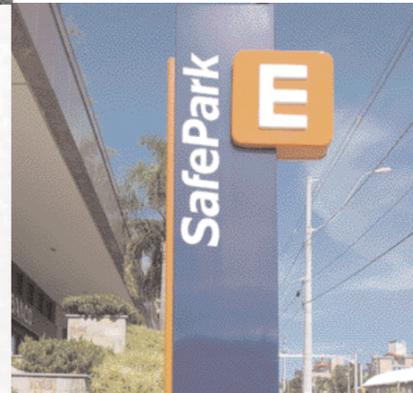


Progetto d'immagine coordinata e di disegno urbano, l'Avenida Paulista (1973) è uno dei progetti di environmental design brasiliano più importanti. Lo studio Cauduro Martino fu fondato nel 1964 da Carlos Cauduro e Ludovico Martino.

Design for the coordinated image and urban design, Avenida Paulista (1973) is one of the most important Brazilian environmental design projects. The Cauduro Martino office was founded in 1964 by Carlos Cauduro and Ludovico Martino.



La prima Biennale del design brasiliano a San Paolo pone l'attenzione sull'identità e le potenzialità dell'industria locale
The first Biennale of Brazilian design, São Paulo, shines the light on the identity and potential of local industry



MADE IN BRAZIL

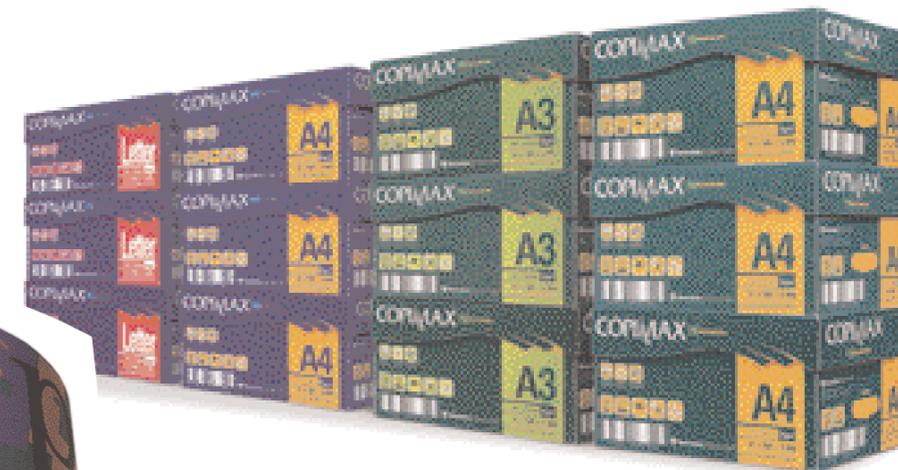
MADE IN BRAZIL

Valentina Croci

Lo studio GAD di Luciano Deos e Hugo Kovadloff (San Paolo) ha vinto l'IF design Award per il packaging dei prodotti dell'azienda telefonica Claro. Per la compagnia, che rimane uno dei principali clienti dello studio, sono stati progettati anche l'immagine coordinata e l'environmental design. The GAD office of Luciano Deos and Hugo Kovadloff (São Paulo) won the iF Design Award for packaging Claro phone company products. The duo designed the coordinated image and environmental design for this company, which remains one of the office's key accounts.

Una grande mostra sulla storia e le tendenze del design brasiliano nell'Oca, il grande edificio in cemento armato di Oscar Niemeyer a San Paolo, ha caratterizzato la prima Biennale del design del Brasile. L'iniziativa, a cura di Fábio Magalhães, è stata promossa dal Ministero dello Sviluppo, dall'Istituto per il Commercio Estero e dall'Ente per il Brasile Competitivo. Un progetto divulgativo non solo per il pubblico locale, ma anche per gli stranieri, al fine di introdurre le radici culturali del design autoctono (sezione a cura di Joice Joppert Leal) e delineare i settori di ricerca contemporanei (sezione a cura di Marili Brandão). La mostra ha risposto altresì al progetto Brazign (sostenuto da Abedesign, Associazione brasiliana delle aziende di design [Brazilian Design Business Association], e APEX-Brasil, Agenzia di pro-

mozione delle esportazioni e degli investimenti), che ha lo scopo di esportare e promuovere servizi di design brasiliano nel mondo. Il design, infatti, è sostenuto da questi enti come elemento di valore aggiunto e di differenziazione della produzione locale. I dati raccolti dalla Confederazione delle Industrie Nazionali sembrano confermare tale rilevanza, poiché il 75% delle aziende che ha investito sul design ha incrementato significativamente le vendite, e il 41% delle stesse ha ridotto i costi di produzione. Nel 2006 il 53% delle aziende del settore ha impiegato il design nel piano strategico di sviluppo, considerando l'approccio progettuale come fattore positivo nella determinazione del profitto. La Biennale va altresì a ritrarre la situazione dell'industria brasiliana costituita quasi nella totalità da piccole e medie imprese (il



Manoel Müller e Dóris Camacho concentrano l'attività del loro studio sul design sostenibile e la comunicazione del processo produttivo. Nel caso della carta Copimax, il packaging è realizzato con carta di riciclo, la palette di colori contraddistingue il tipo di carta e l'apertura dei pacchi è facilitata. Il packaging per i rotoli industriali di carta da imballaggio Votorantim di Müller Camacho, oltre all'efficienza dei costi di produzione, punta alla comunicazione sia del marchio sia delle caratteristiche del prodotto nel display a codici a barre. Un caso di efficiente endobranding.

Manoel Müller and Dóris Camacho have based their work on sustainable design and communication in the production process. In the case of Copimax paper, the packaging is made with recyclable paper, the colour palette identifies the type of paper, and it includes an easy opening system. The packaging for industrial rolls of Votorantim packaging paper by Müller Camacho focuses on streamlined production costs as well as on communication of the brand and the product characteristics in the bar code display. An example of efficient endobranding.

In basso, lo studio 100% Design di San Paolo ha recentemente operato il restyling del marchio e il packaging della nuova linea di prodotti alimentari Maria. Le difficoltà sono state mantenere l'identità storica del marchio e comunicare il rinnovamento anche merceologico del brand. Bottom, the 100% Design office of São Paulo has recently completed a restyling project of the brand and packaging of the new line of Maria food products. Some difficulties lay in maintaining the historic identity of the brand while communicating the renewal of the brand's product line.

Specializzato in packaging design e merchandising, lo studio carioca Tátil Design comunica i valori del marchio soprattutto attraverso le potenzialità dei materiali - plastiche, carta riciclata o cartone. Gli oggetti sono privi di giunzioni e di solito impiegano un solo materiale. Tra i clienti dello studio l'azienda cosmetica Natura, Nokia e Lucky Strike.

Specialized in packaging design and merchandising, the Tátil Design office communicates brand values, especially through the materials - plastic, recycled paper or cardboard. The objects have no seams and generally use only one material. The office's accounts include the cosmetics company Natura, Nokia and Lucky Strike.

93%). Questa eccessiva frammentazione ha indotto la Fiesp, l'ente per la promozione e la ricerca sul design brasiliano (attivo dal 1979), a diffondere nel proprio sito i bandi ministeriali per il potenziamento tecnologico e il fund raising (www.fiesp.org.br/publication/innovatão/tecnologias). È difficile, infatti, per le piccole imprese accedere a incentivi per la produzione a causa della scarsa comunicazione e del farraginoso sistema burocratico. Il design di prodotto made in Brazil sembra oggi assumere una portata nuova rispetto alla grande, e tutt'oggi distintiva, tradizione nel design grafico o nel disegno degli oggetti tecnici e degli utensili - retaggio quest'ultimo dell'impronta ulmiana trapiantata negli anni Sessanta all'ESDI, l'Escola Superior de Desenho Industrial di Rio de Janeiro. Il design del mobile presenta ancora oggi un approccio sperimentale che segue, da un lato, l'atteggiamento pragmatico dei pionieri dell'inizio del XX secolo (l'artigianato modernista di Gregari Warchavichik, Lasar Segall e Joaquim Tenreiro, i quali superarono le difficoltà degli approvvigionamenti e dell'assenza di industrie e maestranze qualificate) dall'altro, la ricerca di serialità nella produzione e di accessibilità del prezzo (fattori che contraddistinsero aziende degli anni Sessanta come Mobília Contemporânea, incentrata sugli oggetti del quo-

Tátil Design è stato coinvolto nella comunicazione e merchandising del festival musicale promosso da Tim nel 2003 a Rio de Janeiro. Il logo sferico con proboscide è diventata l'immagine coordinata di tutto l'evento. Tátil Design was involved in the communication and merchandising of the music festival promoted by Tim in 2003 in Rio de Janeiro. The round logo with the distinctive trunk became the coordinated image for the entire event.

tidiano e su un progetto totale di prodotto dallo studio delle componenti al packaging). Accessibilità e serialità che sono visibili negli odierni oggetti in plastica di Martiplast e Coza Utilidades Plásticas. L'attitudine pragmatica e sperimentale del secolo scorso si sposa oggi a un recupero di tecniche produttive della tradizione artigianale e a un atteggiamento socio-ambientale. Designer emblematici a riguardo sono Carlos Motta e Fabíola Duvá Bergamo. Il primo utilizza per i suoi mobili legni di tronchi caduti spontaneamente o riciclati dall'industria delle costruzioni, in cui l'invecchiamento naturale del materiale viene mantenuto visibile nei tagli e nelle connessioni delle componenti. Bergamo ha vinto un iF design Award per il prototipo di lavabo in tetrapak, ma la designer è altresì impegnata in workshop di artigianato con le comunità Indios. Attivi in progetti analoghi anche Caroline Larari con i suoi lavori in argilla, Mario Seguso con i vasi in vetro ossidato e metallizzato, Sandra Fukelmann con le sue borsette caratterizzate dalle bambole, e Renato Imbroise, che, forte della propria esperienza di artigiano nel sud di Minas Gerais, trasforma materiali e forme della natura in accessori per l'abbigliamento. Questo atteggiamento socio-ambientale, non ancora rilevante a livello nazionale ma considerevole, può essere una risposta attiva alla globalizzazione e

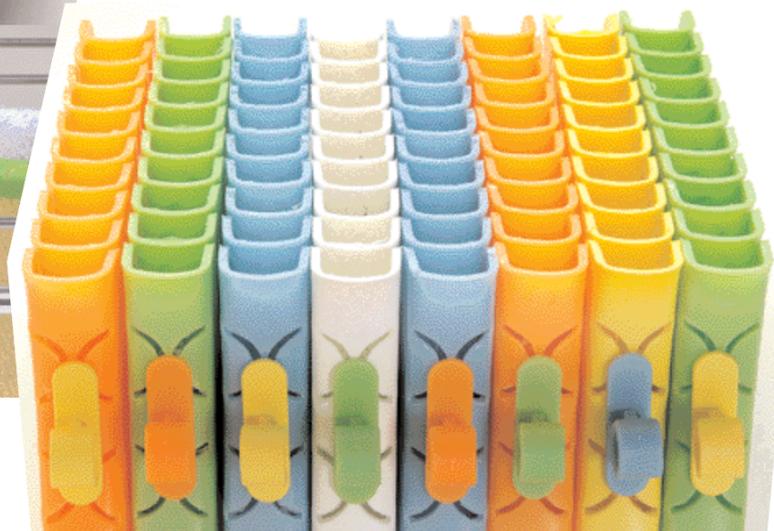


un'indicazione per la protezione del patrimonio culturale nei materiali e nelle tecniche produttive. Patrimonio e diversità etnico-culturale, che possono essere fonte di creatività e di differenziazione fino alla scala industriale, affinché l'industria brasiliana superi la mera produzione di materie prime o semilavorati, e offra prodotti con un'identità precisa al mercato sia locale sia internazionale. Il tardivo sviluppo industriale, nonché la dipendenza tecnica da paesi stranieri nella storia dell'industria locale, ha determinato l'interesse da parte dei designer per le fasi intermedie al prodotto finito, l'adattamento delle fasi produttive ai piccoli terzisti, il design delle componenti del prodotto, fino alla progettazione delle macchine utensili. Un approccio ingegneristico al design, sostenuto anche dalla politica governativa dei brevetti, che ha segnato aree d'eccellenza come l'industria automobilistica (i modelli SP, SP1 e SP2 per Volkswagen) e degli elettrodomestici (Consul e Brastemp, oggi marchi del gruppo Whirlpool) e dato vita negli anni Settanta a casi complessi come le attrezzature mediche dell'ospedale Sarah Kubitschek a Brasilia, a cura di Suzana Sacchi Padovano. Questo interesse nella componentistica o per macchine di servizio è ancora una caratteristica della produzione locale – l'apparecchiatura medica di Intermed e i bancomat di Itaútec, ne sono un esempio. Analogamente si è sviluppata la comunicazio-



Rio 21 Design è un piccolo studio di Rio de Janeiro diretto da Celso Santos. Oggetti di facile produzione, ironici e intelligenti che risolvono comuni problemi nella vita quotidiana: come l'attrezzo, impilabile su stecche salvaspazio, per portare i sacchi della spesa e appendere i panni. In alto, forma ergonomica che facilita la presa, implementata dalla plastica antisdrucchiolo, per la serie di forbici e oggetti da taglio per Merheje dello studio Seragini Farné.

Rio 21 Design is a small Rio de Janeiro office headed up by Celso Santos. Their simple, ironic and intelligent products solve common problems of everyday life: the same tool, which can be stacked on space-saving spools, hold shopping bags and dust cloths. Top, an ergonomic shape and slip-proof plastic for an easy grip, for scissors and cutting tools for Merheje by the Seragini Farné office.



ne visiva di servizio all'interno delle aziende (endbranding). La maggiore liberalizzazione del mercato negli anni Settanta e Ottanta ha segnato lo sviluppo del settore della grafica nel marketing aziendale; infatti in quel periodo si è assistito alla nascita di studi specializzati e di dipartimenti per il corporate image all'interno delle aziende. Questo settore è molto attivo tutt'oggi per il consolidarsi del mercato locale e della grande distribuzione. Molti gli studi impegnati dall'endbranding alla comunicazione visiva, al packaging e al merchandising di aziende multinazionali sul mercato locale: gli studi 100% Design, GAD, Muller Camacho, Pande, Seragini Farné, Tátil Design, ne sono un esempio. Il packaging e la comunicazione visiva sono particolarmente vivaci nell'industria alimentare e cosmetica, come dimostra la nascita di un premio nazionale, l'ABRE. Lo scenario del design brasiliano che emerge dalla Biennale, nonostante sia caratterizzato da una realtà industriale frammentata, presenta la maturità necessaria per espandere la dimensione progettuale in tutte le fasi produttive, dalla logistica al marketing, dalla pianificazione produttiva al prodotto finale. E ipotizzare un export non solo di prodotti finiti, ma di servizi complessi (terziario avanzato, turismo, cultura e intrattenimento) con un atteggiamento consapevole verso la sostenibilità.

■ A great show on the history and trends of Brazilian design held in the OCA, the gigantic concrete building by Oscar Niemeyer in São Paulo, opened up the first Brazilian Design Biennale. The initiative, staged by Fábio Magalhães, was promoted by the Ministry of Development, the MDIC, Foreign Trade Institute and the MBC, the Competitive Brazil Authority. The information project aimed not only at the local public, but also at foreigners, to show off the cultural roots of indigenous design (section by Joice Joppert Leal) and to highlight the areas of contemporary research (section by Marili Brandão). The show also responded to the Brazign project (sponsored by Abe-design, the Brazilian Design Business Association, and APEX-Brasil, the Trade and Investment Promotion Agency), which aims to export and promote Brazilian design services in the world. Design is supported by these authorities for the contribution it makes to the added val-



Premiato con l' iF design Award, il prototipo di lavabo di Fabíola Duva Bergamo è realizzato in tetrapak di riciclo. In alto, Artefacto è un'azienda del mobile interamente made in Brazil, che impiega legname,

materie e tecniche tradizionali. Ne è esempio la poltrona Ribbon di Patrícia Anastassiadis, che ha disegnato anche l'interior design della stanza dello showroom. L'art direction di Artefacto è a cura di Vincenzo Colonna. Awarded the iF Design Award is the prototype washbasin by Fabíola Duva Bergamo

in recycled Tetra Pak. Top, Artefacto is a Brazilian furniture company that uses wood and traditional materials and techniques. One example is the Ribbon armchair by Patrícia Anastassiadis, who also designed the interior design of the showroom room. Art direction at Artefacto is by Vincenzo Colonna.





ue and differentiation of local production. The data collected by the Federation of National Industries (CNI) seem to confirm this importance, finding that 75% of companies that invest in design substantially boost sales, while 41% of them also reduce production costs. In 2006, 53% of the companies in the sector used design in their strategic development plans, considering the design approach to be a positive factor in adding to profits. The Biennale also portrays the situation of Brazilian industry, made up nearly entirely by small- and medium-sized companies (93%). This excessive fragmentation has led the FIESP, the authority for promotion and research of Brazilian design (operating since 1979), to publish the ministerial announcement for technological improvements and fund raising on its site (www.fiesp.org.br/publication/innovatão/tecnologias). It can be difficult for small companies to access production incentives due to poor communications and the complicated bureaucratic system. The design of Brazilian products seems to assume a new range with respect to the vast, and still distinctive, tradition in graphic design or design of technical objects and utensils – this heritage with its Ulman hallmark transplanted in the Sixties to the ESDI, the Escola Superior de Desenho Industrial in Rio de Janeiro. Furniture design still displays an experimental approach which follows both the pragmatic attitude of the early 20th century pioneers – the modernist craftsmanship of Gregori Warchavichik, Lasar Segall and Joaquim Tenreiro, who overcame the difficulties of provisioning and the lack of in-

Guto Índio da Costa ha aperto il suo studio a Rio de Janeiro nel 1994 dopo essersi perfezionato all'Art Center of Design in Svizzera e in studi di design europei (tra cui Alex Neumeister di Monaco). L'influsso europeo e il funzionalismo tedesco sono percepibili nel suo design, come nel ventilatore a soffitto Spirit 201, ad alta velocità grazie alla leggerezza del policarbonato.

Guto Índio da Costa opened his office in Rio de Janeiro in 1994 after graduating from the Art Center of Design in Switzerland and gaining experience in European design offices (among which Alex Neumeister's in Munich). The European influence and German functionalism are perceptible in his design, embodied by the polycarbonate high-speed Spirit 201 ceiling fan.



dustry and qualified labour – and research in mass production and accessible prices – factors that distinguish 1960s companies such as Mobília Contemporânea, based on everyday objects and on total product design from the components to the packaging. Accessibility and mass production are visible in contemporary plastic objects by Martiplast and Coza Utilidades Plásticas. The pragmatic and experimental approach taken last century is coupled with a revival of the production techniques of traditional artistry and a socio-environmental attitude. Emblematic designers in this area are Carlos Motta and Fabíola Duva Bergamo. The former uses only spontaneously felled wood or wood recycled from the construction industry, leaving the natural aging of the material visible in the cuts and seams of the components. Bergamo won the iF Design Award for his prototype washbasin in Tetra Pak, but the designer is also working with craftsmen's workshops with the Índios community. Involved in similar projects are Caroline Larari with her clay projects, Mario Seguso with his vases in oxidised and metallic glass, Sandra Fukelmann with her bags decorated with dolls, and Renato Imbroise who, after gaining hands-on experience in the south in Minas Gerais, turns materials and forms of nature into clothing accessories. This socio-environmental approach, not yet resonant on a national level but still considerable, might be an active response to globalization and a direction for protecting the cultural heritage in the materials and production techniques. An ethnic and cultural diversity and heritage, which can be a source of creativity and differentiation right up to the industrial scale so that Brazilian industry can offer the local and international market more than merely raw materials or semi-finished products, but real products with a specific identity. The delayed industrial development and technical dependence on foreign countries in the history of local industry has caused designers to take an interest in the intermediate phases of production, adaptation of the production phases to small outsourcers, design of product components, and design of machine tools. An engineering approach to design, sustained by a government pol-

icy of patents which has marked areas of excellence such as the automotive industry (the SP, SP1 and SP2 models for Volkswagen) and appliances (Consul and Brastemp, Whirlpool brands), and has given rise in the 70s to complex cases, such as medical equipment for the Sarah Kubitschek hospital in Brasília, by Suzana Sacchi Padovano. This interest in the components or service machinery is still a dominating characteristic of local production – medical equipment by Intermed and ATM machines by Itautec are two examples. Similarly, service visual communication has developed within businesses (endbranding). The greatest liberalization of the market in the Seventies and Eighties marked development of the graphics sector in company marketing; indeed, that period witnessed the emergence of specialized studios and departments for corporate image in companies. This sector is still very active in consolidating the local market and large-scale retail. There are many offices involved in endbranding and visual communications, packaging and merchandising for multinationals on the local market. Offices like 100% Design, GAD, Muller Camacho, Pande, Seragini Farné, Tátil Design, are some examples. The packaging and visual communications are particularly vibrant in the food and cosmetics industries; in fact, a national prize was founded in these areas, the ABRE. The scenario of Brazilian design that emerges from the Biennale, despite being characterized by a fragmented industrial reality, shows that it is ready to expand the design dimension into all the production phases, from logistics to marketing to production planning to the final product. And assuming export not only of finished products, but complex services – advanced outsourcing, culture and entertainment – with an awareness of sustainability.

Lo studio Supercabanas progetta il packaging e il pattern per edizioni limitate delle celebri infradito brasiliane in gomme naturale. Le Havaianas (sotto e nella pagina a fianco in basso) sono diventate un fenomeno di costume: 300 paia vendute al minuto in tutto il mondo. E rappresentano un esempio di come un prodotto funzionale ed economico possa essere rilanciato nei suoi valori di progetto e di comunicazione. Supercabanas designs packaging and patterns for limited editions of the celebrated Brazilian flip-flops in natural plastic. The Havaianas (below and opposite page, bottom) have taken the world by storm, selling 300 pairs per minute around the globe. They represent an example of how a functional and inexpensive product can be revived in its design and communications values.