Uma nova estratégia de design de produto virada para o faça você mesmo.** Disponível em: <<https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/3302/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20-%20Novas%20estrat%C3%A9gias%20de%20design%20viradas%20para%20o%20fa%C3%A7a%20voc%C3%AA%20mesmo.pdf>> Acesso em: 27 de ago. 2015.

PAIVA, Carlos. **Desenvolvimento de um projetor de vídeo artesanal, de baixo custo, para o uso educacional.** Disponível em: < http://sites.poli.usp.br/d/pme2600/2006/Trabalhos%20finais/TCC_052_2006.pdf> Acesso em: 02 de set. 2015.

MCKAY, George. **A volta da cultura do “faça você mesmo”.** Disponível em: <<http://super.abril.com.br/cultura/a-volta-da-cultura-do-faca-voce-mesmo-conteudo-extra>>. Acesso em: 25 de ago. 2015.

COHEN, Suzana. **De volta a bricolagem (hightech).** Disponível em: <<http://www.ubertrends.com.br/tag/crowdfunding/>>. Acesso em: 15 de set. 2015.

AZZI, Christiane. **DIY: a origem cultural do “faça você mesmo”.** Disponível em: < <http://modamodamoda.com.br/diy-a-origem-cultural-do-faca-voce-mesmo/>> Acesso em: 25 de ago. 2015.

NUNES, Máira; VAZ, Otacílio. **DIY: A cultura underground do “faça você mesmo” na sociedade em rede.** Disponível em: <http://www.congressodorock.com.br/evento/anais/2015/artigos/6/artigo_simposio_6_1011_mairanunes@gmail.com.pdf> Acesso em: 01 de set. 2015.

MENDES, Jeferson. **Os Estados Unidos durante a década de 1920.** Disponível em: <<http://www.webartigos.com/artigos/os-estados-unidos-durante-a-decada-de-1920/7529/>>. Acesso em: 08 de set. 2015.

POLITORNO. **Origem do faça-você-mesmo.** Disponível em: <<http://politorno.com.br/blog/origem-faca-voce-mesmo/>>. Acesso em: 25 de ago. 2015.

ALVES, et al. **A grande Depressão.** Disponível em: <http://www.novosolhos.com.br/download.php?extensao=pdf&original=A%20GRANDE%20DEPRESS%C3%83O%20%20%20GAETA.pdf&servidor=arq_material/934_1000.pdf> Acesso em: 08 de set. 2015.

CABEZA, e MOURA, **O DIY vive!** Disponível em: <<http://www.nomads.usp.br/virus/virus10/?sec=4&item=8&lang=pt>>. Acesso em: 22 de set. 2015.

DANGELO, Rodrigo Diretrizes de projetos para produtos sustentáveis com o conceito “faça você mesmo” Disponível em: <http://sottili.xpg.uol.com.br/publicacoes/pdf/sustentabilidade/rodrigo_diretrizes.pdf> Acesso em: 24 de set. 2015.