



Politecnico di Torino
DAD - Dipartimento di Architettura e Design
Corso di Laurea Triennale in Design e Comunicazione
A.a 2024/2025

Progettare per il popolo: il Design Latinoamericano tra crisi e opportunità

Relatrice: Elena Dellapiana
Candidati: Luca Salso, Martina Victor

01

Introduzione

- 9 Presentazione argomento della tesi ed esperienza erasmus
- 10 Importanza del design come specchio della società

02

Design come riflesso del contesto storico

- 13 Introduzione
- 15 **Occidente: il design nel capitalismo**
 - Il design e l'alienazione nel capitalismo industriale
 - La disumanizzazione del design: dalla funzionalità all'obsolescenza programmata
 - Una riflessione sulle alternative: la necessità di un design più responsabile
- 18 **America Latina: il design nella periferia**
 - Contesto storico ed economico del design latinoamericano
 - Design e identità culturale
 - Design e scarsità di risorse: soluzioni creative e adattamento
 - Tendenze contemporanee e prospettive future

03

Argentina

25 Dai primi anni '30 al design pre-dittatura

Tradizione, modernità e influenze europee nel design e nell'architettura argentina del XX secolo

Dagli anni '30 agli anni '40: modernizzazione industriale e trasformazioni culturali in Argentina

Perón, Evita e la trasformazione sociale dell'Argentina

Il design come strumento di progresso: l'evoluzione del settore in Argentina negli anni '50 e '60

Gli anni del declino

38 Dittatura e design

Il design sotto la dittatura: tra repressione e resistenza culturale

La fine della dittatura: le Madri di Plaza de Mayo e la guerra delle Malvine

43 Ritorno alla democrazia

Design e democrazia negli anni '80

L'ascesa di Menem e il cambiamento del panorama economico e sociale

Il design argentino negli anni '90: tra privatizzazioni, immagine corporativa e contraddizioni sociali

48 Design contemporaneo

Il design argentino tra crisi, trasformazioni e prospettive future (2001-2003)

Design sociale e politico in Argentina: nuove sfide del XXI secolo

04

Brasile

52 Dai primi anni '20 al design pre-dittatura

Gli anni '20 e '30: L'emersione del modernismo e il Manifesto Antropofago

Gli anni '30 e 40: L'architettura e l'evoluzione del modernismo

1950-1963: industrializzazione accelerata, urbanizzazione e crescita economica

57 Dittatura e design

L'influenza della dittatura e l'espansione del design industriale

Resistenza, controcultura e innovazione nel design

1970-1979: la dittatura, l'autarchia economica e la globalizzazione del design brasiliano

62 Ritorno alla democrazia

La decade perduta

La globalizzazione e le sue conseguenze negli anni '90

67 Design contemporaneo

05

Cile

71 **Il design cileno dagli anni '30 alla dittatura**

Le radici del design cileno tra crisi economica e industrializzazione

L'industrializzazione cilena degli anni '50

Anni '60: modernizzazione urbana e sfide industriali

76 **Dittatura e design**

L'innovazione del design cileno negli anni '70

La crisi del design sotto la dittatura e le sue eredità

Il design grafico cileno

Adattamenti e trasformazioni sotto la dittatura di Pinochet

82 **Ritorno alla democrazia**

84 **Design contemporaneo**

06

Messico

87 **Le origini del design messicano**

89 **Il miracolo messicano**

Il Messico tra sostituzione delle importazioni e industrializzazione (1941-1954)

Dallo sviluppo economico alla cultura visiva (1954-1970)

I Giochi Olimpici del 1968 e l'impatto del design grafico in Messico

99 **Dallo sviluppo condiviso al neoliberismo**

Un periodo di sviluppo condiviso e populismo

Crescita accelerata, innovazione e crisi nel design industriale (1976-1981)

La crisi del modello stabilizzatore e l'ingresso nel modello neoliberista (anni '80 e '90)

106 **Design contemporaneo**

07

Altri paesi

- 110 Perù
- 113 Uruguay
- 116 Colombia
- 121 Venezuela
- 125 Ecuador

08

Conclusione

- 128 Conclusione
- 132 Bibliografia
- 133 Sitografia

Introduzione

Presentazione dell'argomento della tesi ed esperienza erasmus

Questa tesi si propone di analizzare la storia del design latinoamericano, con un focus particolare sugli sviluppi in Argentina, Brasile, Cile e Messico, estendendo l'indagine anche ad altri paesi della regione. Il design, in quanto disciplina culturale e sociale, ha ricoperto un ruolo fondamentale nelle dinamiche di modernizzazione e trasformazione economica e politica in America Latina, una regione segnata da continui cambiamenti e sfide storiche. Il nostro interesse per questo tema nasce dal desiderio di esplorare come il design, nelle sue diverse espressioni e pratiche, abbia risposto alle esigenze di un contesto in cui le disuguaglianze sociali, economiche e politiche sono ancora fortemente radicate.

Durante il nostro percorso accademico, abbiamo avuto l'opportunità di vivere un'esperienza di Erasmus in America Latina, che ha avuto un impatto significativo sulla nostra prospettiva sul design e sulle sue pratiche in questa parte del mondo.

Abbiamo potuto osservare direttamente le realtà e le sfide quotidiane che le comunità latinoamericane affrontano, e come queste influenzino le pratiche progettuali, spesso distanti dai modelli occidentali di design industriale e consumismo. Questa esperienza ci ha spinto a concentrarci su come il design latinoamericano, pur essendo nato in un contesto di influenza occidentale, si sia sviluppato in modo autonomo, creando soluzioni innovative e alternative che rispondono alle specifiche necessità locali e regionali.

L'obiettivo centrale di questa tesi è quindi confrontare la visione capitalista e consumistica del design, che si è affermata in Occidente, con le pratiche progettuali latinoamericane, dalle loro origini nel XX secolo fino ad oggi. In particolare, l'analisi si concentra su come il design in America Latina abbia risposto alla modernizzazione, un processo che, purtroppo, è stato ostacolato dalla persistente disuguaglianza economica e da fattori esterni come i debiti internazionali, ma che ha anche visto il design cercare soluzioni alle problematiche sociali, politiche e ambientali.

Negli ultimi decenni, le pratiche progettuali in America Latina hanno visto un'evoluzione significativa, con un crescente impegno verso l'inclusione sociale, la sostenibilità e l'emancipazione culturale. In questo contesto, il design latinoamericano ha cercato di andare oltre il modello dominante, proponendo soluzioni che rispondano alle esigenze reali della popolazione e, allo stesso tempo, abbiano un impatto positivo sulle condizioni sociali e ambientali. Nonostante le difficoltà storiche ed economiche, il design latinoamericano è riuscito a sfidare il modello occidentale, proponendo alternative che potrebbero essere di ispirazione anche per il contesto europeo contemporaneo.

Un altro aspetto significativo che emerge in relazione a questo tema è la carenza di una bibliografia completa e chiara sulla storia del design latinoamericano. Sebbene siano stati compiuti alcuni studi in merito, la ricerca sul design in America Latina resta frammentaria e spesso priva di una visione unitaria che comprenda adeguatamente le specificità di ciascun paese della regione. Molti dei testi disponibili si concentrano su singole nazioni o su aspetti limitati del fenomeno, senza offrire una panoramica globale che permetta di comprendere il design latinoamericano nel suo complesso, nelle sue sfide e nelle sue evoluzioni. Inoltre, gran parte della letteratura in lingua originale non è facilmente accessibile a un pubblico internazionale, o non è tradotta in altre lingue, il che rende difficile l'integrazione di queste conoscenze nel discorso globale sul design. Con questa tesi, si intende colmare, almeno in parte, questa lacuna, offrendo una visione più completa, chiara e integrata della storia del design latinoamericano, analizzando non solo gli aspetti teorici ma anche le pratiche progettuali concrete che hanno caratterizzato i diversi contesti sociali, economici e culturali della regione. In questo modo, si spera di contribuire a una maggiore visibilità del design latinoamericano all'interno degli studi globali e di stimolare ulteriori ricerche su un campo tanto affascinante quanto poco esplorato.

Importanza del design come specchio della società

Il design non è soltanto un'attività creativa o produttiva, ma rappresenta un riflesso delle esigenze, delle aspirazioni e delle contraddizioni di una società in un determinato momento storico. In America Latina, il design ha assunto un ruolo particolarmente significativo, andando oltre la semplice dimensione estetica per diventare uno strumento concreto di risoluzione di problemi sociali e ambientali. In una regione caratterizzata da forti discontinuità politiche ed economiche, il design latinoamericano si è sviluppato come risposta alle sfide poste dalle disuguaglianze socioeconomiche, dalla carenza di infrastrutture e dalla scarsità di risorse, dimostrando una notevole capacità di adattamento e innovazione. La progettazione in America Latina si distingue per la sua capacità di affrontare problemi reali con soluzioni pratiche e accessibili, spesso basate sul riutilizzo di materiali locali e su processi produttivi sostenibili, che rispondono alle necessità di comunità che operano in condizioni di risorse limitate.

Come evidenziato da numerosi studiosi, il design nei paesi latinoamericani è caratterizzato da una "continuità della discontinuità", ovvero da una costante ricerca di soluzioni adattive in un contesto instabile. Le istituzioni pubbliche, spesso fragili e soggette a cambiamenti repentini, influenzano direttamente l'attività progettuale, rendendo il design non solo un motore di progresso, ma anche uno strumento di mediazione tra le necessità della popolazione e le politiche di sviluppo. In questo

contesto, il design diventa un mezzo per colmare le lacune lasciate dallo Stato e per favorire l'autonomia delle comunità locali. Tuttavia, il design latinoamericano è profondamente influenzato da un passato segnato da invasioni, espropriazioni e stratificazioni sociali derivanti dalla colonizzazione. L'America Latina, infatti, non è stata scoperta, ma invasa e sfruttata, e questa eredità storica continua a condizionare le dinamiche di produzione materiale e simbolica della regione. Le influenze coloniali hanno contribuito a una visione del design spesso subordinata a modelli esterni, limitando in parte l'espressione di un'identità progettuale autentica e autonoma.

In questo scenario, il design si confronta con diversi paradossi. Da un lato, viene considerato un elemento di emancipazione sociale e culturale, capace di migliorare la qualità della vita attraverso soluzioni innovative; dall'altro, deve fare i conti con le contraddizioni della modernizzazione e della globalizzazione, che spesso perpetuano disuguaglianze e squilibri economici. Come sottolineava Walter Benjamin, ogni progresso porta con sé nuove sfide irrisolte: per il design latinoamericano, ciò significa confrontarsi con le pressioni imposte dai modelli produttivi globalizzati, che tendono a standardizzare le soluzioni, riducendo le specificità locali e limitando l'autonomia progettuale. Nonostante le sfide poste dalla globalizzazione, il design latinoamericano ha saputo sviluppare un'identità propria, basata su un'attenzione particolare ai bisogni delle persone e alle risorse disponibili, proponendo modelli innovativi che si fondano su principi di sostenibilità e inclusione sociale.

Negli ultimi decenni, il design latinoamericano ha acquisito una crescente rilevanza nel dibattito globale, grazie alla sua capacità di combinare pratiche tradizionali con approcci innovativi e sostenibili. Particolare attenzione è stata rivolta all'inclusione sociale e alla valorizzazione delle identità culturali locali, dimostrando come il design possa fungere da strumento di empowerment per le comunità. Le iniziative di design sociale e partecipativo, che coinvolgono attivamente le comunità locali nei processi decisionali e produttivi, rappresentano un esempio significativo di questa tendenza. Tuttavia, persistono profonde disuguaglianze nei rapporti tra il Nord e il Sud del mondo, alimentate da una "geopolitica della conoscenza" che tende a marginalizzare le narrazioni alternative rispetto a quelle dominanti imposte dalle economie più avanzate. Questa disparità si riflette nella limitata visibilità internazionale del design latinoamericano, spesso considerato meno rilevante rispetto ai modelli occidentali dominanti.

Pur avendo una lunga tradizione di importazione di capitali e tecnologie dall'estero, l'America Latina è riuscita a sviluppare modelli di design autonomi, sfruttando le risorse locali in modo creativo ed efficiente. Questo approccio ha permesso di affrontare le sfide ambientali e sociali della regione, sviluppando soluzioni progettuali che promuovono l'autosufficienza e l'innovazione dal basso. Il design latinoamericano possiede un grande potenziale per ridurre le disuguaglianze e promuovere uno sviluppo più sostenibile e inclusivo. Tuttavia, per raggiungere questo obiettivo, è essenziale superare le barriere strutturali e favorire politiche che integrino il design nelle strategie di sviluppo locale. L'educazione e la formazione in questo campo giocano un ruolo cruciale in questo processo, poiché possono contribuire a diffondere un approccio più consapevole e orientato alla valorizzazione delle risorse territoriali.

Al di là dei progressi ottenuti, il design latinoamericano continua a essere sottovalutato rispetto ai modelli occidentali dominanti. Questa svalutazione non riguarda solo la produzione materiale, ma anche l'immaginario creativo delle comunità socialmente escluse, come le popolazioni indigene e afrodiscendenti, la cui cultura viene spesso ignorata o assimilata alle logiche egemoniche. Le pratiche artigianali e i saperi tradizionali, pur rappresentando un patrimonio culturale di grande valore, vengono spesso considerati marginali rispetto alle tendenze del design contemporaneo globale. In America Latina si è sviluppata una "uniformità senza unità",¹ in cui identità europee, indigene e africane si intrecciano in una complessa stratificazione sociale che combina razza e classe. Questa complessità costituisce una risorsa preziosa per il design, ma richiede un approccio che sappia valorizzare le differenze senza omologarle a modelli estranei alla realtà locale.

In conclusione, il design latinoamericano rappresenta un caso di studio di grande interesse per comprendere come questa disciplina possa contribuire non solo alla produzione di oggetti, ma anche alla trasformazione della società. Rispondendo ai bisogni reali delle persone, il design ha il potenziale per costruire un futuro più equo e sostenibile. Tuttavia, affinché ciò avvenga, è necessario promuovere politiche che incentivino l'integrazione del design nello sviluppo locale, riconoscendo l'importanza della decolonizzazione e valorizzando le identità culturali autoctone. Solo attraverso un riconoscimento delle specificità locali e un investimento nella valorizzazione del patrimonio culturale e progettuale della regione, il design latinoamericano potrà affermarsi pienamente come motore di sviluppo e innovazione sociale.

1) Il concetto di "uniformità senza unità" fa riferimento al modo in cui l'America Latina ha sviluppato una cultura apparentemente omogenea, ma senza una vera coesione sociale. Le identità europee, indigene e africane si sono mescolate nel corso della storia coloniale e post-coloniale, creando società caratterizzate da

sincretismo culturale. Tuttavia, questa fusione non ha portato a una piena integrazione, poiché le differenze di origine etnica sono spesso sovrapposte a profonde disuguaglianze di classe, mantenendo divisioni sociali che persistono ancora oggi.

Design come riflesso del contesto storico

Introduzione

Il design, come disciplina che unisce estetica, funzionalità e produzione industriale, è sempre stato profondamente influenzato dal contesto storico, sociale ed economico in cui si sviluppa. Fin dalle sue origini, ha risposto ai cambiamenti tecnologici e ai bisogni della società, adattandosi alle evoluzioni dei modelli economici e culturali. Se in passato il design era strettamente legato alla democratizzazione del consumo attraverso l'industrializzazione, oggi rischia di allontanarsi dalla sua funzione originaria, trasformandosi in un fenomeno di moda e consumo superficiale. I prodotti diventano rapidamente obsoleti, e il design spesso viene ridotto a un simbolo di status effimero, piuttosto che a un fattore che possa migliorare la vita quotidiana.

Un approccio umanista al design, invece, mira a promuovere una progettazione emancipatoria, in grado di ridurre le disuguaglianze e favorire la partecipazione di gruppi sociali marginalizzati. L'esclusione di questi gruppi rappresenta un fenomeno antidemocratico, poiché li priva della possibilità di contribuire attivamente alla definizione del proprio ambiente e li trasforma in semplici consumatori passivi, oggetti di mercato più che soggetti attivi della società. In questa visione, il design non deve essere uno strumento di dominio economico, ma un mezzo per la costruzione di una società più equa e inclusiva. Tuttavia, nei contesti periferici, il design è spesso imposto da modelli esterni, privando le comunità locali della possibilità di autodeterminarsi.

Come sottolineato da alcuni studiosi tra cui Gui Bonsiepe, "i problemi della periferia devono essere risolti dalla periferia stessa", evidenziando

la necessità di strategie progettuali che tengano conto delle specificità locali e che permettano alle comunità di sviluppare soluzioni autonome ai propri bisogni, superando la tradizionale dipendenza dai centri di potere economico e culturale. L'idea che i problemi della periferia debbano essere affrontati e risolti al suo interno riflette la convinzione che il design possa rappresentare un potente strumento di emancipazione sociale e culturale.

L'evoluzione del design ha preso direzioni differenti nei due contesti geografici che analizzeremo: l'Occidente capitalista e l'America Latina periferica. In Occidente, il design si è sviluppato in stretta connessione con l'industrializzazione avanzata, diventando parte integrante della cultura del consumo di massa. Al contrario, in America Latina, il design ha dovuto confrontarsi con un contesto segnato da profonde disuguaglianze economiche e tecnologiche, dove la dipendenza dalle potenze centrali è stata e continua a essere un elemento dominante.

Un esempio significativo di come i modelli occidentali siano stati adattati ai contesti periferici è l'influenza della Scuola di Ulm negli anni '60. Il modello di Ulm non si limitò infatti ai paesi a forte industrializzazione, ma si diffuse anche in quelle nazioni che vedevano nell'industrializzazione un'opportunità per ridurre la dipendenza tecnologica e sviluppare una cultura materiale moderna.

La scuola di Ulm partiva dal presupposto che l'industria fosse l'elemento determinante dell'ambiente moderno, colmando le lacune lasciate dalle università tradizionali.

Negli anni '60, questo modello iniziò a influenzare paesi considerati periferici. In America Latina, istituzioni come l'Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI) in Brasile cercarono di utilizzare il design come strumento per l'industrializzazione e lo sviluppo sociale. In Cile, durante il governo di Salvador Allende, si cercò di svincolare il design dalla produzione di beni di lusso destinati a una minoranza privilegiata, orientandolo verso la creazione di prodotti accessibili e utili alla popolazione più ampia. Il razionalismo del design di Ulm si dimostrò particolarmente efficace in questi contesti, opponendosi alle tendenze paternalistiche o alla romanticizzazione della povertà. Tuttavia, i problemi legati allo sviluppo del design nei paesi periferici possono essere affrontati solo attraverso soluzioni che emergano direttamente da questi contesti, poiché non esistono modelli alternativi già pronti che possano essere semplicemente importati.

Negli anni immediatamente successivi alla Seconda Guerra Mondiale, il discorso sul design in America Latina si sviluppava parallelamente a quello europeo, in un periodo in cui le economie europee erano impegnate nella ricostruzione dopo le devastazioni della guerra e l'esperienza del fascismo. In alcuni casi, elementi della modernità progettuale sviluppata in America Latina furono successivamente riadattati e reimportati in Europa.

In questo contesto, la percezione della modernità latinoamericana come inferiore rispetto a quella delle economie avanzate è una visione limitata e riduttiva. In molte economie periferiche, la produzione artigianale e il design artigianale hanno avuto un ruolo significativo, ma spesso questa peculiarità è stata sfruttata dall'esterno in modo stereotipato, alimentando un feticismo per l'artigianato che ha suscitato reazioni difensive all'interno delle comunità locali.

Le relazioni di potere asimmetriche che caratterizzano il rapporto tra il design latinoamericano e quello europeo o statunitense sono state plasmate da una lunga storia di colonialismo e dipendenza economica, rendendo necessario un approccio più differenziato e critico.

Nonostante l'influenza dei movimenti d'avanguardia europei e nordamericani, il design latinoamericano ha cercato di affermare una propria identità, spesso contrastando la visione paternalistica occidentale che lo relegava a una dimensione artigianale o folkloristica. Il dibattito sull'identità del design in America Latina evidenzia la tensione tra autonomia e dipendenza, tra modernità imposta e tradizione recuperata. La globalizzazione ha ulteriormente complicato questo scenario, imponendo standard universali che spesso entrano in conflitto con le specificità locali. In questo contesto, il design può essere uno strumento potenzialmente emancipatorio, ma anche un veicolo di nuove forme di colonialismo economico e culturale.

Per comprendere meglio queste dinamiche, è essenziale considerare il rapporto tra design e politiche pubbliche. Il design non è solo una questione di forma e funzione, ma anche un elemento strategico per la costruzione di un futuro sostenibile e inclusivo. La necessità di politiche di design che rispondano ai bisogni della popolazione e non solo alle logiche di mercato è particolarmente evidente nei paesi dell'America Latina, dove la democratizzazione del consumo e la riduzione delle disuguaglianze restano obiettivi fondamentali.

L'esperienza latinoamericana ci invita a riflettere su un modello di design che non si limiti a replicare quello occidentale, ma che sappia valorizzare le specificità locali e affrontare in modo critico le sfide della globalizzazione. L'identità culturale del design latinoamericano non può essere compresa solo attraverso il confronto con l'Occidente, ma deve essere analizzata alla luce delle proprie dinamiche interne, delle sue contraddizioni e delle sue potenzialità di trasformazione sociale.

Occidente: il design nel capitalismo

Per comprendere le differenze tra il design centrale e quello periferico, è fondamentale analizzare le origini e l'evoluzione del design industriale nei paesi industrializzati e nei paesi periferici. La storia del design, infatti, si intreccia strettamente con l'affermazione delle economie capitaliste avanzate, ma ha anche subito profondi cambiamenti che ne hanno distorto la funzione originaria. Il design, che inizialmente aveva come obiettivo il miglioramento estetico e funzionale dei prodotti, è stato progressivamente assorbito dalle logiche del consumismo, divenendo strumento di marketing e persuasione. All'inizio del XX secolo, il movimento del "buon design" (Gute Form)² cercava di correggere le deformazioni prodotte dalla produzione industriale attraverso un bilanciamento tra razionalità tecnica e sensibilità estetica. Mentre da un lato si cercava di applicare la standardizzazione e l'efficienza produttiva, dall'altro si mirava a migliorare l'industria con un trattamento estetico, facendo dell'armonia tra

funzionalità e bellezza il cuore del design. Tuttavia, l'evoluzione del design ha avuto anche risvolti problematici, in particolare nei paesi periferici. In questi contesti, infatti, la mancanza di una solida industria manifatturiera ha reso il design industriale meno funzionale e più superfluo. In queste aree, l'accento dovrebbe essere posto sulla promozione della capacità produttiva locale, adattandosi alle necessità reali piuttosto che a modelli imposti dai centri industrializzati. L'influenza di approcci come quelli sostenuti dalla Scuola di Ulm e dal Bauhaus, che enfatizzavano il principio che "la forma segue la funzione", ha ridotto l'importanza delle estetiche locali e delle tradizioni culturali, promuovendo un'estetica universale che non considerava le specificità di ciascun contesto. Quando una forma veniva definita "adeguata", essa veniva universalmente accettata, imponendo un'unica visione della produzione seriale razionale, in cui la funzionalità prevaleva su ogni altra dimensione.



Fig. 1: Henry van de Velde, Walter Gropius, Bauhaus, 1919

2) Il movimento Gute Form, sviluppatosi in Germania nel secondo dopoguerra sotto l'influenza di Max Bill, mirava a unire estetica e funzionalità nel design industriale. Ispirato ai principi del Bauhaus, promuoveva forme semplici e razionali, opponendosi all'eccesso ornamentale e cercando un equilibrio tra tecnica ed estetica.

Il design e l'alienazione nel capitalismo industriale

Nel corso della sua evoluzione, il design ha giocato un ruolo cruciale nell'affermazione del capitalismo industriale e nell'evoluzione delle economie globali. Originariamente concepito come una pratica orientata al miglioramento estetico e funzionale degli oggetti, il design ha progressivamente assunto una dimensione più strategica, diventando uno strumento essenziale per differenziare i prodotti in un mercato sempre più competitivo. Con l'avvento della produzione di massa alla fine del XIX secolo, il design ha visto moltiplicarsi le sue applicazioni, estendendosi dalla semplice funzionalità alla capacità di suscitare emozioni e desideri nei consumatori. Se da un lato la produzione di massa ha reso i beni più accessibili a un pubblico più ampio, dall'altro ha generato una continua omologazione e standardizzazione, sacrificando la qualità e l'autenticità in favore della quantità e dell'efficienza. In questo processo, il design ha progressivamente abbandonato la sua funzione iniziale di soddisfare bisogni reali per rispondere invece a esigenze psicologiche e emozionali, stimolando desideri piuttosto che risolvendo necessità concrete. L'acquisto di un prodotto non è più visto come un atto pratico, ma come una manifestazione di status e identità. Il design, in questo contesto, diventa uno strumento di persuasione, piuttosto che un'espressione di una volontà estetica o funzionale.

In un mondo in cui il consumo è diventato un valore fondamentale, il design è stato travolto dalle logiche di mercato, riducendo la propria funzione a un meccanismo per stimolare il desiderio e il consumo continuo.



Fig. 2: Henry Ford, catena di montaggio, 1913

In questa prospettiva, l'oggetto perde il suo valore intrinseco, diventando un elemento di marketing e di branding, costruito per vendere un'idea piuttosto che rispondere a una vera esigenza. Il design non è più legato alla qualità o alla longevità, ma alla sua capacità di stimolare un desiderio effimero, che si esaurisce nel momento in cui il consumatore soddisfa la sua "necessità" psicologica.

La disumanizzazione del design: dalla funzionalità all'obsolescenza programmata

Un'altra trasformazione fondamentale avviene con l'introduzione della produzione in serie e il fordismo. Con la catena di montaggio e la standardizzazione dei processi produttivi, il design industriale subisce una svolta decisiva, venendo ridotto a una funzione di produzione e consumo massificato. Da strumento di arricchimento della vita quotidiana, il design diventa uno strumento per stimolare la domanda attraverso la ripetizione e l'efficienza. La progettazione dei prodotti si adatta alla logica della produzione di massa, mettendo in secondo piano l'individualità e la personalizzazione. Il prodotto diventa un'unità standardizzata, replicabile in milioni di copie, destinate a un pubblico indistinto. Questo cambiamento implica una progressiva perdita del valore culturale, estetico e sociale del design. Piuttosto che soddisfare le necessità autentiche degli individui, il design comincia a soddisfare la necessità del sistema economico di produrre e consumare senza sosta.

Con il passare del tempo, il design assume una funzione sempre più manipolativa. Le aziende, approfittando delle leve del marketing, legano i prodotti a desideri psicologici, creando bisogni artificiali. I prodotti diventano "usa e getta", destinati a una rapida obsolescenza. Il concetto di obsolescenza programmata emerge come una strategia economica volta a garantire un consumo continuo e incessante. I prodotti sono progettati per invecchiare rapidamente, sia fisicamente che esteticamente, creando un ciclo vizioso di produzione, consumo e scarto. Questo processo porta a una distorsione del valore del design, che perde la sua finalità originaria di migliorare la qualità della vita e diventa un semplice strumento di marketing e manipolazione del desiderio.

Una riflessione sulle alternative: la necessità di un design più responsabile

Di fronte a questa distorsione, emergono le problematiche legate alla sostenibilità e all'ambiente. In un mondo in cui la produzione di beni consumistici sta esaurendo le risorse naturali e generando danni ambientali, il design moderno si trova ora di fronte a una questione cruciale: continuare a seguire modelli di produzione che alimentano il consumismo e il degrado ambientale, o abbracciare pratiche più responsabili e sostenibili? Sebbene i movimenti di contro-design, come il design partecipativo, l'autoproduzione e l'open source,³ abbiano messo in evidenza l'esigenza di un design più inclusivo e rispettoso dell'ambiente, queste alternative rimangono ancora in una fase marginale rispetto al predominio delle grandi aziende e delle logiche industriali. La cultura dell'usa e getta ha

ridotto il valore degli oggetti a una mera funzione di consumo effimero. Oggetti progettati per essere obsoleti rapidamente, privi di significato culturale o durabilità, dominano il mercato. Tuttavia, alcune pratiche emergenti, come il design circolare e lo slow design, che promuovono il riuso, la riparabilità e l'attenzione alla qualità piuttosto che alla quantità, rappresentano un tentativo di ripristinare il valore perduto e ridurre l'impatto ambientale del consumo. Questi approcci si oppongono alla logica della produzione di massa e cercano di recuperare un significato più profondo e durevole nel design. Nonostante ciò, questi tentativi di riscatto devono fare i conti con una realtà in cui il design continua a essere, nella maggior parte dei casi, subordinato agli interessi economici e al ciclo del consumismo. In questo modo, il design rischia di continuare a servire le logiche disumanizzanti di una modernità che non solo è insostenibile, ma che in ultima analisi svuota il design del suo valore autentico.

3) I movimenti di contro-design si sviluppano come una critica al design tradizionale legato alla produzione industriale e al consumo di massa. Essi propongono approcci alternativi che privilegiano la partecipazione degli utenti (design partecipativo), la produzione

indipendente e artigianale (autoproduzione), e la condivisione libera di progetti e conoscenze (open source). Questi movimenti mirano a rendere il design più democratico, sostenibile e accessibile, opponendosi alle logiche del mercato dominante.

America Latina: il design nella periferia

Il design in America Latina rappresenta un equilibrio dinamico tra tradizione e modernità, sviluppo economico e sfide sociali. Questa regione, spesso considerata periferica rispetto ai principali centri globali di produzione e innovazione, ha saputo trasformare la sua condizione in un'opportunità per sviluppare soluzioni creative e originali. La valorizzazione delle risorse locali e il forte legame con l'identità culturale hanno permesso al design latinoamericano di distinguersi, creando un linguaggio visivo unico che risponde alle esigenze del mercato contemporaneo senza perdere il proprio radicamento culturale.

Negli ultimi decenni, il design latinoamericano ha mostrato una straordinaria capacità di fusione tra tecniche artigianali ancestrali e nuove esigenze del mercato. L'impiego di materiali autoctoni, insieme alla collaborazione con le comunità locali, ha contribuito non solo alla conservazione del patrimonio culturale, ma anche allo sviluppo di opportunità economiche per le popolazioni coinvolte. Tuttavia, l'appropriazione culturale da parte di aziende globali e designer stranieri rappresenta una sfida crescente. Questo fenomeno rende indispensabile l'adozione di strategie di protezione e valorizzazione delle risorse locali, al fine di garantire che l'autenticità del design latinoamericano venga riconosciuta e rispettata.

Contesto storico ed economico del design latinoamericano

Il design latinoamericano è profondamente influenzato dalla sua storia, caratterizzata da periodi di colonizzazione, indipendenza e dipendenza economica dalle economie più sviluppate. Le antiche civiltà precolumbiane, come gli Inca, i Maya e gli Aztechi, possedevano già un ricco patrimonio di produzione artigianale, incentrato su tecniche sofisticate e simbolismi legati alla natura e alla spiritualità. Tuttavia, l'arrivo degli europei nel continente ha avviato un processo di "mestizaje", ovvero una fusione tra le tradizioni indigene e quelle europee, che ha dato vita a un linguaggio estetico e produttivo ibrido, ancora oggi evidente nel design della regione.

Con l'indipendenza, l'America Latina si è trovata a dover affrontare una crescente dipendenza economica dalle potenze occidentali, con effetti diretti sul settore del design. Le politiche di sostituzione delle importazioni, adottate nel XX secolo per stimolare la crescita dell'industria locale, hanno avuto risultati contrastanti. Mentre paesi come Argentina e Brasile hanno vissuto un periodo di forte industrializzazione negli anni '60, sostenuti da istituzioni formative come il CIDI di Buenos Aires e influenze esterne come la scuola di Ulm, altri paesi hanno faticato a sviluppare un'industria autonoma a causa della carenza di infrastrutture e della concorrenza globale.

Le profonde disuguaglianze sociali e le instabilità economiche e politiche hanno reso complesso il consolidamento di un'industria del design sostenibile. Molti designer si sono trovati a operare in condizioni di scarsità di risorse e con un supporto istituzionale limitato, dovendo spesso adottare strategie di adattamento e creatività per rispondere alle sfide del mercato.

Design e identità culturale

Uno degli aspetti più distintivi del design latinoamericano è il suo stretto legame con l'identità culturale, un elemento che si manifesta attraverso l'integrazione di tradizioni artigianali, materiali locali e simbolismi radicati nella storia e nella natura del territorio. A differenza di altre regioni del mondo, dove il design industriale ha spesso preso le distanze dalle radici culturali per abbracciare una visione globalizzata, in America Latina le pratiche artigianali continuano a rappresentare un punto di riferimento essenziale per la definizione di uno stile autentico e riconoscibile. La ricchezza di motivi ispirati alla flora e alla fauna locali, l'uso di colori vibranti e l'adozione di tecniche tramandate di generazione in generazione contribuiscono alla creazione di un linguaggio visivo unico, capace di esprimere l'essenza delle diverse culture che popolano il continente.

In questo contesto, la collaborazione tra designer e artigiani locali assume un ruolo cruciale. Lavorare a stretto contatto con le comunità non solo consente di preservare le tecniche tradizionali, ma offre anche l'opportunità di adattare alle esigenze del mercato contemporaneo, creando prodotti che coniugano tradizione e innovazione. Tuttavia, questa interazione può talvolta rivelarsi problematica, specialmente quando emergono dinamiche di appropriazione culturale. In alcuni casi, il lavoro degli artigiani viene sfruttato senza un adeguato riconoscimento economico e culturale, generando squilibri di potere che rischiano di indebolire l'autenticità delle produzioni locali e di compromettere il tessuto socio-economico delle comunità coinvolte. La sfida per il design latinoamericano è dunque quella di trovare un equilibrio tra valorizzazione e rispetto, evitando di cadere in dinamiche estrattive che riducono l'artigianato a semplice ornamento esotico. Oltre a rappresentare un'espressione culturale, l'artigianato latinoamericano si configura anche come uno strumento di resistenza sociale e politica. In molte comunità indigene e rurali, il design diventa un mezzo per riaffermare l'identità locale e opporsi all'omogeneizzazione imposta dalla globalizzazione. Attraverso la produzione di oggetti che raccontano storie e tradizioni, le comunità trovano un modo per preservare la propria eredità culturale e trasmetterla alle future generazioni. Tuttavia, esiste il rischio di cadere nell'essentialismo culturale, ossia in una visione idealizzata e statica del passato, che

potrebbe limitare le potenzialità innovative del design contemporaneo. La sfida sta nel riuscire a reinterpretare la tradizione in chiave moderna, evitando di fossilizzarsi su stereotipi che non rispecchiano la realtà dinamica e in continua evoluzione della regione. Un esempio emblematico di come l'identità culturale possa essere utilizzata come leva economica è il concetto di branding nazionale, adottato da diversi paesi latinoamericani, tra cui Uruguay, Cile ed Ecuador. Attraverso strategie di marketing territoriale, questi paesi hanno cercato di promuovere le proprie tradizioni artigianali e il design locale per attrarre investimenti e turismo. Tuttavia, se da un lato questo approccio ha contribuito a valorizzare l'immagine del design latinoamericano a livello internazionale, dall'altro si è spesso rivelato superficiale, più orientato all'estetica e alla narrazione che alla reale valorizzazione dei contenuti e delle competenze locali.



Fig. 3: marca Cile

Design e scarsità di risorse: soluzioni creative e adattamento

La scarsità di risorse economiche e materiali ha rappresentato una sfida costante per i designer latinoamericani, spingendoli a sviluppare un approccio creativo e pragmatico, capace di trasformare i vincoli in opportunità. In questo contesto, il riciclo e il riutilizzo sono diventati principi fondamentali, dando origine a soluzioni innovative che rispondono alle necessità quotidiane della popolazione. La pratica dell'autocostruzione e del design DIY (do-it-yourself), profondamente radicata in molte comunità della regione, consente di creare oggetti e strutture funzionali utilizzando materiali di recupero e tecniche adattabili alle risorse disponibili. Questo approccio, che privilegia l'ingegnosità rispetto all'abbondanza di mezzi, si è rivelato essenziale per affrontare le sfide legate all'urbanizzazione crescente, alla povertà diffusa e alla precarietà infrastrutturale. L'emergere di una forte cultura del design sociale è una delle conseguenze più significative di questa mentalità. I designer latinoamericani, consapevoli delle difficoltà strutturali che caratterizzano molte aree della regione, si concentrano sempre più sulla creazione di prodotti e servizi che siano non solo accessibili ed economici, ma anche in grado di rispondere efficacemente alle esigenze delle comunità locali. Progetti che mirano a migliorare le condizioni di vita attraverso il design

sostenibile, come la creazione di arredi urbani realizzati con materiali di scarto o l'impiego di tecniche costruttive a basso impatto ambientale, stanno guadagnando spazio e riconoscimento. Tuttavia, nonostante il valore e l'impatto positivo di queste iniziative, la debolezza dell'industria locale e la mancanza di sostegno istituzionale rappresentano ostacoli significativi alla loro diffusione su larga scala. La carenza di investimenti, le difficoltà logistiche e la scarsità di infrastrutture adeguate limitano la capacità di espansione di queste soluzioni, rendendo difficile il loro consolidamento all'interno di un mercato strutturato.

In questo contesto, le università e le istituzioni pubbliche giocano un ruolo fondamentale nel promuovere una progettazione più consapevole e contestualizzata. Attraverso programmi di ricerca e formazione, le istituzioni accademiche possono contribuire a colmare il divario tra il design tradizionale e le esigenze del contesto locale, fornendo ai designer strumenti e conoscenze per sviluppare soluzioni sostenibili e replicabili. Inoltre, la creazione di reti collaborative tra designer, artigiani e attori pubblici potrebbe favorire una maggiore integrazione delle competenze e delle risorse disponibili, incentivando la diffusione di pratiche progettuali che valorizzino il patrimonio locale e promuovano modelli di economia circolare. Una delle strategie più efficaci per affrontare le sfide legate alla scarsità di risorse consiste nell'utilizzo di materiali locali e nella reinterpretazione delle tecniche tradizionali in chiave contemporanea.

Questo approccio consente di ridurre i costi di produzione e di limitare la dipendenza dalle importazioni, promuovendo al contempo un design sostenibile e radicato nel territorio. Un esempio emblematico di questa filosofia è rappresentato dalla poltrona BKF, un'icona del design argentino che ha saputo combinare elementi della tradizione artigianale locale con una concezione moderna della forma e della funzionalità, dimostrando come l'incontro tra cultura locale e innovazione possa generare oggetti dal forte valore identitario, capaci di competere sul mercato internazionale senza perdere il legame con le proprie radici.

In altri casi, le comunità locali hanno sviluppato tecniche di produzione innovative che non solo rispondono alle esigenze pratiche della popolazione, ma contribuiscono anche alla salvaguardia dell'ambiente. L'uso di fibre vegetali biodegradabili per la realizzazione di oggetti di uso quotidiano, ad esempio, rappresenta un'alternativa ecologica ai materiali sintetici, riducendo l'impatto ambientale e valorizzando al contempo le risorse naturali locali.

Queste pratiche, oltre a essere sostenibili, favoriscono la creazione di opportunità economiche per le comunità rurali, offrendo loro la possibilità di accedere a nuovi mercati attraverso prodotti artigianali che rispondono alle crescenti richieste di sostenibilità a livello globale.

In definitiva, il design latinoamericano dimostra una straordinaria capacità di adattamento e resilienza di fronte alla scarsità di risorse, trasformando le limitazioni in motori di creatività e innovazione. La sfida per il futuro sarà quella di consolidare queste pratiche attraverso politiche di supporto che favoriscano la crescita del settore e ne garantiscano la sostenibilità a lungo termine. Solo attraverso un approccio integrato, che coinvolga designer, comunità locali, istituzioni e imprese, sarà possibile sviluppare soluzioni efficaci, sostenibili e in grado di rispondere alle complesse esigenze di un continente in continua evoluzione.

Tendenze contemporanee e prospettive future

Oggi, il design latinoamericano si trova di fronte a un momento cruciale, in cui le dinamiche della globalizzazione stanno ridefinendo le opportunità e le sfide per il settore. Da un lato, l'accesso ai mercati internazionali e l'espansione delle piattaforme digitali offrono ai designer latinoamericani una visibilità senza precedenti, permettendo loro di far conoscere il proprio lavoro a un pubblico globale. Dall'altro lato, tuttavia, la pressione verso la standardizzazione e l'omogeneizzazione rischia di compromettere l'unicità delle produzioni locali, spingendo i designer a trovare nuove strategie per preservare la propria identità culturale senza rinunciare all'innovazione.

Le nuove generazioni di designer stanno cercando un equilibrio tra il rispetto delle tradizioni e l'adozione di materiali e tecnologie sostenibili, reinterpretando il patrimonio culturale in chiave contemporanea. L'integrazione di processi artigianali con tecniche avanzate, come la stampa 3D e la digital fabrication, sta consentendo di sviluppare soluzioni innovative che rispettano le risorse locali e rispondono alle esigenze di un

mercato sempre più orientato alla sostenibilità. L'utilizzo di materiali riciclati, biodegradabili e a basso impatto ambientale rappresenta una delle tendenze più significative, dimostrando come il design possa contribuire alla costruzione di un futuro più sostenibile per la regione.

Un aspetto emergente di grande rilevanza è l'uso del design come strumento di empowerment per le comunità locali. Sempre più progetti partecipativi stanno coinvolgendo artigiani e designer in processi collaborativi, in cui la condivisione delle conoscenze e il rispetto delle tradizioni giocano un ruolo centrale. Queste iniziative non solo permettono di creare prodotti autentici e culturalmente radicati, ma favoriscono anche lo sviluppo economico delle comunità, offrendo nuove opportunità di lavoro e valorizzando il sapere locale. Tuttavia, affinché questi progetti abbiano un impatto duraturo, è necessario un sostegno concreto da parte delle istituzioni e delle imprese, che devono riconoscere il valore del design come leva di sviluppo sociale e culturale.

L'economia creativa si sta rivelando una risorsa fondamentale per il futuro del design latinoamericano.

Attraverso la partecipazione a circuiti internazionali, fiere e piattaforme digitali, i designer hanno l'opportunità di connettersi con mercati globali senza perdere il legame con le proprie radici. La crescente domanda di prodotti unici e artigianali da parte dei consumatori di tutto il mondo sta aprendo nuove prospettive di crescita, ma pone anche la necessità di trovare un equilibrio tra produzione su larga scala e mantenimento dell'autenticità culturale.

In questo contesto, l'ibridazione culturale continua a essere una delle strategie più efficaci per rafforzare l'identità del design latinoamericano. La contaminazione tra elementi tradizionali e contemporanei consente di creare prodotti capaci di raccontare storie uniche, rappresentando un ponte tra passato e futuro. Tuttavia, la diversità della regione rende

impossibile parlare di un design latinoamericano uniforme; al contrario, si tratta di un mosaico di espressioni diverse che, pur condividendo valori comuni, si declinano in modi differenti a seconda del contesto locale. Per affrontare le sfide del futuro, sarà fondamentale sviluppare un modello di crescita sostenibile che valorizzi le risorse locali senza creare dipendenza dai mercati internazionali. La creazione di reti collaborative tra designer, artigiani e istituzioni accademiche potrebbe rappresentare una soluzione strategica per rafforzare il settore, favorendo la condivisione di competenze e la creazione di opportunità di business sostenibili. Inoltre, il rafforzamento di politiche pubbliche mirate a incentivare l'innovazione e la formazione nel settore del design potrebbe contribuire a consolidare l'identità del design latinoamericano a livello globale.

MEXICO

GUATEMALA
HONDURAS
COSTA RICA
NICARAGUA

ECUADOR
COLOMBIA
VENEZUELA
PERU

GUYANA
SURINAME
GUYANA
FRANCE

BRASIL

ARGENTINA

BOLIVIA

PARAGUAY

URUGUAY

Dai primi anni 30 al design pre-dittatura

Tradizione, modernità e influenze europee nel design e nell'architettura argentina del XX secolo

Nel XX secolo, la storia del design argentino cominciò a prendere forma, strettamente legata al percorso della storia dell'arte e influenzata dalle profonde trasformazioni sociali ed economiche del paese. Nel XIX secolo, le élite urbane, specialmente a Buenos Aires, avevano guardato all'Europa come principale riferimento culturale. Stili come il classicismo, l'Art Nouveau e l'Art Déco furono importati come simboli di modernità e progresso, riflettendo l'ambizione di posizionare l'Argentina come una nazione "civilizzata" e moderna. Questo processo, tuttavia, si sviluppò in parallelo con una realtà locale estremamente diversificata, caratterizzata dalla ricchezza delle culture indigene⁴ e da un'importante immigrazione europea, in particolare italiana e spagnola, che giocò un ruolo cruciale nel plasmare l'identità culturale del paese.

L'immigrazione, esplosa tra la fine del XIX e l'inizio del XX secolo, trasformò radicalmente l'Argentina, portando nuove tradizioni estetiche, tecniche artigianali e una concezione moderna del lavoro e dell'industria. Buenos Aires, in particolare, divenne un crogiolo culturale dove si incontravano influenze europee, culture locali e un rapido processo di urbanizzazione. Questo ambiente alimentò una tensione creativa tra le radici tradizionali e la spinta verso l'innovazione. Mentre i modelli europei continuavano a dominare, l'immigrazione contribuiva a diffondere pratiche artigianali che arricchirono la produzione locale, ponendo le basi per un design che iniziava a riflettere anche la realtà sociale del paese.

Un simbolo precoce di modernità e progresso nella capitale fu l'inau-

gurazione, nel 1913, della "Subte"⁵, la prima metropolitana dell'America Latina. Composta inizialmente solo dalla Linea A, questa infrastruttura rappresentava un trionfo tecnologico e culturale per Buenos Aires, collocandola tra le grandi città mondiali all'avanguardia nell'urbanizzazione. La Subte non solo modernizzò i trasporti urbani, ma divenne anche un esempio del design funzionale e delle capacità ingegneristiche dell'epoca, contribuendo a definire l'identità cosmopolita della città.



Fig. 4: Stazione Plaza de Mayo il giorno della sua inaugurazione, il 1 dicembre 1913, che rese la metropolitana di Buenos Aires la n. 14 nel mondo.

4) Sosa, Rocío Irene. *La historia del arte argentino a la luz de los estudios decoloniales*. Revista Andaluza de Ciencias Sociales, no. 30 (2020).

5) Composta da sei linee, identificate con lettere e colori diversi, per una lunghezza totale di 56,7 km. La prima linea, la linea A, fu inaugurata nel 1913, la linea B

nel 1930, la linea C nel 1934, la linea D nel 1937, la linea E nel 1944 e la linea H nel 2007. In totale conta 90 stazioni.

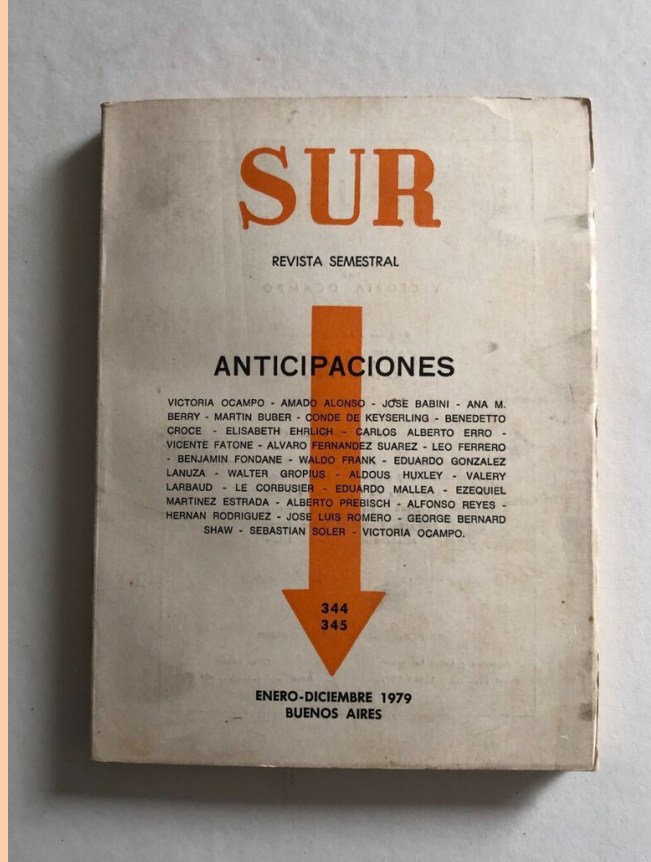
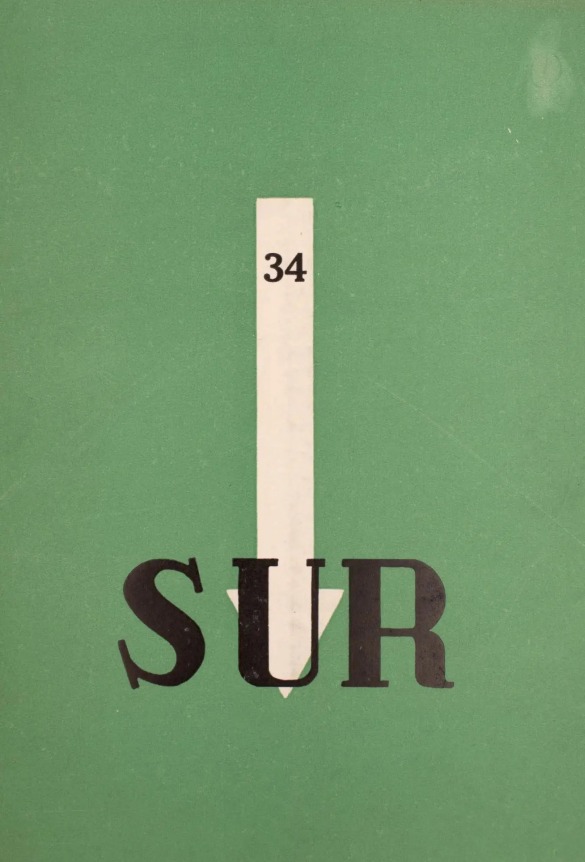


Fig. 5/6: Victoria Ocampo, Revista Sur, 1931-92.

Negli anni '30, in un contesto segnato dalla Grande Depressione, queste dinamiche si fecero ancora più evidenti. La crisi economica e la crescente industrializzazione portarono a un ripensamento dei modelli estetici e funzionali del design. Buenos Aires, centro di una rapida modernizzazione, divenne il fulcro di un dibattito sul rapporto tra tradizione e modernità. L'immigrazione aveva ormai radicato nuove influenze culturali, ma iniziava anche a emergere un desiderio di creare un linguaggio visivo più autentico, che rappresentasse non solo le élite urbane, ma anche le diverse identità del paese.

In questo periodo, figure come Victoria Ocampo si distinsero nel promuovere un dialogo tra le influenze europee e il contesto locale. Allo stesso tempo, intellettuali e designer iniziarono a interrogarsi sul ruolo del design nella costruzione di un'identità nazionale che integrasse la

complessità della società argentina. Questo segnò l'inizio di una transizione verso un design più consapevole, che pur mantenendo le influenze europee, riconosceva sempre di più il valore delle tradizioni locali e delle dinamiche multiculturali portate dall'immigrazione.

Victoria Ocampo, intellettuale e figura centrale della cultura argentina, fondò nel 1931 la *Revista Sur*, una rivista letteraria e culturale che divenne il punto di riferimento per la diffusione delle idee moderniste e avanguardiste in America Latina. *Sur* rappresentava un ponte tra l'Europa e l'Argentina, pubblicando traduzioni e saggi di autori come Le Corbusier e Walter Gropius, e promuovendo un dialogo interculturale. Con questa rivista, Ocampo cercò di portare in Argentina il meglio del pensiero progressista internazionale, affrontando però la resistenza di una società profondamente conservatrice.

In questo scenario, la visita di Le Corbusier nel 1929-1930 ebbe un impatto significativo. L'architetto presentò a Buenos Aires progetti urbanistici audaci, immaginando un centro d'affari moderno con grattacieli e ampie aree verdi, ma la sua visione non trovò spazio in una città legata a modelli estetici tradizionali. Tuttavia, lasciò un'eredità concreta con la *Casa Curutchet*⁶, costruita a La Plata tra il 1949 e il 1953. Questo fu l'unico progetto di Le Corbusier realizzato in America Latina, un esempio iconico del modernismo, che integrava magistralmente funzionalità e natura. Parallelamente, Victoria Ocampo cercò di tradurre il modernismo in un linguaggio locale, commissionando a Alejandro Bustillo⁷ la progettazione della sua casa a San Isidro. Bustillo, noto per il suo approccio eclettico e tradizionale, si trovò a confrontarsi con le idee innovative di Ocampo, creando una residenza che rappresentava un compromesso tra tradizione e modernità. Questa tensione rifletteva il più ampio dibattito sull'ar-

chitettura in Argentina, dove il modernismo stava gradualmente guadagnando terreno.

Anche Walter Gropius, fondatore del Bauhaus, ebbe un'influenza significativa. Invitato da Ocampo, aprì brevemente uno studio a Buenos Aires nel 1931 e contribuì con saggi pubblicati su *Sur*, promuovendo le idee del Bauhaus in Argentina e in altri paesi latinoamericani. Sebbene i suoi progetti non si concretizzarono mai, Gropius lasciò un segno importante nell'educazione architettonica locale e ispirò molti architetti della regione. L'interazione tra Le Corbusier, Gropius, Ocampo e Bustillo evidenzia le tensioni tra innovazione e conservatorismo nell'Argentina degli anni '30. La presenza di questi protagonisti, unita agli sforzi di Ocampo con la *Revista Sur*, contribuì a introdurre il modernismo in un contesto culturalmente complesso, lasciando un'impronta duratura sul panorama architettonico e culturale del paese.

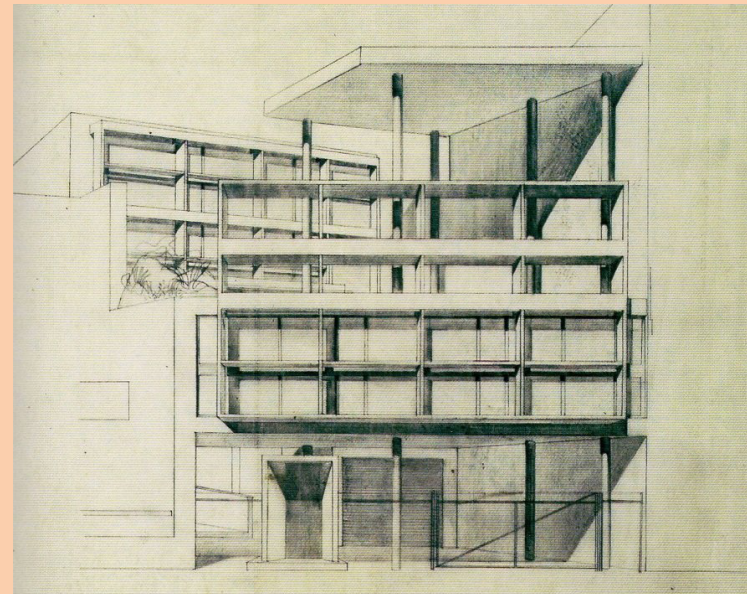


Fig. 7/8: Le Corbusier, *Casa Curutchet* La Plata, Buenos Aires, 1954.

6) Liernur, F. y Pschepiurca, P. *La red austral. Obras y proyectos de Le Corbusier y sus discípulos en la Argentina (1924-1965)*. Bernal: Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes, Prometeo 3010 (2008).

7) Uno degli architetti più importanti della storia dell'Argentina. A Buenos Aires ha progettato la sede del Banco de la Nación Argentina la banca Tornquist e l'Hotel Continental.



Fig. 9: Antonio Bonet, Juan Kurchan e Jorge Ferrari Hardoy, sedia BKF, 1938.



Fig. 10: Claudio Girola, Jorge Brito, Alfredo Hlito e Tomás Maldonado, copertina della rivista Arturo, 1944.

Dagli anni '30 agli anni '40: modernizzazione industriale e trasformazioni culturali in Argentina.

Negli anni '30, l'Argentina intraprese un decisivo processo di modernizzazione industriale e culturale, posizionandosi tra i leader dell'industrializzazione in America Latina, al fianco del Cile. Tra il 1930 e il 1950, il settore industriale argentino superò quello agricolo in termini di prodotto, mentre l'occupazione nel comparto manifatturiero raddoppiò, segnando un cambiamento strutturale nell'economia del paese. In questo contesto, nel 1938 nacque il *Grupo Austral*, un collettivo di architetti e designer formato da Antonio Bonet, Juan Kurchan e Jorge Ferrari Hardoy. I membri del gruppo, influenzati dalle idee moderniste di Le Corbusier, promossero un'estetica moderna e funzionale che coniugava influenze internazionali con le specificità locali, mantenendo sempre un occhio attento alla realtà sociale ed economica del paese. La loro opera si caratterizzò per un approccio minimalista e razionalista. Un esempio significativo fu la progettazione della *sedia BKF* (o Butterfly Chair) nel 1938, che nel 1944 vinse il Premio del Museo di Arte Moderna di New York (MoMA) durante la mostra "Latin American Architecture". La sedia divenne simbolo del design moderno, apprezzata per la sua innovazione e funzionalità. Un altro progetto importante fu l'*Atelier para Artistas* del 1945, che rifletteva il

desiderio di modernizzare lo spazio abitativo.

Nel 1942, fu fondata la rivista *Tecné*, che divenne una piattaforma fondamentale per il dibattito intellettuale e la diffusione di idee sul design e l'architettura come strumenti di innovazione sociale. In essa, il linguaggio visivo razionale e geometrico, ispirato ai movimenti modernisti europei, divenne centrale.

Nel 1944, un altro evento importante segnò il panorama culturale argentino: la pubblicazione del *Manifiesto de los 4 Jóvenes*⁸, che annunciò la nascita della prima avanguardia latinoamericana. I membri di questo gruppo, tra cui Tomás Maldonado, si confrontarono con le influenze provenienti dall'Europa, in particolare dal costruttivismo russo, dal neoplasticismo e dal cubismo. La rivista *Arturo*⁹, scritta proprio dai 4 Jóvenes, propose l'"invenzione" come metodo per la creazione estetica, incoraggiando a rappresentare ciò che non esisteva ancora, superando la mera imitazione della realtà. Questo approccio rivoluzionario influenzò profondamente il panorama del design e dell'arte, sostenendo l'idea che l'arte concreta non dovesse solo astrarre, ma inventare nuove realtà.

8) Claudio Girola, Jorge Brito, Alfredo Hlito e Tomás Maldonado, *Manifiesto de cuatro jóvenes*, Buenos Aires, 1941.

9) Primo manifesto organico dell'arte neofigurativa in America Latina.

Nel 1946, il gruppo originario si separò, dando vita al *Grupo Arte Concreto-Invencción*. Questo nuovo collettivo sviluppò ulteriormente le idee espresse dai 4 Jóvenes, sostenendo che l'arte concreta non doveva limitarsi a riflettere la realtà, ma creare una nuova dimensione visiva.

Nel 1946, con l'ascesa al potere di Juan Domingo Perón, lo Stato assunse un ruolo centrale nella regolamentazione economica, adottando politiche keynesiane e di redistribuzione, e nazionalizzando importanti settori strategici. Questo processo portò alla creazione di nuove aziende statali e alla promozione di un modello economico orientato verso l'autosufficienza e la produzione di beni di consumo, migliorando l'accessibilità dei beni per le classi lavoratrici.

Un esempio significativo di questa strategia fu la crescita di YPF (Yacimientos Petrolíferos Fiscales)¹⁰, l'azienda petrolifera statale, che, attraverso piani di espansione, iniziò a rafforzare l'immagine del paese come nazione in rapido progresso. YPF utilizzò la grafica razionalista per costruire un'immagine visiva coerente con l'idea di modernità e progresso, e le sue campagne pubblicitarie, che si estendevano a spazi di vendita, serbatoi e persino provette, contribuirono a definire l'Argentina come un paese all'avanguardia nella modernizzazione industriale.

Nel settore industriale, l'immigrazione europea, soprattutto quella proveniente dalla Guerra Civile Spagnola e dalla Seconda Guerra Mondiale, portò una manodopera qualificata e competenze artigianali che furono determinanti nell'espansione di industrie culturali come le case editrici. Personaggi come Gonzalo Losada e Antonio López Llausás contribuirono alla fondazione di case editrici come Sudamericana ed Emecé, che divennero motori importanti per la crescita culturale del paese. Allo stesso tempo, l'industria alimentare vide l'emergere di marchi come La Serenisima e SanCor¹¹, che iniziarono a costruire un'immagine forte legata ai prodotti argentini.

Nel campo tecnologico, il governo argentino investì in progetti innovativi come la Fábrica Militar de Aviones di Córdoba, che nel 1947 sviluppò il *Pulqui*, il primo aereo a reazione dell'America Latina. L'innovazione industriale si concretizzò anche con la creazione dell'IAME (Industrie Aeronáutiche y Mecánicas del Estado) nel 1952, che diversificò la produzione, avviando la produzione di motociclette, automobili e trattori. Tuttavia, l'apertura alle imprese straniere, come Fiat e Kaiser, nel 1953, portò al declino di IAME e alla sua progressiva uscita dalla produzione automobilistica e aeronautica.



Fig. 11: Una stazione di servizio di YPF a Buenos Aires nel 1951.



Fig. 12: Primo logo YPF, 1922-1998.

10) Con la fondazione di YPF, l'Argentina è stato il secondo Paese al mondo, dopo l'Unione Sovietica, a possedere una compagnia petrolifera statale verticalmente integrata.

11) La Serenisima è un gruppo imprenditoriale argentino fondato da Teresa Aiello e Antonino Mastellone nel 1929. SanCor è un'azienda lattiero-casearia argentina che opera in forma cooperativa, fondata nel 1938.

L'ascesa dei mezzi di comunicazione di massa, con un sistema di diffusione fortemente politicizzato, contribuì a costruire un'iconografia legata al peronismo, attraverso l'uso strategico della grafica, dell'editoria e dei materiali audiovisivi. La Sottosegreteria delle Informazioni creò una rete di comunicazione che utilizzava manifesti, materiali educativi e cartellonismo per promuovere i valori del progresso e del lavoro, ispirandosi a modelli europei di propaganda, come quelli del nazionalsocialismo tedesco e del cartellonismo spagnolo.



Fig. 13: Héctor Alfonsín, Afiches del peronismo, 4 de junio de 1948.

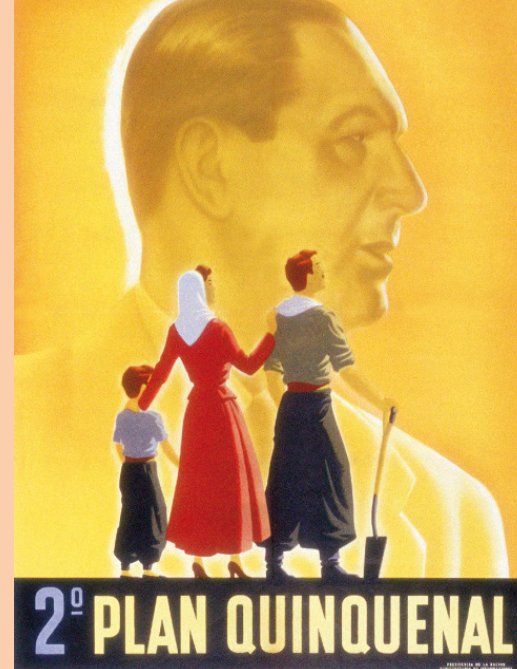


Fig. 14: Héctor Alfonsín, Afiches del peronismo, 1953.

Perón, Evita e la trasformazione sociale dell'Argentina.

Gli anni '40 e '50 rappresentano una fase cruciale nella storia argentina, segnata da profondi cambiamenti politici, economici e culturali. Durante il primo mandato di Juan Domingo Perón, a partire dal 1946, l'Argentina conobbe una significativa trasformazione sociale ed economica. Il governo peronista promosse un piano industriale orientato all'autosufficienza, puntando sullo sviluppo di industrie nazionali e sull'espansione della classe operaia. La crescita industriale fu accompagnata da politiche di redistribuzione del reddito che migliorarono le condizioni di vita di ampi settori popolari, consolidando il consenso al governo. In questo contesto, il peronismo rifletteva un fenomeno più ampio, noto come latinoamericanismo¹², che emerse come risposta alla Grande Depressione. La crisi economica globale, che aveva influito sugli scambi di import/export, rese evidente la necessità per gli Stati latinoamericani di sviluppare un'industria locale per ridurre la dipendenza dalle importazioni. Il peronismo, dunque, si configurava come un progetto nazionalista e di cambiamento sociale, con una strategia di industrializzazione sostitutiva alle importazioni (ISI). L'industria peronista si caratterizzava per

un'impronta tecnonazionalista, mirando a promuovere l'autosufficienza economica attraverso lo sviluppo di tecnologie e capacità produttive nazionali.

I risultati del peronismo furono evidenti in numerosi settori. Il governo promosse una forte espansione dell'educazione pubblica, rendendo l'accesso all'istruzione primaria e secondaria gratuito e obbligatorio, e ampliando notevolmente l'accesso all'università. La creazione di università pubbliche contribuì a formare una nuova classe di professionisti e tecnici, supportando così lo sviluppo industriale del paese. Il periodo peronista fu anche caratterizzato da un'imponente crescita economica, grazie alla protezione dell'industria locale e a politiche economiche che favorivano la produzione nazionale. Il governo raggiunse la piena occupazione, con un aumento delle opportunità di lavoro, e una crescita significativa del reddito delle classi popolari. Questi successi portarono alla nascita di una nuova classe media, che divenne uno degli attori principali della vita economica e politica del paese.

Nel contempo, il peronismo sviluppò un'ampia macchina propagandistica, con strumenti grafici e audiovisivi che veicolavano l'immagine di un'Argentina prospera e moderna, guidata dalla leadership carismatica

¹² L'integrazione latinoamericana (o latinoamericanismo) è un ideale politico e sociale che auspica e sostiene uno stretto coordinamento, relazione, associazione e cooperazione tra i paesi dell'America Latina sulla base delle loro affinità politiche, sociali, economiche e culturali.

di Perón e sua moglie, Eva Duarte.

Eva Perón, o Evita, fu una figura centrale in questo periodo. Proveniente da umili origini, riuscì a conquistare un ruolo di primo piano nella politica e nella società argentina. Evita si dedicò in particolare ai settori più vulnerabili, diventando il simbolo dell'emancipazione sociale. Attraverso la Fondazione Eva Perón, realizzò numerosi progetti di assistenza sanitaria, educativa e abitativa, destinati soprattutto ai "descamisados", termine con cui si identificavano i sostenitori peronisti delle classi popolari. La sua attività filantropica si intrecciava con la costruzione della sua immagine pubblica: Eva incarnava l'ideale della donna devota e compassionevole, ma anche dinamica e moderna. Questo binomio di tradizione e progresso la rese una figura straordinariamente popolare, amata da milioni di argentini e temuta dai suoi oppositori.

La morte di Eva nel 1952, causata da un tumore, segnò una svolta drammatica. La perdita della "madre spirituale della nazione" generò un'ondata di lutto collettivo e indebolì il regime di Perón, che si trovò a fronteggiare crescenti tensioni politiche e sociali. I funerali di Evita furono un evento senza precedenti: milioni di argentini parteciparono per rendere omaggio alla donna che aveva trasformato il loro destino. La sua scomparsa, tuttavia, non fece diminuire il culto della sua figura, che continuò a essere centrale nella narrativa del peronismo e nei cuori dei suoi sostenitori.

Negli anni successivi, il secondo mandato di Perón, iniziato nel 1952, si svolse in un clima di polarizzazione crescente. Le riforme sociali e l'autoritarismo del governo suscitarono una forte opposizione, sia da parte delle élite economiche che di settori delle forze armate e della Chiesa cattolica. Perón rispose rafforzando il controllo sui media e sistematizzando l'uso della propaganda audiovisiva. Tuttavia, le tensioni culminarono nel colpo di Stato del 1955, che lo costrinse all'esilio. Nonostante l'assenza fisica, l'eredità di Eva e il mito peronista rimasero vivi. Gli ideali e i simboli del peronismo furono tramandati, mantenendo vivo il legame tra la memoria collettiva e il progetto politico che aveva segnato quegli anni di cambiamenti profondi.



Fig. 15: Perón ed Eva ad un incontro ufficiale alla Casa Rosada, anni '50

Il design come strumento di progresso: l'evoluzione del settore in Argentina negli anni '50 e '60

Nel secondo dopoguerra, la fine della guerra e la ricostruzione dell'Europa suscitarono un forte interesse per il "progetto moderno", con gruppi provenienti da vari ambiti che si recarono in Europa alla ricerca di nuovi paradigmi. Un episodio chiave in questo processo fu il viaggio di Tomás Maldonado nel 1948, durante il quale entrò in contatto con i concreti svizzeri e con figure come Max Bill, esponente del design moderno e della Scuola di Ulm (HfG Ulm). Questo incontro influenzò profondamente il pensiero di Maldonado e il successivo sviluppo del design in Argentina. Nel 1948 venne pubblicata la rivista *Ciclo*, dedicata a temi di cultura, psicologia e psicoanalisi, con una copertina realizzata dallo stesso Maldonado.

Nel 1949, Maldonado scrisse l'articolo *El diseño y la vida social*, considerato il primo studio sul design industriale in Sudamerica. Pubblicato su *CEA*, la rivista del Centro degli Studenti di Architettura, il testo affrontava il tema del design industriale come elemento essenziale della modernità e della sua proiezione sociale, sostenendo che il design fosse la prima forma di modernità accessibile e funzionale. Questa visione trovò ulteriore espressione con la fondazione, nel 1951, della rivista *nv/nueva visión*¹³, dove Maldonado esplorò il ruolo sociale del design industriale, approfondendo il suo potenziale trasformativo nella costruzione di una società moderna.

La riflessione accademica sul design fu ulteriormente consolidata dalla creazione del CONICET (Consiglio Nazionale delle Ricerche Scientifiche e Tecniche) nel 1951, che promosse la collaborazione tra design, ricerca scientifica e innovazione tecnologica, rafforzando la connessione tra sviluppo industriale e progresso culturale in Argentina.

In questo contesto, Colbo rappresentò una delle realtà più innovative nel panorama del design argentino. L'azienda, fondata negli anni '50 da Colette Boccara, architetta e ceramista nata in Francia e trasferitasi in Argentina a 10 anni, rivoluzionò il design e l'artigianato locale di Mendoza insieme al marito César Janello. Colbo divenne famosa per le sue creazioni in gres rosso, un'argilla naturale proveniente dalle montagne di Mendoza, caratterizzate da una forma triangolare innovativa, nata casualmente durante la cottura a temperature elevate. Le sue opere, rifinite a mano, combinavano l'argilla rossa esterna con smalti colorati interni, rappresentando un perfetto equilibrio tra tradizione artigianale e design moderno.

Sebbene l'azienda chiuse negli anni '80, fu rilanciata dal figlio Matías Janello e dal designer Martín Endrizzi, che modernizzarono la produzione



Fig. 16: Colette Boccara nel suo studio

mantenendo lo spirito artigianale. Oggi Colbo realizza 3.000 pezzi al mese, venduti online e in negozi culturali in Argentina, e ha ottenuto numerosi riconoscimenti, tra cui il Sello de Buen Diseño e il titolo di ambasciatore della Marca País. Con una collezione che include piatti, ciotole e set per sushi dai colori distintivi e smalti resistenti, Colbo rappresenta un simbolo del design sostenibile e dell'artigianato argentino, riutilizzando quasi al 100% la materia prima.

L'adozione di principi modernisti portò alla nascita di nuove realtà, come Axis, il primo studio di design integrale, e Cícero Publicidad, fondato da Carlos Méndez Mosquera, che nel 1954 creò anche Ediciones Infinito, una casa editrice dedicata alle discipline progettuali. In questo periodo vennero fondati anche studi come Harpa (1953), composto da importanti designer come Jorge Ferrari Hardoy, Eduardo Aubone, José Rey Pastor e Leonardo Aizemberg, che contribuirono a rafforzare l'orientamento industriale del design argentino.

Con il colpo di Stato del 1955, Maldonado si trasferì in Germania, dove si unì alla Scuola di Ulm (HfG Ulm), diventando prima professore e poi rettore. Qui proseguì la sua indagine sul design come disciplina culturale e sociale, consolidando una visione moderna e funzionale che avrebbe influenzato il panorama internazionale.

13) Fondata da Maldonado, Hlito e Méndez Mosquera, si pubblicarono nove numeri.

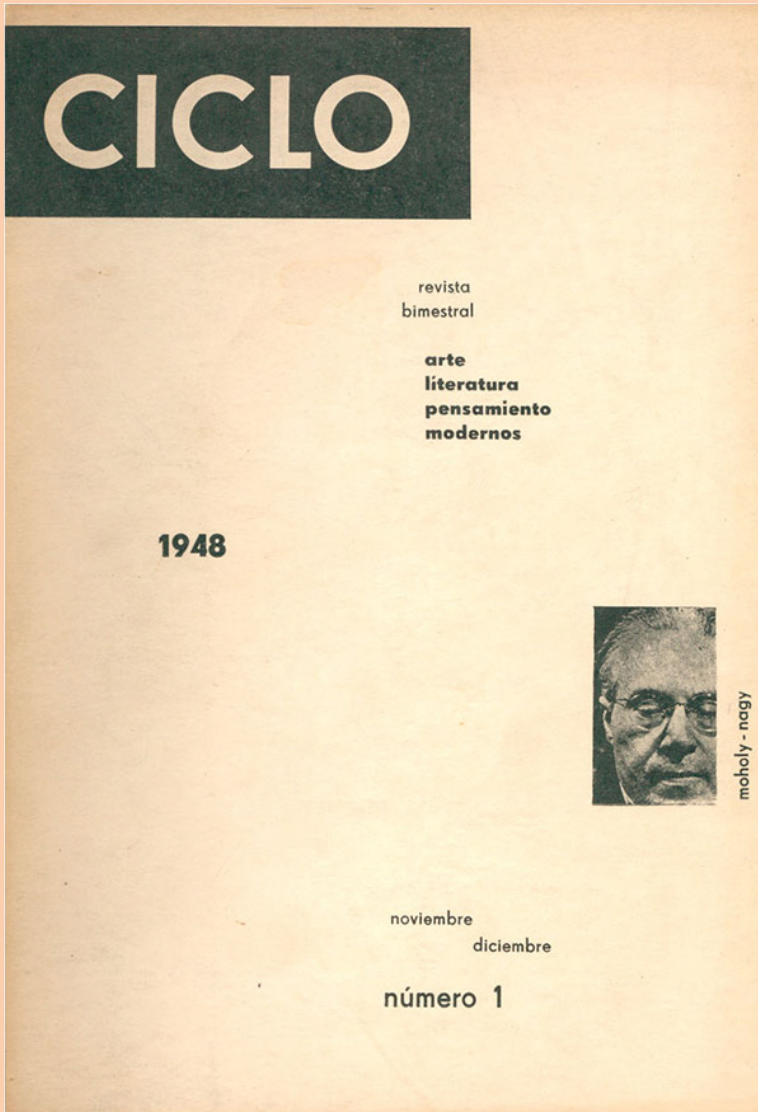


Fig. 17: Tomás Maldonado, revista *Ciclo* n°1, 1948



Fig. 18: Tomás Maldonado, revista *nv/nueva visión*, 1951.



Fig. 19: Cícero Publicidad, progetto grafico: Ronald Shakespear, calendario FATE, 1966.

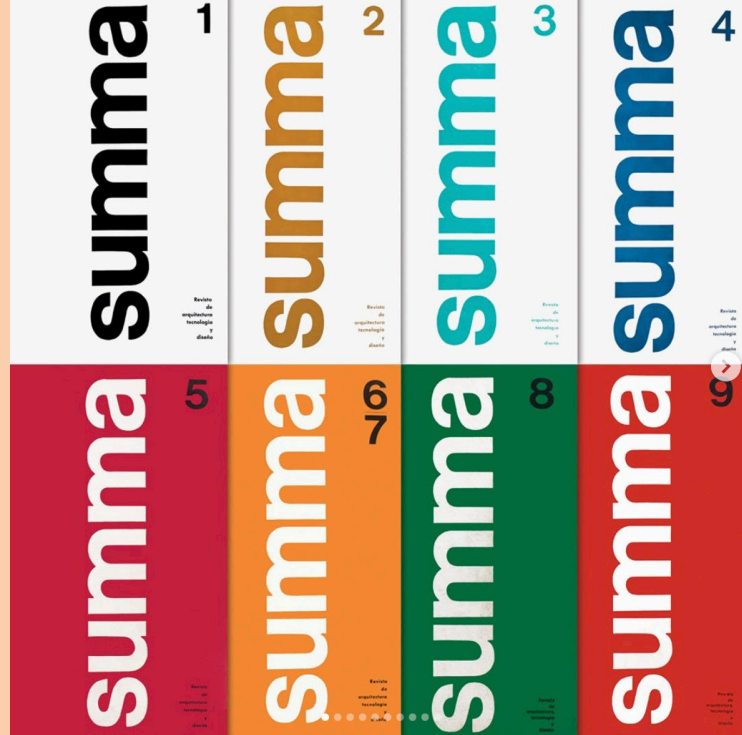


Fig. 20: Carlos e Lala Méndez Mosquera, Rivista Summa, 1963.

Nel 1959, con l'intento di competere nel mercato globale, SIAM¹⁴, una delle principali aziende argentine, ridisegnò il proprio logo e simbolo, avviando un programma di identità aziendale orientato verso una visione integrata dell'immagine di prodotto. Allo stesso modo, SCR, i servizi radio e televisivi di Córdoba, svilupparono una nuova identità visiva, ispirandosi alla BBC di Londra. FATE¹⁵, un'altra azienda rilevante, incaricò l'agenzia Cícero Publicidad di creare una nuova immagine aziendale nel 1963, puntando a una comunicazione integrata che riflettesse i cambiamenti sociali e tecnologici in corso.

Nel frattempo, per costruire prestigio, molte aziende e istituzioni iniziarono a organizzare mostre e biennali. Esemplici in questo senso furono la

Scuola Tecnica Superiore di IKA e l'Istituto Di Tella, fondato nel 1958, che divenne un centro fondamentale per la ricerca e l'innovazione artistica. Il Centro di Arti Visive (CAV), diretto da Jorge Romero Brest dal 1963, fu un altro punto di riferimento, dove artisti come Edgardo Giménez e Juan Carlos Distéfano¹⁶ emersero per le loro proposte grafiche all'avanguardia.

Parallelamente, negli anni '60, vennero creati i primi corsi universitari di design, come il Dipartimento di Design dell'Università Nazionale di Cuyo, inaugurato nel 1958, seguito dalle università di La Plata e Litorale. La ricerca di riferimenti internazionali portò anche una delegazione ufficiale a visitare la HfG Ulm nel 1962. Nel campo editoriale, si distinsero riviste

14) Società Italiana di Impastatrici Meccaniche.

15) Fabbrica Argentina di Tessuti Gommati.

16) Juan Carlos Distéfano (1933) studiò arti grafiche nella scuola industriale e in seguito lavorò per agenzie di pubblicità. Aprì negli anni '70 uno studio insieme a Rubén Fontana. Nel 1977 Distéfano si esiliò a Barcellona. Tornò nel paese nel 1979 e si dedicò alla scultura.

come *Summa*¹⁷, fondata nel 1963, ed *Editorial Infinito*, che si concentrarono sulla promozione del design attraverso pubblicazioni specializzate. Allo stesso tempo, l'umorismo grafico trovò una sua espressione in *Satiricón* (1972), una rivista di denuncia sociale che, pur essendo chiusa nel 1974, lasciò una forte eredità. Nel CIDI (Centro Industrial del Diseño), vennero promossi corsi, seminari e concorsi per elevare la qualità del design in Argentina. Tra i momenti cruciali, nel 1968, a Buenos Aires, si svolse il "Seminario sull'insegnamento del design industriale in America Latina",

con la partecipazione di figure di rilievo come Tomás Maldonado, Misha Black e Roger Tallon.

Nel settore industriale, il design cominciò a orientarsi verso la produzione di elettronica nazionale. Aziende come FATE crearono nuove linee di prodotti di successo, come le calcolatrici e i dispositivi elettronici progettati da designer come Silvio Grichener, Hugo Kogan e Roberto Nàpoli, segnando un'ulteriore affermazione del design come strumento di crescita economica e innovazione.



Fig. 21: Carlos e Lala Méndez Mosquera, *Rivista Summa*, 1963.



Fig. 22: Oskar Blotta e Andrés Cascioli, *Satiricón* n°10, agosto de 1973

17) La rivista *Summa*, fondata nel 1963 da Carlos e Lala Méndez Mosquera, fu una pietra miliare per l'architettura, il design e la tecnologia in Argentina. Con una grafica ispirata allo Stile Tipografico Internazionale e una direzione che coinvolse figure come Sara Torossian e Francisco Bullrich, *Summa* pubblicò 300 numeri fino al 1992, promuovendo il pensiero moderno e la cultura del design in America Latina.



Gli anni del declino

Negli anni Settanta, l'Argentina attraversò un periodo di profonde trasformazioni economiche, politiche e sociali che influenzarono significativamente il settore del design e della comunicazione visiva. La crisi economica globale, l'instabilità politica interna e le tensioni sociali portarono a un progressivo declino dell'industria e a una riduzione del sostegno statale verso le attività creative. In questo contesto, mentre alcune iniziative di rilievo riuscirono a emergere, il settore affrontò una fase di crisi che avrebbe ridefinito il ruolo del design nel paese.

I media iniziarono a segnalare un calo della domanda pubblicitaria da parte delle aziende, un fenomeno aggravato dalla crisi internazionale del petrolio¹⁸, dalla scarsità di carta e dal controllo dei prezzi. In questo scenario, solo alcune agenzie riuscirono a mantenere un alto livello di produzione. L'instabilità politica degli anni Sessanta e Settanta, unita alle tensioni sociali e alla crisi delle agenzie pubblicitarie, spinse molti desi-



Fig. 23/24: Guillermo González Ruiz, Segnaletica urbana di Buenos Aires, 1971-72.

gnere a emigrare in Europa per proseguire la propria carriera. Nonostante il consolidamento del campo del design, il rallentamento economico portò alla chiusura dei dipartimenti di design aziendali, a un incremento di iniziative personali e al ritiro dello Stato come promotore di attività creative.

Un evento rilevante dei primi anni Settanta fu lo sviluppo della segnaletica urbana di Buenos Aires. Nel 1971, Guillermo González Ruiz, nominato direttore del Gruppo di Design del Comune, avviò un ambizioso progetto chiamato *Plan Visual de la ciudad de Buenos Aires*, con un team composto da Eduardo Cánovas, Ronald e Raúl Shakespear. Questo progetto introdusse per la prima volta un sistema visivo completo per gli spazi pubblici della città, diventando un punto di riferimento per la segnaletica urbana, anche grazie alla pubblicazione del libro *Sistemi di segnaletica urbana*.

18) Negli anni Settanta del Novecento il sistema economico internazionale è investito da una profonda crisi che ne scuote le fondamenta. [...] A determinare l'inversione del ciclo economico è la crisi petrolifera del 1973-1974 in seguito alla quale l'economia deve fare i conti con un aumento improvviso e sostenuto del prezzo della sua principale materia energetica. Eco, U. (2014). "Storia della civiltà europea", Encyclomedia.

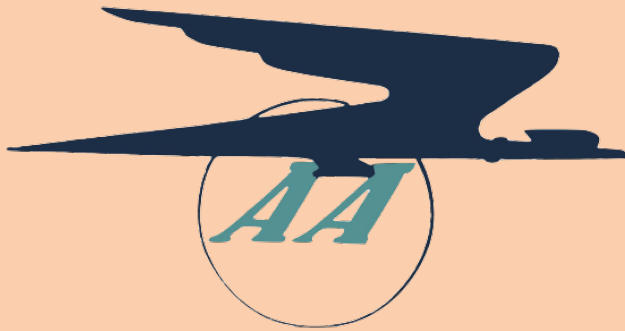


Fig. 25: primo logo della compagnia Aerolíneas Argentinas.



Fig. 26: Gonzalez Ruiz, isotipo della compagnia Austral Líneas Aéreas.

Nel settore dei trasporti, anche le principali compagnie aeree investirono nel design. Aerolíneas Argentinas rafforzò la propria immagine aziendale, migliorando il prestigio del suo servizio, mentre Austral Líneas Aéreas, fondata nel 1971 e nazionalizzata nel 1980, fece altrettanto. Entrambe le compagnie disponevano di dipartimenti di design dedicati.¹⁹

Nel 1973, con il ritorno di Perón al potere, fu lanciato un piano economico che integrava progetti industriali, promuoveva le esportazioni (soprattutto di veicoli) e mirava a mantenere il ruolo delle multinazionali all'interno del sistema industriale. Tuttavia, il piano fallì a causa della morte di Perón e della crisi del 1975, che segnò il crollo dell'industria nazionale. Con l'avvento della dittatura militare nel 1976, l'economia argentina subì profonde trasformazioni: apertura indiscriminata del mercato, deregolamentazione finanziaria e svalutazione della moneta (1977-1978). Questo segnò la fine dello Stato del Benessere e l'inizio di un'alleanza tra lo Stato e le grandi corporazioni.

Il declino industriale degli anni Settanta rappresentò un'inversione rispetto al periodo di industrializzazione sostenuta dalla presenza di numerose aziende familiari nella prima metà del secolo. Fu una risposta politica alle richieste sociali e allo stato di mobilitazione del paese, con l'adozione di politiche anti-sviluppiste e anti-industriali che determinarono un inevitabile arretramento tecnologico.

Con il cambiamento economico a partire dal 1975, l'attività del CIDI decadde e nel 1981 si svolsero le Prime Giornate Nazionali di Design Grafico, un incontro tra professionisti e accademici per discutere della situazione del design in Argentina.

19) Il logo della compagnia aerea Austral e il sistema normativo sono stati progettati da González Ruiz. Il sistema di applicazione rimase a carico di Alcides

Balsa, direttore del Dipartimento di Design dal 1977. Lì, per la prima volta in Argentina si utilizzò la grafica sugli aerei.

Dittatura e design

Il design sotto la dittatura: tra repressione e resistenza culturale

Negli anni '70, l'Argentina, un tempo tra i paesi più industrializzati dell'America Latina, subì un drastico declino industriale a causa delle politiche neoliberiste adottate dal regime militare, che salì al potere con il colpo di Stato del 1976. Il governo militare, autodefinito "Processo di Riorganizzazione Nazionale", cercò di rifondare la società e lo Stato attraverso un apparato repressivo e l'imposizione di un sistema economico temporaneo. Si concentrò principalmente su progetti di costruzione monumentali, come autostrade e stadi, che nascondevano la grave crisi sociale, politica ed economica del paese.

Il regime impose un sistema di propaganda che enfatizzava valori come famiglia, lavoro e prosperità, utilizzando agenzie pubblicitarie per diffondere messaggi moralizzanti. Nel 1978, il governo elaborò un Piano di Comunicazione che mirava a "difendere la società argentina contro il crimine, la sovversione e il terrorismo", influenzando i media, l'educazione, la



Fig. 27: Burson Marsteller, campagna "Los argentinos somos derechos y humanos", 1979

scienza, la cultura e l'opinione pubblica. Un esempio di questa strategia fu l'adesivo distribuito nel 1979 con la scritta *Los argentinos somos derechos y humanos*²⁰, in risposta alle denunce internazionali sui diritti umani. Allo stesso tempo, il regime cercò di mantenere il controllo sulla cultura, ma emersero anche iniziative di resistenza. Un caso emblematico fu il lavoro del designer Edgardo Giménez, che curò una serie di manifesti per il Teatro Municipal General San Martín di Buenos Aires, che si contrapponevano al tono autoritario della propaganda ufficiale.

Nel settore industriale, il governo promosse la privatizzazione e l'esternalizzazione delle attività statali, favorendo il settore finanziario a scapito dell'industria produttiva. Questo cambiamento economico portò a un forte declino dell'apparato industriale, con una riduzione della produzione e una crescente concentrazione dell'attività economica. L'indebitamento pubblico aumentò e la crisi bancaria culminò nel 1982, quando il governo nazionalizzò il debito privato, con conseguenze disastrose per l'economia nazionale.

Nel campo del design, nonostante le difficoltà, alcuni progetti continuarono a essere realizzati. Nel 1979, un team di designer progettò l'equipaggiamento per la Banca di Galicia, mentre nel 1980 si occupò della ristrutturazione delle scuole pubbliche di Buenos Aires. Tuttavia, gran parte del design industriale si concentrò su esercizi teorici piuttosto che su produzioni concrete, e le opportunità di lavoro si ridussero significati-

20) Il design della decalcomania è attribuito al pubblicitario David Ratto. 'Ratto, che morì nel 2004, lo ha sempre negato, indignato anche per ragioni estetiche' (Campanario, 2006, p. 17). Libson S.A. stampò le decalcomanie. Apparentemente questa campagna fu progettata dall'agenzia internazionale Burson-Masteller. (Campanario, 2006, p.17).

vamente. Il design per la Coppa del Mondo del 1978 è un altro esempio: nonostante fosse stato sviluppato un logo originale nel 1973, il regime imponeva modifiche, sostituendo il progetto con una versione meno innovativa. Inoltre, la progettazione degli stadi per il Mondiale coinvolse numerosi professionisti e designer, tra cui quelli formati nel corso di design industriale dell'UNLP²¹.

Nel contesto accademico, la dittatura impose una rigida censura, licenziando docenti e ostacolando qualsiasi ricerca che potesse mettere in discussione l'ordine stabilito. La democrazia interna nelle università venne abolita e molti specialisti del design furono costretti all'esilio. Nonostante ciò, la comunità di designer continuò a incontrarsi per discutere le difficoltà del settore e riflettere sul futuro del design. Nel 1978 fu creato l'Istituto di Ricerche di Design (IDID) presso l'UNLP, che iniziò a operare in forma non ufficiale, e nel 1981 un gruppo di designer della UNCuyo si unì al Consiglio Regionale di Ricerche Scientifiche e Tecniche.

Nel campo editoriale, la censura messa in atto dal governo militare causò il declino del commercio di libri, con molte case editrici che fallirono, mentre altre, spesso gestite dall'esilio, riuscirono a sopravvivere. Il mercato editoriale non si riprese mai completamente, e la pubblicazione di libri fu vista come una minaccia per il regime²². Un esempio di resistenza culturale fu la rivista *Humor*, lanciata nel 1978, che affrontava la dittatura con un approccio critico e innovativo sia dal punto di vista grafico che contenutistico. Questo periodo segnò una fase di riorientamento per i designer, che si spostarono verso il lavoro nel settore editoriale, in particolare per quotidiani e riviste, che divennero una delle poche fonti di lavoro nel settore del design.



Fig. 28: Poster con il logo del campionato del mondo Argentina 1978, 1977.

21) L'alfabeto della segnaletica fu basato sul materiale, una lamiera perforata con bottoni di plastica. La parte grafica fu progettata da Gustavo Pedroza sulla base del carattere tipografico Univers.

22) Nella città di Rosario furono bruciati dalla polizia

provinciale 80.000 libri della Biblioteca Vigil. A Buenos Aires furono bruciati 30.000 libri della EUDEBA e circa un milione e mezzo di libri del Centro Editor de América Latina. Furono inoltre bruciate numerose biblioteche personali.

HUMOR

Poster-ALMANAQUE:
**EL GOBIERNO,
NADA.
ESTETICA:
UN NASO
AL MAS
ALLA!
REPORTAJE:
TACCONE
El Kriege-
rrand.
Homenaje
a los
HEROES
ANONIMOS**

EDICION ESPECIAL
NUMERO 73
\$18.000.-



EL PROCESO

Sergio L. 81-

La fine della dittatura: le Madri di Plaza de Mayo e la guerra delle Malvine

Durante la dittatura militare in Argentina (1976-1983), il paese fu caratterizzato da violazioni sistematiche dei diritti umani. Tra le pratiche più drammatiche c'era la sparizione forzata di migliaia di persone, conosciute come desaparecidos. Queste persone, per lo più attivisti politici, sindacalisti, studenti e cittadini comuni sospettati di opporsi al regime, venivano rapite dalle forze militari e portate in centri di detenzione clandestini dove venivano torturate e, spesso, uccise. Molti venivano semplicemente fatti sparire, senza lasciare tracce. Le famiglie delle vittime, sconvolte e senza risposte, iniziarono a organizzarsi per chiedere giustizia.

Nel 1979 fu fondata l'Associazione Madri di Plaza de Mayo, un movimento che chiedeva la verità e la giustizia per i desaparecidos. Le Madri, che si radunavano settimanalmente in Plaza de Mayo a Buenos Aires, divennero simbolo della lotta per i diritti umani in Argentina. Tra i simboli più riconoscibili del movimento c'è il pañuelo blanco, un fazzoletto bianco che le Madri iniziarono a indossare come segno distintivo. Originariamente un pannolino dei loro figli scomparsi, il pañuelo bianco rappresentava il lutto, la speranza e la resistenza silenziosa contro la violenza del regime. Con il tempo, divenne un emblema universale della loro lotta e della memoria collettiva²³.

Nel 1980, le Madri marciarono per la prima volta con lo slogan *Que aparezcan con vida los detenidos desaparecidos*, chiedendo il ritorno dei loro cari scomparsi. In quel periodo, il movimento cominciò a farsi sentire non solo a livello locale ma anche internazionale, con l'adozione di una serie di azioni simboliche, come il famoso *Siluetazo* del 1983, in cui migliaia di sagome di persone senza volto vennero disegnate per le strade di Buenos Aires per rappresentare le vittime della dittatura. Ogni figura simboleggiava una persona scomparsa, rafforzando il legame tra la memoria, la protesta e il simbolo dei pañuelos bianchi, che continuarono a rappresentare una richiesta di giustizia e verità.

Durante la Guerra delle Malvine (1982), il regime militare cercò di distogliere l'attenzione dalle sue gravi violazioni dei diritti umani attraverso il nazionalismo, in particolare invadendo le isole Malvine, un territorio oltremare conteso tra l'Argentina e il Regno Unito. La dittatura sperava che la guerra, incentrata sul recupero di un territorio nazionale, avrebbe consolidato il suo potere e distolto l'attenzione dalla repressione interna. Le Madri, però, continuarono la loro lotta, utilizzando anche questa occa-



Fig. 29: Las madres de la Plaza de Mayo, 1985.



Fig. 30: Siluetazo, 1983.

23) In occasione di una marcia a Luján, le madri dei sequestrati e dei desaparecidos si posero in testa, al fine di identificarsi, fazzoletti fatti con i tessuti dei pannolini dei loro figli. Associazione Madres de Plaza de Mayo, 1988, p. 15.

sione per sottolineare il contrasto tra la causa della patria e il trattamento dei desaparecidos. Durante il conflitto, il movimento lanciò lo slogan "Le Malvinas sono argentine, anche i desaparecidos lo sono", cercando di unire la causa nazionale con la lotta per i diritti umani.

La sconfitta nella Guerra delle Malvine fu un colpo devastante per la dittatura, che già stava affrontando crescenti difficoltà interne. La perdita militare, unita alle crescenti mobilitazioni per i diritti umani, accelerò il collasso del regime. Nel 1983, con il ritorno della democrazia in Argentina, il paese iniziò a fare i conti con gli abusi del passato, ma il trauma e il dolore per i desaparecidos rimasero parte fondamentale della memoria collettiva e della lotta per la giustizia.

Nel contesto di questa oppressione, le rappresentazioni grafiche delle organizzazioni per i diritti umani, come quelle delle Madri di Plaza de Mayo, divennero strumenti cruciali di resistenza, raccontando la sofferenza delle famiglie delle vittime e sollecitando una risposta sociale ed etica alla brutalità della dittatura. Queste rappresentazioni non solo criticavano la repressione, ma ribadivano la necessità di ripristinare i valori democratici e i diritti umani, temi che sono diventati centrali nel dibattito pubblico argentino nel periodo successivo alla fine della dittatura.



Fig. 31: Madri di Plaza de Mayo, pañuelo blanco.

Ritorno alla democrazia

Design e democrazia negli anni 80

Il ritorno alla democrazia in Argentina, avviato con la creazione della Multipartidaria²⁴ nel 1981, segnò l'inizio di una nuova fase politica e culturale. Per la prima volta, i partiti politici iniziarono a collaborare con professionisti tecnici per le campagne elettorali, un modello ispirato agli Stati Uniti. L'Unione Civica Radicale (UCR), con Raúl Alfonsín come candidato, affidò la sua campagna all'agenzia David Ratto Publicidad, che adottò un approccio sistematico nonostante l'assenza di un manuale normativo. Tra le innovazioni della campagna spicca il logo "RA", progettato da Guillermo González Ruiz, che collegava "Raúl Alfonsín" alla "Repubblica Argentina", segnando un raro esempio di identità visiva associata alla politica argentina.

La vittoria elettorale di Alfonsín nel 1983 segnò il ritorno dello stato di diritto e portò a iniziative significative, come la creazione della Comisión Nacional sobre la Desaparición de Personas (CONADEP). Il lavoro del-

la commissione culminò nel 1984 con la pubblicazione del libro *Nunca Más*, un documento fondamentale per comprendere i crimini della dittatura. Nel 1985 si tenne il processo alle giunte militari, concluso con pesanti condanne, poi in parte vanificate dalle "leggi del perdono".

Parallelamente, il governo promosse progetti di design per sostenere la popolazione e migliorare la comunicazione pubblica. L'agenzia David Ratto curò le campagne dei programmi nazionali e del Plan Austral (1984), che introdusse la *moneta austral* con un nuovo simbolo progettato dall'agenzia stessa. Tuttavia, il piano economico, sebbene inizialmente efficace, non risolse i problemi strutturali del Paese.

La ritrovata libertà culturale portò a un'esplosione creativa, soprattutto nelle arti visive, editoriali e musicali. Durante la dittatura, il rock nazionale aveva rappresentato un rifugio per la gioventù, unendo musica e protesta. Gruppi come Serú Girán e Spinetta Jade e cantanti come Charly García avevano sfidato la censura con testi criptici e poetici, diventando simboli di resistenza. Con il ritorno alla democrazia, il rock si trasformò: i



Fig. 32: Guillermo González Ruiz, logo "RA", 1983.

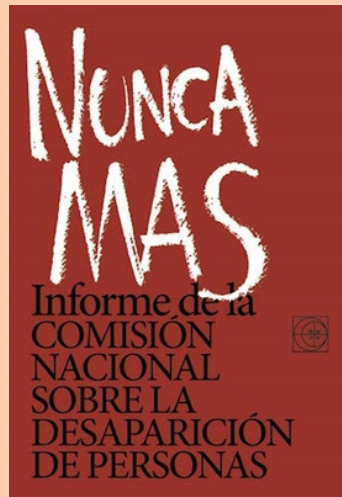


Fig. 33: Comisión Nacional sobre la Desaparición de Personas, libro *Nunca Más*, 1984.



Fig. 34: David Ratto Publicidad, moneta "austral", 1989.

24) La Multipartidaria fu un'alleanza politica e sociale formata in Argentina nei primi anni '80 durante l'ultima dittatura militare (1976-1983). Il suo nome completo era Comisión Multipartidaria Nacional. Questa coalizione riuniva diversi partiti politici di opposizione al regime militare, tra cui il Partito Radicale (UCR), il Partito Giustizialista (PJ), il Partito Intransigente (PI) e il Partito Comunista, tra altri.

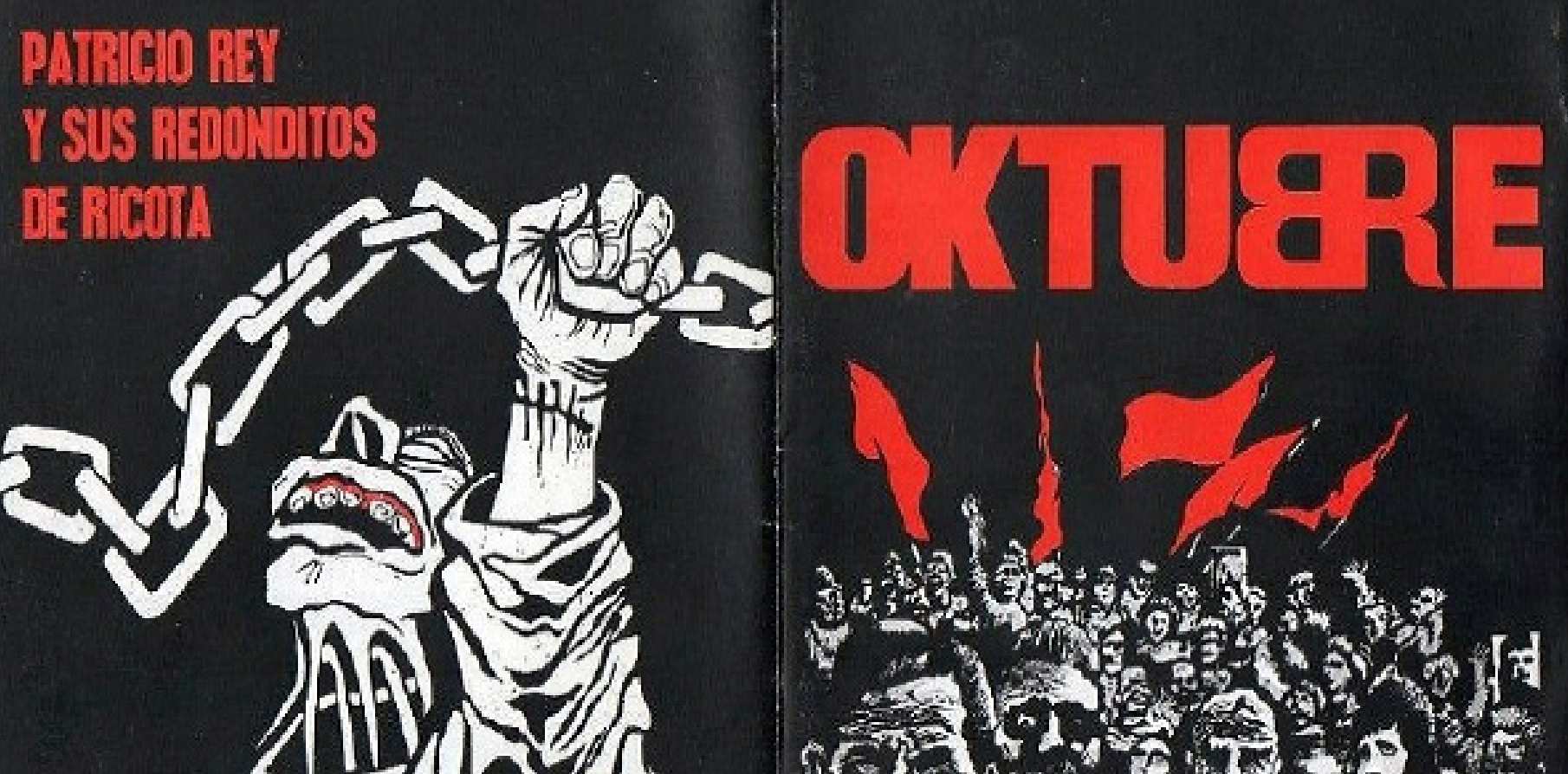


Fig. 35: Ricardo Cohen alias Rocambole, copertina di "Oktubre", 1986.

Soda Stereo, emersi nella metà degli anni '80, portarono una rivoluzione estetica e sonora, con un'immagine curata in ogni dettaglio e album come *Signos* (1986), il primo pubblicato in formato CD in Argentina. Il loro logo, disegnato da "Tite" Barbuzza, e i videoclip sottolinearono il legame tra musica e design visivo.

Un altro gruppo iconico furono i Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota, che svilupparono una forte identità visiva attraverso le copertine degli album disegnate da Ricardo Cohen, "Rocambole". I Redondos, con la loro musica densa di significati politici, continuarono a rappresentare la ribellione contro le ingiustizie sociali.

Nel frattempo, altre forme di design raggiungevano nuove vette. Nel 1981 nacque l'Associazione dei Designer Grafici (ADG), che consolidò il settore grazie alla collaborazione di figure come Ronald Shakespear e Rubén Fontana. Nel 1986, l'ADG organizzò la prima Biennale del Design, segnalando l'ascesa del design argentino sulla scena internazionale.

Anche il panorama culturale si arricchì: il cinema argentino ottenne riconoscimenti internazionali con film come *La Historia Oficial* (1985), vincitore dell'Oscar come miglior film straniero, mentre il settore editoriale si ampliò con nuove riviste come *Fierro* e *Página/12*. L'apertura democratica favorì anche l'innovazione nei trasporti urbani e l'arredamento, sebbene con contraddizioni: nel 1985, per esempio, fu ribadito il divieto di decorare i mezzi pubblici con il tradizionale "fileteado", considerato troppo caotico, relegandolo al mondo artistico.

La rinascita democratica trasformò il Paese in un laboratorio creativo, in cui design, arte e musica contribuirono a costruire un'identità culturale collettiva, lasciandosi alle spalle gli anni bui della dittatura.

Con il ritorno alla democrazia nel 1983, il design argentino attraversò una fase di rinascita, riflettendo i cambiamenti politici e sociali del Paese. Eventi come l'esposizione *El diseño argentino* del 1984, organizzata a Mendoza da associazioni professionali, segnarono un nuovo clima di

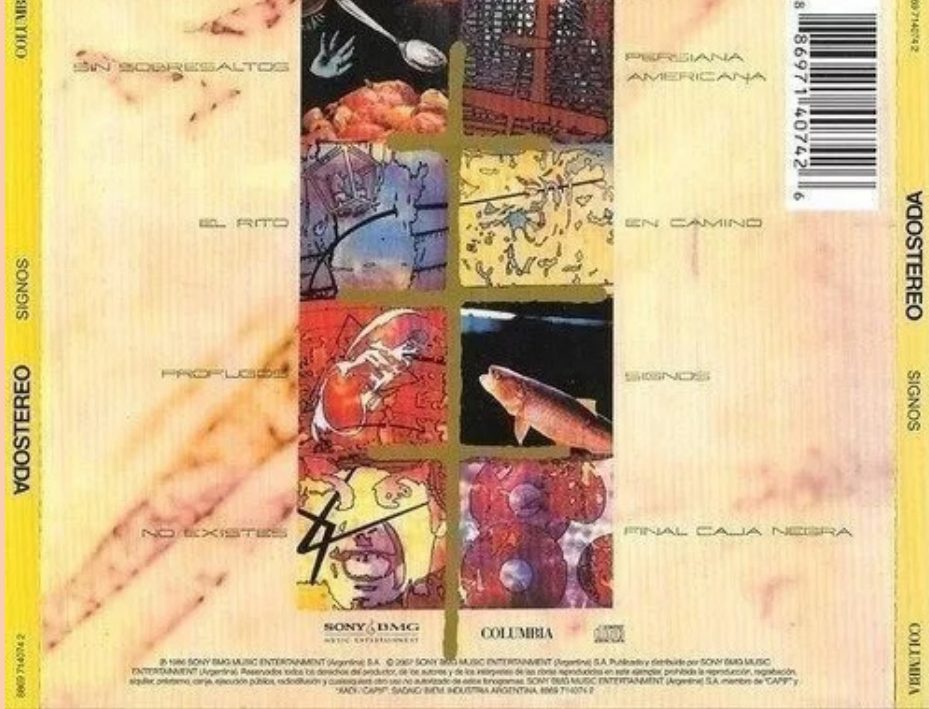


Fig. 36: "Tite" Barbuza, CD Signos, 1986.



Fig. 37: Rubén Fontana, revista tipoGráfica, 1987.

collaborazione, contrapposto all'individualismo imposto durante la dittatura.

Nel 1985, l'Università di Buenos Aires (UBA) inaugurò i corsi di Design Industriale e Grafico, diretti rispettivamente da Ricardo Blanco e Guillermo González Ruiz. L'iniziativa, accolta con entusiasmo, portò a una crescita esponenziale degli iscritti, seguita dall'apertura di corsi simili in altre università, come l'Università Nazionale di Córdoba e l'Università di Mar del Plata. Questi corsi rappresentarono una svolta nella formazione accademica del design, contribuendo alla professionalizzazione del settore. Nonostante ciò, il 1986 segnò una battuta d'arresto con la chiusura del Centro di Investigazione sul Design Industriale (CIDI), che evidenziò il progressivo disimpegno dello Stato nel promuovere il design come strumento di sviluppo economico e sociale.

Sul fronte editoriale, pubblicazioni come *tipoGráfica* di Rubén Fontana (1987) e testi fondamentali di autori come Jorge Frascara e Norberto Chaves consolidarono le basi teoriche per il design argentino. Tuttavia, il contesto economico degli anni '80 presentava sfide significative. La concentrazione del potere economico in grandi gruppi industriali, come Arcor, generò una domanda specifica di design grafico, soprattutto per il restyling di marchi e packaging. Parallelamente, la deindustrializzazione del Paese limitò le opportunità per il design industriale, salvo alcuni settori come la produzione di macchinari agricoli.

L'ascesa di Menem e il cambiamento del panorama economico e sociale

Il 1989 segnò una svolta decisiva con l'elezione di Carlos Menem, candidato peronista, in un contesto di grave crisi economica e iperinflazione. Menem si presentò con una campagna populista, basata su messaggi semplici e una comunicazione non convenzionale. Una volta al potere, anticipò la sua presa di funzione e avviò una serie di riforme economiche radicali che trasformarono profondamente il Paese.

Il governo Menem si caratterizzò per un massiccio programma di privatizzazioni, che coinvolse settori strategici come energia, telecomunicazioni, trasporti e infrastrutture. Questo processo, guidato da una logica neoliberale, ridusse drasticamente il ruolo dello Stato nell'economia, favorendo una concentrazione del capitale nelle mani di grandi gruppi economici nazionali e internazionali. Parallelamente, la politica di convertibilità del peso argentino con il dollaro statunitense generò inizialmente stabilità, ma a costo di una crescente disuguaglianza sociale e di un indebolimento del tessuto produttivo.

Per il settore del design, le privatizzazioni e il cambiamento delle priorità economiche ebbero conseguenze significative. Da un lato, la domanda di design grafico crebbe, soprattutto per le esigenze di branding e comunicazione delle nuove aziende private. Dall'altro lato, il design industriale subì un'ulteriore marginalizzazione, complice il declino del settore manifatturiero.

Le riforme di Menem, spesso definite come una "rifondazione neo-conservatrice", produssero effetti contrastanti. Se da un lato attrassero investimenti stranieri e modernizzarono alcune infrastrutture, dall'altro aggravarono la dipendenza dall'estero e aumentarono le disparità economiche. Per molti, il decennio menemista rappresentò una perdita di sovranità economica e sociale, con ripercussioni che si fecero sentire anche nella cultura e nel design.

In questo contesto di trasformazioni radicali, il design argentino dovette adattarsi a un panorama in rapido mutamento, cercando di trovare un equilibrio tra le esigenze del mercato e la necessità di mantenere una propria identità culturale.

Il design argentino negli anni '90: tra privatizzazioni, immagine corporativa e contraddizioni sociali

Negli anni '90, il governo di Carlos Menem implementò politiche economiche radicali che trasformarono profondamente il panorama economico e sociale dell'Argentina. Con il *Piano di Convertibilità* del 1991, che fissava il cambio 1 peso = 1 dollaro²⁵, il Paese divenne uno dei principali "mercati emergenti", attirando capitali speculativi internazionali. Parallelamente, le massicce privatizzazioni coinvolsero settori strategici come energia, telecomunicazioni e trasporti, favorendo l'ingresso di grandi gruppi privati, sia nazionali che stranieri.

Queste trasformazioni ridefinirono il ruolo del design come strumento strategico di marketing e comunicazione. L'immagine corporativa (IC) divenne centrale per le aziende, sia pubbliche che private, che cercavano di consolidare la loro presenza sul mercato. Da un lato, le imprese privatizzate utilizzarono il design per trasmettere efficienza e conquistare la fiducia del pubblico; dall'altro, il governo stesso promosse restyling per aumentare il valore delle aziende in vista della vendita.

Casi emblematici dimostrano come il design accompagnò le trasformazioni economiche:

- **Telefónica:** Dopo aver ottenuto la gestione delle telecomunicazioni nel sud dell'Argentina, implementò un programma di immagine sviluppato da studi internazionali, come Taula de Disseny di Barcellona, CIAC International e FutureBrand. Telefónica investì fortemente nell'immagine aziendale, migliorando la percezione del servizio.
- **Telecom:** Per la zona nord, si affidò inizialmente allo Studio Shakespear per un'identità più semplice, ma solo nel 1998 investì in un nuovo design sviluppato da Chaves e Pibernat, con il supporto di Fontanadiseño e Studio KLA per gli spazi fisici.
- **YPF (Yacimientos Petrolíferos Fiscales):** La privatizzazione di YPF rappresentò il caso più significativo, con un piano per trasformarla in un'azienda petrolifera competitiva a livello internazionale. Dopo un percorso di restyling curato da Norberto Chaves e successivamente dallo studio francese Piaton & Associés, nel 1999 la società fu acquisita quasi interamente da Repsol, adottando il marchio Repsol-YPF.

Il design argentino, in questo contesto, si internazionalizzò e vide un aumento della presenza di grandi agenzie globali come Landor, Interbrand e FutureBrand. Studi locali come Shakespear, Fontanadiseño e Avalos-Bourse trovarono ispirazione nei linguaggi grafici internazionali e parteciparono a progetti di ampio respiro.

Tuttavia, il modello menemista portò con sé gravi contraddizioni. L'economia argentina accumulò un pesante debito estero, mentre la disoccupazione raggiunse il 30%. Le privatizzazioni, pur favorendo l'efficienza di alcuni servizi, causarono licenziamenti di massa, come nel caso di YPF, dando vita al movimento dei piqueteros, simbolo delle proteste sociali contro l'esclusione e le disuguaglianze.

Il modello economico instillò nella società una cultura del successo legata a operazioni rapide e individualistiche, favorendo la superficialità e il glamour a scapito della solidarietà e del collettivo. Il design stesso, orientato al branding e alla comunicazione, rifletteva questa tendenza, enfatizzando l'apparenza più che i contenuti.

Negli ultimi anni del decennio, la crisi economica e sociale portò a un cambio politico con l'elezione di Fernando de la Rúa, che ereditò un modello economico ormai esaurito. Tuttavia, in alcune città come Buenos Aires, Rosario e Córdoba, il design trovò un nuovo ruolo nei piani strategici urbani, contribuendo a migliorare la qualità della vita e a promuovere una visione più partecipativa del futuro.

Questa complessa fase della storia argentina rappresentò per il design un periodo di adattamento alle contraddizioni del neoliberismo, tra aperture internazionali e necessità di preservare un'identità culturale nazionale.

25) Il nuovo peso è stato progettato nella "Casa de la Moneda" dal team guidato da Jorge Nicastro. È l'unità monetaria argentina in vigore.

Design contemporaneo

Il design argentino tra crisi, trasformazioni e prospettive future (2001-2003)

Nel 2001, il Museo di Arte Moderna di Buenos Aires (MAMBA) avviò un'importante iniziativa per promuovere il design nazionale con la creazione di una collezione permanente, curata da Ricardo Blanco e basata, in parte, sull'opera grafica di Tomás Gondá. Parallelamente, altre città si mobilitarono per valorizzare il design: a Córdoba, Aquiles Gay fondò il Museo Tecnológico, per sensibilizzare i giovani sull'importanza di tecnologia e design nello sviluppo sociale, mentre a Mendoza, il gruppo ED Contemporáneo, con Gustavo Quiroga, iniziò a costruire una collezione locale di design.

A Buenos Aires, giovani designer iniziarono a sviluppare autonomamente progetti nel settore dell'oggettistica. Studi e laboratori si concentrarono nel quartiere di Palermo, accompagnati da iniziative gastronomiche e culturali innovative. In linea con tendenze internazionali, il governo della città istituì il Centro Metropolitano de Diseño (CMD), sotto la Sottosegreteria di Gestione e Industrie Culturali, per sostenere il design come motore di sviluppo urbano e promozione internazionale. Nel 2005, Buenos Aires fu riconosciuta come Città del Design dall'UNESCO, ma queste politiche, sebbene orientate al marketing urbano, restarono indirizzate a una nicchia di mercato, trascurando i prodotti di largo consumo, spesso privi di supporto progettuale.

Nel dicembre 2001, l'economia argentina collassò. La fuga di capitali divenne inarrestabile, il Piano di Convertibilità fu sospeso e il sistema bancario congelò i risparmi della classe media (il *corralito*²⁶). La disoccupazione salì al 50%, e il paese sprofondò in una crisi senza precedenti. Le strade si riempirono di mendicanti, ma anche di manifestazioni spontanee come i "cacerolazos", espressione del malcontento popolare. Le banche e i politici furono bersagli dell'indignazione, mentre iniziative come i club di baratto e le assemblee di quartiere cercarono di rispondere alla crisi con soluzioni collettive.

Il presidente Fernando de la Rúa si dimise nel 2002, dando avvio a un pe-

riodo di instabilità politica con quattro presidenti in un mese. La tensione culminò con la morte di due giovani manifestanti, un evento che accelerò nuove elezioni e portò Néstor Kirchner alla presidenza nel 2003.

La crisi colpì duramente anche il settore del design: molti studi chiusero o ridussero il personale, mentre altri cercarono opportunità all'estero. I compensi si svalutarono drasticamente, i progetti divennero frammentati e le forniture di materiali di qualità si ridussero. La corporate image, precedentemente sinonimo di efficienza, perse credibilità, soprattutto nei settori più criticati come le banche e le telecomunicazioni.

La ripresa economica iniziò con la produzione di beni esportabili legati all'agricoltura e al petrolio, seguita dall'industria manifatturiera orientata al mercato interno. Tuttavia, la disuguaglianza sociale si accentuò, con un indice di Gini che mostrava un divario crescente tra il 10% più ricco e il 10% più povero della popolazione.

Nonostante le difficoltà, il design trovò nuovi spazi: progetti sociali e di riciclo, iniziative per fabbriche recuperate e programmi universitari mirati a problematiche reali. Il design iniziò anche a federalizzarsi, con associazioni e programmi nazionali in città come La Plata, Córdoba, Mendoza e Mar del Plata. Queste iniziative dimostrano il crescente ruolo del design nel sostegno alle economie locali e nello sviluppo di beni durevoli.

Tuttavia, la persistente polarizzazione sociale e le disuguaglianze economiche continuano a limitare il potenziale del design come motore di cambiamento e inclusione sociale in Argentina.

26) Il corralito fu una misura adottata in Argentina durante la grave crisi economica del 2001, che bloccava i prelievi di contanti dai conti bancari e limitava i trasferimenti di denaro per evitare il collasso finanziario. I cittadini potevano ritirare solo piccole somme settimanali, mentre i depositi in dollari furono convertiti in pesos svalutati.

Design sociale e politico in Argentina: nuove sfide del XXI secolo

Dal 2000, l'Argentina ha attraversato una serie di trasformazioni politiche ed economiche che hanno avuto un forte impatto sul design e sulla cultura. La crisi economica del 2001, che ha lasciato il paese sull'orlo del collasso, ha segnato un punto di svolta. A partire dal 2003, con l'arrivo di Néstor Kirchner alla presidenza, l'Argentina ha iniziato un processo di recupero economico e sociale. Il governo kirchnerista ha promosso politiche di welfare, sostegno alle industrie nazionali e una forte rivalutazione della memoria storica, che ha avuto ripercussioni anche sul design. Durante gli anni del kirchnerismo, il paese ha riscoperto il valore della cultura come strumento di rinascita, con un forte impegno verso la valorizzazione del patrimonio locale e la creazione di nuove opportunità per i creativi.

Nel frattempo, il design argentino si è evoluto, rispondendo alle sfide economiche e sociali del paese. Designer e collettivi hanno cominciato a concentrarsi su temi come la sostenibilità e la giustizia sociale, sviluppando pratiche innovative che univano creatività e impegno sociale. Il design è diventato uno strumento non solo estetico, ma anche politico, con la riflessione sul consumo e sull'impatto ambientale che ha preso piede. Collettivi come Satorilab (fondato da Alejandro Sarmiento e Luján Cambariere) hanno sperimentato con materiali di scarto, promuovendo il riciclo e l'upcycling come soluzioni per un design più etico e consapevole. Altri studi, come vacaValiente di Pedro Reissig, hanno portato avanti un approccio minimalista e sostenibile, rispondendo alle esigenze di un pubblico giovane e attento ai temi ambientali.

Nel contesto della crescente globalizzazione, dal 2005 il design argentino ha iniziato a guadagnare visibilità internazionale, con designer come Pedro Reissig, il cui marchio vacaValiente è stato esposto al MoMA di New York. Questo ha contribuito a consolidare la reputazione del design argentino a livello mondiale, permettendo ai designer locali di entrare nel mercato internazionale, in particolare in Stati Uniti e Europa.

Parallelamente, a livello politico, l'Argentina ha attraversato diverse fasi sotto la leadership di Cristina Fernández de Kirchner (dal 2007 al 2015),



Fig. 38: Satorilab, Robot Naturito della serie "La Ninez en Juego", 2007.

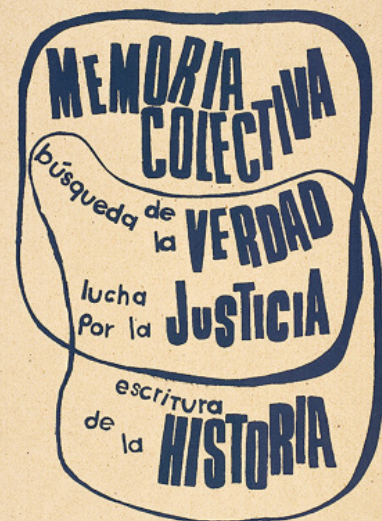


Fig. 39/40/41: Taller Popular de Serigrafía, Lavori 2002-2006.

che ha continuato a sostenere politiche di welfare e di difesa dei diritti umani, mantenendo un'impronta progressista. Tuttavia, l'arrivo di Mauricio Macri nel 2015 ha segnato un cambio di direzione. Il suo governo ha introdotto politiche di apertura al mercato internazionale, riducendo i controlli sull'economia e cercando di attrarre investimenti esteri. Questo ha avuto effetti anche sul design: mentre alcuni designer argentini hanno continuato a innovare, rispondendo alle sfide del cambiamento sociale, altri hanno dovuto affrontare le difficoltà legate alla situazione economica instabile, con una crescita lenta della domanda interna e un aumento della concorrenza globale.

Nel contesto post-crisi, il design è diventato anche uno strumento di dissenso. Dopo il 2001, in particolare, si è sviluppata una nuova estetica di protesta, dove il design e la grafica sono stati usati per denunciare le ingiustizie sociali e politiche, specialmente contro il neoliberismo e la globalizzazione del capitale. Collettivi come Taller Popular de Serigrafia

e Gráfica Política²⁷ hanno creato opere grafiche come manifesti e serigrafie, che sono diventate strumenti di mobilitazione sociale, cercando di stimolare un cambiamento politico e di sensibilizzare l'opinione pubblica. Il concetto di Diseño Social ha acquisito importanza, portando il design a essere visto non solo come un'attività estetica, ma come un veicolo per affrontare le disuguaglianze sociali.

Con l'arrivo di Javier Milei alla presidenza nel 2023, l'Argentina ha intrapreso un'altra fase, con un forte orientamento verso il libero mercato e una critica ai precedenti modelli di interventismo statale. Questo nuovo corso politico ha sollevato dubbi sulla sostenibilità di alcuni modelli sociali ed economici, ma anche una crescente attenzione all'imprenditorialità privata. Il design, come sempre, ha risposto a queste sfide, cercando di adattarsi al nuovo contesto politico ed economico, con l'obiettivo di rimanere uno strumento di innovazione, trasformazione sociale e sostenibilità.

27) Sosa, Rocio Irene. "La historia del arte argentino a la luz de los estudios decoloniales." Revista Andaluza de Ciencias Sociales, no. 30 (2020).

MEXICO

GUATEMALA
HONDURAS
COSTA RICA
PANAMA

ECUADOR
COLOMBIA
VENEZUELA
PERU
BOLIVIA
ARGENTINA

GUYANA
SURINAME
GUYANA
FRANCE

BRASIL

ARGENTINA

PARAGUAY

URUGUAY

Dai primi anni '20 al design pre-dittatura

Gli anni '20 e '30: l'emersione del modernismo e il Manifesto Antropofago

Il design grafico brasiliano degli anni '20 e '30 è stato caratterizzato dall'emergere del modernismo, un movimento che ha preso piede con la celebre Settimana dell'Arte Moderna²⁸ di São Paulo nel 1922. Questo evento segnò l'inizio di un rinnovamento radicale nell'arte e nel design, influenzando profondamente la grafica, la tipografia e le pubblicazioni.

Gli artisti e intellettuali brasiliani, come Oswald de Andrade e Tarsila do Amaral²⁹, promuovevano una visione estetica autenticamente brasiliana, rifiutando le tradizioni europee e cercando di adattare il modernismo alla realtà e alla cultura locale. Un aspetto fondamentale di questa nuova visione fu il *Manifesto Antropofago*, scritto da de Andrade nel 1928, che esortava a una "cannibalizzazione" culturale: l'idea che il Brasile dovesse digerire le influenze europee e rielaborarle in una forma unica e originale, creando una nuova cultura brasiliana che fosse al contempo moderna e radicata nelle proprie tradizioni.

Le riviste e i libri degli anni '20 e '30 riflettevano questa visione innovativa, con la rivista *Klaxon*³⁰ e altre pubblicazioni d'avanguardia che rappresentavano una fusione di elementi del costruttivismo, del dadaismo e di una forte identità brasiliana. La grafica, le illustrazioni e le copertine dei libri si fecero specchio di questa nuova ricerca di autonomia culturale, combinando forme moderne con motivi popolari e tradizionali, in un'interpretazione visiva del concetto di antropofagia culturale. Queste opere non solo rompevano con il passato coloniale, ma anche con il formalismo europeo, integrando elementi visivi che parlavano direttamente alla realtà brasiliana.

Il modernismo brasiliano, pur mantenendo un forte legame con l'avanguardia europea, cercava di esprimere un "Brasilianismo" che si manifestava nelle forme artistiche e nei design, dando vita a una sintesi originale tra modernità e tradizione locale. Questa fase vide una fioritura delle riviste e dei libri moderni, dove il design delle copertine e la tipografia divennero strumenti di espressione culturale e sociale. Personaggi come José Bento Monteiro Lobato e José Olympio, attraverso la loro attività

editoriale, contribuivano a plasmare una visione viva distintiva del Brasile, che spingeva oltre la semplice imitazione del moderno europeo.

Anche se non esisteva una risposta unitaria alla modernità europea, il design grafico di questi anni giocò un ruolo fondamentale nella costruzione di un'identità visiva e culturale unica per il paese. L'influenza di questo periodo fu duratura, dando impulso a movimenti successivi come la poesia concreta degli anni '50 e a un'evoluzione del design grafico che avrebbe continuato a evolversi nel contesto contemporaneo, sempre in equilibrio tra innovazione e tradizione.



Fig. 42: Tarsila do Amaral, *Abaporu*, 1928

28) Tra i partecipanti alla Settimana dell'Arte Moderna, uno dei più rimarchevoli fu senz'altro Emiliano Di Cavalcanti (1897-1976), un artista che veniva da una famiglia di poeti e generali, il quale amava dipingere nei bassifondi di Rio de Janeiro.

29) José Oswald de Andrade Souza (1890 - 1954) è

stato un poeta brasiliano, uno dei fondatori del modernismo brasiliano. Tarsila de Aguiar do Amaral (1886 - 1973) è stata una pittrice, disegnatrice e traduttrice brasiliana. È considerata una delle esponenti più significative dell'arte modernista in America latina. Entrambi appartenenti al Gruppo dei Cinque.

30) *Klaxon* è stata una rivista brasiliana di arte visiva e letteraria d'avanguardia, pubblicata dal 15 maggio 1922 al gennaio 1923. La pubblicazione fu il principale divulgatore del Modernismo brasiliano, dopo la Settimana dell'Arte Moderna tenutasi a San Paolo



Fig. 43: Mario de Andrade, *Klaxon*, 1922



Fig. 44: Lina Bo Bardi, *Casa de Vidro*, esterno, 1951

Gli anni '30 e '40: l'architettura e l'evoluzione del modernismo

Gli anni '30 segnarono un periodo cruciale per il consolidamento del modernismo in Brasile, non solo in ambito artistico, ma anche in architettura e design. In questo contesto, le teorie moderne europee, in particolare quelle di Le Corbusier, influenzarono profondamente lo sviluppo di un'architettura razionale e funzionale, rispondente alle nuove necessità sociali ed urbane. Questo periodo fu testimone dell'affermarsi di un'architettura che cercava di superare le tradizioni coloniali e di affrontare le sfide di un paese in rapida trasformazione.

A San Paolo, il modernismo si manifestò con l'emergere del *Brutalismo Paulistano*³¹, un movimento che, pur ispirandosi alle teorie di Le Corbusier, si adattò alle specificità brasiliane. Caratterizzato dall'uso del cemento grezzo e da un'estetica che rifiutava l'ornamento, il Brutalismo aveva una forte componente funzionalista, progettando edifici che rispondevano a esigenze pratiche e climatiche, come l'uso di materiali industriali e la creazione di strutture robuste. Negli anni '40, l'architettura moderna in Brasile raggiunse livelli eccezionali, mettendo il paese in parallelo con Stati Uniti ed Europa. Il Brasile, caratterizzato da una vasta diversità climatica e storica, sviluppò una forma di architettura che stabiliva un forte legame con la natura, rispondendo alle necessità di isolamento e ventilazione tipiche del clima tropicale. Questo periodo vide l'emergere di importanti figure architettoniche come Lucio Costa, Gregori Warchavchik, Rino Levi e Oscar Niemeyer, che cercavano di creare un linguaggio architettonico distintamente brasiliano. La casa di Warchavchik (1928), considerata la prima espressione del modernismo in Brasile, segnò l'inizio di una nuova era per l'architettura nazionale, seguita dai

progetti di Reidy e Niemeyer a Rio de Janeiro, e da Lina Bo Bardi e João Vilanova Artigas a São Paulo e Salvador. La consacrazione internazionale arrivò nel 1943 con il libro *Brazil Builds* di Philip L. Goodwin, che presentò il modernismo brasiliano come un movimento architettonico unico nel suo genere. Tuttavia, fu solo con *Modern Architecture in Brazil*³² di Henrique Mindlin (1956) che il paese iniziò a riflettere sul proprio contributo al dibattito globale sull'architettura.

Il moderno sviluppo architettonico del Brasile negli anni '30 e '40 culminò con la progettazione di Brasilia negli anni '50 e '60, ispirata dai principi urbanistici del CIAM e dalla Carta di Atene. Il boom economico e demografico, la voglia di superare il colonialismo e le politiche progressiste, come l'*Estado Novo* di Getúlio Vargas, furono fattori chiave che contribuirono alla crescita di una nuova architettura in Brasile. Mentre São Paulo si affermò come polo culturale e industriale, dove il *Brutalismo Paulistano* trovò il suo spazio, Rio de Janeiro divenne il cuore del Modernismo Carioca, con il suo stile monumentale e fluido. Il Ministero dell'Istruzione e della Salute Pubblica, progettato da Lucio Costa con l'assistenza di Le Corbusier, è uno degli esempi più emblematici di questa fusione tra modernismo e adattamento locale.

In parallelo, Lina Bo Bardi³³, un'architetta di origini italiane, si trasferì in Brasile nel 1946 e divenne cittadina nel 1951. La sua opera rifletteva un approccio innovativo che mescolava modernismo e regionalismo, con un forte riferimento alla cultura brasiliana. In progetti come la *Casa de Vidro* (1949-51) e il *MASP* (Museo d'Arte di São Paulo), Bo Bardi univa il razionalismo moderno con l'uso di forme espressive che facevano eco alla tradizione culturale brasiliana, in particolare quella afro-brasiliana. La sua architettura si distaccava dal modernismo "astratto" europeo, cercando di adattarsi alle specificità locali, senza cadere nel folklorismo.

31) Tra i principali esponenti ci sono architetti come Paulo Mendes da Rocha e João Batista Vilanova Artigas.

32) Il libro non è solo un'analisi dell'architettura moderna in Brasile, ma anche un'interpretazione della

relazione tra l'architettura e la cultura brasiliana, un'indagine sul modo in cui il modernismo è stato adattato e trasformato in un linguaggio unico, che rispecchiava le caratteristiche del paese e le sue sfide sociali, politiche e climatiche.

33) Lina Bo Bardi studia architettura a Roma e nel 1946 si trasferisce in Brasile dove lavora come architetta, redattrice di riviste, grafica, designer di mobili, scenografa, curatrice e scrittrice a San Paolo.

Bo Bardi rappresenta un esempio di come il modernismo potesse essere reinterpretato in chiave regionale e vernacolare, contribuendo a una definizione di "regionalismo dinamico" che rispondeva alle sfide sociali e climatiche del paese. La sua visione fu incentrata sulla sostenibilità e sul riuso adattivo degli edifici esistenti, come nel caso del *SESC Pompeia* (1977-86) a San Paolo, un progetto che univa il nuovo e l'esistente con un'attenzione particolare all'ambiente sociale e culturale.³⁴

L'architettura moderna brasiliana degli anni '40, quindi, si sviluppò all'interno di un contesto di forte trasformazione sociale e politica, rispondendo alla crescente urbanizzazione e alle sfide di un clima tropicale intenso. Il modernismo in Brasile non si limitò a un semplice adempimento delle forme europee, ma si fuse con la realtà locale, dando vita a un linguaggio architettonico unico che continuò a influenzare l'architettura mondiale nei decenni successivi.

1950-1963: industrializzazione accelerata, urbanizzazione e crescita economica

Dopo la Seconda Guerra Mondiale, il Brasile seguì una politica di allineamento con gli Stati Uniti, con il termine del periodo *Stato Novo* nel 1945, dopo le dimissioni di Getúlio Vargas. Il governo successivo, sotto Marechal Eurico Gaspar Dutra, introdusse elezioni regolari e ridusse il mandato presidenziale da sei a cinque anni. Nel 1950, Vargas tornò alla presidenza e mise al centro del suo programma politico l'espansione industriale, un obiettivo che avrebbe definito la crescita economica del paese negli anni successivi. In ambito design, gli anni Cinquanta furono segnati da una forte spinta all'industrializzazione e al consumo. L'infrastruttura del paese ricevette grandi investimenti, con la creazione di grandi aziende come la Compagnia Siderurgica Nazionale (1946) e Petrobras (1953). L'espansione industriale, propugnata dal presidente Juscelino Kubitschek, culminò nel trasferimento della capitale del paese a Brasilia, simbolo di un rinnovamento nazionale. Kubitschek attuò il *Piano delle Mete*³⁵, che promosse un rapido sviluppo nelle aree dell'energia, dei trasporti, e dell'industria alimentare.

Questi cambiamenti stimolarono un grande boom per la classe media urbana, che guardava agli Stati Uniti come modello di consumo. La crescente disponibilità di beni di consumo e la diffusione del cinema e dei media contribuirono a creare una domanda di design industriale, influenzata dal concetto di "good design" che dominava negli Stati Uniti. La modernizzazione economica aprì le porte a nuove opportunità per i designer, che, fino ad allora, erano stati per lo più autodidatti, provenienti da contesti diversi come l'illustrazione, la pubblicità e le arti plastiche. Il rinnovamento culturale di San Paolo, con la creazione di musei come il

Museo d'Arte di San Paolo (1947) e il Museo d'Arte Moderna (1948), alimentò una vivace scena artistica che rifletteva il clima di modernizzazione. I movimenti come il Concretismo e il Neo-Concreto³⁶ si svilupparono in questo periodo, promuovendo un approccio razionale e sistematico all'arte, che influenzò fortemente anche il design grafico. Il periodo fu anche segnato dalla nascita di istituzioni educative come l'Istituto di Arte Contemporanea di San Paolo, che cercò di avvicinare il mondo dell'industria del consumo alla formazione di giovani designer.

In campo musicale, la *bossa nova*³⁷ divenne il fenomeno culturale di punta, con il suo stile minimalista che influenzò anche la grafica, in particolare nel design delle copertine dei dischi. Artistici come Cesar Villela trasformarono il design delle copertine, cercando un'estetica più pulita e razionale, che si rifletteva anche nelle nuove tendenze del design industriale. L'industria grafica si sviluppò notevolmente in questo periodo, grazie a un ammodernamento tecnologico che favorì la produzione di libri, giornali e riviste con un design più sofisticato.

Il quotidiano *Ultima Hora*, creato nel 1951 per sostenere la politica lavorista del presidente Getúlio Vargas, introdusse innovazioni grafiche grazie al designer paraguaiano André Guevara. Il progetto grafico era caratterizzato dal logo stampato in blu e dall'attenzione per le sezioni tematiche, raggiungendo nel 1952 una tiratura di oltre 100.000 copie, un numero significativo per l'epoca. Nel 1956, *Jornal do Brasil* adottò un nuovo progetto grafico ideato da Reynaldo Jardim e Amílcar de Castro, che introdusse asimmetrie, spazi bianchi e un uso innovativo della tipografia Bodoni per gerarchizzare il contenuto.



Fig. 45: *Petróleo Brasileiro S.A Logo azienda Petrobras (1958-1972)*

34) Lehmann, Steffen. "An Environmental and Social Approach in the Modern Architecture of Brazil: The Work of Lina Bo Bardi." *City, Culture and Society* 7, no. 3 (2016): 169-185.

35) Una serie di progetti di sviluppo economico lanciati dal presidente Juscelino Kubitschek nel 1956, con

l'obiettivo di modernizzare il paese in cinque aree principali: energia, trasporti, alimentazione, estrazione mineraria e l'industria automobilistica.

36) Il movimento artistico Neo-Concreto è nato quando il Grupo Frente si è reso conto che il Concretismo era "ingenuo e un po' colonialista" e una "concezione

troppo razionale della struttura astratta".

37) Il termine deriva dal portoghese brasiliano e significa letteralmente "nuova tendenza" o "nuovo stile". Si riferisce al genere musicale nato in Brasile negli anni '50, che combina elementi della samba e del jazz.



Fig. 46/47: Carlos Scliar, rivista *Senhor*, 1959.

La rivista *Senhor*, nata a Rio de Janeiro nel 1959, rappresentò una svolta per il design grafico editoriale. Progettata dall'artista Carlos Scliar, si rivolgeva a un pubblico sofisticato e proponeva una grafica audace, con fotografie ad alto contrasto, ritagli originali e ampi spazi bianchi, anticipando soluzioni grafiche che si sarebbero diffuse dagli anni Ottanta. Allo stesso tempo, l'*Editora Civilização Brasileira* rinnovava il design delle copertine dei libri con l'estetica audace e innovativa di Eugênio Hirsch, confermando il ruolo crescente del design grafico nel panorama culturale brasiliano.

Nel settore del design industriale, il Brasile vide l'ascesa di aziende come Walita, Arno e Brasmotor, che produssero elettrodomestici iconici, e lo studio Forminform, che lavorò su prodotti industriali e grafici. L'incremento del consumo portò anche alla nascita della prima agenzia dedicata al design di imballaggi, la DIL, per rispondere alla crescente domanda di packaging. Anche il mondo accademico del design si sviluppò negli anni Cinquanta e Sessanta con la creazione di corsi universitari come la

FAU-USP, che nel 1962 introdusse il design industriale, e l'ESDI³⁸ di Rio de Janeiro, fondata nel 1963. Questo segnò la nascita ufficiale del design come professione in Brasile, riconosciuto anche dall'*Associação Profissional de Desenhistas Industriais (ABDI)*³⁹, che contribuirà a consolidare il ruolo dei designer nel panorama nazionale.

La creazione di Brasilia, progettata da Lucio Costa e Oscar Niemeyer, fu il simbolo della modernità e della visione progressista del governo Kubitschek. Brasilia rappresentava un'utopia urbanistica che, sebbene celebrata inizialmente come modello di città del futuro, si rivelò ben presto un esempio delle difficoltà nel realizzare l'ideale di modernità. La città, pur simboleggiando la crescita del Brasile, divenne anche un simbolo della tensione tra il progresso teorico e la realtà delle sue implicazioni sociali e culturali.

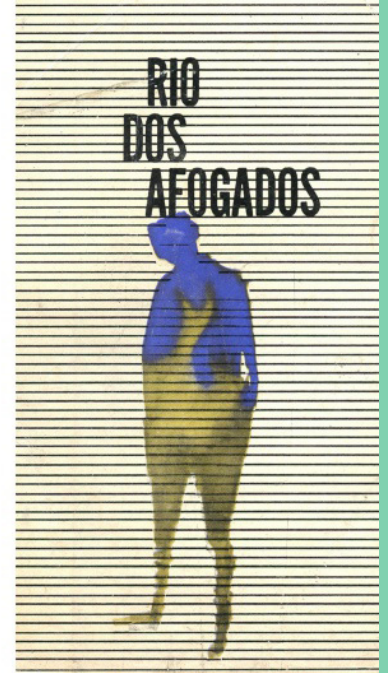
Un protagonista centrale in questo sviluppo fu Sergio Rodrigues, considerato uno dei maggiori esponenti del design del mobile in Brasile e noto a livello internazionale come il creatore del "vero mobile brasiliano".

38) È considerata la prima istituzione a offrire un corso di laurea in design di livello superiore in Brasile. L'istituto è stato fondato nel 1962 e ha iniziato le sue attività nel 1963 come ente autonomo, durante il governo di

Carlos Lacerda.

39) Fondata in Brasile nel 1963, è stata una delle prime associazioni professionali per designer industriali nel Paese. Ha avuto un ruolo fondamentale nella

promozione e nello sviluppo del design industriale brasiliano, contribuendo a istituzionalizzare la professione e a favorire il dialogo tra designer, industria e società.



Laureato nel 1952 al Collegio Nazionale di Architettura di Rio de Janeiro, Rodrigues si distinse sin dagli inizi per la sua capacità di coniugare l'innovazione dell'architettura brasiliana con la tradizione culturale del paese. La sua visione del design era quella di creare mobili che fossero in sintonia con la cultura brasiliana, tenendo conto delle esigenze del clima tropicale e del relax tipico dello stile di vita del paese, in un contesto in cui il design internazionale puntava a un'idea più funzionale e minimale.

Nel 1955, fondò il negozio Oca, che divenne il fulcro della sua attività e un simbolo del design brasiliano. Il nome, che richiama la tradizione indigena, rifletteva la sua intenzione di progettare mobili che rispondessero alle necessità pratiche dei brasiliani e fossero al tempo stesso radicati nelle tradizioni culturali locali.

Nel corso della sua carriera, Rodrigues realizzò circa 1.200 modelli destinati a palazzi governativi, uffici diplomatici, alberghi, teatri, aziende e abitazioni private. La sua capacità di adattare i mobili agli spazi architettonici, sfruttando le risorse disponibili e rispettando le esigenze funzionali, gli conferì una fama internazionale.

Negli anni Sessanta, Sergio Rodrigues consolidò il suo status di figura centrale nel panorama del design brasiliano. Le sue opere, come la poltrona *Bum Bum* (1961), divennero esempi perfetti di come combinare comfort, materiali naturali e un'estetica legata al patrimonio tropicale del Brasile. L'uso di legni esotici tipici del paese e l'innovazione nelle forme e nei materiali diedero ai suoi pezzi una unicità che li rendeva adatti sia agli spazi privati che a quelli pubblici e rappresentativi. La sua capacità di sintetizzare modernità e tradizione, pur mantenendo una forte connessione con le radici culturali locali, lo proiettò sulla scena internazionale, portando il design brasiliano a un riconoscimento mondiale.

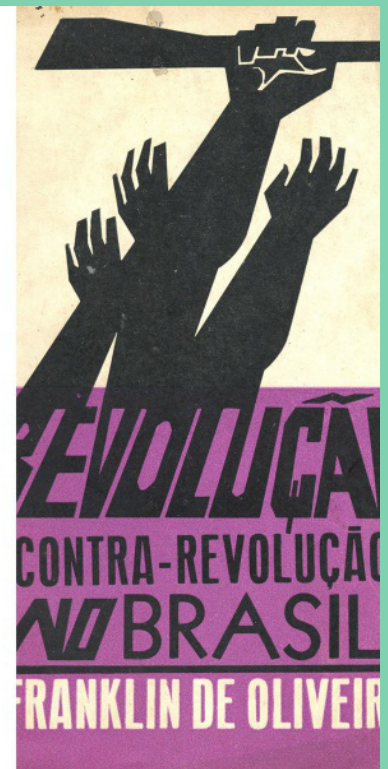


Fig. 48/49/50: Eugênio Hirsch, Editora Civilização Brasileira, anni '60.

Dittatura e design

L'influenza della dittatura e l'espansione del design industriale

Negli anni '60, il design in Brasile attraversò un periodo di grande trasformazione, influenzato dalle turbolente vicende politiche e dalla crescente urbanizzazione del paese. In un contesto di instabilità sociale e politica, il design brasiliano si trovò diviso tra due mondi distinti: quello al servizio dello Stato, che rispondeva alle esigenze di modernizzazione e propaganda del regime, e quello della controcultura, che si opponeva alla crescente repressione della dittatura militare.

Il 31 marzo 1964, il Brasile entrò in una nuova fase della sua storia con il colpo di stato che destituì il presidente João Goulart e diede inizio a una dittatura militare che sarebbe durata due decenni. I militari, sotto il controllo della giunta governativa, cercarono di instaurare un ordine autoritario, riducendo i diritti civili e politici e aumentando il controllo sulle istituzioni. La retorica dominante del periodo era quella di una modernizzazione economica che avrebbe beneficiato il paese nel lungo termine, ma che, in realtà, ha avuto effetti devastanti per le classi meno abbienti, che rimasero in gran parte escluse dal progresso economico. Durante questo periodo, il governo militare si avvale anche del design come strumento per promuovere la propria ideologia e legittimare la sua autorità.

Questo decennio segna quindi un momento cruciale nella storia del paese, caratterizzato dalla promozione di politiche economiche orientate alla rapida industrializzazione, che cercano di modernizzare il Brasile attraverso l'incremento della produzione e il rafforzamento del settore industriale. Sebbene queste trasformazioni siano accompagnate da gravi restrizioni politiche e sociali, il governo militare adotta una strategia che favorisce l'espansione del design industriale, soprattutto nell'ambito della produzione di beni di consumo. Le politiche autarchiche, che mirano a rendere il paese autosufficiente, e il nazionalismo economico impongono la necessità di una progettazione funzionale e pratica, capace di rispondere alle nuove esigenze di consumo interno e di sviluppo economico. In questo contesto, le multinazionali che operavano in Brasile ostacolavano lo sviluppo di un'identità autonoma del design locale. Seguendo modelli centralizzati, queste aziende non investivano nella

progettazione brasiliana e trattavano il paese come una mera filiale per la produzione di beni. In risposta, il design industriale brasiliano divenne un campo di lotta contro la dipendenza tecnologica.

Gui Bonsiepe, dopo esperienze in Argentina e Cile, si trasferì in Brasile negli anni Sessanta, dove contribuì al rafforzamento del design locale. Egli teorizzò la "dipendenza tecnologica" e propose soluzioni che valorizzassero le peculiarità locali, sottolineando come i paesi periferici potessero emanciparsi solo attraverso l'innovazione tecnologica e un'industrializzazione autonoma. Queste idee furono raccolte nel libro *A tecnologia da tecnologia* (1983), diventato un riferimento per i designer brasiliani.

Nel contesto della rapida industrializzazione degli anni '60, l'industria brasiliana si espanse con forza, e il design svolse un ruolo fondamentale nella creazione di nuovi prodotti. La sua funzione divenne cruciale non solo per il mercato interno, ma anche per quello internazionale, poiché il Brasile iniziò a guardare all'estero per incrementare le esportazioni.

In particolare, si svilupparono settori come quello degli elettrodomestici e dei mobili, dove aziende come Brastemp, Arno e, dalla fine degli anni '60, Sadia, adottarono pratiche di design industriale per migliorare la loro competitività sia a livello nazionale che internazionale. In quel periodo, il packaging, concepito per essere funzionale, innovativo e attraente, divenne un elemento centrale della strategia commerciale. Le aziende riconobbero l'importanza di rendere il design dei loro prodotti non solo efficiente ma anche accattivante, per attirare l'attenzione dei consumatori. Un esempio emblematico di questa fase di espansione fu il design degli imballaggi per i prodotti Sadia, progettati dalla DIL. Questi imballaggi risposero alle necessità del mercato interno e vennero ideati con una visione globale, mirata all'internazionalizzazione dell'industria alimentare brasiliana. A partire dagli anni '60, il Brasile cercò di esportare i propri prodotti alimentari in mercati lontani, come l'Arabia Saudita, e il design degli imballaggi divenne una componente fondamentale per competere a livello internazionale. Le innovazioni nel packaging, con particolare attenzione a formati funzionali e pratici per la grande distribuzione, segnarono uno degli aspetti più rilevanti del design industriale brasiliano in quel periodo.



Fig. 51: Robert Fraaser, Havaianas, 1962

Parallelamente, il decennio degli anni '60 fu caratterizzato da un crescente dinamismo nel campo del design grafico e della pubblicità. I designer grafici si ispirarono alle nuove correnti internazionali, adottando approcci innovativi per rispondere alle esigenze di un mercato in rapida trasformazione. La crescente competizione e il desiderio di modernizzare l'immagine del Paese spinsero i designer a sperimentare nuove soluzioni visive per attrarre un pubblico sempre più vasto e diversificato. Un esempio significativo di questa evoluzione fu lo studio di design di Aloísio Magalhães⁴⁰, *Programação Visual Desenho Industrial (PVDI)*, che svolse un ruolo centrale nella progettazione di elementi visivi per lo Stato. Magalhães fu incaricato nel 1966 di progettare il design delle nuove banconote e sviluppò l'identità visiva di numerose istituzioni, tra cui il Ministero degli Affari Esteri e Petrobras, simboli della modernizzazione statale promossa dal regime. Anche aziende private e banche⁴¹ si inserirono in questo contesto, impegnandosi a consolidare un'immagine moderna e tecnocratica che riflettesse l'efficienza della macchina statale.

Nel frattempo, il design si fece portavoce anche di una cultura popolare che rispecchiava le trasformazioni sociali in atto. Le infradito *Havaianas*, lanciate nel 1962, divennero il simbolo di una democratizzazione del consumo, un prodotto a basso costo ma estremamente popolare, tanto che, negli anni Settanta e Ottanta, furono incluse nei prezzi regolati dal Comitato Interministeriale dei Prezzi. Un altro elemento chiave fu la proliferazione di identità visive, come quelle delle banche, che fiorirono sotto la guida di designer come Aloísio Magalhães e Alexandre Wollner⁴², dimostrando la vitalità del design in un contesto di crescita economica accelerata.

40) Aloísio Magalhães (1927-1982), oltre ad essere un designer, è stato scenografo e ha lavorato nell'area pubblica della cultura. Nel 1975 ha coordinato l'istituzione dedicata alla documentazione e all'analisi della cultura brasiliana, il Centro Nazionale di Riferimento Culturale (CNRC), e nel 1979 ha assunto la direzione

dell'Istituto del Patrimonio Storico e Artistico Nazionale (IPHAN).

41) Banco Moreira Salles (1965), attuale Unibanco; Aliança (1966); Banco Itaú (1970); BANESPA, Nacional (1971); Banco de Desenvolvimento del estado de São Paulo (1971); Central de Brasil (1975) y Boa Vista (1976).

42) Alexandre Wollner, dopo aver frequentato l'IAX, riceve una borsa di studio all'HfG a Ulm (Germania) tra il 1955 e il 1958. Al suo ritorno, ha svolto attività nell'area del design grafico, ha collaborato allo sviluppo di un corso di design presso l'ESDI e insegna in questa scuola.

Resistenza, controcultura e innovazione del design

Tuttavia, non tutti i designer si piegarono alle richieste del regime. Mentre l'industria culturale continuava a espandersi, con la nascita di nuovi canali televisivi come *TV Globo* e riviste di grande tiratura come *Veja*, emersero anche movimenti di resistenza. La crescente repressione politica, che culminò con l'introduzione dell'*Ato Institucional n° 5* nel 1968, spinse molti designer a rifugiarsi in forme artistiche alternative, utilizzando il design come strumento di contestazione. Il movimento *Tropicália*⁴³, con la sua miscela di elementi della cultura pop e la critica alla dittatura, trovò espressione anche attraverso il design grafico, con artisti come Rogério Duarte che realizzarono copertine di dischi e manifesti per i principali esponenti della scena musicale.

In parallelo, si sviluppò anche un movimento controculturale, alimentato da una crescente insoddisfazione per il regime autoritario. Il design divenne, in questi anni, un veicolo di protesta: nel 1968, l'Instituto de Artes e Decoração (*iadé*) si affermò come uno dei centri principali per l'insegnamento del design sperimentale, opponendosi ai metodi tradizionali e cercando di rompere con le convenzioni imposte dalla dittatura. Il design, in questo caso, non era più solo uno strumento di comunicazione, ma anche di resistenza culturale e sociale.

Nel contesto urbano, le città brasiliane vissero una rapida espansione. San Paolo, in particolare, si trovò al centro di un processo di modernizzazione che includeva anche la progettazione di arredi urbani, come nel caso del progetto di mobili prefabbricati in cemento lanciato dalla prefettura nel 1967. Questo tentativo di rispondere alla rapida urbanizzazione

si inseriva in una logica di "ordine" imposta dallo Stato, ma allo stesso tempo segnava l'inizio di una riflessione sul ruolo dell'architettura e del design nello sviluppo delle città moderne. Il design industriale negli anni '60 si inserisce anche in un contesto più ampio di modernità che attinge dalle influenze europee, in particolare dalla tradizione della scuola di Ulm in Germania, che concepiva il design come una disciplina scientifica e sistematica. Questo approccio vedeva il design come uno strumento al servizio delle esigenze industriali, enfatizzando l'uso della macchina e della razionalità nella produzione di beni di consumo. La creazione della Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI) negli anni '60 segna un momento fondamentale nella storia del design in Brasile, poiché rappresenta la formalizzazione della disciplina come parte integrante dell'educazione accademica del paese. La ESDI, infatti, diventa il punto di riferimento per la formazione dei futuri designer brasiliani e un centro di diffusione della visione moderna del design, fortemente influenzata dalle teorie e dai principi della scuola di Ulm.

In questo stesso periodo, emerge una tensione tra la tradizione culturale brasiliana e il desiderio di modernizzazione, che si manifesta anche nel campo del design. Nonostante le forti influenze europee, alcuni studiosi brasiliani, come Cardoso, sostengono che il design come disciplina fosse già presente in Brasile prima degli anni '60, anche se non era ancora stato formalizzato sotto il nome di "design". Questo dibattito mette in luce la peculiarità del percorso brasiliano verso la modernità, dove il design, pur seguendo modelli esterni, cercava comunque di rispondere alle specifiche esigenze locali, adattandosi e reinterpretando le tradizioni culturali del paese.

43) Fu un movimento artistico/musicale che provò ad articolare la tradizione della musica popolare con le contraddizioni della modernizzazione, dell'internazionalizzazione della cultura, della dipendenza economica e del consumo.

1970-1979: la dittatura, l'autarchia economica e la globalizzazione del design brasiliano

Negli anni '70 il design brasiliano visse un periodo di trasformazione e consolidamento, caratterizzato dalla modernizzazione urbana, dalla diffusione del self-service e dall'integrazione con le politiche di sviluppo nazionale. Le città di San Paolo e Rio de Janeiro furono al centro di progetti ambiziosi, come l'inaugurazione delle linee metropolitane nel 1974 e nel 1979. Questi progetti rappresentarono esempi significativi di collaborazione tra ingegneria e design, con innovazioni che includevano vagoni progettati per migliorare l'ergonomia, la sicurezza e l'efficienza. Il Grupo Associado de Pesquisa e Planejamento (GAPP), ad esempio, contribuì allo sviluppo della seconda linea metropolitana di San Paolo, introducendo studi antropometrici che portarono a soluzioni avanzate come i vetri curvi e sistemi per ottimizzare la distribuzione dei passeggeri.

Il consumo di massa, trainato dall'espansione del modello self-service, trasformò profondamente i mercati brasiliani. I supermercati divennero canali principali di distribuzione, favorendo la crescita di aziende come Sadia, Goyana e Ventura. Queste realtà investirono nel design di prodotti e imballaggi destinati sia al mercato interno che all'esportazione. Il settore degli utensili domestici in plastica ebbe un'espansione significativa,

con la creazione di oggetti funzionali ed esteticamente curati per una classe media in crescita, come dimostrato dalla linea *Eva* di Hevea.

Il design urbano si evolse attraverso interventi come la ristrutturazione dell'*Avenida Paulista* a San Paolo, che divenne un simbolo della modernità cittadina, e i progetti di rinnovamento a Curitiba, guidati dall'architetto Jaime Lerner. Qui, la pedonalizzazione di vie centrali e l'introduzione di mobili urbani iconici consolidarono l'identità visiva della città.

Parallelamente, il settore dei mobili si vede attraversato da profonde trasformazioni. L'azienda Mobilia Contemporânea, che aveva cercato di rispondere alla domanda crescente di arredi moderni, collabora con la casa editrice Abril per la vendita di mobili e scaffali per libri. Tuttavia, nonostante gli sforzi di innovazione, nel 1974 l'azienda chiude, un segno delle difficoltà che affrontano molti designer e imprenditori nel campo del mobile. Un altro esempio significativo di questa fase è il caso di L'Atelier, fondata dall'architetto polacco Jorge Zalszupin. Zalszupin, pur vendendo l'azienda al gruppo Forsa, continuò a svolgere un ruolo importante nello sviluppo di nuovi prodotti, tra cui utensili in plastica, che rispondono alla necessità di massificazione dei consumi. Con Hevea, Zalszupin sviluppa una serie di prodotti come secchi, portaghiaccio e armadi multiuso, mirando a una produzione di massa a basso costo destinata alla classe media.



Fig. 52: Avenida Paulista, San Paolo, Brasile



Fig. 53: Linea 2 metro San Paolo, Brasile



Fig. 54: Embraer S.A, Bandeirante, anni '70



Fig. 55: Embraer S.A, Ipanema, anni '70

Gli anni Settanta segnarono una fase di transizione per il design brasiliano, caratterizzata dal tentativo di emanciparsi dalle influenze delle potenze industriali occidentali. La disattenzione degli imprenditori locali e l'indifferenza delle multinazionali rappresentavano una sfida significativa: mentre gli uni non vedevano il design come un investimento, le altre replicavano modelli esteri senza tenere conto dell'identità locale. Di fronte a questa situazione, i designer brasiliani cercarono di sviluppare una dimensione autonoma, spesso utilizzando tecnologie alternative come forma di protesta contro il colonialismo industriale.

Lina Bo Bardi, José Zanine Caldas e Sérgio Rodrigues furono figure centrali di questo periodo, lavorando per integrare tradizioni locali e innovazioni industriali. Gui Bonsiepe giocò un ruolo chiave in questa fase, promuovendo un design che fosse più integrato alla realtà brasiliana. Egli sosteneva che il Brasile, come altri paesi periferici, potesse superare la disuguaglianza rispetto ai paesi centrali solo attraverso un'industrializzazione basata su risorse e tecnologie locali.

Il periodo degli anni '70 vide anche l'avvio di importanti iniziative per promuovere il design a livello internazionale. Nel 1973, il Ministero dell'Industria e del Commercio lanciò un programma di incentivi al design, in particolare attraverso l'Istituto di Disegno Industriale (IDI) del Museo d'Arte Moderna di Rio de Janeiro, fondato da Karl Heinz Bergmiller⁴⁴. L'IDI, che si era già distinto per la sua attività di divulgazione, avviò un grande programma di standardizzazione degli imballaggi, con l'obiettivo di favorire l'export dei prodotti brasiliani, specialmente nel settore tessile, del caffè solubile, delle ceramiche e dei succhi di frutta.

Un altro esempio emblematico è l'iniziativa promossa da Interbras, l'agenzia di commercio estero di Petrobras, che nel 1975 avviò un programma per esportare beni di consumo durevoli, tra cui automobili, e

elettrodomestici, nei mercati emergenti di Africa e Asia. Il marchio *Tama*, progettato dalla DIL, divenne un simbolo di questa espansione.

Le industrie automobilistiche, come Volkswagen, adottarono il design locale per sviluppare modelli innovativi e competitivi, come la *Brasilia*, progettata per rispondere alle esigenze del mercato interno e dei paesi emergenti. La *Brasilia*, progettata dal designer Márcio Piancastelli⁴⁵, rappresentò un importante passo verso l'internazionalizzazione dell'industria automobilistica brasiliana. La sua progettazione, che partiva dalla base del vecchio Maggiolino, rispondeva alle esigenze sia del mercato interno che dei mercati in rapida crescita in Africa, Asia e America Latina. Nel settore della tecnologia, il design brasiliano si legò a progetti di alta tecnologia come quelli di Embraer, che lanciò i modelli di aerei *Bandeirante* e *Ipanema*. Questi aerei divennero simboli della capacità progettuale e produttiva del Brasile, con l'impiego di designer specializzati per la progettazione degli interni.

Infine, il programma *Pró-Álcool*, avviato nel 1975 dopo la crisi petrolifera, per lo sviluppo di combustibili alternativi come l'alcol, mobilitò un gran numero di ricercatori e designer. Il governo brasiliano, inoltre, istituì gruppi di lavoro per sostenere progetti tecnologici statali, che contribuirono allo sviluppo di attrezzature agricole innovative.

In questo contesto, il design brasiliano si affermò come un elemento chiave per la modernizzazione e la competitività del paese, con una chiara attenzione all'integrazione tra tradizione e innovazione. Dai trasporti al consumo, dall'urbanistica alla tecnologia, il decennio degli anni '70 segnò una svolta per il design, che divenne un simbolo del potenziale creativo e produttivo del Brasile, proiettandolo verso una dimensione internazionale.

44) Karl Heinz Bergmiller (1928) è uno dei fondatori della scuola ESDI di Rio de Janeiro. Lavora come designer industriale dal suo arrivo in Brasile e svolse lavori importanti per l'azienda di mobili "Escriba", della quale fu direttore.

45) Márcio Piancastelli (1936) è un progettista auto-

mobilitico la cui formazione si è svolta nelle fabbriche in cui lavorò (Willys e VW) e in un corso di un anno presso la "Carrozzeria Ghia", a Torino, Italia. È stato responsabile dello sviluppo di diversi veicoli all'interno della Volkswagen, tra cui "Brasilia" e il "Gol".

Ritorno alla democrazia

La decade perduta

Gli anni Ottanta, spesso definiti la “decade perduta”, segnarono un brusco arresto della crescita economica vissuta nei decenni precedenti. Durante questo periodo, il Brasile passò da un paese prevalentemente rurale a uno con un profilo sempre più industriale e urbano. Nel 1980, circa 80 milioni di brasiliani vivevano in città, su una popolazione totale di 120 milioni. Questo cambiamento accelerato fu accompagnato da una crisi economica che stravolse il paese. La stagflazione, una combinazione di alta inflazione e disoccupazione, minò la stabilità sociale ed economica.

In questo decennio, il Brasile visse anche la fine della dittatura militare, che aveva segnato profondamente la società e l'economia dal 1964. Con il ritorno alla democrazia nel 1985, si aprì un periodo di transizione politica, caratterizzato da grandi aspettative e profonde sfide,

soprattutto economiche. Il passaggio alla democrazia, pur accompagnato da una crisi economica e sociale, pose le basi per una maggiore partecipazione civica e per l'emergere di nuovi movimenti culturali, tra cui il design.

L'industria brasiliana del design, nata in gran parte negli anni Sessanta e Settanta, continuò la sua evoluzione durante questo periodo, ma con grandi difficoltà. I corsi di design industriale, introdotti negli anni precedenti, formarono numerosi professionisti, ma l'industria del design era ancora giovane e in fase di consolidamento. La creazione di associazioni professionali come l'ABDI (Associação Brasileira de Design Industrial) aveva come obiettivo la diffusione del design, ma non si concentrò sufficientemente sulla difesa della categoria. Di conseguenza, nel 1978 emersero associazioni sindacali in vari stati, come l'Associação Profissional de Desenhistas Industriais, che cercarono di tutelare i diritti dei designer.

In un contesto di crisi, molti professionisti del design, spesso con una formazione architettonica, dovettero reinventarsi come imprenditori, creando autonomamente le proprie opportunità lavorative. La sfida principale era progettare prodotti accessibili per una classe media sempre più impoverita. Un esempio significativo fu l'apertura, nel 1978, del primo negozio *Tok&Stok*, una sorta di Ikea brasiliana, che offriva un design minimalista a prezzi competitivi, collaborando con giovani designer per contenere i costi. Tuttavia, l'inflazione galoppante, che nel 1989 raggiunse il 1782,90%, ridusse drasticamente il potere d'acquisto delle classi medie e basse, mentre la classe alta continuò a prosperare, orientandosi verso consumi più raffinati e ricercati.



Fig. 56: Tok&Stok, 1978

Alcuni designer colsero l'opportunità di rivolgersi a questa clientela privilegiata, enfatizzando l'artigianalità e traendo ispirazione da movimenti come l'Arts and Crafts o dal design italiano, che in quel periodo criticava il razionalismo. Fúlvio Nanni e Carlos Motta reinterpretarono queste influenze in chiave moderna, mentre i fratelli Campana emersero come figure di spicco, noti per l'uso di materiali inusuali come stecche di legno da cassette di frutta, tubi di PVC, peluche, pluriball e bambole di stoffa. Humberto, laureato in Giurisprudenza ma lontano dalla professione legale, si avvicinò ai lavori manuali e alla scultura, mentre Fernando, architetto, apportò la sua conoscenza del design. Nel 1989, la loro prima esposizione, *Desconfortáveis* ("Scomodi"), presentò divani e sedie realizzati con lastre di ferro e rame, privi di finiture o rivestimenti, che provocarono un forte impatto per la freddezza dei materiali e la rigidità delle forme. Questa capacità di decontestualizzare materiali semplici e di trasformarli in oggetti sofisticati contribuì a definire il loro stile unico, riconosciuto a livello internazionale.

Etel Carmona, con la sua falegnameria avviata a San Paolo, si distinse per l'uso di legni pregiati e la collaborazione con designer di rilievo come Claudia Moreira Salles⁴⁶. Nonostante il difficile contesto economico, alcuni giovani designer tentarono di innovare, come Giorgio Giorgi e Fabio Falanghe dello studio Objeto Não Identificado, che realizzarono progetti iconici come il *tavolo impilabile Zero* e la *lampada SSS*. Questi oggetti furono inizialmente prodotti da piccole imprese locali, come Lumini, e successivamente adottati da multinazionali come Artemide.

La mancanza di investimenti statali in settori chiave come l'istruzione e la pianificazione urbana limitò fortemente le possibilità di innovazione. Molti studi di design, come Cauduro & Martino, si concentrarono su collaborazioni con grandi aziende e multinazionali, tra cui i principali istituti bancari, come Bradesco e Altaú, che investirono nell'identità aziendale attraverso design grafico, architettura e progettazione di sportelli automatici e blocchetti di assegni. Un'importante iniziativa per il rinnovamento del design emerse nel 1983 con il Laboratorio Brasiliano di Design Industriale a Florianópolis, guidato dal designer tedesco Gui Bonsiepe e promosso dal Consiglio Nazionale per lo Sviluppo Scientifico e Tecnologico (CNPQ). Questo laboratorio, attraverso incontri, corsi e seminari, modernizzò le pratiche di insegnamento e gettò le basi per la fondazione dell'Associação de Ensino de Design (AEND), anticipando l'importanza crescente dell'educazione al design negli anni Novanta. Nonostante le difficoltà, gli anni Ottanta rappresentarono un periodo cruciale per il design brasiliano, segnando un equilibrio complesso tra crisi economica e sforzi di innovazione.

Il design brasiliano degli anni Ottanta affrontò numerose sfide, tra cui una crisi economica acuta, ma fu anche caratterizzato da iniziative significative per promuovere il settore. Il governo, tramite il Ministero dell'Industria, il Consiglio Nazionale per lo Sviluppo Scientifico e Tecnologico (CNPQ) e l'Ente Finanziatore di Studi e Progetti (FINEP), avviò progetti per ridurre il divario competitivo con le industrie estere. Tra questi, il Laboratório Brasileiro de Design Industrial (LBDI), fondato nel 1984, si distinse per il suo lavoro di promozione del design industriale su scala nazionale.

Fig. 57: Fratelli Campana, esposizione *Desconfortáveis*, 1989



46) Claudia Moreira Salles (1955) è una designer formata nella ESDI. Lavorò nell'IDI/MAM e nell'azienda di mobili "Escriba".



Nonostante questi sforzi, il design industriale brasiliano si sviluppò lentamente. Molte imprese vedevano il design come un costo anziché un'opportunità strategica, privilegiando la produzione di massa e la replica di modelli esteri. Le difficoltà economiche, tra cui la crisi petrolifera e l'inflazione galoppante che nel 1989 raggiunse l'80% al mese, aggravarono ulteriormente la situazione, portando alla chiusura di molte aziende.

In questo contesto difficile, i designer brasiliani reagirono con creatività e ingegno. Hugo França e Carlos Motta esplorarono soluzioni ecologiche, utilizzando materiali di recupero e scarti industriali. França, ad esempio, realizzò mobili e sculture a partire da tronchi di alberi caduti e vecchie canoe indigene, mentre Carlos Motta si distinse per la semplicità e la funzionalità dei suoi progetti, come la *sedia San Paolo* (1982), che divenne un best-seller.

Negli anni Ottanta, il design brasiliano cominciò a orientarsi verso un'estetica più multiculturale e meticcias, influenzata dalla ricca mescolanza di culture indigene, africane ed europee. Questo periodo segnò il passaggio dal razionalismo funzionalista al riconoscimento della pluralità culturale come fondamento per un design più libero e creativo, capace di riflettere le diversità locali.

Questi esempi dimostrano come, nonostante le difficoltà, il design brasiliano riuscì a evolversi, cercando un'identità propria che valorizzasse la cultura locale e l'innovazione. Il decennio si concluse con una crescente consapevolezza del ruolo strategico del design, gettando le basi per il consolidamento del settore nei decenni successivi.



Fig. 58/59: Hugo França, Atelier, anni '80'

La globalizzazione e le sue conseguenze negli anni '90

Negli anni Novanta, il design brasiliano si trovò a navigare in un contesto profondamente influenzato dalla globalizzazione e dalle politiche neoliberali. L'apertura economica promossa dal governo di Fernando Collor de Mello facilitò l'ingresso di prodotti industrializzati stranieri, che in precedenza erano soggetti a elevate tasse o riservati al mercato interno, come nel caso dell'informatica. Con l'inizio della privatizzazione e la vendita del patrimonio pubblico a imprese private internazionali, il panorama economico e sociale cambiò radicalmente, determinando una crisi per gli studi di design che fino ad allora si erano dedicati a progetti strategici. Studi come GAPP e Forma/Função, in passato impegnati in grandi progetti infrastrutturali o nello sviluppo di attrezzature specializzate, furono costretti a ridurre drasticamente le proprie attività, orientandosi verso settori come il design grafico o prodotti di nicchia. Le grandi aziende statali come Telecomunicazioni, energia elettrica e Embraer passarono nelle mani di gruppi privati.

L'internazionalizzazione accentuò l'importanza del design grafico, del branding e dell'identità aziendale. La competizione tra aziende nazionali e internazionali spinse verso un'evoluzione rapida degli strumenti di comunicazione, mentre i grandi studi stranieri iniziarono a entrare nel mercato brasiliano, minacciando la posizione dei designer locali. Questo portò alla creazione dell'Associação de Designers Gráficos do Brasil (ADG) nel 1989 e alla I Biennale di Design Grafico nel 1992, iniziative che miravano a rafforzare il ruolo del design brasiliano in un panorama globale. Allo stesso tempo, si intensificò il dibattito sull'"identità brasiliana" nel design, nel tentativo di preservare le peculiarità locali in un mercato sempre più globalizzato.

Negli anni Novanta, il Brasile avviò una serie di iniziative istituzionali e private per promuovere il design industriale, sia a livello nazionale che internazionale. Nel 1995, il Ministero dell'Industria creò il *Programma Brasileiro per il Design* (PBD)⁴⁷, mentre stati come San Paolo e Paraná svilupparono politiche regionali per incentivare la progettazione, istituendo centri di design come il *São Paulo Design Centre* (CSPD) e il *Paraná Design Centre*. Quest'ultimo, sostenuto dal Paraná Institute of Technology, fu protagonista di iniziative importanti come il programma *Criação Paraná*, lanciato nel 2000 per fornire consulenze nello sviluppo di nuovi prodotti industriali. Parallelamente, il design brasiliano si sviluppò come un fenomeno che abbracciava sempre più l'ibridismo culturale, riconoscendo nella pluralità estetica una risorsa unica e preziosa. I Fratelli Campana divennero il simbolo di questa evoluzione, adottando un design ibrido e sincretico che univa tecniche tradizionali a innovazioni contemporanee. Sul finire degli anni Novanta, il Brasile prese consapevolezza della sua molteplicità culturale, dando vita a un design che integrava diverse tradizioni estetiche e culturali. Questo processo di sintesi portò alla nascita di uno stile sincretico, in grado di adattarsi al mercato globale senza perdere il legame con le proprie radici.

Le politiche culturali cambiarono profondamente, con lo Stato che trasferì agli investimenti privati molte delle sue responsabilità. Questo portò a un fiorire di progetti editoriali e culturali finanziati da sponsor privati, creando opportunità per editori, designer e industrie grafiche. Tuttavia, l'espansione dell'istruzione nel design attraverso un numero crescente di corsi universitari, spesso di qualità discutibile, creò un mercato sovrappollato e una forte competizione tra i professionisti, molti dei quali proseguirono gli studi o si dedicarono alla docenza per mancanza di altre opportunità.

47) Il Programma Brasileiro per il Design (PBD), istituito negli anni '90, era un'iniziativa governativa volta a promuovere l'uso strategico del design per aumentare la competitività delle imprese brasiliane, sia sul mercato interno che internazionale. Il programma incentivava l'integrazione del design nei processi produttivi, supportava l'innovazione e favoriva la formazione di professionisti nel settore.

In ambito municipale, progetti come i *giochi pubblici* di Elvira de Almeida a San Paolo o il programma *Rio Ciudad* a Rio de Janeiro dimostrarono il potenziale del design nel migliorare le infrastrutture urbane e nel promuovere la sostenibilità. Tuttavia, queste iniziative rappresentarono più l'eccezione che la regola, poiché le politiche neoliberali limitarono fortemente gli investimenti statali in progetti di design sociale o pubblico.

All'inizio degli anni Novanta, la globalizzazione e la crisi economica segnarono un cambiamento importante nel panorama del design brasiliano. La produzione industriale su larga scala continuò ad essere dominata dalle multinazionali, ma un gruppo crescente di designer cercò di rispondere a queste sfide con soluzioni innovative, privilegiando la sostenibilità e la ricerca su materiali e tecniche di produzione più eco-compatibili. In questo contesto, emersero nuovi gruppi e studi, come il Decameron Design e Faro Design, che riuscirono ad affermarsi a livello internazionale grazie alla loro capacità di coniugare estetica e funzionalità con una maggiore attenzione alle problematiche ambientali e sociali. Nonostante il difficile contesto economico, alcune figure chiave del design brasiliano emersero in questo decennio. Guto Índio da Costa⁴⁸ si distinse per i suoi progetti innovativi, che spaziavano dagli

elettrodomestici ai prodotti di lusso e all'arredo urbano, mentre i fratelli Campana raggiunsero fama internazionale grazie alla loro capacità di combinare tradizione e innovazione. I loro progetti, caratterizzati da una forte identità estetica e culturale, furono prodotti da aziende italiane e celebrati a livello globale. I Campana esplorarono materiali inusuali creando pezzi iconici come la *poltrona Vermelha*, premiata al Salone del Mobile di Milano nel 1998. Le loro opere furono esposte in musei prestigiosi come il MOMA di New York e il Centre Pompidou di Parigi, consolidando la loro reputazione globale. Alcune aziende brasiliane riuscirono a competere su scala internazionale, come Marcopolo nel settore degli autobus e Coza, che reinventò i suoi prodotti in plastica per affrontare la concorrenza cinese. La politica neoliberale degli anni Novanta ridusse il ruolo dello Stato in numerosi settori. Ciò comportò una delega a organizzazioni non governative di progetti destinati a migliorare le condizioni sociali ed economiche del paese. Nonostante i tentativi di progetti sociali, come quelli per migliorare l'istruzione e la sanità, la gran parte dei progetti di design restò destinata all'élite. Il modello neoliberale, pur creando opportunità per alcuni, perpetuò la disuguaglianza, con pochi progetti realizzati per affrontare le vere sfide sociali del Brasile.



Fig. 60/61/62: Elvira de Almeida, giochi pubblici, 1977

48) Guto Índio da Costa (1969) studiò nell'Art Center College of Design in Svizzera; lavorò nello studio di Jacob Jensen in Danimarca e insieme ad Alex Neumeister in Germania.

Design contemporaneo



Fig. 63/64: Coletivo amor de madre, Amor.Art, 2013.



Il design brasiliano ha vissuto una straordinaria fioritura creativa all'inizio degli anni 2000, affermandosi come un fenomeno di rilevanza globale. Questo periodo è stato caratterizzato da un equilibrio tra tradizione e innovazione, dove il riciclo e il riuso hanno assunto un ruolo centrale. Concetti già radicati come l'upcycling hanno trovato nuove espressioni, trasformando materiali di scarto e oggetti comuni in opere d'arte funzionali. Designer come Hugo França, che ha creato pezzi unici utilizzando legno caduto dalla foresta amazzonica, e il Coletivo Amor de Madre, che ha reinventato lattine di alluminio, hanno incarnato l'impegno del Brasile verso la sostenibilità. Con il progredire del nuovo millennio, l'attenzione al design sostenibile è cresciuta, accompagnata da un interesse sempre maggiore per l'ecodesign. Designer come Mauricio Arruda, con la sua linea José, e gruppi come Modo Design e Gueto hanno cercato di valorizzare le risorse culturali e naturali del Brasile, integrando il design con le tradizioni locali e l'uso di materiali a basso impatto ambientale.

La linea José, ad esempio, è ispirata ai mercati brasiliani di frutta e verdura e utilizza legno e materiali riciclati per creare oggetti di design semplici, informali e funzionali, ma con una forte carica simbolica legata alla cultura brasiliana. In questi anni, il Brasile ha saputo bilanciare tradizione e innovazione, affiancando a una crescente vena industriale la valorizzazione dell'artigianato. Questa strategia ha permesso al paese di consolidare un mercato interno solido, essenziale per proiettarsi con successo sul panorama internazionale. Designer e imprenditori hanno collaborato per promuovere il design locale, creando sinergie che hanno dato vita a un'identità culturale unica e apprezzata globalmente. Negozi come *Dpot* e *Tok & Stok* hanno puntato su arredi di lusso e comfort, mentre Etna ha reso accessibili oggetti di design di qualità, contribuendo a democratizzarne il consumo.

In parallelo, il design è stato promosso come elemento chiave per l'innovazione e l'identità nazionale.

Il Paraná Design Centre, attraverso il programma *Criação Paraná*, fornì consulenze per lo sviluppo di nuovi prodotti industriali. Nel 2001, il SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) lanciò il programma *Via Design*, un'iniziativa ambiziosa volta a creare centri di design in tutto il paese. Sebbene i finanziamenti cessarono nel 2005, SEBRAE rimase un attore cruciale nel settore, promuovendo eventi significativi come la prima Biennale di Design Brasiliano nel 2006. Nel frattempo, il *Marca Brazil Programme*, avviato nel 2000, si concentrò sulla costruzione di un'identità nazionale per il design brasiliano, promuovendo i prodotti del paese nei concorsi internazionali, come l'IF Award. Questo decennio consolidò la visione di un design brasiliano che, pur

affrontando le sfide della globalizzazione, restava fortemente ancorato alla sua ricca tradizione multiculturale, integrando innovazione e pluralità estetica.

Tra i protagonisti di questa evoluzione, i fratelli Campana si sono imposti come figure emblematiche del design brasiliano contemporaneo. La loro linea *Campana Corallo*, lanciata nel 2008, ha unito estetica e sostenibilità, utilizzando PVC riciclato e destinando parte dei ricavi a progetti sociali. Parallelamente, i Campana si sono distinti in ambiti come le installazioni e i progetti scenici, collaborando con il Victoria and Albert Museum e il Ballet Marseille, e presentando opere come la *poltrona Aguapè*, un omaggio alla natura amazzonica realizzato in cuoio tagliato

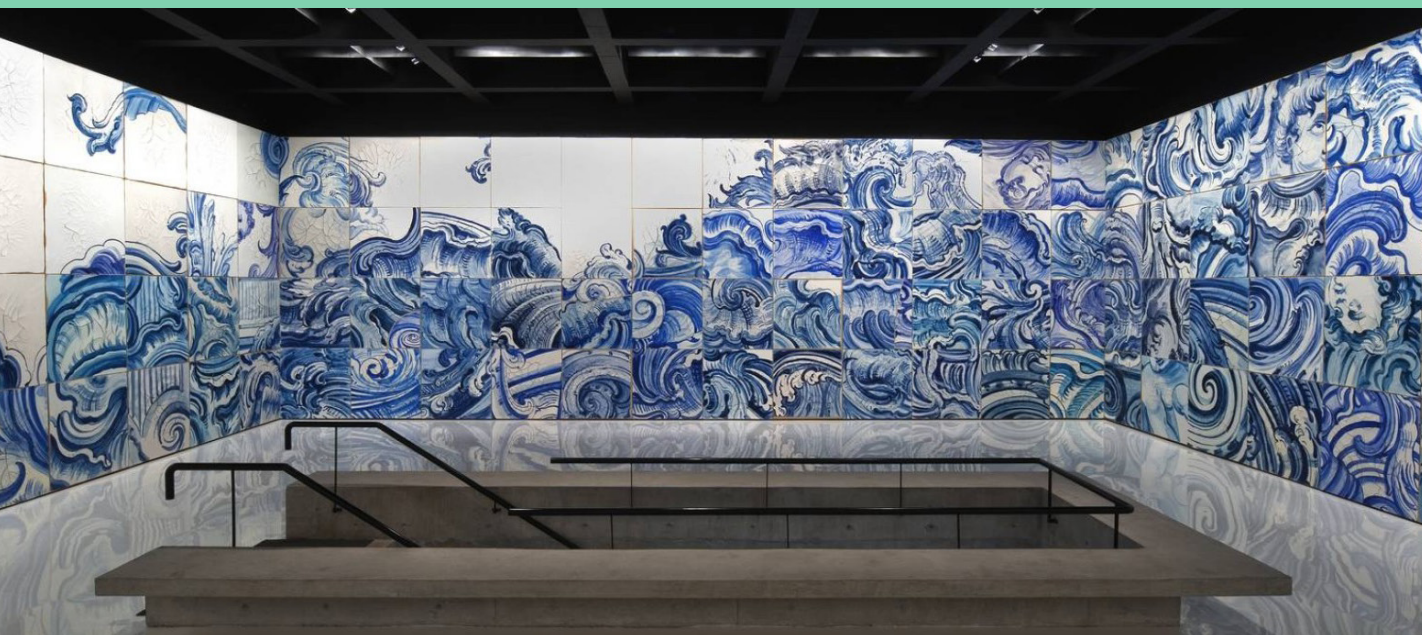


Fig. 65: Adriana Varejão, *Azulejões*, anni 2000

al laser. Il design brasiliano degli anni 2000 ha anche affrontato questioni sociali ed ecologiche globali, come la deforestazione dell'Amazzonia e le disuguaglianze sociali. Designer come Rodrigo Almeida e Zanini de Zanini hanno creato oggetti simbolici e sostenibili, sensibilizzando il pubblico su temi cruciali, mentre Adriana Varejão, con opere come la serie *Azulejões*, ha intrecciato design e riflessione politica.

São Paulo si è consolidata come capitale del design brasiliano, mentre Rio de Janeiro ha guadagnato visibilità grazie a nuovi poli creativi. Eventi come la *Bienal Brasileira de Design e MADE*⁴⁹ hanno messo in luce talenti emergenti, mentre fiere come Paralela Gift hanno dimostrato la capacità del Brasile di fondere tradizione e modernità. Anche i media hanno avuto un ruolo cruciale: riviste come *Casa Vogue* e *Bamboo* hanno diffuso

il design brasiliano a livello internazionale, e case editrici come Edgard Blucher hanno contribuito alla produzione editoriale dedicata al settore. La pluralità e la diversità sono state la forza trainante del design brasiliano contemporaneo. L'integrazione di materiali locali, come la gomma amazzonica e la pelle di pesce, ha dimostrato come il Brasile sappia trasformare le risorse artigianali in innovazioni di alto valore. Questo dialogo costante tra industria e artigianato, locale e globale, ha reso il Brasile un punto di riferimento nel panorama del design internazionale. Il design brasiliano non è solo una produzione estetica, ma anche un veicolo di cultura, sostenibilità e impegno sociale, capace di affrontare le sfide del presente con uno sguardo rivolto al futuro.

49) MADE (Mercado.Arte.Design) è una fiera internazionale dedicata all'arte e al design che si svolge in Brasile, focalizzata sulla promozione di creatività, innovazione e sostenibilità nel settore del

design contemporaneo. Fondata nel 2013, l'evento si propone come una piattaforma per mettere in contatto designer, artisti, collezionisti, gallerie e appassionati di design. MADE celebra l'artigianato, il design

industriale e le nuove tendenze attraverso esposizioni, mostre e dibattiti, con una particolare attenzione al design brasiliano e alla sua integrazione con le influenze globali.

MEXICO

GUATEMALA
HONDURAS
NICARAGUA
COSTA RICA
PANAMA

ECUADOR
COLOMBIA
VENEZUELA
PERU
CUBA

GUYANA
SURINAME
GUYANA
FRANCE

BRASIL
ARGENTINA
BOLIVIA
PARAGUAY
URUGUAY

ARGENTINA

Il design cileno dagli anni 30 alla dittatura

Le radici del design cileno tra crisi economica e industrializzazione

Negli anni '30 e '40, il design in Cile cominciò a strutturarsi all'interno di un contesto storico segnato da crisi economiche globali e dalla necessità di riorganizzare l'economia nazionale. La Grande Depressione del 1929, che aveva duramente colpito le economie dipendenti dall'esportazione di materie prime, come quella cilena, evidenziò la fragilità di un sistema economico basato sul commercio internazionale. In risposta, il governo cileno adottò un modello di "sviluppo verso l'interno", concentrandosi sulla sostituzione delle importazioni (ISI) e promuovendo l'industrializzazione attraverso la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), fondata nel 1939. Questo ente favorì la crescita di settori strategici, come quello energetico e manifatturiero, stimolando lo sviluppo industriale del Paese. In questo periodo si consolidarono industrie come quella del mobile, della ceramica e degli elettrodomestici, che iniziarono a integrare il design nei processi produttivi, facendo uso di materiali locali e soluzioni creative adattate alle risorse disponibili.

Parallelamente, iniziò a svilupparsi il design grafico, che in Cile sarebbe diventato una disciplina pienamente riconosciuta solo alla fine degli anni '60, trovando però sin da subito terreno fertile nell'industria pubblicitaria e nella crescente domanda di soluzioni per la comunicazione visiva. Francisco Otta, pittore, incisore e designer originario della Boemia, giunse in Cile nel 1940, contribuendo significativamente al panorama del design grafico. Otta lavorò principalmente nell'ambito della pubblicità, illustrando copertine di riviste, cataloghi e annunci per giornali, oltre a realizzare numerosi manifesti che arricchirono il paesaggio urbano cileno. La sua opera grafica si caratterizzava per un modello stabile di composizione, con l'uso di forme sintetiche, colori vivaci e una combinazione di tipografie sans-serif e calligrafiche. Inoltre, sviluppò un concetto embrionale di identità aziendale attraverso l'uso di loghi. I suoi manifesti, spesso a tema politico-sociale, si distinguevano per la capacità di attrarre l'interesse del pubblico grazie alla sintesi visiva tra simbolismo e colore. Sebbene indi-

pendente dai principali movimenti artistici cileni, Otta riuscì a integrare le belle arti e le arti applicate, affermando che entrambe condividevano l'obiettivo di interpretare l'ambiente e la cultura del proprio tempo.

Nel settore industriale, aziende come Muebles Sur⁵⁰ e CIC si affermarono nel design di mobili, combinando modernità e funzionalità, mentre FANALOZA dominava il mercato della ceramica con prodotti che spaziavano dalle stoviglie ai sanitari. Anche il settore metalmeccanico e degli elettrodomestici crebbe grazie a imprese come FENSA, MADEMSA e SINDELEN, che iniziarono a produrre beni ispirati a modelli stranieri ma adattati alle esigenze locali. La collaborazione con enti internazionali, come il Servicio de Cooperación Técnica Industrial (SERCOTEC), introdusse nuove tecnologie e standard produttivi, contribuendo alla modernizzazione del settore. Sebbene limitato dall'accesso a tecnologie avanzate e dalla dipendenza dai mercati esteri, il design cileno degli anni '30 e '40 rappresentò un primo passo verso l'autonomia industriale, cercando di rispondere alle necessità locali.

In questo contesto, il contributo di Francisco Otta e lo sviluppo del design industriale mostrarono due aspetti complementari del progresso del design cileno: da un lato, l'arte grafica si concentrava sulla comunicazione visiva e sulla costruzione di un linguaggio simbolico, dall'altro, il design industriale mirava a soddisfare le esigenze pratiche del mercato interno, coniugando funzionalità e creatività. Entrambi i settori, influenzati dall'internazionalizzazione e dall'adattamento alle risorse locali, contribuirono a plasmare l'identità culturale e produttiva del Paese.

50) Muebles Sur: azienda creata dai catalani Claudio Tarragó, Cristián Aguadé e Germán Rodríguez-Arias, che arrivarono in Cile sulla nave Winnipeg, fornita da Neruda nel 1939 per la migrazione di duemila repub-

blicani spagnoli perseguitati. Arias aderiva al Bauhaus ed era amico di personaggi legati alle avanguardie; nel 1930 fu uno dei fondatori del Gruppo di Artisti e Tecnici Catalani per il Progresso dell'Architettura (GATCAP).

L'industrializzazione cilena degli anni '50

Negli anni '50, il Cile attraversò un periodo di sviluppo industriale che vide il nascere e l'evoluzione di diversi settori, con il design che assunse un ruolo sempre più centrale. Nel 1950, FENSA⁵¹, una delle principali aziende del paese, iniziò a produrre elettrodomestici come le lavatrici, importando motori e componenti ma innovando nel design, creando una lavatrice rotonda che divenne estremamente popolare, vendendo oltre un milione di unità. Questo successo fu in parte dovuto alla distribuzione attraverso la catena di grandi magazzini Gath & Chávez, che contribuì a diffondere l'uso degli elettrodomestici. Nel corso del decennio, FENSA ampliò la sua offerta, includendo frigoriferi, continuando a espandere il mercato nazionale.

Il settore della plastica ebbe una spinta notevole con la fondazione di aziende come Schwartz Hermanos y Friedler (SHYF), che nel 1932 introdusse la bachelite, e altre aziende come Plásticos del Pacífico e Burgoplast, che nei primi anni '50 divennero protagoniste nel design di articoli plastici per la casa e l'industria. L'industria della plastica beneficiò dell'introduzione di nuove tecnologie di stampaggio a iniezione, estrusione e soffiaggio, che migliorarono notevolmente la qualità e la varietà dei prodotti. Un evento cruciale per questo settore fu la prima esposizione industriale della plastica⁵² nel 1955, che segnò l'ingresso della plastica come materiale di massa nelle case cilene.

Tuttavia, il progresso industriale fu ostacolato da limiti economici e sociali. Nel 1957, il Cile affrontò una stagnazione industriale a causa di una crisi macroeconomica che ridusse gli investimenti privati e causò inflazione. Nonostante il miglioramento nella produzione di beni di consumo di base, le aziende cilene si trovavano ancora dipendenti dalle importazioni di beni intermedi e di capitale, mentre le piccole e medie imprese erano spesso costrette a copiare design obsoleti, con macchinari poco efficienti e processi produttivi precari.

Il periodo vide anche la nascita della strategia di industrializzazione basata sulla ISI, che continuò a essere perseguita negli anni successivi con l'obiettivo di ridurre la dipendenza dal mercato estero. Tuttavia, anche questa strategia aveva le sue contraddizioni: se da un lato le industrie locali aumentarono la produzione di beni durevoli, dall'altro le importazioni rimasero elevate. La questione della proprietà del rame, un'importante risorsa nazionale, divenne un tema cruciale per la politica economica, con il governo che cercò di promuovere la nazionalizzazione e il controllo statale delle risorse naturali.

Nel contesto delle politiche protezionistiche, il settore automobilistico cileno emerse come uno degli ambiti chiave della ISI. Le *armaduras*, che si occupavano di assemblaggio di veicoli, si svilupparono a partire dal 1958, con il supporto del governo di Jorge Alessandri che incentivò la produzione di componenti locali, nonostante le difficoltà tecniche e la necessità di importare gran parte delle materie prime. Un esempio emblematico fu la produzione del *Citroën 2CV*, un modello adattato alle esigenze cilene, che divenne un'icona dell'automobile per la classe media, grazie alla sua funzionalità e al suo costo contenuto.

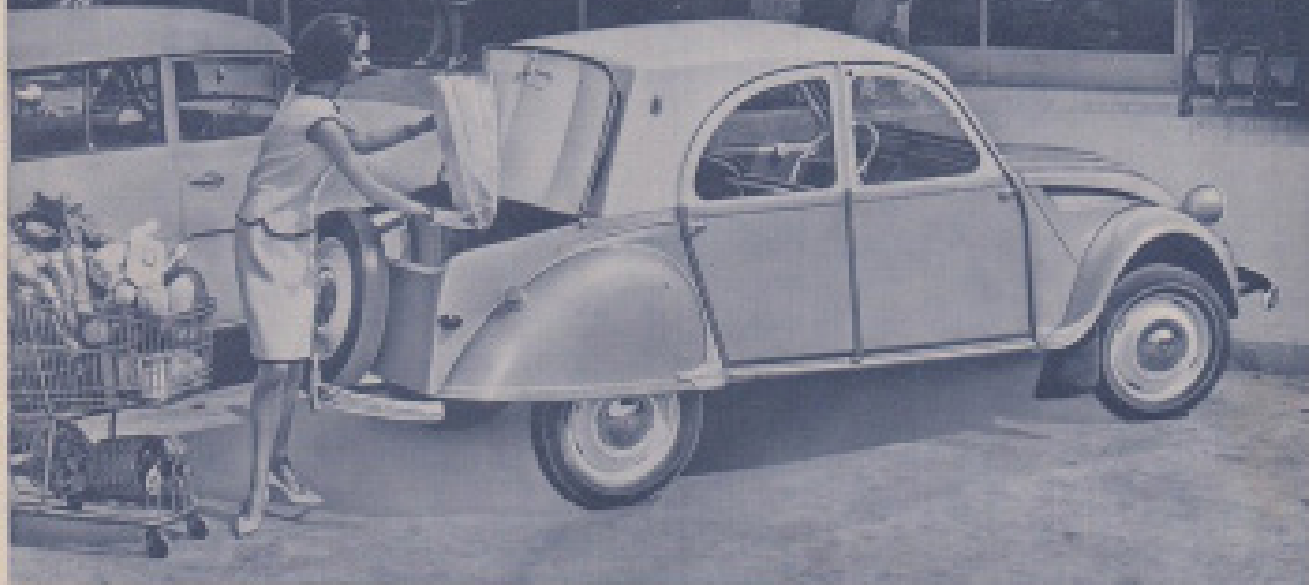
Nonostante le difficoltà e le contraddizioni, gli anni '50 in Cile furono un periodo di fermento e innovazione industriale, segnato dalla nascita di nuovi settori e da un design che, seppur influenzato da modelli esteri, iniziò a prendere piede anche nel contesto nazionale.

51) Fondata a Valparaíso, iniziò a produrre imballaggi e contenitori per i prodotti fabbricati nella città di Quilota. Nel 1940 si trasferì a Santiago e si espanse per produrre pentole, bacini, teiere e il classico "tacho para la choca" (vaso di metallo portatile per il cibo, utilizzato

dagli operai cileni). Nel 1942 viene costruito l'impianto di fonderia di apparecchi sanitari.

52) Organizzata dall'Associazione Sindacale degli Industriali della Plastica (ASIPLA, 1954), principale organismo diffusore del settore.

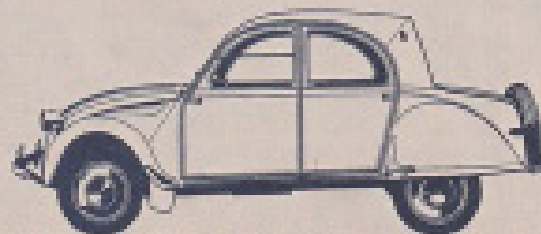
... Ir
de
compras...?



ME SIENTO BICHOSA CON MI NUEVA CITRONETA 1963. CUANDO VOY DE COMPRAS NO TENGO PROBLEMAS DE NINGUNA ESPECIE, PUES LA CITRONETA 1963 TODO LO SIMPLIFICA; EN ELLA SE PUEDE LLEVAR LO QUE SEA. ES MUY PRACTICA, MUY SEGURA Y ADENAS CABE EN CUALQUIER PARTE. COMO ES TAN RESISTENTE Y POCO EXIGENTE, LA CITRONETA 1963 SIEMPRE ESTA A MI SERVICIO Y NO YO AL SERVICIO DEL COCHE. DÍDALE HOY MISMO A SU MARIDO QUE LE COMPRE UNA.

• Un automóvil de 4 puertas con líneas terminaciones. • Todos los asientos removibles • Carrocería de acero • Preciosos colores en 8 vivas combinaciones. • Refrigeración por aire • 18 Kilómetros por litro. • Espacioso y seguro Porta-Maletas con llave.

LA NUEVA CITRONETA 1963 LE LLEVARA A TODAS PARTES CON SU TRADICIONAL ECONOMIA, RESISTENCIA Y SUAVIDAD. 33 DISTRIBUIDORES Y 95 ESTACIONES DE SERVICIO "CITROËN" AUTORIZADOS, ESTAN LISTOS A SERVIRLE A LO LARGO DE CHILE.



CITRONETA'63

CASIT/ALVINO/

Fig. 66: CENIT, Pubblicità
CITROËN Citroneta '63,
1963.

Anni '60: modernizzazione urbana e sfide industriali

Negli anni '60, il Cile visse una fase di modernizzazione urbana e innovazione sociale, segnata dal governo progressista di Eduardo Frei Montalva (1964-1970) e dalle sue politiche di riforma economica e sociale, conosciute come la "Rivoluzione in Libertà." Le riforme miravano a ridurre le disuguaglianze attraverso la nazionalizzazione del rame, la riforma agraria e un aumento della partecipazione popolare. La politica economica del governo si basava su un modello misto, ispirato alla Ceval (Comunità Economica per l'America Latina) e alla Dottrina Sociale della Chiesa, che cercava di offrire una via di mezzo tra capitalismo e socialismo. Questo contesto di trasformazione favorì anche lo sviluppo del design, che iniziò a essere percepito come uno strumento per migliorare la qualità della vita e promuovere una modernizzazione razionalista. La Corporación de Mejoramiento Urbano (CORMU)⁵³, fondata nel 1965, svolse un ruolo chiave in questa trasformazione. Questo ente statale autonomo mirava a riqualificare le aree urbane degradate e a creare un



Fig. 67: Iván Vial, Eduardo Martínez Bonati e Carlos Ortúzar, murale del passo sotto livello di Santa Lucía, Santiago, Cile, 1970.

53) La Corporazione di Miglioramento Urbano, CORMU, guidata tra il 1970 e il 1973 dall'architetto Osvaldo Cáceres González, è stata responsabile della costruzione di vari progetti residenziali che hanno ridefinito alcuni quartieri della zona del Biobío e anche dell'attuale Regione di Ñuble.

54) ISI (Industrializzazione Sostitutiva delle Importazioni), è il modello di sviluppo economico adottato da numerosi paesi dell'America Latina, specialmente nel periodo successivo alle due Guerre Mondiali (dal 1918 e dal 1945), che consiste nella sostituzione delle importazioni con prodotti realizzati a livello nazionale.

nuovo approccio alla città, basato sulla cooperazione tra industria e arte. Progetti come il murale del passo sotto livello di Santa Lucía a Santiago, realizzato nel 1970 dal Grupo de Diseño Integrado in collaborazione con la fabbrica IRMIR, ne sono un esempio emblematico. Il murale, ispirato all'arte ottica, utilizzava ceramiche industriali per creare un'estetica dinamica e coinvolgente, pensata per dialogare con il movimento del traffico urbano.

Parallelamente, il design architettonico cileno abbracciò i principi modernisti, come dimostrano progetti iconici quali le *Torres de Tajamar* e la *Unidad Vecinal Providencia*. Questi complessi residenziali incarnavano i valori del razionalismo architettonico, influenzati da figure come Le Corbusier, e rappresentavano uno sforzo per integrare funzionalità e estetica in una nuova concezione urbana.

In questo scenario, il design industriale cileno si sviluppò parallelamente alle sfide e alle opportunità offerte dalla politica della ISI⁵⁴. Sebbene il Cile si sforzasse di ridurre la dipendenza dalle importazioni di beni industriali, il paese si trovò a fronteggiare contraddizioni strutturali. A partire dalla metà degli anni '60, la nazione favorì l'installazione di sussidiarie straniere, le cosiddette *armaduras*, che adattavano i processi produttivi e i prodotti alle necessità locali senza generare innovazioni autonome. Queste aziende divennero un importante veicolo di diffusione tecnologica, ma contribuirono anche a mantenere il Cile in una posizione di dipendenza tecnologica.

Sul piano tecnologico e industriale, si assiste a una crescente attenzione da parte dello Stato. La CORFO (Corporación de Fomento de la Producción) lanciò il Programma di Promozione e Sviluppo della Piccola Industria e dell'Artigianato nel 1960, che includeva consulenze nel campo del design industriale, a sostegno delle piccole imprese. La creazione del Comitato di Ricerche Tecnologiche (INTEC) nel 1968 segnò un ulteriore passo verso lo sviluppo tecnologico, che però, nonostante le buone intenzioni, non riuscì a stimolare il design industriale a un livello paragonabile ai modelli di produzione avanzati in altri paesi.

Nel settore automobilistico, la difficoltà di competere con i produttori esteri e la scarsa qualità delle infrastrutture locali limitarono lo sviluppo del design nazionale. Sebbene la produzione di automobili aumentasse, le difficoltà economiche e la competizione con importazioni più economiche, soprattutto da Giappone e Corea, ne determinarono la fine alla fine degli anni '70.

Parallelamente, emerse un rinnovato interesse per l'educazione al design. La creazione delle prime scuole di design negli anni '60 rispecchiò il desiderio di professionalizzare la disciplina, che fino ad allora era stata dominata dalle scuole di architettura e arte. In questo periodo nacquero diverse scuole di design, come quella dell'Università del Cile, della Ponti-

ficia Universidad Católica (PUC) e dell'Universidad de Valparaíso (UCV), che svilupparono approcci differenti. Le influenze delle scuole Bauhaus e HfG Ulm, con il loro approccio formalista e tecnico, furono evidenti in molte delle prime formazioni, ma la produzione industriale nazionale non riuscì a sfruttare pienamente queste nuove competenze.

In questo contesto, si inserisce anche il lavoro del designer Gui Bonsiepe, che ha svolto una parte significativa della sua carriera nei "paesi periferici" come Cile, Argentina e Brasile. Bonsiepe vedeva l'America Latina degli anni Settanta come un'avanguardia nel design mondiale, dove la questione della "periferia" non si limitava a una dimensione geografica, ma assumeva anche una valenza globale. Secondo Bonsiepe, esisteva una periferia anche all'interno del centro stesso, alludendo alla necessità di decostruire le gerarchie tradizionali nel design.

Nel periodo trascorso in Cile, sotto il governo di Salvador Allende, Bonsiepe definì la sua esperienza come un "colpo di fortuna", trovandosi nel posto giusto al momento giusto. Arrivato in Sud America nel 1968, subito dopo la chiusura della Hochschule für Gestaltung di Ulm, Bonsiepe si trovò immerso in un panorama politico e sociale segnato dal programma dell'Alleanza per il Progresso, lanciato da John F. Kennedy nel 1961, che mirava a stimolare l'industrializzazione dei paesi latinoamericani. Bonsiepe, proveniente dall'ambiente internazionale della scuola di Ulm, dove era stato formato sotto la direzione di Tomás Maldonado, portò con sé un approccio innovativo al design.

A Santiago, insegnò ingegneria presso l'Università Cattolica, riuscendo a rompere il pregiudizio che vedeva il design come un campo superfluo o puramente decorativo. Lavorando in un contesto di grande fermento politico, mostrò come il design potesse diventare un elemento fondamentale per le politiche governative e le infrastrutture del paese, contribuendo alla definizione di una nuova visione del design industriale che potesse rispondere alle sfide locali e globali.

Nonostante le difficoltà, l'industria del design nel Cile degli anni '60 divenne un campo di sperimentazione per l'innovazione sociale ed estetica. Le scuole di design cercarono di rispondere alle esigenze del mercato popolare, ma si trovavano spesso a fronteggiare un sistema industriale che non era pronto a supportare il loro potenziale. La produzione locale di oggetti di consumo era fortemente influenzata dall'importazione di design esteri, soprattutto da Europa e Stati Uniti, rendendo difficile per il Cile sviluppare un proprio stile distintivo e competitivo.

In sintesi, il design cileno degli anni '60 si trovava a cavallo tra un forte desiderio di emancipazione tecnologica e la realtà di un sistema produttivo che ancora dipendeva fortemente dagli investimenti esteri. Sebbene alcune iniziative educative e industriali promettessero di trasformare il paese, il design industriale continuò a confrontarsi con la complessità di un'economia che cercava di modernizzarsi senza riuscire a decollare pienamente.

Dittatura e Design



Fig. 68: Stafford Beer, Gui Bonsiepe e altri, Sala operativa, Progetto Cybersyn, Santiago, Cile, 1973.

L'innovazione del design cileno negli anni '70

Negli anni '70, il design industriale cileno visse un periodo di innovazione e sperimentazione, fortemente influenzato dai cambiamenti politici ed economici del governo dell'Unità Popolare (UP) guidato da Salvador Allende. Durante questo periodo, il design fu istituzionalizzato grazie ad enti come SERCOTEC e INTEC⁵⁵, il cui obiettivo era soddisfare la crescente domanda di prodotti nazionali e sostituire le importazioni. Questo approccio si ispirava al modello di industrializzazione attraverso la sostituzione delle importazioni (ISI) promosso dal governo. Durante il governo socialista di Salvador Allende, l'obiettivo era l'emancipazione

della classe operaia attraverso un modello di socialismo democratico che preservava la libertà di stampa e l'autonomia delle fabbriche gestite dai lavoratori.

Un ruolo cruciale fu svolto da Gui Bonsiepe, designer tedesco di formazione ulmiana, che nel 1971 istituì una sezione di Disegno Industriale presso l'Istituto di Investigazione Tecnologica della CORFO (Corporación de Fomento de la Producción). Bonsiepe e il suo team lavorarono su progetti pilota finalizzati a razionalizzare le risorse e a favorire l'auto-sufficienza del paese. Tra i prodotti sviluppati figuravano dosatori per latte in polvere, stoviglie, mobili per abitazioni popolari, lettori di dischi portatili, calcolatrici e macchinari agricoli. Questi progetti combinavano estetica e funzionalità, ottimizzando i processi produttivi e rispondendo a esigenze sociali su larga scala. In Cile, la teoria della dipendenza rafforzò il ruolo dello Stato, che divenne promotore diretto del cambiamento. Lo Stato assunse il compito di progettare manufatti per la popolazione e sostenere l'industria locale, rendendo il design industriale parte integrante della strategia economica.

Un esempio emblematico di questa fase fu il *Progetto Cybersyn*, guidato da Stafford Beer, in cui Bonsiepe curò il design della Sala Operativa (Opsroom). Questo ambiente, progettato per monitorare le variabili chiave dell'economia e della produzione, integrava principi innovativi di visualizzazione dei dati. Sebbene il termine "interfaccia" non fosse ancora in uso, la Opsroom rappresentò un esempio precoce di come il design potesse supportare strategie economiche e gestionali.

Tuttavia, il colpo di stato dell'11 settembre 1973 segnò una brusca interruzione di questi progetti. Alle 6:30 di quella mattina, le forze armate occuparono il porto di Valparaíso e arrestarono ufficiali fedeli ad Allende. Dopo un ultimo discorso trasmesso dalla Radio Magallanes, Allende si tolse la vita alle 14:00, rifiutandosi di abbandonare il Palazzo de La Moneda. Con l'instaurazione della dittatura di Augusto Pinochet, molti designer furono arrestati, torturati o costretti all'esilio. I progetti statali vennero abbandonati o radicalmente trasformati, mentre il regime adottò politiche neoliberiste che privilegiavano l'apertura ai mercati esteri.

55) In SERCOTEC il gruppo era composto da Bonsiepe e dagli studenti dell'Università del Cile, Guillermo Capdevila, Alfonso Gómez, Fernando Shultz e Rodrigo Walker. Si sono aggiunti in INTEC gli ingegneri della Pontificia Università Cattolica Pedro Domancic e Gustavo Cintolesi, e i designer della HfG Ulm Michael Weiss (Germania) e Werner Zemp (Svizzera), e dell'Università di Berlino Wolfgang Eberhagen (Germania), oltre ad alcuni disegnatori tecnici.

La crisi del design sotto la dittatura e le sue eredità

Nonostante il clima di repressione, l'influenza delle idee sviluppate negli anni '70 non si fermò. Alcuni designer emigrarono in paesi come il Messico e la Spagna, dove contribuirono a plasmare la cultura accademica e produttiva. Altri progetti, benché limitati e meno supervisionati dallo Stato, furono portati avanti dalla CORFO, lasciando un'eredità tangibile. Un esempio significativo fu la *Motochi 50*, sviluppata dall'ingegnere Eduardo Alvear come soluzione economica alle difficoltà economiche e all'alto costo delle automobili. Prodotta in modo decentralizzato e utilizzando la fibra di vetro, la *Motochi*⁵⁶ si ispirava alla Vespa e rappresentava una forma di opposizione ideologica al modello economico dominante. Sebbene la produzione fosse limitata, divenne un simbolo del design industriale cileno degli anni '70, oggi riconosciuto come parte del patrimonio industriale nazionale.

Anche l'industria elettronica vide sviluppi innovativi. Il governo di Allende avviò un piano per produrre televisori popolari, come il modello *Antú*⁵⁷



Fig. 70: Eduardo Alvear, *Motochi50* azzurra, 1972.

56) Alvear, Eduardo, *Motochi* (Motocicletas Chilenas). Ricordi, Santiago, 2001, p. 1, s.e. Alvear affermava: "In Italia, aveva segnato una tappa nelle possibilità di sviluppo del Partito Comunista, aveva trasformato il lavoratore in un mini capitalista e, cosa più importante, lo aveva trasformato in un essere indipendente. Non era più oggetto di indottrinamento nella mobilitazione collet-

tiva né andava con la stessa frequenza nei centri dove era terreno fertile per ricevere indottrinamento di partito. Era un essere indipendente che poteva portare nel sedile posteriore la sua ragazza (polola) e uscire a fare una passeggiata". Ibidem, p. 1. La motocicletta utilizzava un motore tedesco marca Sachs, a due tempi e 50 cc. 57) Nella parte frontale, il televisore aveva un sigillo con



Fig. 69: Eduardo Alvear, logo di *Motocicletas Chilenas* in una *Motochi50* azzurra, 1971.



Fig. 71: Eduardo Alvear, Pubblicità del modello *Motochi Lola*, 1972.

lo stemma del Cile, simbolo che venne incorporato al prodotto come emblema a conferma della sua produzione nazionale. Inoltre, l'apparecchio era accompagnato, sulla parte posteriore, da un sigillo stampato nel plastico che ne identificava l'origine: 'IRT. Fabbriato su mandato, Comitato Elettrico ed Elettronico, CORFO. Fabbriazione cilena'.

realizzato dalla IRT, un'impresa statale. Questo televisore economico divenne simbolo della fabbricazione nazionale. Tuttavia, con l'arrivo della dittatura, il simbolo nazionale presente sul prodotto fu rimosso e sostituito dal logo aziendale, segnando una rottura con il passato.

Sotto il regime di Pinochet, il paese subì una radicale trasformazione economica. Le politiche di apertura commerciale e la massiccia importazione di beni durevoli misero in difficoltà le industrie locali, incapaci di competere con prodotti esteri più economici e tecnologicamente avanzati. Questo causò una crisi industriale che colpì duramente le piccole e medie imprese. Nel settore metalmeccanico, ad esempio, aziende come FENSA e MADEMSA si fusero nel 1975 per formare la Compañía Tecno-Industrial S.A. (CTI), adottando un modello di disintegrazione verticale che ridusse i costi ma segnò il declino della produzione autonoma. La dittatura non si limitò a smantellare il tessuto industriale: il regime repressivo brutalmente la popolazione. Centri di detenzione come lo stadio nazionale di Santiago divennero simboli di violenza e oppressione, con oltre 31.000 persone torturate o perseguitate e più di 2.100 morti accertati.

Nonostante il contesto di crisi e repressione, il design industriale cileno degli anni '70 rappresenta un periodo di grande sperimentazione e innovazione. Le politiche di industrializzazione, l'uso creativo di nuovi materiali e i progetti pensati per rispondere alle esigenze sociali dimostrano come il design possa fungere da strumento di cambiamento sociale ed economico. L'eredità di quel periodo continua a influenzare il design contemporaneo, attraverso la rivalutazione di progetti storici che testimoniano un momento cruciale della storia cilena.



Fig. 72: IRT, televisore Antú, 1971.

Il design grafico cileno

Negli anni '70, il design cileno visse un periodo di innovazione e sperimentazione, non solo nel settore industriale, ma anche in quello grafico, grazie a figure di spicco come Waldo González, Vicente Larrea e Antonio Larrea, il cui lavoro contribuì a definire l'identità visiva del periodo.

Waldo González, figura centrale nello sviluppo del design grafico in Cile, combinò tradizioni locali e arte popolare per promuovere un'educazione visiva accessibile a tutti. Durante il suo periodo più produttivo, tra il 1971 e il 1973, creò con Mario Quiroz circa ottanta manifesti per la campagna della *Polla Chilena de Beneficencia*, utilizzando materiali insoliti, come la carta volantín, e caratteri tipografici disegnati a mano. I suoi manifesti, caratterizzati da palette calde e sature, contorni netti e un'estetica influenzata dal pop art e dai manifesti cubani, erano una rappresentazione visiva delle classi popolari cilene.

Vicente Larrea⁵⁸, allievo di González, proseguì l'evoluzione del design grafico cileno collaborando con suo fratello Antonio in un'ampia produzione di loghi, manifesti e copertine di dischi. La loro estetica, ispirata a xilografie, murali e al lavoro di illustratori come Ben Shahn, si adattava perfettamente alla serigrafia e alla stampa offset, portando avanti una ricerca stilistica che univa radici latinoamericane e linguaggi contemporanei. Tra i loro lavori più noti vi è il logo della Discoteca del Cantar Popular (DICAP), simbolo di un'epoca di impegno politico e culturale.

58) Sia Vicente Larrea Mangiola (14 maggio 1942, Santiago) che Antonio Larrea Mangiola (25 luglio 1948) hanno studiato presso la Scuola di Arti Applicate di Santiago, in Cile. Vicente iniziò il suo lavoro grafico nel 1963, nel Dipartimento di Estensione Culturale dell'Università del Cile, e aprì il suo primo studio nel 1967. Nel 1968 Antonio si unì allo studio e vi lavorò fino

al 1977, per poi diventare indipendente e dedicarsi al design, alla fotografia e alle esplorazioni subacquee. Il lavoro dei fratelli Larrea è strettamente legato al movimento della Nueva Canción Chilena. Lo studio dei fratelli Larrea ha realizzato numerosi loghi, quasi 120 copertine di album e più di 300 manifesti. Il loro lavoro è stato un punto di riferimento per la grafica cilena della

transizione tra gli anni Sessanta e Settanta, un periodo di ricerca delle radici latinoamericane.

Vicente era specializzato in loghi e caratteri tipografici, mentre Antonio si concentrava sulla fotografia e sulla gestione dei caratteri, focalizzandosi su contrasti forti e dettagli.

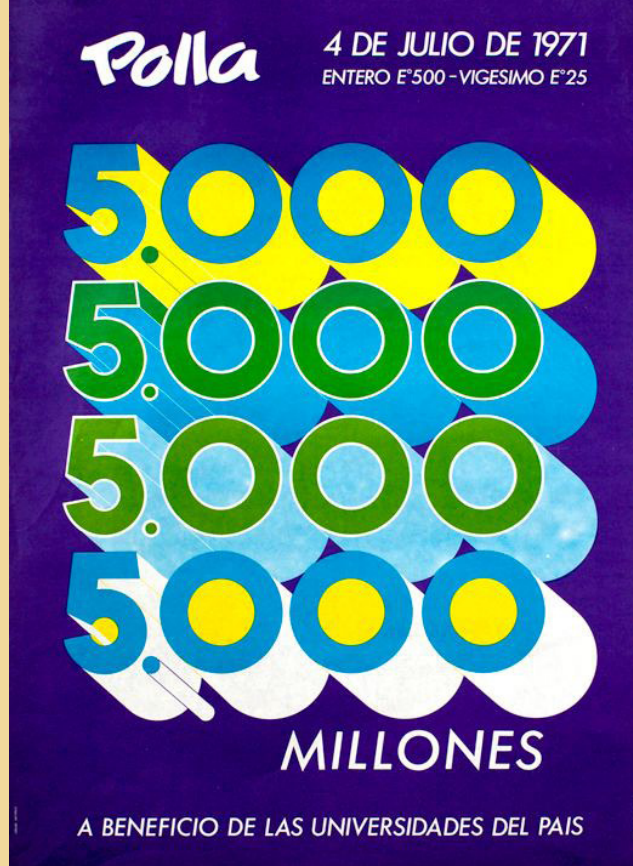
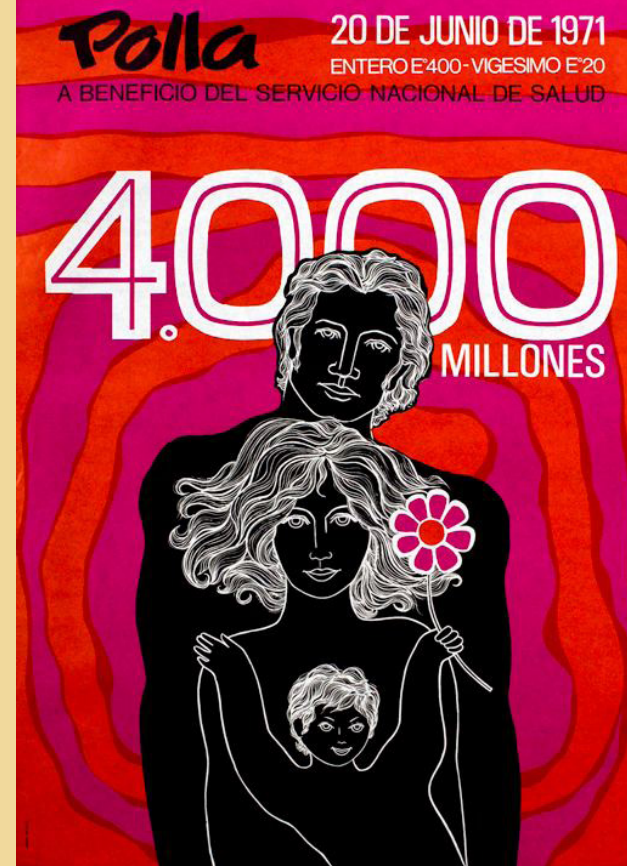


Fig. 73/74: Waldo González e Mario Quiroz, manifesti per la Polla Chilena de Beneficencia, 1971.



Antonio Larrea, oltre a lavorare nel design grafico, ampliò la sua carriera come fotografo e artista indipendente. Tra le sue innovazioni tecniche spicca l'uso del contratipo, un metodo per creare immagini ad alto contrasto mantenendo dettagli accurati. La sua produzione artistica include reportage subacquei e la documentazione di movimenti culturali come la *Nueva Canción Chilena*, dimostrando un approccio multidisciplinare che arricchì il panorama visivo del Cile.

In questo contesto di fervore creativo, il design grafico cileno degli anni '70 divenne un potente strumento di comunicazione sociale e politica. L'integrazione di tecniche tradizionali e innovative, unita a un'estetica incentrata sull'identità nazionale e sull'impegno sociale, rese questa epoca una delle più significative per il design in Cile. Nonostante l'interruzione causata dal golpe militare del 1973, molti dei progetti e degli stili sviluppati in questo periodo hanno lasciato un'eredità duratura, continuando a influenzare il design contemporaneo.

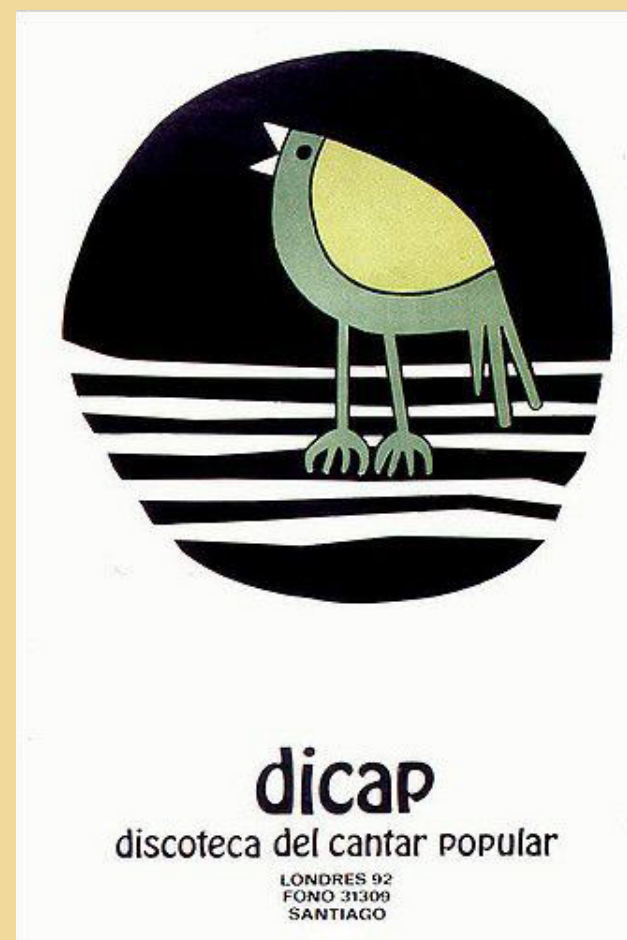


Fig. 75: Vicente e Antonio Larrea, manifesto per la Discoteca del Cantar Popular (DICAP), 1967.

Adattamenti e trasformazioni sotto la dittatura di Pinochet

Negli anni '80, il design cileno attraversò un periodo di profondo cambiamento, segnato da un contesto storico complesso in cui la dittatura di Augusto Pinochet imponeva politiche economiche neoliberiste che influenzarono fortemente le dinamiche industriali e produttive del paese. La crisi economica degli anni '80, acuita dalle scelte politiche, portò a una massiccia ristrutturazione industriale che, pur migliorando l'efficienza e la competitività delle imprese, causò anche danni irreparabili al parco tecnologico nazionale. La chiusura di numerose aziende e la dismissione di molti impianti industriali minarono la capacità produttiva del paese, portando al progressivo abbandono delle attività industriali tecnologicamente intensive in favore di un'economia basata sull'estrazione e l'export di risorse naturali. La ristrutturazione industriale comportò anche un aumento delle disuguaglianze sociali, con una crescente povertà e una più marcata disuguaglianza nella distribuzione del reddito. La politica neoliberale in atto privilegiò grandi conglomerati nazionali e internazionali, mentre le piccole e medie imprese (PMI) furono fortemente penalizzate, non riuscendo a competere con le dinamiche globali che portavano alla disverticalizzazione, all'esternalizzazione e all'importazione di beni strumentali e tecnologie.

In questo scenario di recessione industriale e di stagnazione tecnologica, il design cileno dovette adattarsi e trasformarsi, cercando di rispondere alle nuove esigenze del mercato, che stava cambiando sotto la spinta della privatizzazione e dell'ingresso delle multinazionali. Il design, tradizionalmente associato alla produzione industriale, si spostò progressivamente verso il settore dell'arredamento, con un'attenzione crescente verso il design degli interni e degli ambienti di lavoro. Le multinazionali, che stavano privatizzando le istituzioni locali e ampliando le loro operazioni in Cile, necessitavano di modernizzare i loro ambienti di lavoro, aumentando la domanda di mobili che riflettessero l'immagine aziendale. Le nuove istituzioni private e privatizzate, come banche, Isa-

pres (Istituzioni di Salute Previdenziale), università, ma anche supermercati e centri commerciali, richiesero arredamenti che fossero all'altezza delle loro nuove strutture. Questo fenomeno creò nuove opportunità per i designer locali, che trovarono uno spazio in cui sviluppare progetti più creativi, ma anche più artigianali, caratterizzati dalla personalizzazione e dalla differenziazione.

La progressiva diminuzione della produzione industriale, dovuta alla crisi e alla ristrutturazione, fece sì che il design si orientasse verso il semi-artigianato, dove il focus era sulla qualità e sull'unicità dei pezzi, piuttosto che sulla produzione di massa. Aziende come Fernando Mayer e Muebles Época, tra le più rinomate, si specializzarono nella realizzazione di mobili e arredamenti di alta qualità per uffici e ambienti commerciali, ma anche per l'abitazione privata. In questo contesto, nacquero nuove imprese come Ambiente (1979) e Monroy & Montero (1992), che si concentrarono sul design esclusivo e sulla creazione di arredi che rispondessero alle esigenze di un mercato in espansione. Al contempo, aziende come CIC, Muebles Sur e Singal mantennero la produzione di mobili industriali locali, ma cominciarono anche ad aggiungere all'offerta prodotti importati, rispondendo così alla domanda di design internazionale che si stava diffondendo.

Uno degli aspetti più significativi di questo periodo fu lo sviluppo del cosiddetto "mobile semi-artigianale", che combinava la produzione in serie con l'arte del design personalizzato. Architetti come Cristián Valdés, che aveva iniziato la sua carriera in Singal, svilupparono modelli di mobili di alta qualità, come la *Silla Valdés*, una sedia caratterizzata da una struttura in legno laminato e telai smontabili. Questo design, che si ispirava alla costruzione delle racchette da tennis, riusciva a ridurre l'uso dei materiali e ottimizzare lo stoccaggio e il trasporto, ma rimaneva comunque costoso.⁵⁹ La stessa tendenza verso il design di alta qualità fu seguita da Jaime Garretón R.⁶⁰ e Ricardo Garretón K., che negli anni '90 perfezionarono ulteriormente i loro modelli di sedie, creando pezzi che rispondevano a criteri di funzionalità ed estetica innovativa. All'interno delle università cilene, in particolare alla Pontificia Università Cattolica (PUC), diversi

59) Lo stesso Valdés dice: 'Credo che si possa parlare della mia sedia come un prodotto nettamente cileno (...) Per la sua goffaggine, per la difficoltà che presenta nell'essere prodotta. Per i limiti che ha nell'adattarsi a un metodo specifico di produzione'.

Cristián Valdés. *Le mie sedie non ambiscono a nulla*, rivista *Diseño*, N° 6, Santiago, marzo-aprile 1991, p. 84.

60) Garretón viaggiò a Parigi, dove incontrò Florence

Knoll. In seguito, come studente di architettura alla PUC, progettò i suoi primi mobili con l'obiettivo di migliorare le attrezzature di lavoro della Scuola. Aprì un laboratorio e si unì il suo compagno Valdés, il cui padre aveva un negozio di mobili tradizionali, situazione che aiutò la produzione. Moreno, Luis, *Orígenes del diseño en la UC*, Ediciones UC-PUC, Santiago, 2003, pp. 19 e 20.

architetti e designer svilupparono progetti accademici che avrebbero avuto un grande impatto sul design cileno degli anni successivi, come i lavori di Juan Baixas in legno e Alex Moreno⁶¹, che sperimentò il cemento armato.

Il design ergonomico, che aveva cominciato a prendere piede negli anni precedenti, divenne una delle aree più rilevanti del panorama del design cileno. Nel 1972, l'Università di Concepción istituì l'Unità Ergonomica per migliorare le condizioni di lavoro nelle industrie legate all'estrazione delle risorse naturali, in particolare nel settore forestale. Negli anni successivi, con l'apertura del Laboratorio di Ergonomia della PUC (1987-1992), furono sviluppati progetti volti a migliorare le condizioni di lavoro per i conducenti della metropolitana di Santiago e per gli addetti alle casse. Dopo la chiusura del laboratorio, il gruppo si unì al Centro Ergonomico e Studi sul Lavoro (CEYET), una società privata che si concentrava sull'industria mineraria e sui lavori in altura. L'ergonomia, quindi, si legò sempre più al design, introducendo innovazioni non solo nel settore dell'arredamento, ma anche in quello industriale e dei trasporti.

Nel frattempo, il regime di Pinochet iniziava a entrare in crisi, soprattutto a causa delle difficoltà economiche che stava vivendo il paese. Con l'avvicinarsi della fine della Guerra Fredda e del mondo diviso in due blocchi, iniziarono le proteste di massa contro il governo, ormai indebolito, e fu indetto uno sciopero generale. Nel 1988, Pinochet indisse un referendum per far scegliere ai cittadini se farlo rimanere in carica come presidente per altri 8 anni; con sua sorpresa, vinse il "no". L'anno successivo si tennero le prime elezioni libere dopo il periodo della dittatura. Tuttavia, Pinochet rimase in Cile come capo delle forze armate e poi come senatore a vita, per essere certo di avere l'immunità parlamentare e non poter essere condannato per le sue decisioni o atti compiuti mentre rivestiva la sua carica politica.

In generale, gli anni '80 segnarono un periodo di grande trasformazione per il design cileno, che si adattò alle difficoltà politiche ed economiche cercando di reinventarsi. Mentre il paese affrontava il suo disarmo industriale e l'esportazione delle risorse naturali, il design si orientò verso una produzione più esclusiva, semi-artigianale e fortemente legata alle nuove esigenze del mercato, in particolare nel settore degli arredi e dell'ergonomia. Nonostante le sfide, il design cileno degli anni '80 riuscì a mantenere una forte identità, rispondendo alla crisi con creatività e innovazione.

61) Vedere i mobili di Valdés, Garretón, Baixas e Moreno in: Revista CA, Colegio de Arquitectos de Chile, Santiago, N° 24, agosto 1979; N° 47, marzo 1987; e N° 99, ottobre-dicembre 1999, e in: Mobili in legno progettati da architetti in Cile (Robert Holmes, a cura di), Santiago, Corporación Chilena de la Madera (CORMA), 2005."



Fig. 76/77: Cristián Valdés, "Silla Valdés", 1977.



Ritorno alla democrazia

Negli anni Novanta, il Cile attraversò una fase di rinnovamento economico e sociale, che si rifletté anche nel campo del design industriale. Il ritorno alla democrazia nel 1990, con l'avvento del governo della Concertación, portò a un continuo consolidamento del modello neoliberalista instaurato durante la dittatura⁶², ma con una crescente attenzione a migliorare le condizioni sociali e ad attrarre investimenti esteri. Questa fase di transizione e apertura al mercato globale influenzò profondamente il panorama del design cileno, che, pur mantenendo forti legami con l'estetica e le pratiche internazionali, cercò di rispondere alle nuove esigenze interne ed esterne del paese.

Un'importante evoluzione avviene nel settore dell'ergonomia. Diverse istituzioni, tra cui la Superintendencia de Seguridad Social, l'Associazione Cilena di Sicurezza (ACHS), e il Ministero dell'Istruzione, intrapresero iniziative per migliorare le condizioni di lavoro, inclusi progetti per l'adeguamento del mobilio scolastico e la creazione di norme ergonomiche, culminando nella creazione della Sociedad Chilena de Ergonomía (SO-CHERGO) nel 1998. Questi sviluppi, uniti al focus crescente sull'ergonomia nei prodotti industriali, segnarono l'inizio di una riflessione più ampia sulla funzionalità del design, che si estendeva non solo al settore lavorativo, ma anche agli spazi educativi e pubblici.

Nel contesto economico degli anni Novanta, il Cile si inserì progressivamente in trattati di libero commercio, cercando di diversificare le sue esportazioni oltre le risorse naturali. Tuttavia, la produzione industriale restava in gran parte dipendente dall'importazione di tecnologie straniere e dalla replicazione di design esterni. Le aziende locali, come CTI e IRT, si concentrarono principalmente sul redesign di prodotti esistenti, come bancomat, stufe e scaldacqua, ma le loro iniziative rimasero limi-

tate dalla scarsità di innovazioni proprie e dalla forte dipendenza da brevetti e componenti esteri.

Nonostante queste difficoltà, gli anni Novanta segnarono un periodo di maggiore diffusione del design, grazie soprattutto alle iniziative promosse dalle università e dalle aziende private. La Pontificia Università Cattolica (PUC), ad esempio, organizzò biennali di design dal 1991⁶³, che diedero spazio alla presentazione di nuovi progetti di lampade, sedie e mobili. Questi eventi, uniti a concorsi sponsorizzati da aziende di legno e acciaio, stimolarono la sperimentazione e la collaborazione tra accademia e industria, seppur con scarsi legami con il settore pubblico e produttivo.

In questo decennio, emerse anche l'importanza di comunicare una nuova immagine del Cile al mondo, soprattutto in occasione dell'Expo di Siviglia del 1992. Il Padiglione cileno, progettato dalla produttrice Crisis, fu un simbolo della trasformazione del paese, che, pur mantenendo il modello neoliberalista, cercava di presentarsi come una nazione in grado di competere nel mercato globale. Il design del padiglione enfatizzò il Cile come un "grande supermercato" di prodotti, una metafora che rispecchiava l'espansione economica del paese, ma anche le sue contraddizioni sociali ed economiche.⁶⁴

Nel settore dell'esportazione, l'adozione delle normative ISO 9001 nelle aziende cilene contribuì a migliorare la qualità dei prodotti destinati ai mercati esteri, ma le iniziative di design industriale restarono concentrate principalmente sull'imballaggio e sulla presentazione dei prodotti naturali, come la frutta e il vino. Le aziende di imballaggi, come Wenco e Haddad, svilupparono nuove soluzioni per il trasporto di frutta e verdura, mentre il settore del vetro migliorò il design delle bottiglie per rispondere alle richieste del mercato internazionale.⁶⁵

62) La transizione pacifica si è realizzata in cambio di alcuni patti di 'consenso', che hanno contribuito a legittimare l'eredità della dittatura, come la continuità della Costituzione del 1980 e l'influenza di poteri di fatto (militari, politici ed economici).

63) Partecipano come relatori alle biennali, tra gli altri: Gui Bonsiepe (I, 1991), Alessandro Mendini e Sheena Calvert (II, 1994) e Charles Owen e Dieter Rams (III,

1996); e al Salone del Design Industriale (1994) l'ex designer INTEC Eberhagen, Kersten Wickman e Peter Zec.

64) Il Commissario Generale designato dal governo della Concertazione fu Fernando Léniz, ex ministro dell'Economia della dittatura. Grazie ai contatti stabiliti in questa esposizione, il Cile partecipò alla Biennale Interieur in Belgio (1994), dove presentò principalmen-

te sedie, lampade e oggetti d'arte.

65) Nel 1977 Cristalerías de Chile (1904), leader nel mercato, ricevette assistenza tecnica da un'azienda statunitense di vetro (la più grande al mondo) e verso la fine degli anni novanta creò un nuovo dipartimento per il design industriale delle sue bottiglie (a capo di un designer industriale). *Revista Diseño*, N° 64, Santiago, settembre 1999, p. 95.

Nel complesso, il design industriale cileno degli anni Novanta si trovò a navigare tra due mondi: uno che guardava al passato, con le sue limitazioni legate alla dipendenza da modelli esterni e a un settore manifatturiero ancora in fase di ristrutturazione, e l'altro che si apriva a nuove opportunità di collaborazione e innovazione, seppur a un ritmo lento. Mentre le piccole e medie imprese tentavano di adattarsi alle richieste di un mercato sempre più globalizzato, le grandi aziende e i conglomerati nazionali continuarono a seguire i modelli imposti dalle case madri, importando tecnologie e brevetti per rimanere competitivi.

Il design cileno degli anni Novanta, dunque, si caratterizzò per un equilibrio tra tradizione e innovazione, con la costante ricerca di un'identità che potesse rispondere alle sfide interne ed esterne del paese, tra la necessità di mantenere una forte connessione con l'estetica internazionale e il desiderio di affermarsi come nazione indipendente nel panorama globale.



Fig. 78/79: Germán del Sol e José Cruz, Padiglione del Cile all'Expo 92, Siviglia, Spagna, 1992.

Design Contemporaneo



Fig. 80: Angello García Bassi, *Cubotoy*, 2013

Negli anni 2000, il design cileno ha affrontato una fase di trasformazione significativa, caratterizzata dall'esplorazione di nuove tendenze globali e dalla necessità di superare le difficoltà economiche e culturali. Una delle principali sfide è stata la scarsità di mecenati e clienti locali, che ha spesso relegato il design a una dimensione accademica, lontana dal tessuto socioeconomico. Tuttavia, in risposta a questa condizione, molti designer hanno adottato strategie innovative, come l'upcycling e le collaborazioni tra studi creativi, per valorizzare le risorse locali e raggiungere mercati più ampi.

Studi come Pro2Design, Studio Bravo e Modulab Ecodiseño, situati a Santiago, hanno guidato questa evoluzione, utilizzando pratiche sostenibili e sperimentazioni creative per affermarsi in un panorama competitivo. Parallelamente, il design cileno ha guadagnato visibilità internazionale grazie a figure come Fabián Bercic e Angello García Bassi. Bercic ha combinato temi biblici con l'estetica kawaii, influenzata dalla cultura giapponese, creando opere apprezzate in contesti globali. García Bassi, con il progetto *Cubotoy*, ha trasformato sculture di carta in strumenti versatili per l'industria pubblicitaria e l'animazione, mostrando come il design possa reinventarsi attraverso la semplicità e l'innovazione.

Un ruolo fondamentale è stato giocato dal collettivo gt2P (Great Things to People), che ha esplorato la fusione tra artigianato tradizionale e design digitale. Progetti come *Losing My America* hanno dimostrato come tecnologie moderne, come la scansione 3D, possano arricchire le pratiche artigianali, producendo oggetti unici che uniscono tradizione e contemporaneità.



Fig. 81: Manuel González e gt2P, *Guaco*, *Losing my America*, 2014

Nonostante questi successi, il design cileno non ha mai smesso di confrontarsi con le complessità legate alla relazione tra artigianato e design. Le collaborazioni tra designer e artigiani, spesso finalizzate a integrare prodotti tradizionali nei mercati di nicchia, hanno messo in luce problematiche come la mancanza di riconoscimento dell'autorialità e il rischio di appropriazione culturale. In Cile, l'artigianato – suddiviso in categorie come tradizionale, indigeno, contemporaneo e urbano – è profondamente radicato nel patrimonio culturale locale. Tuttavia, queste radici sono talvolta ignorate in favore di un approccio che tende a industrializzare e standardizzare i processi creativi.

Episodi di collaborazione, come quelli osservati a Chimbarongo, mostrano un panorama eterogeneo: da un lato, designer che trasformano prodotti tradizionali, come la borsa *Mapuche Pilwa*, in articoli di lusso ecologici; dall'altro, artigiani che denunciano collaborazioni percepite come sfruttamento. Questi esempi riflettono le tensioni tra il rispetto per la tradizione e le esigenze del mercato contemporaneo.

In conclusione, il design cileno degli anni 2000 ha saputo distinguersi attraverso un dialogo tra innovazione e tradizione. Sebbene le difficoltà legate al contesto locale non siano state del tutto superate, il settore ha mostrato resilienza e creatività, posizionandosi come un ponte tra cultura e modernità, capace di affrontare le sfide locali e competere a livello globale.



Fig. 82: *Cordillerana*, borsa *Mapuche Pilwa*, 2025

MEXICO

GUATEMALA
HONDURAS
NICARAGUA
COSTA RICA
PANAMA

ECUADOR
COLOMBIA
VENEZUELA
PERU
CUBA
GUYANA
SURINAME
GUYANA
SURINAME
GUYANA
FRANCE
ARGENTINA
BOIVIA
PARAGUAY
URUGUAY
BRASIL

Le origini del design messicano

La storia economica⁶⁶, sociale e culturale del Messico si intreccia con lo sviluppo del design industriale e grafico, delineando un percorso complesso e ricco di contraddizioni. Fin dall'epoca viceréale e fino alle prime decadi del XX secolo, il Messico ha adottato un modello economico noto come "sviluppo orientato verso l'esterno". Questo sistema relegava il paese al ruolo di esportatore di materie prime, importando invece manufatti e tecnologie dai paesi industrializzati. Tale dipendenza economica ha avuto conseguenze significative, limitando la crescita di un'industria locale robusta e ritardando l'emergere del design industriale come disciplina autonoma.

In questo contesto, la produzione artigianale ha svolto un ruolo fondamentale. Radicata nelle tradizioni preispaniche, essa ha cercato di colmare le lacune lasciate dalla debolezza industriale e dalle difficoltà di approvvigionamento. Paradossalmente, il limitato sviluppo industriale ha favorito la sopravvivenza di materiali e tecniche artigianali che oggi rappresentano un patrimonio culturale inestimabile. Questo patrimonio si manifesta soprattutto nelle arti e nell'artigianato popolare, che variano significativamente da una regione all'altra del paese, riflettendo la

diversità culturale del Messico. La lavorazione di ceramica, tessuti, metalli e legno non è solo una testimonianza del passato, ma un elemento vivo e in continua evoluzione, capace di influenzare anche il design contemporaneo.

Un momento cruciale per l'economia e il design messicani si è verificato durante la Seconda Guerra Mondiale. In quegli anni, il paese ha approfittato della paralisi industriale delle nazioni coinvolte nel conflitto per promuovere la propria industria, in particolare quella tessile. Questo periodo ha segnato il passaggio da un modello economico orientato verso l'esterno a uno orientato verso l'interno, con politiche mirate a incentivare la produzione nazionale. Tuttavia, le difficoltà non tardarono ad arrivare. Già nel dopoguerra, il Messico si trovò ad affrontare la concorrenza delle economie in rapida ripresa delle potenze vincitrici, mentre il settore industriale nazionale soffriva di carenze tecnologiche e finanziarie. Le politiche protezionistiche, spesso mal implementate, portarono alla creazione di monopoli industriali nazionali, ostacolando ulteriormente lo sviluppo di un design industriale competitivo. In questo contesto, il design messicano si trovava in una posizione ambivalente: da un lato, cercava

66) Per un'analisi economica dettagliata: Cárdenas, Enrique, *La política económica en México 1950-1994*, FCE/COLMEX, Città del Messico, 1996, e Martínez del Campo, Manuel, *Industrialización en México. Hacia un análisis crítico*, El Colegio de México, Città del Messico, 1985.

di imitare stili internazionali come l'Art Déco e lo Stile Internazionale, con ritardo rispetto ai paesi industrializzati; dall'altro, riaffermava la propria identità culturale, attingendo all'arte tradizionale per creare simboli di autonomia e unicità.

Parallelamente, il Messico è stato plasmato da una vasta gamma di influenze culturali che si sono intrecciate, assorbite e trasformate nel corso della storia. La cultura preispanica, ricca di espressioni visive e simboliche, è stata profondamente influenzata dall'arrivo degli spagnoli, che introdussero la religione cattolica, la lingua e la scrittura gotica.

Quest'ultima, introdotta dai missionari nel XVI secolo, fu reinterpretata dai messicani nei secoli successivi. Un esempio emblematico è l'uso contemporaneo della scrittura gotica per eventi quotidiani non religiosi, come cartelli su camion, cantine, negozi e macellerie. I caratteri gotici, decorati con prospettive e colori vivaci come il giallo e il rosso, si sono trasformati in un'espressione creativa unica che rompe le convenzioni tipografiche europee, adattandosi al contesto culturale messicano.

Oltre all'influenza spagnola, altre culture hanno lasciato il segno sul design e sulla comunicazione visiva del paese. Nel XIX secolo, l'eleganza e la sofisticazione francesi hanno ispirato l'architettura e l'arte messicana

mentre nel XX secolo l'influenza degli Stati Uniti, con il loro marketing e le strategie pubblicitarie, ha modellato il panorama della comunicazione visiva. Negli anni '30, l'arrivo di intellettuali spagnoli in fuga dalla guerra civile ha contribuito a rafforzare la scena culturale messicana, così come l'apertura verso artisti e intellettuali provenienti da Cuba, Cile e Argentina. Queste influenze, pur provenendo da contesti diversi, sono state adattate alle esigenze locali, arricchendo la cultura visiva del paese.

Il Messico, nonostante l'immediata vicinanza agli Stati Uniti e la loro influenza globale, ha sempre cercato di preservare la propria identità culturale. Questo sforzo si riflette anche nello sviluppo del design grafico e industriale, che ha subito profonde trasformazioni nel corso del tempo. A partire dagli anni '40 e '50, il design messicano ha iniziato a maturare, trovando un equilibrio tra innovazione e tradizione. Se da un lato si ispirava ai movimenti internazionali, dall'altro continuava a valorizzare le proprie radici artigianali e culturali. Questa tensione creativa ha dato vita a uno stile autentico che oggi distingue il design contemporaneo messicano per la sua capacità di coniugare funzionalità, creatività e unicità culturale. In definitiva, la storia del design messicano riflette quella del paese stesso: una continua evoluzione, ricca di sfide e contaminazioni, in cui passato e presente si incontrano per creare un'identità visiva unica e inconfondibile.

Il miracolo messicano

Il Messico tra sostituzione delle importazioni e industrializzazione (1941-1954)

Durante la Seconda Guerra Mondiale, il Messico si trovò in un contesto economico favorevole, caratterizzato da un aumento della domanda estera di prodotti nazionali e una riduzione della concorrenza internazionale. Questo scenario permise al paese di avviare un processo di modernizzazione industriale basato sul modello di “sviluppo orientato verso l'interno” e sul programma di sostituzione delle importazioni (ISI). Il governo adottò misure come incentivi fiscali, agevolazioni creditizie e politiche protezionistiche per sostenere l'industria locale, mentre gli investimenti in infrastrutture strategiche, come strade, impianti energetici e ponti, rafforzarono la capacità produttiva del paese. La stabilità economica generale, con tassi di cambio stabili e un'inflazione contenuta, fu un ulteriore elemento di spinta alla crescita.

In questo periodo, il design industriale messicano iniziò a svilupparsi in modo significativo, adattandosi alle necessità della popolazione. L'attenzione non era rivolta solo agli oggetti di lusso, ma anche a beni essenziali per l'educazione, la sanità e l'abitazione. Progetti innovativi come le aule prefabbricate per le scuole rurali e mobili scolastici economici, sviluppati da architetti come Pedro Ramírez Vázquez⁶⁷ ed Ernesto Gómez Gallardo Argüelles⁶⁸, dimostrarono l'impatto positivo del design nel rispondere a esigenze sociali. Parallelamente, laboratori artigianali e aziende nazionali prosperarono, contribuendo alla produzione di articoli di alta qualità come argenteria, ceramiche, vetro soffiato e utensili per la cucina, spesso caratterizzati da una forte impronta estetica e funzionale. Un punto di svolta per il design messicano fu rappresentato dalla prima mostra di design industriale nel paese, intitolata *El arte en la vida diaria*, curata da Clara Porset nel 1952. Dopo una residenza di 17 anni in Messico, dovuta alla sua opposizione alla dittatura di Fulgencio Batista a Cuba, Porset cominciò a essere riconosciuta all'interno dell'élite intellettuale messicana. L'esposizione mirava a valorizzare sia gli oggetti realizzati industrialmente che quelli prodotti dagli artigiani, ponendo entrambi sullo stesso piano in termini di importanza e dignità.

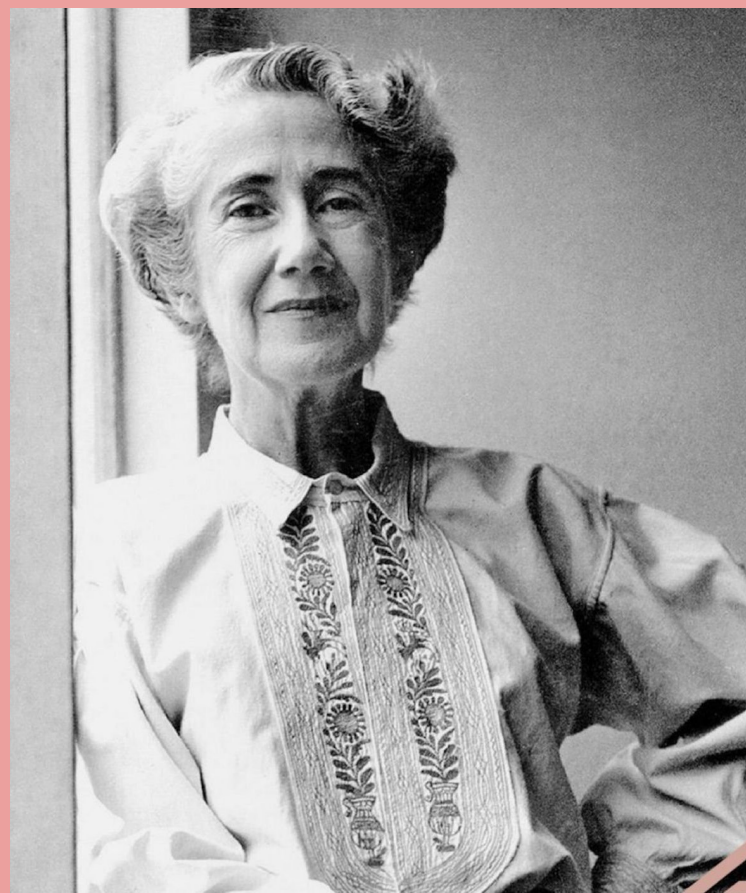


Fig. 83: Clara Porset

67) È autore di alcune delle strutture più famose del Messico moderno, tra cui il famoso Stadio Azteca, la nuova Basilica di Guadalupe, il Museo di Antropologia e quello di Arte moderna, tutti situati nella capitale messicana.

68) Fece parte del team iniziale di architetti che progettò e costruì la Città Universitaria della UNAM, oggi Patrimonio Culturale dell'Umanità. Partecipò alla costruzione dell'edificio della Scuola Nazionale di Giurisprudenza, insieme all'architetto Alonso Mariscal, e dell'auditorio della Facoltà di Architettura.

L'ispirazione di Porset derivava da grandi eventi espositivi internazionali, come l'Esposizione Universale di Parigi del 1889 o la mostra tenutasi al Palazzo di Cristallo nel 1851.

Il Messico, in quel periodo, era in pieno sviluppo economico, noto come "El Milagro Mexicano" (1940-1970), caratterizzato da una crescita costante e dall'urbanizzazione crescente. La transizione dalla campagna alla città generò una nuova domanda di beni di consumo e di servizi, a cui il design messicano cercò di rispondere con soluzioni innovative e funzionali. Tuttavia, questo processo non fu privo di sfide: la necessità di coniugare le tradizioni artigianali radicate nella cultura messicana con le nuove esigenze industriali richiedeva un delicato equilibrio tra passato e futuro.

Un elemento chiave in questa evoluzione fu l'influenza della Bauhaus, introdotta in Messico da figure come Joseph Albers, Hannes Meyer⁶⁹ e, appunto, Clara Porset. Quest'ultima promosse un dialogo tra modernità e tradizione, ottimizzando i processi produttivi attraverso mostre, conferenze e collaborazioni con artigiani locali. La fondazione del Taller de Artesanos nella Ciudadela, soprannominata la "Bauhaus messicana", rappresentò un punto di riferimento per la formazione di nuove generazioni di designer, mentre la rivista *Espacios* contribuì alla diffusione delle idee del design funzionale e sociale.

Negli anni '40 e '50, il Messico subì un'influenza crescente dagli Stati Uniti, mentre l'Europa, indebolita dalla guerra, perse il suo ruolo di contrappeso economico. Le esportazioni statunitensi verso il Messico aumentarono, portando il governo a introdurre politiche protezionistiche per salvaguardare l'industria locale. Il marchio *Hecho en México* divenne un simbolo di orgoglio nazionale e un incentivo alla fiducia nei prodotti locali. Questo approccio favorì anche l'insediamento di aziende transnazionali, come Volkswagen, Procter & Gamble e Kellogg's, che contribuirono allo sviluppo industriale. Tuttavia, l'economia messicana cominciò a mostrare segni di debolezza negli anni '60: il mercato interno rimase limitato, le tecnologie utilizzate erano spesso obsolete e la produzione locale non era sufficientemente competitiva. Per affrontare queste sfide, il governo creò imprese para-statali e iniziò a contrarre crediti esteri per sostenere l'industria. Il rapido sviluppo economico degli anni '50 fu caratterizzato da un tasso di crescita del 6-7% e da una bassa inflazione, grazie alla stabilità politica e sociale. Questa prosperità favorì investimenti, migrazioni verso grandi città come Città del Messico, Monterrey e Guadalajara, e un aumento della domanda di servizi pubblici, come istruzione, sanità, trasporti e abitazioni. Nel contempo, il turismo emerse come una fonte

69) Hannes Meyer è stato il secondo direttore del Bauhaus, una figura determinante per il dipartimento di architettura dell'istituto fondato da Walter Gropius. Seppur mal visto per le idee politiche vicine al marxismo, Meyer portò sempre avanti la dimensione sociale dell'architettura, sia nell'attività progettuale che in quella didattica.

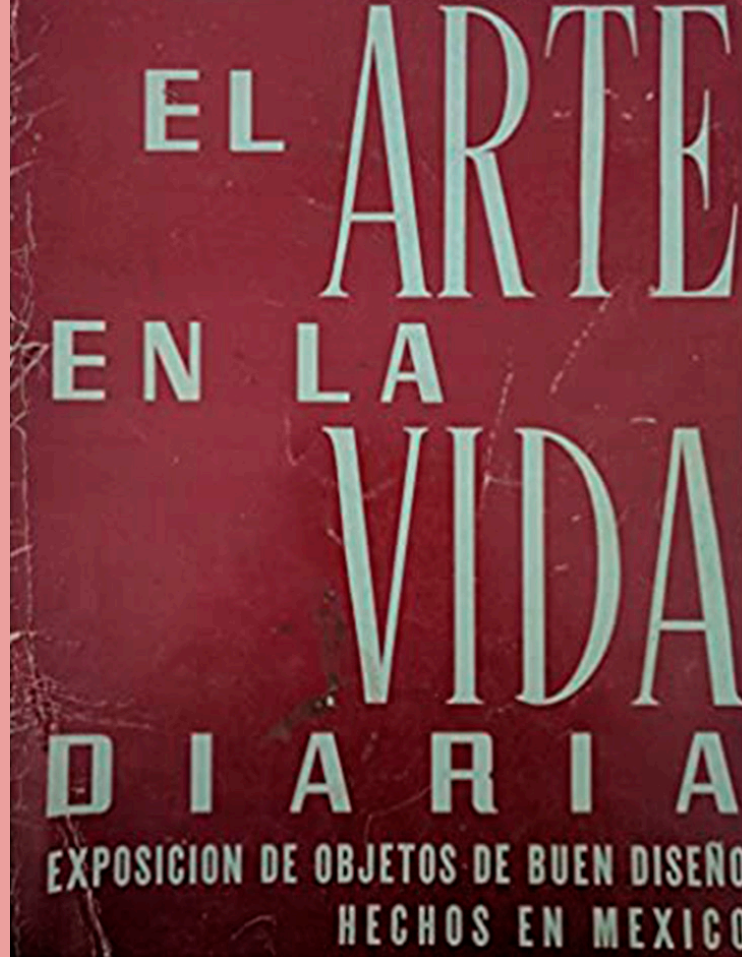


Fig. 84: Clara Porset, mostra "El arte en la vida diaria", 1952

cruciale di reddito. Negli anni '50 furono sviluppate infrastrutture ad Acapulco, mentre i decenni successivi videro la nascita di nuove destinazioni turistiche come Cancún, Los Cabos, Huatulco e Ixtapa, promosse da presidenti desiderosi di lasciare un segno duraturo durante i loro mandati. Il turismo non solo generò entrate esterne, ma stimolò anche il settore della pubblicità e del design. Tra le iniziative più emblematiche vi fu il concorso per il logo nazionale del turismo, un progetto che rafforzò l'immagine internazionale del Messico e divenne un modello per altri paesi dell'America Latina. Questi sviluppi industriali, artistici e culturali non solo contribuirono a definire l'identità del paese, ma posero anche le basi per un Messico moderno, capace di bilanciare tradizione, innovazione e apertura verso il futuro.

Dallo sviluppo economico alla cultura visiva (1954-1970)

Tra il 1954 e il 1970, il Messico attraversò un periodo di trasformazioni economiche e culturali significative, segnato dall'adozione del modello di "sviluppo stabilizzatore". Questo approccio, che mirava a garantire la stabilità economica evitando fenomeni destabilizzanti come inflazione e svalutazione, favorì la crescita attraverso il controllo della spesa pubblica, una gestione rigorosa della politica monetaria e la limitazione del debito estero. La sostituzione delle importazioni divenne il cuore di una politica industriale che stimolava l'autosufficienza produttiva attraverso barriere protezionistiche, incentivi fiscali e la creazione di aziende miste pubblico-privato. Inizialmente, questo programma sembrò funzionare in modo eccellente, posizionando il Messico tra le economie emergenti più dinamiche e facendo parlare di un vero e proprio "miracolo messicano", con una delle migliori performance economiche tra i paesi in fase di industrializzazione tardiva. Tuttavia, la rapida crescita iniziò a scontrarsi con i suoi limiti, a partire dalla seconda metà degli anni '60, quando il modello rivelò la sua insostenibilità. Le tensioni politiche e sociali aumentarono, culminando nel massacro di Tlatelolco del 1968⁷⁰, che evidenziò la fragilità del sistema politico messicano e la crescente dipendenza del governo dalla repressione. Nella seconda fase del Milagro Mexicano, caratterizzata dallo "sviluppo stabilizzante" della politica economica, l'agricoltura fu subordinata all'industria e il paese si aprì al capitale

straniero, sebbene con alcune limitazioni. Lo Stato assunse un ruolo attivo nell'economia, dando vita a una serie di aziende parastatali che generarono benefici in termini di sanità, istruzione e altri settori chiave, nel tentativo di contrastare la distribuzione ingiusta della ricchezza che favoriva principalmente gli imprenditori, e di ridurre la dipendenza esterna in ambiti cruciali come la scienza e la tecnologia. Tuttavia, verso gli anni '60, i movimenti di protesta sociale divennero sempre più frequenti, riflettendo il malcontento diffuso verso le disparità economiche. Il trionfo della Rivoluzione Cubana del 1959 influenzò profondamente i movimenti di liberazione anti-imperialisti in tutta l'America Latina, mentre gli Stati Uniti risposero con l'*Alianza para el Progreso*, un programma che prevedeva fondi destinati ai paesi della regione per investimenti in istruzione, sviluppo economico e miglioramento delle condizioni di vita. Parallelamente, il Messico visse un periodo di straordinaria fioritura culturale e educativa: fu l'Età d'Oro del Cinema Messicano, vennero create istituzioni culturali fondamentali come il Fondo de Cultura Económica, l'Istituto Nazionale di Belle Arti (INBA), gli Studi Churubusco, il Museo Nazionale di Antropologia e Storia, la Ciudad Universitaria e, non da ultimo, la televisione messicana, che si affermò come una potente industria e uno strumento di indottrinamento di massa.



Fig. 85: Guiomar Hugué Pané, *Il massacro di Tlatelolco, 1968*

70) Il 12 ottobre 1968 a Città del Messico, in Plaza de las Tres culturas, sorta sull'antica Tlatelolco, si consuma una sanguinosa repressione, tra le più simboliche del Ventesimo secolo: nel corso di una manifestazione

antigovernativa, circa settanta manifestanti, per lo più giovani appartenenti alla sinistra studentesca, vengono uccisi dai reparti speciali preposti al controllo dell'ordine pubblico dal governo di Díaz Ordaz.



Fig. 86/87/88: Lance Wyman, segnaletica della metropolitana di Città del Messico, 1969

Nel contesto di questo periodo di espansione e di crisi latente, il design industriale in Messico visse una fase di grande fermento, in cui l'influenza di movimenti internazionali come il pop, l'op art e il design italiano si mescolò con la creatività locale. Il paese assistette a una crescita nell'industria del design, che si diversificò nei settori dell'edilizia, della produzione automobilistica, dei motori diesel, dei macchinari tessili e della plastica. Grandi aziende internazionali come Knoll International si stabilirono in Messico, mentre realtà locali come D.M. Nacional, Sone Yos Hanke e López Morton, insieme a giganti dell'industria come Hylsa, Altos de México e Cemex, adottarono il design come strumento per migliorare i propri processi produttivi. Gli architetti e i designer internazionali, tra cui Lance Wyman, Peter Murdoch, Guil Bonsiepe e Sergio Chiappa, furono protagonisti di questo aggiornamento, portando una nuova visione formale e metodologica, mentre designer messicani come Horacio Durán iniziarono a fondere la tradizione artigianale del paese con le forme stilizzate delle avanguardie internazionali. Il risultato fu un design che combinava l'innovazione con l'identità culturale del Messico. Un altro fattore

determinante fu la realizzazione di importanti progetti infrastrutturali, come la metropolitana di Città del Messico, e gli eventi di portata globale come i Giochi Olimpici del 1968, che fecero da catalizzatori per l'innovazione nel design urbano. Gruppi interdisciplinari e internazionali furono coinvolti in progetti che spaziavano dall'arredo urbano alla segnaletica, dalle uniformi ai souvenir, contribuendo a definire una nuova estetica che univa funzionalità e design. Nel contesto del design collettivo e sociale, l'Istituto Messicano di Sicurezza Sociale si fece promotore di iniziative che coinvolgevano designer per la progettazione di attrezzature per asili nido, ospedali e strutture sportive, ponendo il design al servizio del benessere della comunità.

Nel campo del design grafico, l'aumento demografico e la crescente domanda di servizi educativi in Messico spinsero il governo a intraprendere una serie di iniziative. Tra il 1940 e il 1960, la popolazione crebbe del 3% annuo, e il governo lanciò un programma per la costruzione di scuole, con la costruzione di una nuova scuola al giorno. Nel 1959, sotto la direzione del ministro Jaime Torres Bodet, fu approvato il progetto di

libri di testo gratuiti per le scuole primarie, con il primo volume pubblicato nel 1960. Un comitato di esperti, tra cui storici, matematici e scrittori, fu incaricato di redigere i contenuti, che spaziavano dalla geografia alla storia, dalle scienze naturali all'educazione civica. I libri venivano costantemente ristampati con aggiornamenti nei contenuti e furono realizzate versioni in Braille, per insegnanti e in trentacinque lingue indigene. I libri di testo divennero un simbolo di modernizzazione, ma anche di tensioni politiche, poiché le edizioni venivano spesso oggetto di censure da parte delle diverse correnti ideologiche del paese. L'inclusione di artisti e designer grafici nella progettazione delle copertine, illustrazioni e impaginazione, contribuì a dare a questi libri un impatto visivo forte, che aiutò a veicolare le conoscenze tra le nuove generazioni.

Accanto a questi libri, altre forme di comunicazione visiva, come le illustrazioni didattiche e i fumetti, conquistarono un ampio pubblico. Le strisce comiche, come quelle di *La familia Burrón*, che è considerato un precursore de "I Simpson", divennero molto popolari per il loro basso costo e la loro capacità di raggiungere ampie fasce della popolazione, inclusi gli analfabeti funzionali. In particolare, *Los Supermachos* e *Los Agachados*, creati dal designer Eduardo del Río, noto come "Rius", offrirono una critica sociale e politica profonda, trattando temi locali e internazionali in modo ironico ma incisivo.

Questi fumetti contribuirono a formare un'opinione pubblica più consapevole e ad alimentare il dibattito politico e sociale, mentre anche personaggi eroici come Kalimán divennero simboli di lotta e giustizia.

Nel contesto editoriale, il *Fondo de Cultura Económica*, fondato nel 1934 da Daniel Cosío Villegas, ebbe un ruolo fondamentale nella diffusione della cultura, con una produzione che aumentò costantemente e che non si limitò ai confini del Messico, ma si estese anche in altri paesi latinoamericani e in Spagna. In questo scenario culturale, il design grafico messicano si sviluppò in modo significativo, con figure come Vicente Rojo⁷¹ che divennero protagonisti del panorama culturale. Rojo, che iniziò a lavorare nella metà degli anni '50, progettò numerose pubblicazioni culturali e collaborò alla creazione di giornali come *La Jornada*. La sua opera, che si estese fino agli anni '90, ha avuto un'influenza decisiva su generazioni di designer e ha contribuito a formare una visione del design come strumento educativo e di comunicazione visiva, essenziale per il progresso culturale del paese.

71) Vicente Rojo (Barcellona, 1932), studiò scultura e ceramica a Barcellona. Nel 1949 arrivò in Messico, dove si dedicò allo studio della pittura e della tipografia. Per più di quarant'anni lavorò come pittore, scultore e designer grafico. Partecipò alla creazione di case editrici e pubblicazioni. Coordinò l'attività editoriale e culturale della Tipografia Madero, contribuendo alla

"formazione di alcuni dei più importanti designer grafici di oggi" (Monsiváis, 1996). Disegnò edizioni per l'Istituto Nazionale delle Belle Arti, la Direzione Cultura della UNAM, fu direttore artistico di México en la Cultura, cofondatore e direttore artistico di La Cultura en México, designer grafico per la rivista Artes de México, Plural, Artes Visuales, México en el Arte e il giornale La

Jornada, tra gli altri. Ricevette il Premio Nazionale delle Arti e il Premio Messico per il Design (1991), fu designato Creador Emérito dal Sistema Nazionale dei Creatori di Arte (1993) ed è stato membro onorario di diverse istituzioni. Realizzò esposizioni in Messico, Spagna, Stati Uniti e Germania.

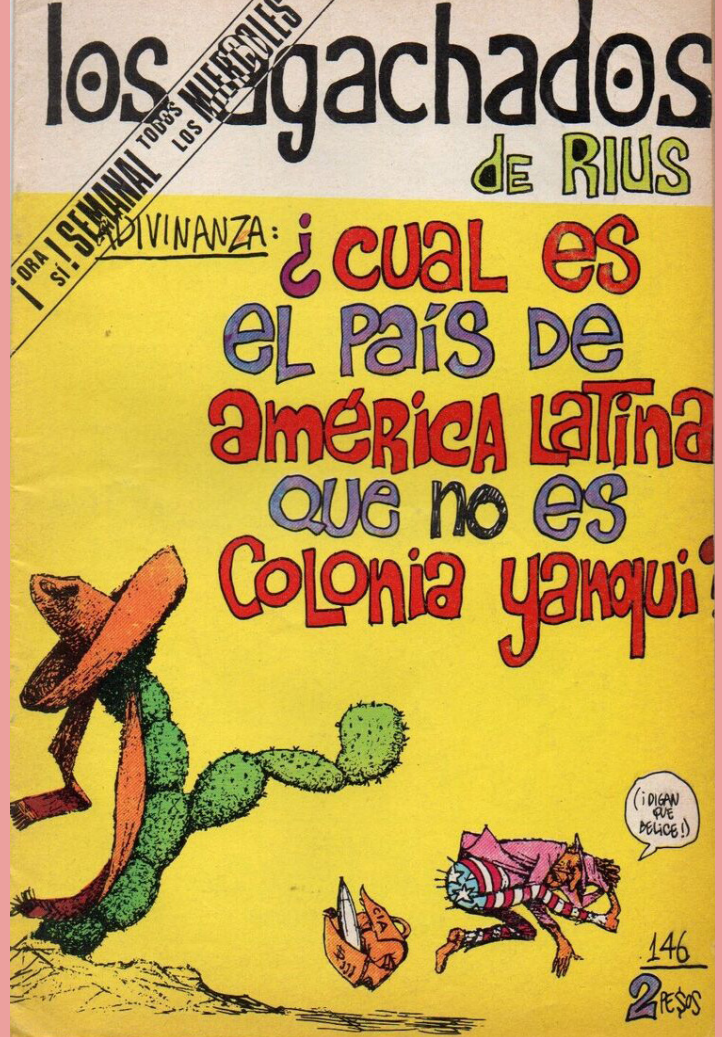
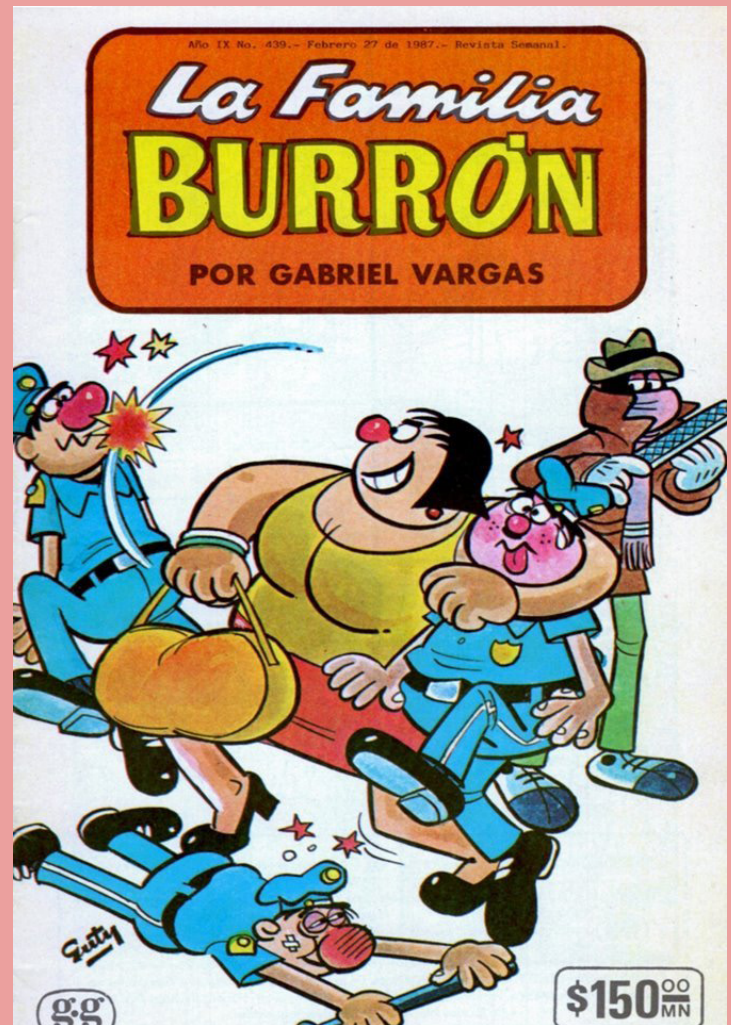


Fig. 89/90/91: Eduardo del Río, fumetti “Los Agachados” e “Los Supermachos”, 1965



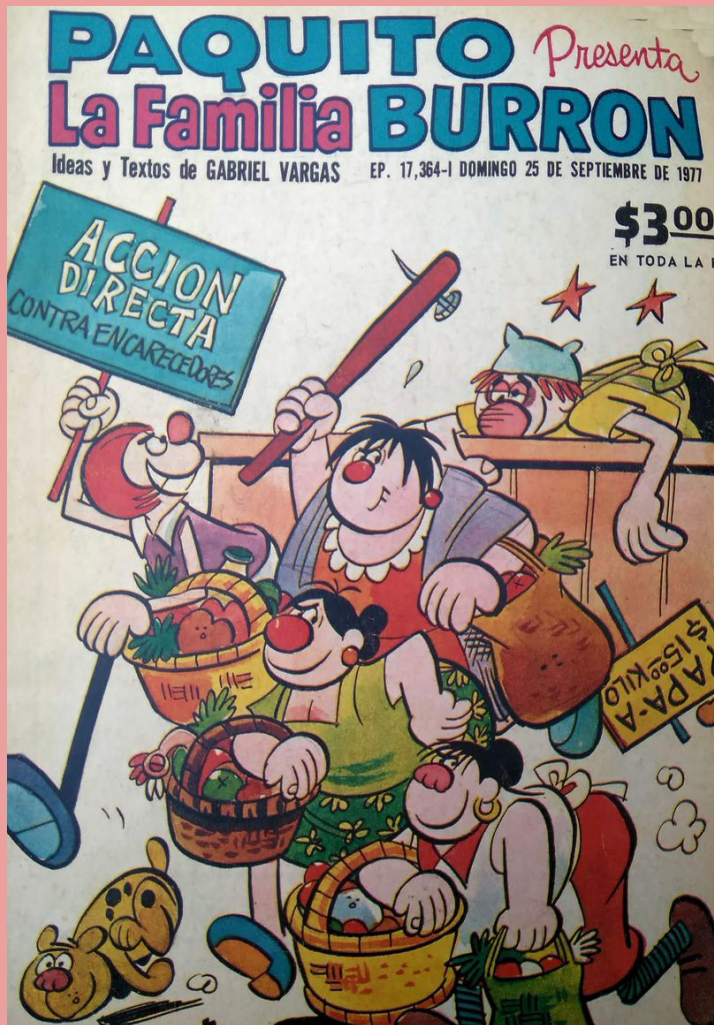


Fig. 92/93: Gabriel Vargas, fumetto "La familia Burron", 1948

I Giochi Olimpici del 1968 e l'impatto del design grafico in Messico

I Giochi Olimpici del 1968 segnarono una tappa significativa nello sviluppo del design grafico in Messico, coincidendo con una fase di rapida crescita urbana e modernizzazione. In questo contesto, furono fondati diversi studi di design grafico e industriale, sia messicani che stranieri, che svolsero un ruolo cruciale nella creazione di una nuova immagine per il paese. Il design fu utilizzato per rappresentare "il volto migliore" del Messico al mondo, riflettendo un'epoca di cambiamento culturale e politico. Tuttavia, dietro questa facciata di progresso e modernità, il paese viveva una profonda agitazione sociale, culminata nel massacro di Tlatelolco il 2 ottobre 1968, appena dieci giorni prima dell'inizio delle Olimpiadi. Il governo messicano cercò di proiettare un'immagine di stabilità e progresso, ma la realtà del paese era segnata dalle proteste del movimento studentesco, parte del più ampio fenomeno globale dei movimenti del '68, che vedeva studenti in tutto il mondo in rivolta contro le istituzioni. Il principale responsabile dell'organizzazione dei Giochi Olimpici fu l'architetto Pedro Ramírez Vázquez, che si occupò di presentare al mondo un Messico moderno, combinando la sua eredità preispanica con l'identità di una nazione emergente. A tal fine, assunse Lance Wyman⁷² ed Eduardo Terrazas per creare un sistema di identificazione grafica unico, che coniugava le tradizioni visive indigene, in particolare l'arte Huichol,

con le influenze dell'Op Art. Il logotipo dei Giochi, con le sue linee concentriche e l'uso di spazi positivi e negativi, riflette questa fusione tra passato e presente, creando una sintesi visiva che conferiva al Messico una forte sensazione di contemporaneità. L'arte Huichol, caratterizzata da tavole di legno con fili colorati e una percezione amplificata dei colori grazie all'uso rituale del peyote, divenne parte essenziale dell'identità visiva delle Olimpiadi, grazie al contributo del museografo Alfonso Soto Soria, che coinvolse gli artisti Huichol nel progetto.

Il design grafico delle Olimpiadi del 1968 fu caratterizzato da un'identità visiva distintiva, originale e coerente, che si trasformò in un paradigma per la comunicazione visiva. Questo sistema integrale di design abbracciava ogni aspetto dell'evento, dalle uniformi dei volontari ai trasporti, dai biglietti ai programmi informativi, creando un linguaggio visivo onnipresente che univa simboli preispanici con un'estetica moderna. La colomba, ad esempio, divenne simbolo dei valori olimpici di coesistenza e pace, promossa con strategie pubblicitarie innovative. Tuttavia, mentre il design riusciva a connettere il Messico con il mondo e a unire i messicani stessi, la realtà politica era ben diversa: il governo militarizzò le università e censurò i media per reprimere le proteste studentesche, il cui scopo era impedire lo svolgimento dei Giochi, questionando la praticabilità dell'olimpiade per la mancanza di infrastrutture basiche e di sicurezza.



Fig. 94: Lance Wyman ed Eduardo Terrazas, logo Olimpiadi Messico, 1968



Fig. 95: 25 pesos, monete per le olimpiadi del Messico, 1968

72) Lance Wyman (New Jersey, 1937). Nel 1960 si laureò al Pratt Institute di New York come designer industriale. Iniziò la sua carriera alla General Motors, a Detroit, con William Schmidt e successivamente a New York con George Nelson. Nel 1966 arrivò in

Messico con Peter Murdoch per partecipare al concorso per il progetto delle Olimpiadi di Città del Messico '68. Questo fu l'inizio di una serie di progetti che sviluppò in questo paese, come la segnaletica della metropolitana di Città del Messico, i manifesti e i

francobolli per il Mondiale di Calcio Messico 70, e programmi di identità corporativa e segnaletica per hotel, aziende, musei e piazze. In alcuni di questi progetti parteciparono anche designer messicani come Ernesto Lehfeld e Jesús Virchez.

Il massacro del 2 ottobre fu un duro colpo per l'immagine del Messico, poiché, nonostante la censura, le notizie e le immagini della repressione trapelarono, suscitando indignazione e condanna a livello internazionale. Giornalisti stranieri vennero repressi con la violenza, e le proteste si diffusero in tutto il mondo, delegittimando i Giochi come simbolo di pace e armonia globale. Gli studenti messicani, per attirare l'attenzione internazionale, produssero immagini visive parodizzando i simboli olimpici e diffondendo messaggi di protesta. La solidarietà internazionale contribuì a mettere in discussione la narrativa ufficiale del governo, che voleva mostrare un Messico stabile e moderno.

Nonostante le tensioni politiche, le Olimpiadi del 1968 lasciarono un'eredità duratura nel design grafico messicano. L'evento segnò la nascita di un nuovo approccio comunicativo, e l'anno successivo, nel 1969, l'Università Iberoamericana fondò il primo programma di studi in design grafico del paese. Nel tempo, altre università come la UNAM e l'Università Autonoma Metropolitana seguirono l'esempio, contribuendo alla professionalizzazione del settore.

Inoltre, le Olimpiadi ispirarono la segnaletica della Metropolitana di Città del Messico, progettata da Lance Wyman nel 1969, che utilizzava icone e colori per rendere la rete accessibile anche alla popolazione analfabeta.

In sintesi, le Olimpiadi del 1968 furono un evento di grande impatto visivo e culturale, dimostrando come il design possa trascendere la sua funzione estetica per diventare un potente strumento di comunicazione e connessione culturale. Tuttavia, l'evento sportivo divenne anche il simbolo delle contraddizioni politiche e sociali del Messico, riflettendo le tensioni di un'epoca segnata dalla lotta per i diritti e la libertà.



Dallo sviluppo condiviso al Neoliberalismo

Un periodo di sviluppo condiviso e populismo

Negli anni '70, il presidente Luis Echeverría (1970-1976) introdusse il modello di "sviluppo condiviso" per sostituire il precedente modello di sviluppo stabilizzatore. Questo approccio prevedeva un forte incremento dell'intervento statale nell'economia, con l'obiettivo di rivitalizzare l'economia e promuovere una maggiore giustizia sociale tramite l'aumento della spesa pubblica. Nonostante l'industria registrasse una lieve crescita, le debolezze strutturali del sistema portarono a un aumento del debito esterno e interno, fuga di capitali e inflazione, culminando in una crisi economica e sociale che durò per lungo tempo. L'anno 1976 segna un punto critico con una svalutazione del peso del 150%.

Nel 1971 si tenne presso il Museo de Arte Moderno (MAM) di Città del Messico il *Primer Salón Mexicano de Diseño*, il primo evento showroom dedicato al design messicano. Questa mostra segnò l'inizio di una serie di esposizioni incentrate sul design industriale, concepito come disciplina derivata dall'industrializzazione. L'obiettivo era quello di integrare il talento artigianale tradizionale con le pratiche industriali, mirando a migliorare la produzione di massa degli oggetti. Il settore accademico ebbe un'influenza significativa su questa iniziativa, contribuendo a gettare le basi per la creazione del Consejo Nacional de Diseño, un organismo destinato a promuovere e regolamentare la professione del designer in Messico.

A livello economico, il Paese si trovava in una fase di stagnazione, ereditata dal modello di sviluppo stabilizzante ormai esaurito. Il malcontento sociale, latente da oltre un decennio a causa dell'autoritarismo statale e della diseguale distribuzione della ricchezza, era stato parzialmente mitigato con politiche di welfare. Tuttavia, la crisi internazionale, in particolare le tensioni con gli Stati Uniti, aggravò ulteriormente la situazione. In questo scenario, si verificò la repressione studentesca del 1968, seguita da ulteriori episodi di violenza nel 1971, con l'intervento repressivo contro le proteste giovanili. In risposta a questo clima di tensione, Echeverría promosse il modello di "sviluppo condiviso", orientato a una maggiore redistribuzione della ricchezza e ispirato a una moderata politica di

sinistra dell'epoca. Il governo introdusse nuove istituzioni per sostenere la modernizzazione industriale e migliorare le condizioni lavorative, tra cui il Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores (FONACOT), che incentivò numerosi concorsi di design, e l'Instituto Nacional para el Fomento de la Vivienda de los Trabajadores, che mirava a migliorare le condizioni abitative dei lavoratori attraverso ingenti investimenti statali.

Un altro momento cruciale per il design messicano fu la mostra del 1975 *Diseño en México, Retrospectiva-Prospectiva*, anch'essa organizzata presso il MAM. Questo evento rappresentò una riflessione sul passato e sul futuro del design nel Paese, evidenziando il ruolo delle arti e dei mestieri tradizionali nel miglioramento estetico degli oggetti di produzione industriale. La mostra sottolineò la crescente collaborazione tra accademia, istituzioni governative e industria, sancendo l'istituzionalizzazione del design industriale messicano. L'Instituto Mexicano para el Comercio Exterior, coinvolto nell'organizzazione dell'evento, mirava a promuovere l'esportazione di prodotti messicani, valorizzando il design come elemento chiave di competitività sui mercati internazionali.



Fig 97: ex Presidente del Messico,
Luis Echeverría (1970-1976)

Fig. 96: Lance Wyman ed Eduardo
Terrazas, logo Olimpiadi Messico, 1968

Nel contesto di questa situazione, il design industriale ricevette un significativo impulso dal governo nazionale, grazie alla creazione dell'Istituto Mexicano para el Comercio Exterior (IMCE), del Centro de Diseño e del Consejo Nacional de Diseño. Questi enti promossero la cultura del design attraverso concorsi, mostre e corsi, favorendo il dialogo tra designer e industria e offrendo consulenze tecniche. Tra le iniziative di rilievo del Centro di Design vi furono il registro dei designer industriali e le "schede del buon design", pensate per promuovere standard di qualità.

Le influenze esterne giocarono un ruolo fondamentale nello sviluppo del design nazionale. Seminari e collaborazioni con figure di fama internazionale come George Nelson, Henry Dreyfuss, Tapio Wirkkala e Douglas Scott arricchirono il panorama del design messicano. Inoltre, mostre internazionali sul design italiano e britannico, oltre a una retrospettiva sulla Bauhaus, insieme al lavoro di María Aurora Campos Newman de Díaz, introdussero nuove tecniche e stili. Questo periodo vide anche la nascita delle prime organizzazioni professionali di designer, come il Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México (CODIGRAM)⁷³, che promosse congressi, pubblicazioni e guide per i professionisti del settore. L'insegnamento del design crebbe significativamente durante questi anni.

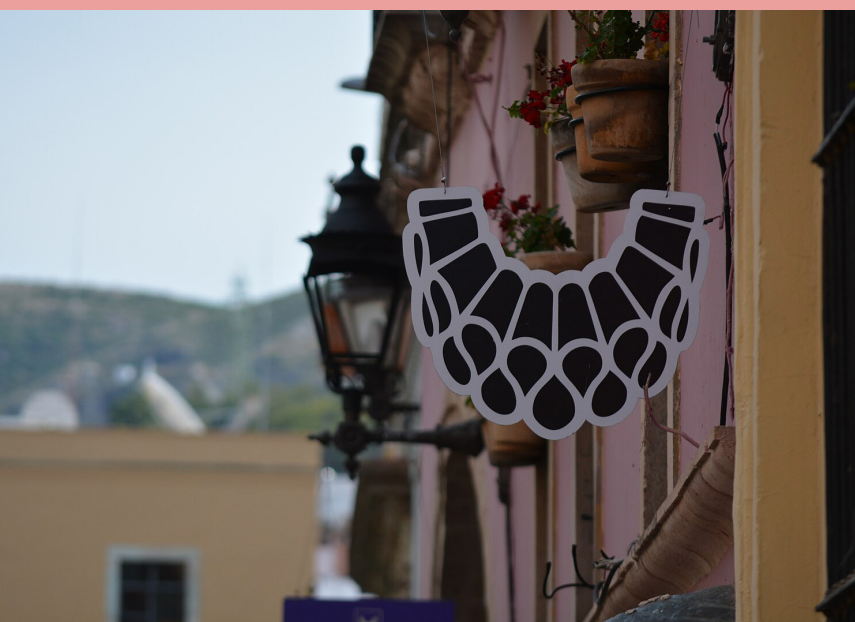


Fig 98: Luis Almeida, logo Festival Internazionale del Cervantino, 1973

73) È un'organizzazione ufficiale, che dipende dalla Direzione Generale delle Professioni e, a sua volta, dalla Segreteria dell'Istruzione Pubblica; la cui responsabilità è contribuire allo sviluppo e al benessere, nonché al rendimento e all'aggiornamento professionale, della categoria dei designer industriali e grafici della Città del Messico.

74) Il Consiglio Nazionale delle Umanità, delle Scienze e delle Tecnologie (CONAHACYT) è stato un organismo pubblico decentrato del Governo federale del Messico. Era l'istituzione incaricata di promuovere i progressi nella ricerca scientifica, nonché l'innovazione, lo sviluppo e la modernizzazione tecnologica del paese.

75) Il Festival Internazionale Cervantino (FIC), conosciuto popolarmente come El Cervantino, è un festival che si tiene ogni autunno nella città di Guanajuato, situata nel centro del Messico. Il festival ha origini a metà del XX secolo, quando nella piazze della città venivano rappresentati brevi spettacoli di Miguel de Cervantes chiamati entremeses.

Furono istituiti corsi di laurea in design industriale in città come Guadalajara e Monterrey, e molti studenti ricevettero borse di studio dal CONHACYT⁷⁴ per specializzarsi all'estero. Eventi come la mostra "Retrospectiva y Prospectiva" al Museo di Arte Moderna di Città del Messico evidenziarono il talento locale, presentando opere di designer rinomati e prodotti realizzati collettivamente da aziende nazionali. Nel contesto del populismo, Echeverría cercò di instaurare una comunicazione "democratica" con la popolazione tramite annunci pubblicitari e pieghevoli informativi su vari temi, come il pagamento delle tasse, il risparmio energetico e la pianificazione familiare. Fu durante questo periodo che nacquero anche altri importanti istituti che sostennero il design, come l'Istituto Messicano per l'Imballaggio, i Laboratori Nazionali di Promozione Industriale e il Fondo Nazionale per il Consumo dei Lavoratori (FONACOT), che promossero il design di mobili e utensili domestici destinati a migliorare la vita dei lavoratori. Parallelamente, l'industria automobilistica messicana crebbe rapidamente con l'arrivo di aziende provenienti da Stati Uniti, Germania, Italia e Francia, accompagnata dallo sviluppo di fornitori locali di ricambi auto. Sebbene il tentativo di produrre automobili nazionali non superò mai la fase prototipale, a causa di difficoltà tecnologiche e della concorrenza internazionale, questo periodo segnò comunque un importante sviluppo nel design industriale. Allo stesso modo, l'espansione dell'industria dei veicoli leggeri e degli autobus, grazie a figure come Juan Manuel Acerces, contribuì a innovare nel settore. Il design grafico, inoltre, ebbe una grande spinta durante gli anni Settanta. Il governo di Echeverría promosse una serie di politiche culturali volte a sostenere il design e la comunicazione visiva, creando istituzioni come il Centro di Design e l'Istituto Messicano per il Commercio Estero, che favorirono l'internazionalizzazione dei prodotti messicani. Fu anche in questi anni che il Messico divenne sede di numerosi eventi culturali di rilievo, come il *Festival Internazionale Cervantino*⁷⁵, che nel 1973 presentò il logo progettato da Luis Almeida, un punto di riferimento per molti designer. Durante questo periodo, la cultura popolare messicana, rappresentata da programmi televisivi come *El Chavo del Ocho* e *El Chapulín Colorado*, divenne un fenomeno di esportazione che raggiunse vasti segmenti di pubblico in tutta America Latina, aumentando l'influenza del Messico nel panorama culturale della regione. In sintesi, il periodo del "Sviluppo Condiviso" (1970-1976) fu un momento cruciale per il design industriale e grafico in Messico. Sebbene segnato da crisi economiche e politiche, questo decennio vide un'importante crescita professionale e accademica per i designer, un rafforzamento delle istituzioni e una crescente internazionalizzazione dei prodotti messicani, portando il design a un livello più elevato di sviluppo e riconoscimento internazionale.

Crescita accelerata, innovazione e crisi nel design industriale (1976-1981)

Durante la presidenza di Luis Echeverría (1970-1976)⁷⁶, il Messico intraprese un percorso di "sviluppo condiviso" con l'intento di promuovere giustizia sociale e stimolare l'economia. Sebbene le politiche avessero portato inizialmente a una crescita modesta, le debolezze strutturali e l'aumento del debito estero provocarono una grave crisi economica. In questo contesto difficile, il settore del design industriale ricevette un significativo sostegno governativo. Furono istituiti l'Istituto Messicano per il Commercio Estero (IMCE), il Centro di Design e il Consiglio Nazionale di Design, che promossero l'esportazione dei prodotti messicani, organizzarono concorsi, mostre, e offrirono programmi di formazione per i designer. L'influenza di figure internazionali come George Nelson⁷⁷ e l'attenzione verso il design italiano contribuirono all'evoluzione delle tecniche produttive locali. Nel 1976, con l'arrivo al potere di José López Portillo, il Messico avviò un piano di riforme economiche mirate a ristabilire la fiducia e promuovere lo sviluppo industriale. Questo periodo fu segnato dal cosiddetto "boom del petrolio", con l'aumento dei prezzi del greggio sui mercati internazionali che favorì una rapida espansione economica. Tuttavia, nonostante il sostegno iniziale, la qualità dei prodotti messicani non riuscì a competere efficacemente sui mercati globali, portando a una riduzione delle attività delle associazioni di design.

Nonostante le sfide, il settore del design industriale continuò a crescere. Nel 1978, il Museo de Arte Moderno (MAM) ospitò la mostra *Diseñadores Artesanales*, che segnò una svolta significativa nell'estetica del design messicano. Secondo Fernando Gamboa, allora sottodirettore tecnico dell'INBA, l'esposizione mirava a definire un "buon design" capace di influenzare il pubblico generale. Un gruppo di artisti, combinando espressioni individuali con le tradizioni artigiane, contribuì a gettare le basi estetiche del design moderno messicano. L'interesse per il design cominciò a spostarsi da una funzione prevalentemente sociale a una dimensione più estetica, sebbene ancora rivolta al mercato locale (MAM, Catálogo de la exposición Diseñadores Artesanales, Salón 78, 1978).

Nel 1979, il Messico ospitò il Congresso Internazionale di Design dell'IC-SID, il primo del suo genere in America Latina, rafforzando la sua posizione nella scena internazionale e portando alla fondazione dell'Associazione Latinoamericana di Design Industriale (ALADD). Parallelamente, l'Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) inaugurò il Taller de Investigación en Diseño Industrial, un centro di eccellenza per la collaborazione tra designer e industria, con progetti innovativi in settori quali la produzione di mobili ospedalieri e trattori smontabili.

Anche le imprese messicane iniziarono a mostrare segni di maturità: aziende come Helvex⁷⁸, che in passato avevano prodotto solo design esteri tramite licenze, riuscirono a sviluppare soluzioni completamente messicane, come una miscelatrice integrale e un rubinetto a risparmio idrico, che ricevettero premi per il loro design innovativo. Le piccole imprese trassero vantaggio dai programmi di collaborazione tra università, imprenditori e capitale statale, come il programma Progetti a Rischio Condiviso del CONACYT, che favoriva la promozione di prodotti tecnologici nazionali. Settori come l'elettronica, la componentistica automobilistica e l'attrezzatura ospedaliera beneficiarono di questi progetti.



Fig 99: George Nelson, architetto-designer, 1908-1986

76) <https://www.memoriapoliticademexico.org/Efe-merides/12/01121970.html>

77) George Nelson è considerato come una delle figure di spicco del design americano. Operando come architetto, designer di prodotti, curatore di progetti espositivi e scrittore, fu per decenni uno dei principali

esponenti del design e dell'architettura.

78) Helvex è una compagnia messicana leader nella produzione di articoli per bagno e cucina, fondata nel 1950 da Mauricio Amsler e Jorge Barbará Zetina. Nel corso degli anni, l'azienda ha investito in innovazione

tecnologica e qualità, riuscendo a posizionarsi sia nel mercato nazionale che internazionale. Oggi, Helvex è riconosciuta per la sua eccellenza nella produzione e nella soddisfazione dei consumatori, con impianti all'avanguardia e un laboratorio certificato.

Nel 1981, un significativo progetto di design coinvolse la ristrutturazione del sistema aeroportuale nazionale. Coordinato da Ernesto Velasco León e con il coinvolgimento di studenti e docenti dell'UNAM, il progetto riguardò la progettazione di mobili, veicoli per il trasporto di persone con disabilità e persino aerei agricoli, tutti realizzati con materiali e tecnologie nazionali.

Nel frattempo, il settore bancario si trovò a fare i conti con una crisi finanziaria. Le banche, espropriate dal governo nel 1982, iniziarono a utilizzare il design per migliorare la loro immagine e i servizi al pubblico, dando origine a un nuovo ramo del design, quello legato alla progettazione di spazi e mobili per le filiali bancarie.

Il "boom del petrolio" portò con sé anche numerosi eccessi: la classe alta cominciò ad acquistare beni immobili all'estero, e il turismo verso l'estero aumentò.

Tuttavia, l'eccessiva spesa pubblica e l'arricchimento illecito dei funzionari portarono a una grave crisi economica, culminata nella svalutazione del peso del 500% nel 1982 e nella crisi del debito estero, che colpì duramente il Messico e l'intera America Latina. La recessione portò a una contrazione della crescita economica e del settore industriale, segnando la fine di un periodo di prosperità e l'inizio di un decennio di austerità. La disoccupazione aumentò e la mancanza di investimenti nel settore produttivo rallentò lo sviluppo industriale, mentre la migrazione verso gli Stati Uniti raggiunse livelli mai visti prima.

Nonostante le difficoltà economiche, la professione del design continuò a evolversi. In questi anni, il design grafico e la fotografia documentaristica (fotogiornalismo) acquisirono rilievo come mezzi espressivi significativi. Le istituzioni educative e il settore industriale si impegnarono a preservare la qualità e a rafforzare le collaborazioni, mantenendo il design come elemento chiave per l'identità culturale e industriale del Messico.

La crisi del modello stabilizzatore e l'ingresso nel modello neoliberista (anni '80 e '90)

Negli anni '80, il Messico affrontò una grave crisi economica che segnò il tramonto del modello stabilizzatore e l'adozione del modello neoliberista. Il paese, già gravato dal debito estero, vide l'ingresso di una nuova ideologia economica, che legava la democrazia al mercato globale. Sotto la presidenza di Miguel de la Madrid (1982-1988), il Messico abbracciò il neoliberismo, ponendo le basi per un cambiamento strutturale che ha avuto effetti duraturi fino ai giorni nostri. Il nuovo approccio favoriva l'economia di mercato, aprendo il paese al commercio internazionale con la riduzione delle tariffe e il supporto al capitale privato, riducendo al contempo l'intervento statale nell'economia.

Il decennio fu caratterizzato da grandi conflitti a livello globale, tra cui la tensione crescente tra l'URSS e gli Stati Uniti nel contesto della Guerra Fredda. Eventi significativi segnarono il decennio, come l'abbattimento di molte dittature in America Latina, tra cui quelle in Perù, Argentina e Cile. L'epidemia di AIDS colpì duramente la popolazione mondiale, mentre i progressi tecnologici raggiunsero traguardi impressionanti. La mobilità divenne un concetto chiave degli anni '80, con la diffusione delle cosiddette "droghe designer" e l'incorporazione del sintetico nella vita quotidiana e persino nel corpo umano. In Messico, il decennio si aprì con il governo di José López Portillo, seguito da Miguel de la Madrid, che lasciò il posto a Carlos Salinas de Gortari. Durante questo periodo, si consolidò gradualmente il modello neoliberista, che continua a influenzare

il paese fino ad oggi. Le principali caratteristiche di questo modello includevano la riduzione dell'intervento statale nell'economia, la privatizzazione delle aziende pubbliche, l'apertura agli investimenti esteri e la promozione della crescita orientata ai mercati internazionali. Tuttavia, ciò comportò anche l'eliminazione del deficit di bilancio statale a scapito di una drastica riduzione delle spese sociali in settori fondamentali come istruzione, sanità, abitazioni, trasporti e cultura. Questo nuovo approccio economico influenzò anche il design messicano, che cessò di rivolgersi esclusivamente al mercato interno per divenire sempre più un prodotto destinato al consumo estero, trasformandosi in un bene di lusso e di contemplazione estetica. Il design iniziò così a essere concepito per soddisfare le esigenze di una cittadinanza globale, escludendo chi non poteva partecipare alla nuova logica di competizione, efficienza ed eccellenza.

La transizione verso il neoliberismo fu segnata anche da altre difficoltà economiche: la crisi petrolifera, la svalutazione del peso, l'inflazione e l'aumento della povertà e della disuguaglianza portarono il paese a una crescente instabilità economica. La crisi del sistema di sicurezza sociale peggiorò ulteriormente la situazione. A ciò si aggiunse il devastante terremoto del 1985, che colpì gravemente Città del Messico, causando migliaia di vittime e distruggendo gran parte della capitale. La lentezza delle risposte ufficiali spinse la società civile a organizzarsi autonomamente per la ricostruzione.

Nel contesto del design industriale, le industrie transnazionali iniziarono a importare design dall'estero, riducendo notevolmente lo spazio per l'innovazione locale. Le aziende messicane, prive di una base tecnologica adeguata, si trovarono a fronteggiare una dura concorrenza internazionale, con conseguente limitazione delle opportunità di crescita, soprattutto nei settori degli imballaggi e degli stand espositivi. Nonostante queste difficoltà, a partire dagli anni '90 il design messicano iniziò a manifestare una nuova vitalità, con l'apertura dei corsi di post-laurea presso l'UNAM nel 1980, e la pubblicazione delle prime opere accademiche incentrate sul design.



Fig 100: Cuartoscuro, Terremoto Città del Messico, 1985.



Fig 101: Museo Franz Mayer, Città del Messico, 1982

La creazione di centri di promozione come l'Accademia Messicana del Design (1981), il Museo Franz Mayer (1982) e il Centro Promotore del Design (1994) contribuì a rafforzare il settore. Inoltre, le riviste specializzate, come *Magenta* (1983), *Messico nel Design* (1990) e *De Diseño* (1994), divennero un'importante risorsa per la diffusione e promozione del design locale, creando un ponte tra il mondo accademico e quello produttivo. La firma del Trattato di Libero Commercio del Nord America (TLC) nel 1994 portò a cambiamenti significativi nei mercati, con l'apertura dei mercati statunitensi, canadesi e messicani, che influenzò positivamente il design industriale, in particolare nei settori dei componenti automobilistici e dei prodotti per le multinazionali.

Il Museo Franz Mayer⁷⁹, istituito in collaborazione con la Banca del Messico, è un esempio emblematico di questa evoluzione culturale. Inaugurato nel 1986, grazie alla donazione di oggetti decorativi da parte dell'immigrato tedesco Franz Mayer, il museo ha svolto un ruolo centrale nella diffusione del design messicano. Ospita due concorsi biennali, la "Biennale di ceramica utilitaria" e il premio di design "Clara Porset", e organizza mostre permanenti legate all'artigianato. Il museo ha anche instaurato

una solida collaborazione con le università messicane, pubbliche e private, per promuovere il design e la sua evoluzione. Durante questo periodo, alcuni progetti collettivi rilevanti emersero, tra cui *Fabri-casa*, una casa modulare e trasportabile progettata da studenti dell'UNAM per rispondere alle necessità abitative del paese. Inoltre, la ristrutturazione del Centro Ospedaliero 20 de Noviembre (coordinata da Ernesto Velasco León) e lo sviluppo di dispositivi di riabilitazione per disabili da parte di María Francesca Sasso Yadi e Georgina Aguilar Montoya rappresentarono importanti traguardi nel campo del design industriale per la salute. Il design artigianale continuò a essere sostenuto attraverso il Programma Multidisciplinare Design Artigianale, Cultura e Sviluppo dell'UNAM, che cercava di preservare e innovare le tradizioni artigianali messicane per renderle più competitive nel mercato globale. Nel frattempo, il governo di Miguel de la Madrid avviò una serie di riforme strutturali, riducendo la protezione per l'industria nazionale e privatizzando molte imprese statali. Entro il 1986, erano state vendute 660 imprese, molte delle quali necessitavano di designer per sviluppare nuove identità visive, favorendo la nascita di nuovi marchi, come quelli nel settore aeronautico e ferroviario.

79) L'Antico Ospedale di San Juan de Dios, costruito nel XVI secolo e dichiarato monumento storico nel 1931, ha avuto diversi usi nel corso dei secoli, tra cui ospitare un ospedale religioso, un istituto di sanità e un

ospedale per donne. Nel 1981, grazie a un programma di restauro, è stato trasformato nel Museo Franz Mayer, che conserva e valorizza l'architettura originale e le collezioni artistiche.

Durante la presidenza di Carlos Salinas (1988-1994), iniziò la riprivatizzazione delle banche e la partecipazione di investitori messicani, ma anche l'acquisizione di istituti bancari da parte di gruppi internazionali. Le banche messicane, come Bancomer e Banamex, modificarono la loro identità visiva e subirono cambiamenti che riflettevano l'influenza del neoliberismo. Questo periodo segnò anche l'ascesa del fotogiornalismo messicano, che raggiunse il suo apice con la pubblicazione di immagini della vita urbana e delle manifestazioni culturali su giornali come *Unomásuno* e *La Jornada*.

Negli anni '90, il design messicano ha iniziato a consolidarsi come una forza culturale e creativa, con l'intento di mescolare le radici tradizionali con le tendenze contemporanee. Un passo fondamentale in questo processo è stato l'inaugurazione della Galería Mexicana de Diseño nel 1991, a Città del Messico, ad opera di Carmen Cordera. Questa galleria è diventata un punto di riferimento per la comunità del design locale, non solo come spazio espositivo ma anche come luogo di incontro per designer, appassionati e professionisti del settore. La galleria ha avuto un ruolo cruciale nella promozione del design messicano, fungendo da vetrina per i talenti emergenti e sensibilizzando il pubblico sulla qualità e la varietà del design contemporaneo del paese. Inoltre, la Galería Mexicana de Diseño ha anche servito come importante centro di vendita, dove è stato possibile acquistare oggetti innovativi che, pur nella loro modernità, rispecchiavano spesso l'incontro tra artigianato tradizionale e necessità del mercato contemporaneo.

Nonostante le sfide economiche e le difficoltà del settore industriale, il design messicano riuscì ad adattarsi alla globalizzazione, combinando tradizione e innovazione per contribuire a creare una nuova identità estetica nazionale.



Fig 101/102/103: Carmen Cordera, Galería Mexicana de Diseño, 1991

Design contemporaneo

Negli anni 2000, il design messicano ha attraversato un'importante fase di espansione e diversificazione, caratterizzata da una crescente visibilità a livello nazionale e internazionale, grazie a eventi, fiere e iniziative che come figura non solo estetica, ma anche sociale e culturale. Negli anni 2000, il design messicano ha attraversato un'importante fase di espansione e diversificazione, caratterizzata da una crescente visibilità a livello nazionale e internazionale, grazie a eventi, fiere e iniziative che hanno

favorito l'emersione di nuove generazioni di designer e l'integrazione di pratiche tradizionali con approcci contemporanei. Tuttavia, questo periodo di fermento creativo si è sviluppato in un contesto in cui l'educazione al design continuava a essere fortemente influenzata da modelli eurocentrici e anglosassoni, con una scarsa attenzione alle realtà locali e alle esigenze delle comunità indigene e rurali del paese. Questo ha generato un divario tra la pratica del design, sempre più orientata verso la sostenibilità e l'identità culturale, e un sistema educativo ancora radicato in paradigmi industriali e consumistici.

Un punto di svolta è stato rappresentato dall'emergere di iniziative come il *Bazar Fusión*, lanciato nel 2003 dai designer argentini Carolina Kopeloff e Manuel Sekkel. Questo evento itinerante ha dato una piattaforma ai designer emergenti, offrendo loro la possibilità di vendere direttamente i propri prodotti e di sperimentare con materiali e tecniche locali, senza passare attraverso le tradizionali strutture commerciali. Il successo del *Bazar Fusión*, culminato con l'apertura di *Casa Fusión* nel 2012, ha dimostrato la crescente domanda per un design autentico e radicato nella cultura messicana, contribuendo a ridefinire il ruolo del designer come figura non solo estetica, ma anche sociale e culturale. Parallelamente, l'inclusione del design in fiere di arte contemporanea ha permesso ai creativi messicani di accedere a un mercato globale, sebbene con sfide legate ai costi di partecipazione e alla forte competizione internazionale. Tra queste, è importante considerare l'influenza di Zona MACO, un'organizzazione nata nel 2004 con l'obiettivo di promuovere l'arte contemporanea messicana e internazionale. A partire dal 2011, ha incluso un'area dedicata al design, dando visibilità a numerosi autori messicani che operano nel settore del design d'interni, dei mobili, degli accessori e degli oggetti di uso quotidiano. Questi eventi hanno avuto un ruolo cruciale nel mettere in luce il design messicano, aiutando i designer a confrontarsi con le dinamiche del mercato globale, ma anche mettendo in evidenza la sfida di coniugare l'autenticità culturale con le esigenze di un mercato sempre più globalizzato.



Fig 104: Carolina Kopeloff e Manuel Sekkel, *Bazar Fusión*, 2003

Nello stesso periodo, l'educazione al design in Messico ha iniziato a confrontarsi con le tematiche della sostenibilità e della decolonialità, in risposta a una crescente consapevolezza della crisi socio-ambientale globale. Tuttavia, come evidenziato da studi condotti su programmi di laurea in design industriale nel paese, le università messicane hanno inizialmente trattato la sostenibilità come una materia secondaria, introducendola solo a partire dagli anni avanzati del percorso accademico. Questo approccio ha reso difficile per gli studenti integrare concetti di economia circolare, design sistemico e innovazione sociale nelle loro pratiche progettuali. Solo istituzioni come l'Universidad Iberoamericana Puebla hanno iniziato a riformare i propri curricula, ponendo maggiore enfasi su temi come l'ecodesign e l'etnografia, integrando il concetto del Buen Vivir, un principio di origine indigena che promuove il benessere collettivo e il rispetto per la natura.

In questo contesto, eventi come il *Taller Interuniversitario de Diseño* (TiUD) hanno svolto un ruolo cruciale nel promuovere un design più partecipativo e interdisciplinare, permettendo agli studenti di confrontarsi con problematiche reali delle comunità locali. Queste esperienze hanno

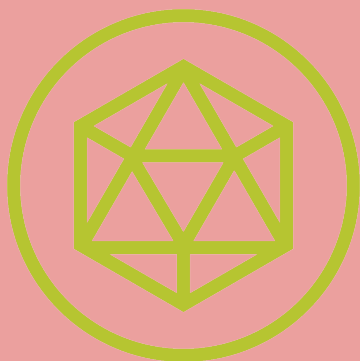


Fig 105: logo Taller Interuniversitario de Diseño

sottolineato la necessità di un cambiamento ontologico nel design messicano, che superi l'antropocentrismo e abbracci una visione più integrata e rispettosa di tutti gli attori terrestri.

Un'altra iniziativa chiave per il design messicano degli anni 2000 è stata la Design Week México, lanciata nel 2008, che ha contribuito a consolidare la presenza del design nel panorama culturale del paese. Attraverso collaborazioni con brand internazionali e l'organizzazione di eventi in quartieri esclusivi come Polanco e Lomas, la Design Week México ha favorito il dialogo tra tradizione e innovazione, mettendo in luce il potenziale commerciale del design messicano. Tuttavia, questo tipo di eventi ha anche evidenziato una tensione tra il desiderio di affermare un'identità locale e le esigenze di un mercato globalizzato, che spesso privilegia estetiche standardizzate rispetto a espressioni autentiche e radicate nel territorio. Inoltre, la regione di Oaxaca è emersa come un importante centro di sperimentazione per il design sostenibile e sociale, grazie a collaborazioni tra designer e artigiani locali. Progetti come *Oax-i-fornia*, guidato da Raúl Cabra, hanno esplorato nuove modalità di co-creazione, combinando saperi tradizionali con approcci innovativi, come dimostrato dalla creazione della *Blowfish Lamp*, che fonde materiali locali con forme ispirate a immaginari marini.

Allo stesso modo, designer come Liliana Ovalle hanno reinterpretato la ceramica tradizionale attraverso narrazioni contemporanee, dando vita a prodotti che riflettono la complessità culturale e sociale del Messico moderno.

Nel settore del design tessile, figure come Carla Fernández hanno avuto un impatto significativo, dimostrando come il design possa essere uno strumento di resistenza culturale e di empowerment economico per le comunità indigene. Le sue collezioni, ispirate alle tecniche tradizionali mesoamericane, hanno saputo conquistare un pubblico globale senza compromettere l'autenticità e l'etica della produzione.

Nonostante questi sviluppi positivi, il design messicano ha dovuto affrontare diverse sfide, tra cui la mancanza di un sostegno istituzionale adeguato. Fino al 2014, il governo messicano non ha incluso il design nei programmi di finanziamento culturale e scientifico, limitando le opportunità per i designer di accedere a risorse per la ricerca e lo sviluppo di progetti innovativi. Solo di recente, con l'emergere di movimenti per la sostenibilità e la giustizia sociale, il design è stato riconosciuto come una risorsa strategica per il paese, aprendo nuove possibilità di finanziamento e supporto.

Un altro evento fondamentale è stata la *Fabrica Mexicana de Diseño*, che ha preso vita come parte della Design Week Mexico, celebrando il 30° anniversario del primo Salone del Design Messicano al Museo di Arte Moderna. L'esposizione ha cercato di definire il design messicano attraverso il contributo di autori riconosciuti, affrontando temi cruciali come la sostenibilità, la localizzazione e la globalizzazione, in risposta alle sfide della contemporaneità. Sebbene l'esposizione abbia messo in luce proposte di design orientate a un mercato di fascia alta, ha anche portato a riflessioni su come l'artigianato possa integrarsi nel mercato internazionale, pur mantenendo la sua forza e unicità.

In sintesi, gli anni 2000 hanno rappresentato un periodo di trasformazione per il design messicano, caratterizzato da una crescente apertura verso la sostenibilità e l'inclusione sociale, ma anche da tensioni tra le esigenze di mercato e il desiderio di affermare un'identità culturale distintiva. Mentre il settore ha continuato a prosperare grazie all'iniziativa di designer indipendenti e collettivi di artigiani, la sfida per il futuro rimane quella di costruire un sistema educativo e produttivo che integri realmente le esigenze del territorio e delle comunità locali, ispirandosi ai principi del Buen Vivir e della decolonialità per promuovere un design che sia rispettoso, inclusivo e sostenibile.

MEXICO

GUATEMALA
HONDURAS
COSTA RICA
PARAGUAY

ECUADOR
COLOMBIA
PERU
VENEZUELA
CUBA

GUYANA
SURINAME
GUYANA
FRANCE

ARGENTINA
BOIVIA
PARAGUAY
BRASIL

URUGUAY

Perù

Il percorso del design in Perù può essere diviso in varie fasi, che si intrecciano con la storia della pubblicità e della comunicazione visiva nel paese. Nel periodo tra gli anni Quaranta e Sessanta, la professionalizzazione della pubblicità ha visto la nascita della prima agenzia pubblicitaria peruviana, la Compañía Americana Universal Sociedad Anónima (CAUSA), nel 1943. Pochi anni dopo, nel 1946, McCann Erickson aprì la sua sede in Perù, e nel 1948 fu fondata l'agenzia Lowder. In questo contesto, la fotografia, pur essendo in fase di sviluppo, non era ancora abbastanza avanzata per essere utilizzata con efficacia nei giornali e nelle riviste. Così, gli illustratori divennero i protagonisti principali dell'espressione visiva. La Scuola Nazionale di Belle Arti (Escuela Nacional de Bellas Artes) si occupava di formare i primi illustratori, poiché il design grafico come disciplina non esisteva ancora. In questo periodo, la distinzione tra l'artista grafico e il disegnatore pubblicitario era netta: l'artista si concentrava sulla creazione di concetti, mentre il disegnatore pubblicitario si occupava della realizzazione visiva di questi concetti. Questo approccio empirico e pratico ha permesso ai primi designer di farsi strada nell'industria pubblicitaria in espansione, anche se il design, in quel momento, non era ancora una professione consolidata.

Negli anni Sessanta, il design grafico peruviano ha vissuto un'importante evoluzione grazie all'arrivo di Claude Dieterich⁸⁰, un designer francese che ha aperto uno studio a Lima e ha dato un contributo significativo alla formazione della nuova generazione di designer. Nel 1961, Dieterich fondò la *Escuela de Diseño Gráfico* (Scuola di Design Grafico) all'interno della Pontificia Università Cattolica del Perù, che ha offerto una formazione tecnica e teorica a coloro che volevano intraprendere la carriera di designer. Allo stesso tempo, la presenza di designer grafici europei, in particolare provenienti da Svizzera, Spagna e Francia, ha contribuito a plasmare l'evoluzione del design in Perù. Questo periodo ha visto la creazione di una nuova generazione di designer grafici, che sono diventati assistenti di questi maestri europei, apprendendo tecniche moderne e approcci più strutturati alla professione. Nonostante questi progressi, è importante sottolineare che in questo periodo il design rimase legato al mondo delle arti plastiche, con una confusione tra arte e design che ha segnato il percorso di molti designer dell'epoca.

Negli anni Ottanta e Novanta, il design grafico ha iniziato a guadagnarsi il riconoscimento come una vera e propria professione. La fondazione dell'Istituto di Comunicazione e Design Toulouse-Lautrec nel 1983 e dell'Istituto Peruviano di Pubblicità nel 1985 ha segnato l'inizio di una fase di maggiore professionalizzazione. L'Istituto Toulouse-Lautrec ha introdotto corsi triennali in Design Grafico, Design di Interni e Design Pubblicitario, offrendo una formazione tecnica e mirata che ha contribuito a creare una base solida per le generazioni successive di designer. Nel 1990, l'istituto ha aggiunto un corso di Comunicazione Audiovisiva, un altro settore che ha visto un notevole sviluppo in Perù. L'Istituto Peruviano di Pubblicità ha avviato corsi simili, formando professionisti nel campo del design grafico pubblicitario e della comunicazione audiovisiva. Questi istituti hanno giocato un ruolo cruciale nel distinguere chiaramente il design come una disciplina separata dalle arti plastiche, e nell'affermarlo come una carriera orientata a soddisfare le esigenze commerciali e di mercato. Durante questo periodo, si è consolidata una chiara distinzione tra l'arte, che si concentrava sull'espressione, e il design, che si orientava alla funzionalità e alla risoluzione di problemi.



Fig 106: Claude Dieterich

80) Nel 1961 immigrò in Sud America e visse in Perù, dove aprì il suo studio di design a Lima. Nei successivi 25 anni progettò loghi e si dedicò al design editoriale e alla progettazione di libri, alcuni dei quali ricevettero premi di eccellenza. Insegnò le basi del design grafico alla Facultad de Artes Plásticas dell'Universidad Católica di Lima, in Perù, e durante i suoi sette anni di incarico fu il direttore della scuola di design grafico.

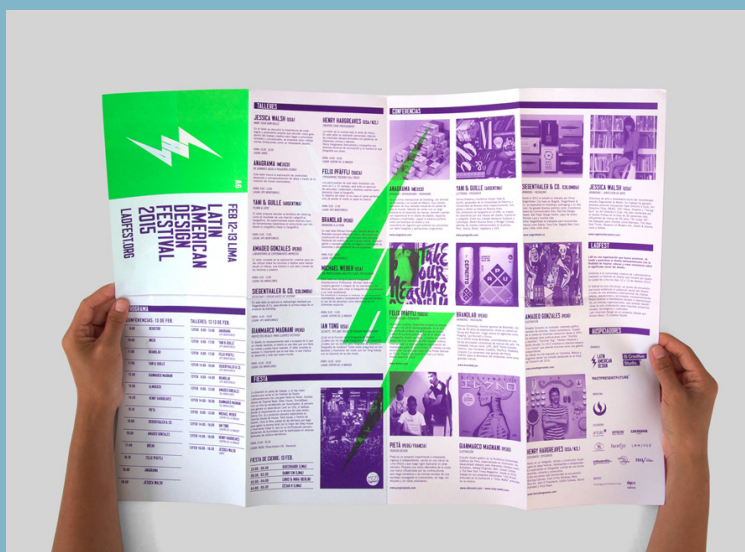


Fig 107/108/109: Latin American Design Festival, 2015

Nel nuovo millennio, la professionalizzazione del design in Perù ha visto significativi sviluppi. Nel 2000, l'Università San Ignacio de Loyola ha creato un corso in Arte e Design Grafico Aziendale, che ha dato al design una dimensione più imprenditoriale e sociale. Questo approccio ha preparato i designer a tradurre la diversità culturale del Perù in messaggi visivi. Nel 2010, con la fondazione dell'UCAL⁸¹, il design ha acquisito una maggiore specializzazione, enfatizzando il processo creativo come strumento strategico per risolvere problemi. UCAL ha introdotto la metodologia pro.seso creativo®, che ha promosso soluzioni di design orientate alla funzionalità e sostenibilità. Con l'emergere di altri corsi universitari, il design ha guadagnato un ruolo sempre più strategico. UCAL ha saputo distinguersi per il suo approccio olistico, formando designer capaci di rispondere alle esigenze aziendali e sociali. Oggi, il design in Perù è una professione riconosciuta e apprezzata non solo nel settore creativo, ma anche in ambiti economici più ampi. Il 61% delle aziende che assumono i laureati UCAL non sono legate direttamente al design, evidenziando l'importanza crescente della professione. Un evento significativo che celebra il design latinoamericano è il LADFEST (Latin American Design Festival), un festival annuale dedicato al design e alla creatività in America Latina. Nato nel 2014 a Lima, in Perù, il LADFEST riunisce designer, illustratori, tipografi, artisti e creativi da tutto il mondo, con un focus particolare sull'innovazione e sull'identità culturale latinoamericana. L'evento include conferenze, workshop ed esposizioni, offrendo una piattaforma per la condivisione di idee, progetti e tendenze nel campo del design. Il LADFEST ha contribuito a rafforzare la visibilità del design peruviano e latinoamericano sulla scena internazionale, diventando un punto di riferimento per la comunità creativa della regione. Inoltre, il festival ha promosso la collaborazione tra designer e professionisti del settore, stimolando un dialogo tra le diverse culture e approcci al design.

81) L'Università delle Scienze e delle Arti dell'America Latina è un'università privata fondata il 17 febbraio 2010 dal magister e economista peruviano Luis Deza. Attualmente si trova nel distretto di La Molina e offre 10 corsi professionali in 4 facoltà. È la prima università in Perù a specializzarsi in modo significativo in Architettura e Design Grafico Pubblicitario, ed è anche conosciuta come l'Università della Creatività del Perù.



Fig 110: marca Perú, 2011

Un aspetto significativo del design contemporaneo in Perù è rappresentato dalla Marca Perú, lanciata ufficialmente nel 2011 dopo un progetto iniziato nel 2009, sotto l'impulso della Ministra Mercedes Saraos. La Marca Perú ha avuto un impatto notevole nel rafforzare l'immagine del paese a livello internazionale, promuovendo il turismo, le esportazioni e gli investimenti. Il logo, con la sua "P" che richiama le linee di Nazca e la spirale, simbolo di continuità, è diventato un'icona riconosciuta globalmente. Il design della Marca Perú ha giocato un ruolo cruciale nel costruire una narrazione coerente del paese come un'unità con una forte identità culturale, favorendo la collaborazione tra aziende locali e internazionali. La sua diffusione ha aiutato a posizionare il Perù tra i paesi con la miglior reputazione in America Latina, contribuendo al successo delle sue campagne di branding che hanno raggiunto milioni di persone a livello globale.

Il futuro del design in Perù sembra promettente, con il crescente riconoscimento del design come risorsa strategica per l'innovazione, la competitività e lo sviluppo sociale. Le istituzioni educative come UCAL continueranno a formare designer capaci di affrontare le sfide globali, equipaggiati con competenze creative, tecniche e strategiche. Il design, in Perù, sta evolvendo rapidamente, rispondendo alle esigenze di un mondo sempre più digitale, interconnesso e in continua trasformazione, consolidandosi come una professione fondamentale per la crescita e il progresso del paese.

Uruguay

La ricerca sull'industria del design in Uruguay analizza la pratica, la produzione, il consumo e la cultura del design, con particolare attenzione all'emergere del design moderno a Montevideo negli anni '50 e alla sua evoluzione successiva. Si esplorano i contributi di designer, aziende, istituzioni culturali ed educative, e organismi statali.

In Uruguay, il design industriale non ha mai avuto una presenza consolidata, né una riflessione teorica strutturata. Il mercato interno ridotto e lo sviluppo industriale limitato hanno ostacolato il suo progresso, portando a un panorama frammentato. Tuttavia, negli anni '60 e '70, grazie alle politiche di industrializzazione per la sostituzione delle importazioni (ISI), emersero alcune esperienze significative, come la produzione del veicolo *Movo* di Carlos Luciardi e dei modelli *Charrúa* e *Indio* di Horacio Torrendell, che ottennero un buon successo commerciale. Altri esempi importanti sono il *camioncino NSU* progettato da Carlos Casamayor, vincitore del primo concorso nazionale di design industriale nel 1970.

Nonostante le difficoltà, alcuni protagonisti del design in Uruguay hanno lasciato un segno indelebile. Pedro Figari⁸², pittore e direttore della Scuola Nazionale di Arti e Mestieri, introdusse nel 1915 una riforma educativa che mirava a integrare industria, artigianato e cultura nazionale. Contemporaneamente, architetti come Julio Vilamajó e Mauricio Cravotto progettavano mobili e oggetti d'uso quotidiano all'interno delle loro opere architettoniche, combinando estetica e funzionalità con un approccio moderno. Anche Joaquín Torres García e Antonio Bonet⁸³ contribuirono con idee innovative, integrando arti e design.



Fig 111: Carlos Luciardi, veicolo Movo, 1962

82) Durante la sua gestione, furono progettati circa duemila oggetti, studiati in base alla materia prima disponibile, alla tecnologia, alla manodopera e al modo in cui riflettevano la cultura nazionale. Ma il suo lavoro non ebbe successo: i suoi pensieri erano troppo avanzati per l'ambiente e l'epoca in cui visse. Vedi Peluffo, Gabriel, "Figari: arte e industria nel Novecento", Istituto di Storia dell'Architettura, Montevideo, 1985, s.e.

83) All'inizio degli anni Trenta a Barcellona, Bonet lavorava già con Sert e Torres Clavé su diversi progetti e opere, incluso il design e la produzione in serie di mobili. Successivamente, a Buenos Aires, fu coautore della poltrona BKF o "modello austral", che intorno al 1939 creò insieme agli argentini J. Kurchan e J. Ferrari Hardoy.

Negli anni '50 e '60, il design in Uruguay visse una seconda fase, caratterizzata da un crescente interesse per le estetiche moderne e la funzionalità industriale. In questo periodo furono prodotti oggetti artigianali ispirati a modelli internazionali, come quelli degli architetti Rodríguez Juanotena e Monestier, mentre aziende come Artesanos Unidos e Mueblería Caviglia⁸⁴ promuovevano il design moderno. Marchi internazionali come Knoll e Herman Miller iniziarono a vendere i loro prodotti in Uruguay, ma il processo di industrializzazione rimase limitato, con molte produzioni che continuavano a emulare modelli industriali.

Un punto di svolta significativo fu la creazione nel 1952 dell'Istituto di Design (IdD)⁸⁵ presso la Facoltà di Architettura dell'Università della Repubblica, che sviluppò metodologie per la progettazione di oggetti con risorse locali e offrì corsi sperimentali per formare nuovi designer. Il lavoro dell'IdD portò nel 1966 alla fondazione del CIDI Uruguay,⁸⁶ che organizzò concorsi e mostre per promuovere il design nazionale.

Nel campo del design grafico, l'Uruguay visse uno sviluppo più frammentato, strettamente legato all'attività tipografica e pubblicitaria. Una delle iniziative più importanti fu la *Tipografía AS*,⁸⁷ fondata da Jorge de Arteaga negli anni '50, che riunì un gruppo di designer e illustratori di talento, definendo un linguaggio grafico moderno per il paese. Tuttavia, il design grafico non divenne una professione consolidata fino agli anni successivi. Il design grafico in Uruguay non era riconosciuto come professione fino alla fine del XX secolo, a causa di una mancanza di strumenti, materiali e di una storia del design poco valorizzata nell'educazione. Le crisi economiche e la dittatura (1973-1985) hanno ulteriormente ostacolato lo sviluppo del settore. Tuttavia, il design uruguayano esisteva e alcuni designer, come Carlos Palleiro e Horacio Añón, ottennero una certa visibilità internazionale.

Il designer Martín Azambuja ha iniziato a esplorare il design uruguayano degli anni '50-'80, trovando ispirazione in vecchie illustrazioni e grafiche. Con il suo studio Estudio Mundial, ha creato una piattaforma per valorizzare questi lavori dimenticati. L'educazione al design in Uruguay tende a guardare all'Europa e agli Stati Uniti, trascurando la produzione locale. Azambuja e il suo team sono attratti dalla fusione tra grafica e illustrazione tipica di quel periodo, quando il lavoro era manuale e più raffinato rispetto all'era digitale. Le limitazioni tecniche imposte dalla mancanza di risorse hanno portato a soluzioni creative uniche, come l'uso frequente di alcuni colori per motivi pratici. Inoltre, i designer uruguayani erano influenzati da movimenti internazionali, come la tipografia europea e l'illustrazione polacca.

Solo dopo aver visto la rivista tedesca Novum, i designer uruguayani hanno iniziato a identificarsi come "graphic designers" piuttosto che semplici "disegnatori". Le restrizioni che hanno affrontato hanno contribuito a creare uno stile distintivo, che Azambuja e il suo team vogliono preservare e promuovere.

Negli anni '70, la situazione politica dell'Uruguay cambiò radicalmente, con l'instaurazione di una dittatura militare dopo il colpo di stato del 1973, che interruppe bruscamente tutti i settori della vita nazionale, inclusi quelli culturali e creativi. La repressione politica e sociale sconvolse la vita del paese e cambiò radicalmente l'economia e le dinamiche produttive.

Con la fine della dittatura e l'inizio della ricostruzione democratica a metà degli anni '80, il design in Uruguay cominciò una nuova fase di sviluppo. Un evento significativo fu la creazione nel 1987 del *Centro de Diseño Industrial (CDI)*, grazie alla cooperazione italo-uruguayana. Questo centro, sotto la direzione di Franca Rossi, iniziò a formare professionisti nel design industriale e tessile, anche se la sua influenza rimase limitata a causa del numero ridotto di studenti.

84) La casa Caviglia pubblicava una rivista chiamata Hogar y Decoración, le cui pagine riflettevano la varietà di pubblici a cui si rivolgeva, così come l'evoluzione di idee e forme legate al design degli arredi.

85) L'IdD diffondeva temi specifici sul design attraverso le sue pubblicazioni. Ad esempio, la traduzione del libro di Henry Dreyfuss *La misura dell'uomo* o la conferenza di Maldonado *Architettura e design industriale in un*

mondo in cambiamento. Questa fu pubblicata nel 1964 in un'edizione mimeografata che includeva anche la trascrizione della tavola rotonda Ulm e la metodologia dell'insegnamento del design industriale e dell'architettura e le note prese da Glauco Casanova in occasione del Seminario sul design industriale organizzato dal CIDI a Buenos Aires.

86) Tra le industrie nazionali, l'azienda Queirolo Varela

fu la prima a rivolgersi al CIDI per organizzare il primo concorso nazionale di design industriale, dedicato ai controsoffitti in gesso. Vedi la rivista Summa, n. 30, Buenos Aires, ottobre 1970, p. 18, e Empresa Queirolo Varela. 1943-1978, Homenaje en ocasión de su 35 Aniversario, Montevideo, novembre 1978.

87) Vedi "Reportajes: Jorge de Arteaga" nel bollettino di ADG, N°7, marzo del 1992, pp.4-8.

Negli anni '90, emersero diversi studi di design, come Kairos e Cronos, e si sviluppò una crescente collaborazione con aziende nazionali come Motociclo e Antel. L'offerta formativa si ampliò grazie a corsi privati presso l'Università ORT e altri istituti, e la Facoltà di Architettura riprese i corsi di design di interni e mobili. Nel campo del design grafico, nacque nel 1990 l'Associazione dei Designer Grafici Professionisti dell'Uruguay (ADG), con l'obiettivo di promuovere la professione e organizzare eventi. Nel 1997, l'ADG organizzò il Congresso ICOGRADA a Punta del Este, attirando l'attenzione internazionale, ma con il supporto limitato delle autorità locali. Altre associazioni, come ADDIP e ADIT, affrontarono simili difficoltà.

Le pubblicazioni specializzate aumentarono, con riviste come *Arte e Diseño* ed *Elarga*, anche se molte ebbero vita breve. Eventi come il Primo Incontro con il Design Nazionale e le Biennali di Design Herman Miller Uruguay diedero visibilità ai giovani designer. Nonostante questi sforzi, la produzione di design rimase frammentata, e il design non veniva ancora considerato una disciplina centrale per lo sviluppo del paese.

Nei primi anni 2000, emersero iniziative positive, come il concorso per il design delle cabine telefoniche pubbliche di Antel, che coinvolse i designer in tutte le fasi del processo produttivo, e la creazione del marchio-paese *Uruguay Natural* nel 2002, volto a promuovere l'immagine turistica del paese. Tuttavia, nonostante questi progressi, il design in Uruguay fatica ancora a ottenere un riconoscimento istituzionale e a inserirsi stabilmente nei programmi industriali e culturali del paese.



UruguayNatural

Fig 112: marchio del paese "Uruguay Natural", 2002

Colombia

Il percorso del design in Colombia ha seguito una traiettoria complessa, influenzata dalle sfide dell'industrializzazione, dalle trasformazioni economiche e dal difficile equilibrio tra tradizione e modernità. Le prime manifestazioni di design moderno possono essere rintracciate nei primi decenni del XX secolo, con esempi significativi come la *Ciudad Universitaria* di Bogotá, ma è stato solo con l'avanzare dell'industrializzazione che il design ha cominciato a imporsi come strumento strategico per lo sviluppo del paese. Già nel 1913, la pianificazione urbana assumeva un ruolo centrale con il piano *Medellín Futuro*,⁸⁸ mentre la fondazione della Società Industriale Cinematografica Latinoamericana nel 1914 segnava l'avvio di un'industria culturale. Nel 1916, la nascita della rivista *Cromos* contribuiva alla diffusione delle arti plastiche e del design grafico, affiancandosi a importanti progetti infrastrutturali come la costruzione della Dogana di Barranquilla e l'ampliamento dei porti di Buenaventura e Bocas de Ceniza.

Negli anni '20, la modernizzazione dell'architettura colombiana ricevette un impulso significativo con l'arrivo dell'architetto belga Agustín Goovaerts⁸⁹ a Medellín, mentre l'industria tessile si sviluppava con la fondazione di importanti fabbriche come El Hato, che in seguito sarebbe diventata Fabricato. La pubblicità grafica cresceva con influenze dell'Art Nouveau e l'introduzione di nuove tecniche visive. Nel 1925, il celebre caricaturista Ricardo Rendón contribuiva alla creazione dell'iconica immagine delle sigarette *Pielroja*, un esempio precoce di branding in Colombia. Nel 1930, il design dei loghi si affermava grazie al lavoro di designer come Jaime Posada e Luis Eduardo Viecco, mentre le influenze dell'Art Déco e della Bauhaus trovavano spazio in edifici iconici come il Palazzo Comunale di Medellín e la Biblioteca Nazionale.



Fig 113: Ricardo Rendón, sigarette *Pielroja*, 1925

88) Il piano Medellín Futuro (1913), pensato da Ricardo Olano e Carlos E. Restrepo, che ha ormai 99 anni da quando è stato approvato e che non è mai stato realizzato, a causa degli uomini-ostacolo, come venivano chiamati all'epoca coloro che negarono spazi privati (mangas e potreros) per creare spazi pubblici o che tentarono di venderli a un prezzo esorbitante. Questo piano di Medellín Futuro prevedeva una città

abitabile, bella, pensata per il benessere e lo sviluppo delle abitudini della gente in crescita.

89) Ha sviluppato diversi progetti architettonici e urbanistici principalmente a Medellín e in altre città della Colombia, dove ha vissuto per otto anni. Alcune delle sue opere sono state dichiarate Monumento Nazionale di quel paese, ma molte altre sono state demolite a metà e alla fine del ventesimo secolo.

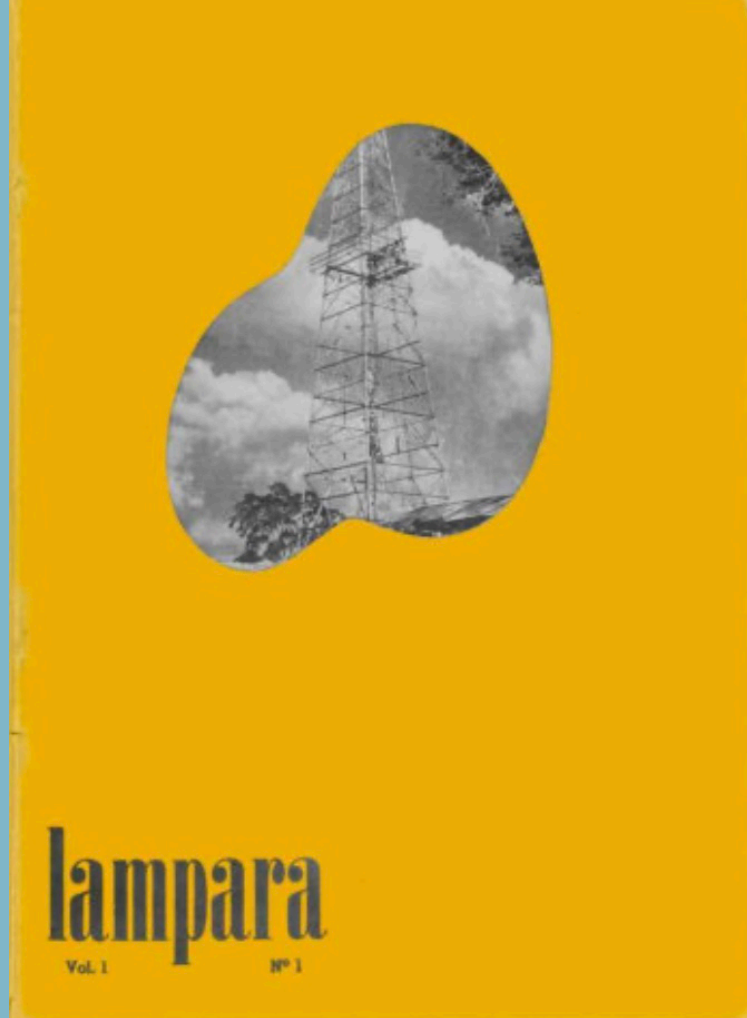


Fig 114/115: rivista *Lámpara*

Negli anni '40, la Seconda Guerra Mondiale spinse il paese a ridurre la dipendenza dalle importazioni, incentivando lo sviluppo dell'industria locale. Il settore tessile si espandeva, e aziende come Bavaria istituivano dipartimenti pubblicitari interni. Il design iniziava a entrare nell'ambito dell'educazione con l'istituzione del primo corso di design all'Università de los Andes nel 1949. Nel frattempo, il celebre architetto Le Corbusier propose un piano urbanistico per Bogotá che influenzò profondamente la progettazione urbana colombiana. Gli anni '50 videro il boom dell'uso del cemento armato, con la costruzione di edifici simbolici come la sede della Banca di Bogotá, mentre il settore editoriale si sviluppava con la rivista *Lámpara*, un punto di riferimento per le arti grafiche. In questo

periodo, designer come Anatole Kasskoff e Jaime Gutiérrez Lega si affermarono con soluzioni progettuali che combinavano estetica e funzionalità. Nel corso della metà del secolo scorso, la Colombia si trovava a fronteggiare una rapida urbanizzazione e una crescente apertura verso le influenze internazionali. Le città come Bogotá, Medellín e Cali divennero centri di trasformazione in cui l'industria, l'architettura e il design venivano plasmati dalle nuove dinamiche economiche. Tuttavia, l'integrazione dei concetti moderni nel tessuto produttivo e sociale non fu immediata, e la società colombiana, fortemente legata alle proprie radici culturali e artigianali, si mostrava inizialmente sospettosa nei confronti delle novità provenienti dall'estero.

In questo scenario, il design si rivelò essere un ponte tra passato e futuro, un mezzo per adattare le tecnologie e le estetiche moderne alle necessità locali. I designer dovettero affrontare la difficoltà di trovare una lingua comune tra i modelli esteri e la realtà sociale e culturale del paese. In questo contesto, l'influenza delle élite intellettuali e borghesi, che si ispiravano ai modelli europei e statunitensi, fu fondamentale per favorire la diffusione di idee innovative. Tuttavia, mentre le città più avanzate come Bogotá e Medellín cominciavano ad integrare questi concetti, le regioni rurali rimasero ancorate a metodi di produzione artigianale, creando una modernizzazione frammentaria e disomogenea.

Il campo del design grafico rappresentò uno degli ambiti in cui l'industrializzazione ebbe un impatto significativo. La necessità di comunicare in modo più efficace e accattivante divenne sempre più evidente con l'espansione dell'industria pubblicitaria e dell'editoria. Le prime pubblicazioni illustrate, come *El Gráfico* e *Cromos*, mostrarono il potenziale della grafica come strumento di comunicazione di massa. Il grafico argentino Ramón L. Sorribes portò nella Colombia nuovi spunti visivi che ispirarono la grafica pubblicitaria. Tuttavia, fu solo con il consolidarsi dell'industrializzazione che il design grafico cominciò a definire una lingua visiva autonoma, capace di unire influenze internazionali e identità locale. L'introduzione del packaging, delle etichette per i prodotti locali e della pubblicità visiva nelle città colombiane spinse le aziende a investire in un'estetica più raffinata e riconoscibile, contribuendo alla diffusione della disciplina.

Parallelamente, il design industriale affrontava sfide più complesse, legate alla struttura economica e produttiva del paese. La scarsità di risorse tecnologiche e la difficoltà di collaborazione tra designer e imprenditori rallentarono l'integrazione del design nei processi produttivi. Tuttavia, alcuni settori, come l'arredamento e la produzione di mobili, cominciarono a sperimentare nuove soluzioni progettuali. Designer come Anatole Kaskoff, un pioniere del design industriale in Colombia, e Jaime Gutiérrez Lega, noto per il suo approccio innovativo e funzionale nel design di mobili e oggetti d'uso quotidiano, contribuirono all'introduzione di un'estetica moderna e funzionale che combinava tradizione e innovazione. L'industrializzazione colombiana seguì un modello di sostituzione delle importazioni, finalizzato a ridurre la dipendenza dall'estero. Questo modello, sebbene utile per stimolare la crescita interna, mise in evidenza i limiti strutturali della produzione locale, soprattutto nei settori strategici come quello siderurgico. L'acciaieria Paz del Río, una delle principali industrie del paese, evidenziò la necessità di integrare il design nei processi produttivi per migliorare la qualità e l'efficienza dei prodotti. Tuttavia, nonostante gli sforzi di designer come Roberto H. González, che si occupò della progettazione industriale, il design industriale faticava a diventare un elemento strutturale nell'economia del paese.



Fig 116: rivista *Cromos*, 1916

Gli eventi e le esposizioni giocarono un ruolo fondamentale nel sensibilizzare l'opinione pubblica sull'importanza del design. Manifestazioni come la *Exposición Panamericana de Artes Gráficas*⁹⁰ a Cali e la Biennale Americana delle Arti Grafiche di Medellín offrirono un'occasione per confrontarsi con le realtà estere e per valorizzare le produzioni locali, contribuendo a una crescente consapevolezza della disciplina. Questi eventi permisero anche di entrare in contatto con designer internazionali e professionisti del settore, come il grafico argentino Clorindo Testa, che influenzò profondamente la scena del design colombiano.

Negli anni '60, l'architettura colombiana si allontanava dal funzionalismo per valorizzare materiali locali come il mattone, con figure come Rogelio Salmona che introducevano un linguaggio architettonico più organico. Il design grafico trovava un punto di svolta con la fondazione, nel 1962, della prima azienda di design grafico indipendente da parte di Dicken Castro.⁹¹ Durante il Congresso Eucaristico Internazionale del 1968, Bogotá subì una profonda trasformazione grafica e urbana, testimoniando la crescente importanza del design nella vita quotidiana. Parallelamente, il design industriale cominciava a trovare applicazioni nel settore dell'arredamento, con la sperimentazione di nuove soluzioni progettuali per mobili e oggetti d'uso quotidiano. Negli anni '70, con il progresso tecnologico e l'introduzione di nuovi materiali, il design grafico in Colombia iniziò a emanciparsi dalle arti visive tradizionali, acquisendo una propria identità. Questo periodo fu caratterizzato dall'espansione del settore immobiliare, con la costruzione di grattacieli iconici come gli edifici Avianca

e Coltejer, mentre il design industriale si consolidava con la nascita della Facoltà di Design presso l'Università Pontificia Bolivariana. L'apertura del centro commerciale Unicentro a Bogotá nel 1976 segnò un punto di svolta per il retail design, introducendo nuovi concetti di spazio commerciale. Nel campo dell'architettura, progetti come la *Casa Huéspedes Ilustres* a Cartagena, realizzata da Rogelio Salmona, testimoniavano la ricerca di un linguaggio moderno capace di integrare tradizione e innovazione. Durante gli anni '80, il design colombiano cominciò a ottenere riconoscimento internazionale grazie a eventi di rilievo come il Simposio e Mostra di Design, che attirarono figure di spicco come Mario Bellini e Gae Aulenti, contribuendo alla diffusione di idee innovative nel paese. L'industria grafica crebbe rapidamente con la nascita di nuove aziende specializzate, mentre la creazione del celebre poster di Carlos Duque⁹² per la campagna presidenziale di Luis Carlos Galán nel 1982 divenne un'icona della comunicazione visiva, testimoniando l'efficacia del design grafico come strumento di espressione sociale e politica.

In questi anni, il governo e le istituzioni accademiche riconobbero il potenziale del design come leva strategica per lo sviluppo economico, promuovendo iniziative come la fondazione dell'Associazione Colombiana dei Designer nel 1981 e l'attuazione di programmi di supporto alle industrie creative. Tuttavia, nonostante gli sforzi per integrare il design nei processi produttivi, esso veniva ancora percepito da molte imprese come un elemento secondario, relegato alle fasi finali di produzione e marketing.

90) Nel novembre del 1970 si tenne a Cali l'Esposizione Panamericana delle Arti Grafiche, organizzata dal Museo di Arte Moderna La Tertulia con il patrocinio della multinazionale Cartón de Colombia; vi parteciparono 120 artisti latinoamericani e furono premiati.

91) Architetto e designer grafico antioqueño (Medellín, 1922). Dicken Castro si laureò in architettura presso l'Università Nazionale della Colombia a Bogotá. Fece studi post-laurea in architettura presso l'Università

dell'Oregon-Eugene, negli Stati Uniti, dove lavorò anche come assistente professore. Ha progettato i loghi di importanti aziende e di alcune monete. Legato alle università Nazionale della Colombia e Jorge Tadeo Lozano, ha contribuito alla formazione delle nuove generazioni di architetti. I suoi lavori sono stati esposti a livello nazionale e internazionale.

92) La sua pratica lavorativa è stata principalmente

come direttore creativo per importanti agenzie pubblicitarie in Colombia. L'esperienza professionale di Carlos Duque si concentra su tre aree della comunicazione: la creazione pubblicitaria, il design grafico e lo sviluppo dell'immagine pubblica e politica. Dal 1996, Duque ha integrato la sua attività professionale con la pratica della fotografia, sviluppando progetti per riviste come Cromos, Diners, SOHO, Caras e Jet Set.

L'apertura economica degli anni '90, promossa dal governo di César Gaviria, accelerò la globalizzazione del mercato colombiano e favorì una maggiore consapevolezza del ruolo strategico del design nella competitività delle imprese. Il logo *Marca Colombia*, progettato nel 1991 da David Consuegra, divenne un simbolo dell'identità nazionale e segnò un passo importante nella costruzione di un'immagine coerente del paese a livello internazionale. La nascita di nuove piattaforme di confronto e diffusione, come la *Red Nacional de Diseño* e la rivista *Axxis*, contribuì a rafforzare il dialogo tra designer, imprese e istituzioni. In questo periodo, il trasporto urbano subì una significativa trasformazione con l'inaugurazione della Metropolitana di Medellín nel 1995, un esempio di come il design urbano potesse incidere positivamente sulla qualità della vita cittadina.

L'avvento della tecnologia digitale negli anni '90 rivoluzionò il settore, rendendo la progettazione più accessibile, versatile e veloce. Nuove tecniche e strumenti digitali permisero ai designer di esplorare soluzioni innovative e sperimentali, distaccandosi ulteriormente dalle influenze tradizionali. Parallelamente, le università colombiane ampliarono la loro offerta formativa con corsi specifici di design, contribuendo alla crescita di una nuova generazione di professionisti con una visione più strategica e globale della disciplina.

Nonostante i progressi, l'integrazione del design nell'industria colombiana continuò a procedere a ritmi alterni, con fasi di entusiasmo seguite da momenti di stagnazione dovuti a sfide economiche e alla mancanza di una visione condivisa a livello istituzionale e imprenditoriale. Tuttavia, alcuni settori, come l'artigianato e la moda, continuarono a sperimentare nuove soluzioni progettuali per valorizzare le tradizioni locali attraverso un linguaggio visivo contemporaneo, dimostrando come il design potesse fungere da ponte tra innovazione e patrimonio culturale.

Nel nuovo millennio, il design colombiano ha trovato nuove opportunità grazie alla crescente diffusione delle tecnologie digitali, alla nascita di startup creative e all'attenzione verso la sostenibilità. Designer come Juan Pablo Garcés, con la sua agenzia innovativa, hanno contribuito a ridefinire l'identità del design colombiano, mentre collettivi come Distrito 6 hanno valorizzato l'artigianato locale attraverso linguaggi visivi contemporanei. L'interesse per la produzione locale è cresciuto, offrendo nuove possibilità di crescita per il settore. Tuttavia, nonostante i progressi, molte aziende continuano a relegare il design alla fase finale della produzione, limitando il suo impatto strategico.

La storia del design in Colombia è il riflesso di un processo di adattamento costante, segnato dalle tensioni tra modernità e tradizione, influenze globali e radici locali. Sebbene permangano ostacoli strutturali, il design continua a rappresentare una straordinaria opportunità per costruire un futuro più innovativo e sostenibile per il paese.

Venezuela

Il design venezuelano si è sviluppato in modo stretto e intrinseco ai cambiamenti economici e politici del paese, in particolare alla transizione da un'economia agricola basata su cacao e caffè a una petrolifera nel XX secolo. L'arrivo delle compagnie petrolifere straniere ha avuto un impatto culturale profondo, influenzando anche il design, come dimostrato dalla rivista *Tópicos Shell*, lanciata nel 1939 dalla Royal Dutch Shell e continuata sotto la compagnia statale PDVSA dopo la nazionalizzazione del settore nel 1975. Nel XIX secolo, il Venezuela attraversava turbolenze politiche e un'economia rurale, ma si osservano già i primi tentativi di design industriale, come la *pinza di Rincones*, presentata all'Esposizione di

Caracas del 1883. Senza scuole di design, furono gli artisti plastici a introdurre le prime espressioni di design grafico, influenzati dalle correnti artistiche europee come l'Art Déco, con pionieri come Pedro Ángel González e Carlos Cruz-Diez. Gli anni '50 segnarono una vera e propria svolta, grazie alla prosperità economica derivante dalle ingenti entrate petrolifere. Il governo promosse la modernizzazione del paese attraverso il Nuevo Ideal Nacional, attirando immigrati europei che contribuirono significativamente al settore del design, tra cui Cornelis Zitman⁹³ dall'Olanda, Gerd Leufert⁹⁴ dalla Lituania e Nedo Mion Ferrario⁹⁵ dall'Italia.

93) Al suo arrivo in Venezuela, Cornelis Zitman lavorò nella città di Coro come disegnatore tecnico. Nel 1949 si trasferì a Caracas, dove dipinse insegne fino a quando gli fu affidato l'incarico di progettare e produrre gli arredi per una concessionaria General Motors a Maracaibo. Da allora iniziò a sviluppare stand, dispositivi

espositivi e mobili per ufficio per Decodibo. La crescita fu tale che Anthony Dibo si associò con due architetti venezuelani, Carlos Guinand e Moisés Benacerraf, per fondare il primo negozio Decodibo (1955) a Caracas.

94) Gerd Leufert si formò presso la HfG di Hannover,

la Scuola di Artigianato di Magonza e l'Accademia di Belle Arti di Monaco.

95) Nedo M.F. studiò presso l'Istituto Commerciale e Tecnico di Milano e l'Accademia di Belle Arti della stessa città.

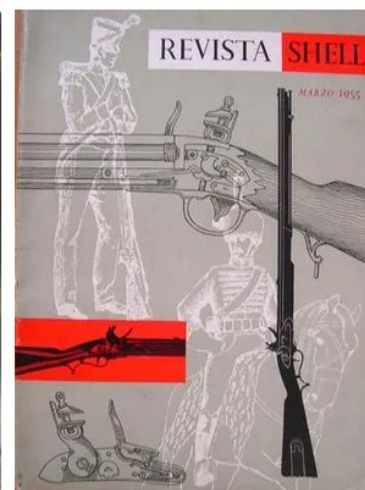


Fig 117/118: Santiago Riola, rivista Shell, 1955

Questi designer influenzarono profondamente il design industriale e grafico del Venezuela, che vide la nascita di aziende di arredamento e design d'interni come Decodibo⁹⁶, Tecoteca e Lampolux, che portarono uno stile moderno ispirato all'estetica internazionale. L'industria pubblicitaria, dominata da agenzie statunitensi e britanniche, contribuì notevolmente alla crescita del design grafico, con pubblicazioni come *Tópicos Shell* e *Revista Shell* che riflettevano l'evoluzione tecnologica e stilistica del settore. Nel design di mobili, Miguel Arroyo⁹⁷ si distinse per la produzione di pezzi unici, realizzati con legnami locali, destinati a un pubblico d'élite. Nel 1964, fu creato l'Istituto di Design (IDD), fondato da Hans Neumann, un'istituzione che divenne cruciale per la formazione dei primi professionisti del design in Venezuela. Sebbene inizialmente l'offerta fosse orientata maggiormente al design grafico, a causa della mancanza di

un'industria manifatturiera consolidata nel paese, l'istituto influenzò fortemente il panorama del design locale. L'astrazione geometrica e le correnti artistiche moderne, come il minimalismo, si riflettevano nello stile del design dell'istituto, con un impatto importante sulle produzioni editoriali e pubblicitarie negli anni successivi. Durante gli anni '70 e '80, il design grafico si consolidò nel settore culturale e politico del paese, con la creazione di manifesti e campagne elettorali. Al contrario, il design industriale faticava a svilupparsi, a causa delle limitate opportunità offerte dal mercato locale. Tuttavia, le principali manifestazioni del design continuarono ad emergere attraverso riviste aziendali e istituzioni culturali come il Museo delle Belle Arti, che giocarono un ruolo cruciale nella promozione del design nel paese.

96) Decodibo, così come Tecoteca e Capuy, sono negozi inaugurati negli anni Cinquanta a Caracas, con filiali a Maracaibo e Valencia. Tutti e tre esistono ancora oggi. Decodibo si è distinta per l'importazione di linee di arredamento e accessori per ufficio e casa. In tempi più recenti, ha reintrodotti pezzi nazionali, progettati da architetti come Edmundo Díquez.

97) Miguel Arroyo studiò negli Stati Uniti e fece parte

del gruppo Los Disidentes a Parigi. Si dedicò alla commercializzazione dei suoi design attraverso il negozio Gato. Fu direttore del Museo di Belle Arti tra il 1969 e il 1975, promuovendo il design in diverse aree mediante l'organizzazione di mostre nazionali e internazionali. Fu anche responsabile della creazione del dipartimento di design, diretto da Gerd Leufert.

Gli anni '80 segnarono una crisi economica con il “venerdì nero”⁹⁸ del 1983, che rese difficile l'importazione e obbligò l'industria locale a investire maggiormente nel design nazionale, soprattutto nel packaging alimentare e nelle copertine musicali. Quotidiani e riviste rinnovarono il loro design, mentre istituzioni come l'Instituto de Diseño Caracas e la Asociación Pro Diseño formarono nuove generazioni di professionisti. In questo periodo, la fotocomposizione divenne una tecnologia centrale nel settore editoriale, e PDVSA continuò a essere un importante datore di lavoro per i designer. Il design industriale rimase marginale rispetto al design grafico, con un focus principalmente sulla produzione di mobili e complementi d'arredo, influenzati dalla svalutazione della moneta che limitò le importazioni. Tuttavia, progetti significativi come la *Metro di Caracas* e il *Teatro Teresa Carreño* evidenziarono un avanzamento nell'approccio multidisciplinare al design urbano.

Negli anni '90, il Venezuela attraversò un periodo di crisi politica ed economica, segnato da eventi come il *Caracazo*⁹⁹ del 1989, tentativi di golpe e una grave crisi finanziaria.

Nonostante questo contesto turbolento, il settore imprenditoriale si caratterizzò per la presenza di piccole e medie imprese nei servizi e nel commercio, mentre la manifattura rimase debole. Il design degli anni '90

si distinse per la sua eterogeneità, grazie alla diversificazione dei centri di formazione e alla professionalizzazione del settore iniziata negli anni '80. Un fattore chiave fu l'introduzione del computer personale, che rese il design più accessibile. Diverse scuole di design, come la Scuola di Design Integrale dell'Università Nazionale Sperimentale di Yaracuy (UNEY), emersero con approcci interdisciplinari e innovativi. Nel 1995, venne creato il Centro de Arte La Estancia, un'istituzione dedicata alla promozione del design e della fotografia, finanziata da Petróleos de Venezuela, mentre nel 1992 venne fondato il Museo della Stampa e del Design Carlos Cruz-Diez, che contribuì alla diffusione del design nel paese.

L'Associazione Latinoamericana di Design (ALADI) svolse un ruolo importante nella promozione del settore attraverso eventi e congressi, e alcune aziende, come Orangex e Metaplug, cominciarono a integrare il design nei loro piani di sviluppo e competitività. Tuttavia, in Venezuela il design veniva ancora principalmente apprezzato per il suo valore estetico, e non come strumento strategico per la produttività. Nonostante gli sforzi del settore culturale, il design non è stato adeguatamente integrato nelle politiche pubbliche, né supportato dal settore privato, che preferiva l'importazione e la copia.

98) Il “Viernes Negro” (Venerdì Nero) in Venezuela si riferisce a venerdì 18 febbraio 1983, quando il bolívar venezuelano fu devalutato in modo significativo rispetto al dollaro statunitense. Questo evento causò una notevole destabilizzazione della valuta dell'economia venezuelana.

99) Il Caracazo, o Sacudón, è il nome di una serie di

forti proteste e disordini in Venezuela durante il governo di Carlos Andrés Pérez. Ebbero inizio il 27 febbraio 1989 e terminarono il giorno successivo, il 28 febbraio. La rivolta ebbe origine nella città di Guarenas, sita a pochi chilometri da Caracas e ci furono circa 3500 vittime.

Con l'ascesa di Hugo Chávez alla presidenza nel 1998, si prospettavano cambiamenti radicali, ma il design venezuelano rimase confinato in nicchie ristrette, senza avere un impatto significativo sulla vita quotidiana dei cittadini.

Nel contesto del design venezuelano degli anni 2000, nonostante le difficoltà economiche e politiche, il panorama ha visto una crescita significativa. Il paese ha affrontato sfide legate alla crisi economica, con un aumento dell'inflazione e una crescente scarsità di beni di consumo, che hanno influenzato anche il settore del design. Il governo di Hugo Chávez, con le sue riforme sociali ed economiche, ha modificato radicalmente il contesto politico ed economico, nazionalizzando numerose risorse e introducendo politiche che hanno avuto un impatto diretto sulle industrie creative e sul design. In risposta a queste sfide, sono emerse nuove iniziative nel campo del design, con la creazione di studi e agenzie che hanno contribuito alla professionalizzazione del settore. Agenzie come ARRÉ Design, fondata dal designer venezuelano Antonio Paiva a Rotterdam, hanno promosso il design latinoamericano e stabilito un legame più stretto con il mercato internazionale. *Casa Curuba*, attiva dal 1988 al 2011, ha svolto un ruolo fondamentale come incubatore di design, commissionando lavori a designer emergenti e affermati e creando una sintesi tra alta artigianalità e produzione industriale.

Il settore formativo ha visto un'evoluzione con la nascita di nuovi studi e

scuole di design, che hanno cercato di fornire una preparazione adeguata alle esigenze del mercato globale. Designer come Rodolfo Agrella, Bernardo Mazzei e Jorge Rivas hanno continuato a esplorare la relazione tra tradizione e modernità, affrontando tematiche sociali e culturali attraverso il design. Nonostante il difficile contesto politico ed economico, il design in Venezuela ha continuato a evolversi, mantenendo un forte legame con le radici culturali locali e uno sforzo costante per innovare e confrontarsi con il panorama internazionale. Le difficoltà non hanno impedito ai designer di sviluppare progetti che riflettono la complessità sociale e culturale del paese, portando avanti un dialogo tra modernità e tradizione.

Il design venezuelano è oggi riconosciuto a livello internazionale grazie a professionisti di talento che lavorano per clienti globali e ricevono prestigiosi premi. Alcuni designer di spicco includono Jorge Montero, Álvaro Sotillo¹⁰⁰, Max Lefeld e Carolina Herrera, attivi in ambiti come il design grafico, industriale e della moda. Nonostante le difficoltà economiche del paese, il design continua a fiorire attraverso l'innovazione e la creatività.

Guardando al futuro, il design venezuelano appare promettente, con sempre più designer emergenti che portano avanti l'eredità dei pionieri e si affermano a livello globale. La solida base costruita nel passato rappresenta un trampolino di lancio per nuove opportunità e sfide.



Fig 119: Hugo Chavez (1954-2013), presidente venezuelano dal 1999

100) Sotillo studiò arti plastiche e design tra il 1962 e il 1969. Fu designer e curatore del Museo di Belle Arti dal 1969 al 1975. Inoltre, lavorò come consulente di design grafico per il Centro de Arte La Estancia.

Nel 1975 vinse il suo primo premio internazionale con la pubblicazione *Breve historia del grabado en metal*. Nel 2004 ricevette il Premio Gutenberg a Lipsia.

Ecuador

L'Ecuador si distingue per la sua straordinaria diversità naturale e culturale, con quattro regioni geografiche e una ricca eredità indigena che ha plasmato un artigianato variegato e in continua evoluzione. Nel tempo, l'introduzione di nuove tecniche, materiali e modelli estetici ha arricchito questo settore, grazie anche al contributo di organizzazioni come il Centro Interamericano de Artesanía y Artes Populares (CIDAP). Queste istituzioni hanno avuto un ruolo fondamentale nella formazione degli artigiani, combinando le conoscenze ancestrali con competenze moderne, portando alla nascita della figura dell'"artigiano designer", capace di innovare pur preservando la tradizione. Anche enti come Sinchi Sacha e Maquita Cushunchic¹⁰¹ hanno contribuito alla crescita del settore artigianale, offrendo supporto e opportunità di sviluppo.

Negli anni '50, il paese conobbe una stabilità economica grazie al cosiddetto "boom della banana", favorito dalla crisi nelle piantagioni dell'America Centrale, e all'esportazione di prodotti come i sombreros de paja toquilla, comunemente noti come Panama Hats, che rappresentarono importanti fonti di reddito per il paese e simboli di artigianato nazionale. In questo periodo, la produzione di oggetti artigianali, tra cui mobili e utensili, era tradizionalmente legata alla vita quotidiana e alle necessità rituali, ma subì un'evoluzione grazie all'introduzione di nuove tecniche, all'influenza di professionisti europei e al rafforzamento delle scuole di arte e design. L'influenza di figure come l'architetto ceco Karl Kohn Kagan e l'artista ungherese Olga Fisch¹⁰² introdusse nuove correnti artistiche

e architettoniche, tra cui l'International Style, che contribuirono alla modernizzazione del panorama creativo locale. Artisti come Araceli Gilbert¹⁰³ e Galo Galecio iniziarono a sperimentare con forme più moderne e internazionali, pur mantenendo radici locali.

Negli anni '60, l'Ecuador dovette affrontare una crisi economica che spinse il paese verso la modernizzazione, favorita da prestiti internazionali e dalle riforme del Fondo Monetario Internazionale (FMI). La scoperta del petrolio nell'Amazzonia ecuadoriana nel 1967 segnò una svolta economica significativa, portando alla nascita di nuove industrie complementari, come quelle della plastica e della ceramica. Tuttavia, la crescita economica non riuscì a ridurre le disuguaglianze sociali, che continuarono a rappresentare una sfida per il paese. Crebbero settori come la ceramica e il design industriale, e aziende come Artesa, fondata nel 1961, che seppe unire tradizione e design industriale, ottenendo riconoscimenti internazionali per la produzione ceramica. Il design visivo e la comunicazione divennero sempre più richiesti, con il lavoro di designer come Peter Mussfeldt, che influenzò importanti marchi nazionali. Parallelamente, l'arrivo di multinazionali come Nestlé, che acquisirono marchi locali, ebbe un impatto sul settore industriale, suscitando preoccupazioni sulla perdita di identità culturale.

101) La fondazione Sinchi Sacha ("Selva Poderosa" in quichua) è un socio solidale di più di 300 laboratori artigianali in tutto l'Ecuador.

Maquita Cushunchic è un'istituzione privata che opera dal 1985 come iniziativa delle Comunità Ecclesiali di Quito; si occupa di formazione, organizzazione e commercializzazione nei settori rurali e urbani a basso reddito.

102) Karl Kohn Kagan, architetto ceco, arrivò in

Ecuador alla fine degli anni Trenta. Il suo design architettonico, funzionalista (Arquitectura a Destiempo), è parte del paesaggio urbano de La Vicentina, un quartiere del centro-nord di Quito; progettò anche i mobili per queste case.

Olga Fisch nacque a Budapest all'inizio del XX secolo. Studiò in Ungheria e lavorò nella ceramica a Vienna. Emigrò in Germania e poi a Parigi. Nel 1938 arrivò a New York. Alcuni dei suoi lavori furono pubblicati su

Vogue Magazine. Fu insegnante di Jaime Andrade e Oswaldo Guayasamín. Con loro e altri artisti fondò negli anni '60 l'Istituto Ecuatoriano del Folklore. Contribuì con nuove idee per le figure di marzapane, i ricami di Zuleta, i tessuti salasacas, la tigua, i dipinti popolari e la ceramica dell'Amazzonia.

103) Araceli Gilbert (Guayaquil 1913 - Quito 1993) iniziò i suoi studi nel 1936 presso la Scuola di Belle Arti di Santiago del Cile. La sua opera fu influenzata da Jorge



Fig 120: General Motors, "Aymesa Andino", 1973

Durante gli anni '70, l'industria ecuadoriana si espanse rapidamente con la nascita di aziende come Ecasa, specializzata in elettrodomestici, e realtà emergenti nel design d'arredo, come Arte Práctico e Fundación Forestal. Anche l'industria automobilistica fece passi avanti con la produzione dell'auto *Andino*, un modello economico realizzato localmente. Il design iniziò a influenzare anche la comunicazione visiva, con professionisti come Peter Mussfeldt¹⁰⁴, che contribuirono a definire l'immagine corporativa di numerose aziende. L'avvento della televisione con *Teleamazonas*, nel 1974, segnò una nuova era di modernizzazione mediatica, mentre la crescita del settore petrolifero continuava a trasformare il paese, seppur senza una distribuzione equa della ricchezza. Il periodo compreso tra il 1972 e il 1979 fu caratterizzato da due dittature e dal boom petrolifero, che portò grandi entrate economiche e investimenti, ma il crollo dei prezzi del petrolio nel 1975 accentuò le disuguaglianze economiche.

Caballero e Hernán Gazmurri, rappresentanti della ribellione plastica cilena che si manifestò nel gruppo Montparnasse. Nel 1941 entrò alla Scuola di Belle Arti di Guayaquil. Nel 1944 si trasferì a New York. Nel 1951 arrivò a Parigi e fece amicizia con August Herbin, che vent'anni prima aveva fondato il Gruppo Abstraction Creation. Ritornò in Ecuador nel 1955. Nel 1965 fre-

quentò la Konstfackskola di Stoccolma, una rinomata accademia di gioielleria, dove iniziò a lavorare nel design di gioielli in argento. Partecipò a mostre nazionali e internazionali (dal catalogo *El Ecuador de Blomberg y Araceli*, Museo de la Ciudad, Quito, 2002).

104) Peter Mussfeldt (Germania, 1938) iniziò gli studi

alla Scuola di Pittura dell'Università di Dresda. All'inizio degli anni '60 si iscrisse all'Accademia di Arte di Düsseldorf. Nel 1961, in Francia, fece amicizia con Pablo Picasso e Jean Cocteau, per i quali progettò manifesti. A 24 anni emigrò in Ecuador, dove divenne direttore creativo dell'agenzia J. Walter Thompson.



Fig 121: giornali "El Universo", anni '80, foto: Carlos Barros

Gli anni '80 furono segnati da una grave crisi economica, aggravata dal fenomeno di El Niño, che colpì l'agricoltura. Tuttavia, il governo di Rodrigo Borja, eletto nel 1988, avviò un processo di ricostruzione democratica. In questo contesto, l'industria del legno si sviluppò con due tendenze principali: i mobili classici in legno massello e quelli modulari funzionali per uffici. Allo stesso tempo, l'industria grafica crebbe con aziende come Edibosco e Imprenta Mariscal, che si distinsero per la qualità delle loro pubblicazioni, e con la creazione di scuole di design. Questo periodo vide anche un fiorire del design editoriale, con giornali come *El Comercio* e *El Universo* che divennero fondamentali per lo sviluppo della stampa ecuadoriana.

Negli anni '90, la crescente domanda di design d'immagine aziendale portò alla nascita di progetti curati da designer di spicco come Max Benavides e Peter Mussfeldt.

L'apertura di corsi accademici, come quelli presso la Universidad del Azuay, e la fondazione dell'Instituto Ecuatoriano de Diseño a Quito nel 1985, favorirono la professionalizzazione del settore. Nel 1990 nacque l'Asociación de Diseñadores Gráficos (ADG), che contribuì alla crescita del settore con la pubblicazione della rivista *Papagayo* e l'organizzazione di eventi. Le politiche di modernizzazione e privatizzazione degli anni '90, sotto la presidenza di Sixto Durán Ballén, stimolarono la competizione tra le istituzioni finanziarie, aumentando la richiesta di un'identità visiva più forte. Il design industriale si affermò con aziende come Cactus Design Group e Rodney Verdezoto¹⁰⁵, specializzate nella produzione di mobili per ufficio basati su risorse locali. L'educazione al design continuò a espandersi con la fondazione della Scuola di Design presso la Universidad Católica del Ecuador nel 1994, promuovendo un approccio interdisciplinare e internazionale.



Fig 122: Guayaquil, quayside Malecón 2000, foto: Martin Zeise, 2004

L'inizio del XXI secolo portò alla stabilizzazione economica con la dolarizzazione sotto il governo di Jamil Mahuad, stimolando nuovi investimenti nel settore del design e l'emergere di nuove imprese. L'aumento dell'emigrazione ecuadoriana contribuì a sostenere la domanda di articoli per la casa e arredamento grazie alle rimesse dall'estero. Le città di Quito e Guayaquil avviarono progetti di rigenerazione urbana come il Malecón 2000, in cui il design giocò un ruolo cruciale nello sviluppo dello spazio pubblico. Le campagne di promozione internazionale, come "Ecuador, la vita in stato puro", hanno contribuito a rafforzare l'identità del Paese sui mercati globali.

Oggi, il design ecuadoriano continua a ricercare un equilibrio tra tradizione e modernità, valorizzando il patrimonio culturale locale e adattandosi alle esigenze del mercato contemporaneo.

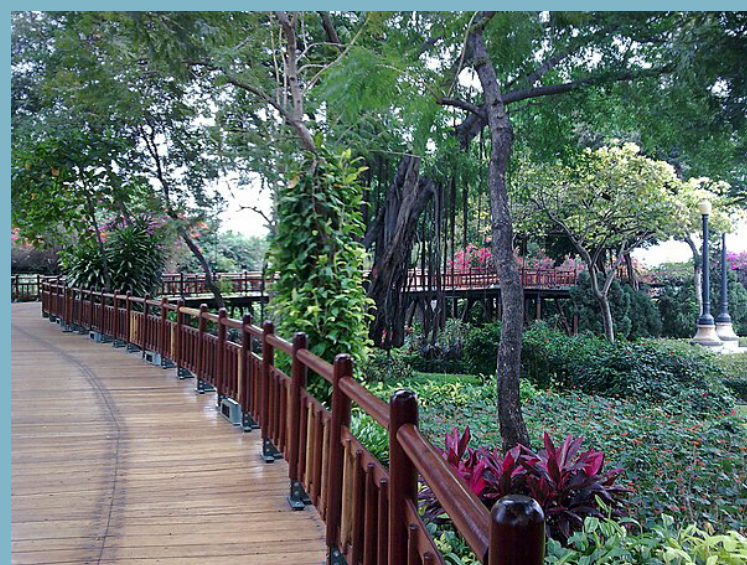


Fig 123: Jardines del Malecón 2000 en Guayaquil, 2009

Si dedicò alla serigrafia, alla xilografia, alla tappezzeria, alla gioielleria, al design della ceramica e alla pittura ad olio. La sua collezione originale di stampe per t-shirt, ispirata alla fauna e alla flora delle Isole Galápagos, diede origine ai marchi Peer (abbigliamento casual e da spiaggia, Messico) e Mussteldt Design, con presenza su tre continenti. Insieme a Raúl Jaramillo, fondò

Versus, uno studio di design nella città di Guayaquil. Il suo lavoro fa parte della collezione permanente del MOMA.

105) Rodney Verdezoto, designer industriale e di interni, realizzò il design degli interni e degli arredi per diverse aziende ecuatoriane pubbliche e private.

Conclusione

Questa ricerca ha messo in luce la ricchezza e la complessità del design latinoamericano, che emerge come una risposta creativa alle sfide socio-politiche ed economiche della regione. Attraverso l'analisi delle dinamiche storiche, culturali ed economiche di paesi come Argentina, Brasile, Cile e Messico, è stato possibile osservare come il design latinoamericano non si limiti a replicare modelli occidentali, ma abbia sviluppato una propria identità, profondamente radicata nel contesto locale. Lo studio ha evidenziato come il design della regione si sia evoluto in un contesto segnato da disuguaglianze sociali, crisi economiche e pressioni globali, dimostrando una straordinaria capacità di adattamento. La scarsità di risorse, infatti, è stata spesso trasformata in un punto di forza, stimolando la creazione di soluzioni innovative capaci di rispondere sia alle esigenze locali che alle sfide globali. Questo percorso ha permesso di delineare il design latinoamericano come un fenomeno unico e complesso, capace di esprimere una creatività resiliente e di costruire un'identità progettuale che, pur dialogando con il resto del mondo, rimane autenticamente legata alle proprie radici.

L'analisi delle tendenze e delle prospettive future del design latinoamericano ha messo in luce una serie di sfide e opportunità che il settore dovrà affrontare nei prossimi anni. In un contesto in cui le economie avanzate hanno consolidato il design come un elemento strategico e centrale nei loro processi produttivi, l'America Latina si trova ancora a costruire una propria identità progettuale, in una fase di affermazione che si intreccia con le specificità socio-economiche e culturali della regione. Questo scenario, pur presentando evidenti difficoltà, rappresenta un'opportunità unica per sviluppare un design più flessibile, innovativo e resiliente, capace di rispondere alle sfide globali valorizzando le risorse locali e le

tradizioni culturali.

Il design in America Latina è, infatti, profondamente influenzato dal contesto socio-economico. Mentre nei paesi industrializzati il design è fortemente legato alla sinergia tra industria e commercio, in America Latina si assiste a un processo di progettazione che si sviluppa in modo più fluido e decentralizzato, dove la scarsità di risorse stimola l'ingegno e l'adattamento alle circostanze. In questo quadro, il design assume un ruolo cruciale nella promozione dello sviluppo sostenibile, attraverso la creazione di soluzioni mirate a rispondere alle necessità delle comunità locali, senza però rinunciare alla possibilità di dialogare con i mercati globali. Il futuro del design latinoamericano, pertanto, dipenderà dalla capacità di integrare la globalizzazione con la valorizzazione delle radici culturali locali, promuovendo un modello di crescita che sia inclusivo, equo e rispettoso dell'ambiente.

Una delle sfide principali che il design in America Latina si trova ad affrontare riguarda la ricerca di un'identità propria, spesso legata a una visione del passato. La tendenza a recuperare codici formali regionali o a cercare ispirazione nell'epoca precolombiana può risultare problematica, soprattutto quando si tratta di applicarli in contesti moderni e globalizzati. L'identità del design latinoamericano non può essere trovata nel passato, ma deve essere creata attraverso l'innovazione e l'adattamento alle necessità contemporanee. In questo senso, l'identità del design latinoamericano è una costruzione dinamica, che non si può definire una volta per tutte, ma che deve essere continuamente reinventata e adattata alle sfide sociali, economiche e ambientali del presente.

Il percorso del design in America Latina si intreccia inevitabilmente con la storia politica ed economica della regione. Le teorie della dipendenza, che hanno interpretato lo sviluppo latinoamericano come il risultato di un modello di sfruttamento imposto dalle economie centrali, offrono un punto di partenza per comprendere la difficoltà di affermare un'identità autonoma nel design. Tuttavia, è proprio a partire da questa consapevolezza che si apre lo spazio per un design che non ripeta i modelli dominanti, ma che sappia costruire alternative locali, capaci di rispondere alle esigenze specifiche dei territori. Le politiche di design devono quindi promuovere la sostenibilità, l'innovazione e la valorizzazione delle risorse locali, favorendo la creazione di reti collaborative tra designer, artigiani, istituzioni e imprese.

Il design latinoamericano si trova, dunque, a un punto cruciale della sua evoluzione. La ricerca di un'identità progettuale che rispecchi la complessità culturale della regione, e al contempo dialoghi con le dinamiche globali, è una sfida aperta. In questo contesto, il concetto di design contestuale diventa fondamentale: un design che non solo risponde alle esigenze funzionali ed estetiche degli utenti, ma che tiene conto delle specificità geografiche, culturali e sociali del contesto in cui viene sviluppato. Questo tipo di approccio potrebbe consentire al design latinoamericano di distinguersi, evitando la standardizzazione imposta dalle logiche globali, e dando vita a prodotti che siano autenticamente radicati nei territori e nelle tradizioni, ma anche innovativi e competitivi a livello internazionale.

Il futuro del design in America Latina dipende dalla capacità di integrare tradizione e modernità, di bilanciare le esigenze del mercato globale con quelle delle comunità locali. Questo richiede non solo la partecipazione attiva dei designer, ma anche un impegno da parte delle istituzioni e dell'industria. Le politiche di design devono favorire l'educazione e la consapevolezza, creando una cultura del design che veda il design come uno strumento di cambiamento sociale ed economico, capace di migliorare la qualità della vita e di rafforzare l'identità culturale dei territori. È necessario, dunque, un approccio integrato che veda il design come un ponte tra passato e futuro, tra tradizione e innovazione.

In conclusione, la sfida del design latinoamericano è quella di costruire un'identità forte e distintiva, che sappia conciliare la valorizzazione delle risorse locali con una visione globale. Un design che, pur rispondendo alle necessità del mercato, non perda mai di vista l'importanza di preservare l'identità culturale e di promuovere un modello di sviluppo sostenibile e inclusivo. Solo attraverso un dialogo costruttivo tra designer, istituzioni e imprese, e attraverso un approccio consapevole e inclusivo, sarà possibile garantire che il design latinoamericano continui a essere un motore di cambiamento e di innovazione, capace di generare un impatto positivo sulle comunità e di contribuire in modo significativo allo sviluppo economico e culturale della regione.

Bibliografía

Fernández, Silvia, e Bonsiepe, Gui. *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*. San Cristóbal de las Casas: Designio (2009).

Sims, Lowery Stokes, Ramirez, Mari Carmen e Rangel, Gabriela. *New Territories: Laboratories for Design, Craft and Art in Latin America*. New York: Museum of Arts and Design / Black Dog Publishing (2014).

Liernur, J. F. *La construcción de una vanguardia. El caso del Grupo Austral (1937-1941)* (pp. 59-68). En AAVV, *V Jornadas de Teoría e Historia de las Artes: Arte y Poder*. Buenos Aires, CAIA (1993).

Liernur, F. y Pschepiurca, P. *La red austral. Obras y proyectos de Le Corbusier y sus discípulos en la Argentina (1924-1965)*. Bernal: Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes, Prometeo 3010 (2008).

Sosa, Rocío Irene. "La historia del arte argentino a la luz de los estudios decoloniales." *Revista Andaluza de Ciencias Sociales*, no. 30 (2020).

Amorim, Patricia, e Virginia Cavalcanti. "Apontamentos sobre o design gráfico moderno argentino: as revistas nueva visión e Summa." *Blucher Design Proceedings*, vol. 2, num. 2 (2015).

Zapata, Bonelli Ana. "Estudios visuales: trayectorias globales y recepciones locales en la historiografía del arte argentino". *H-ART. Revista de historia, teoría y crítica de arte*. nº. 13 (2023). 105-126.

Balletta, Edoardo. "Las imágenes y las cosas en las post-dictadura argentina: pertenencias, símbolos, simulacros." *Imaginarios testimoniales en América Latina: objetos, espacios y afectos*. Università degli Studi di Milano (2021).

Nieto, María Laura. "Diseño gráfico en los límites. Formaciones estéticas del disenso (Argentina 1997-2007)." *Anales del Instituto de Arte Americano e Investigaciones Estéticas*. Mario J. Buschiazzo 43, no. 1 (2013).

Benezra, Karen. "Media Art in Argentina: Ideology and Critique' Después Del Pop." *ARTMargins* 1, no. 2-3 (2012). 152-175.

L. G. Solís e F. Rojas Aravena, "La integración latinoamericana - Visiones regionales y subregionales." *FLACSO* (2006).

Lehmann, Steffen. "An Environmental and Social Approach in the Modern Architecture of Brazil: The Work of Lina Bo Bardi." *City, Culture and Society* 7, no. 3 (2016). 169-185.

Mizanzuk, Ivan Alexander. "Modernity Boundaries in the Process of Understanding Brazilian Design." *Doctorate (in progress)*, Universidade Tecnológica do Paraná (UTFPR), Brazil

Cunha Lima, Guilherme. "Pioneers of Brazilian Design." PhD, Rio de Janeiro State University, School of Industrial Design, Brazil.

Margolin, Victor. "Brazilian Graphic Design in the '20s and '30s: Modernism and Modernity." PhD, University of Illinois, Chicago.

Ravera Chion, Alessio. "Disegno industriale senza industria: La figura del designer imprenditore nel Brasile del XX secolo". *Tesi di laurea, Politecnico di Torino, 1ª Facoltà di Architettura* (2009-2010).

Bonsiepe, Gui. *The Disobedience of Design*. Edited by Lara Penin. London: Bloomsbury Publishing (2021).

Revista Diseño Urbano & Paisaje (DU&P) N°34 (2018).

Vallejos Fabres, Cristóbal. "Presencia, Olvido e Insistencia: Comentario sobre la Relación entre Diseño y Desarrollismo en Chile." *Departamento de Diseño, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile, Santiago, Chile*.

Burgos, Israel, Castro, Danitza e Mautz Susan. *Diseño Gráfico en Chile*. (2022).

Campos Garcia, Taina. "Sustainable Design Education in Mexico, Towards a Non-Colonial Post-Anthropocentric Design." *Virtual Conference, OCAD University, Centro de Diseño Cine y Televisión, México* (2021).

Galland, Jani, Aura Cruz, and Aura R. Cruz-Aburto. "Imported Design Ideas and Its Spreading in Mexico." *Design History, Mexican Studies, Material Culture Studies, Historiography, Industrial Design, History of Industrial Design, Design Studies, History of Exhibitions, Mexican Design*.

Más, Óscar, dir. *Cartografía de la innovación en Iberoamérica / Mapping of Innovation in Ibero-America*. *Diseño Profesional en Perú*. Universidad de Ciencias y Artes de América Latina UCAL.

Kastner, Jens. "Spectacular Mexico: Design, Propaganda, and the 1968 Olympics." *Planning Perspectives* (2015).

Gosling, Emily. "El diseño gráfico uruguayo de mediados de siglo demuestra que la creatividad florece con limitaciones." *Eye on Design, AIGA*. Published October 29, 2020. Accessed March 4, 2020. <https://eyeondesign.aiga.org/>.

Eliás, Amarilis. *Diseño en Palermo*. *III Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008*. *Actas de Diseño 6*. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo. (2008). pp. 97-188.

Sitografia

<https://www.redalyc.org/pdf/4779/477947373003.pdf>

<https://zenodo.org/records/3693044>

<https://www.instagram.com/fundacionida?igsh=MTAweWtydHdnNT-MxNw==>

<https://inmendoza.com/vajilla-de-arcilla-natural-la-historia-de-colbo/>

<https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/actas/article/download/3185/3665/>

<https://www.lujancombarriere.com/satorilab>

<http://www.monumentoalabandera.gob.ar/page/historia/id/19/title/e.-Alejandro-Bustillo>

<https://www.argentina.gob.ar/noticias/la-casa-de-victoria-ocampo-fue-declarada-monumento-historico-nacional>

https://www.instagram.com/fundacionida/p/CShSuwCjmAI/?img_index=1

<https://sergiorodriguesatelier.com.br/en/biography/>

<https://www.domusweb.it/it/speciali/brasil/2020/brasil-oggi-festeggiamo-i-suoi-60-anni.html>

<https://www.labiennale.org/it/arte/2024/italiani-ovunque/lina-bo-bardi>

<http://www.inbrasile.it/arte02.asp#:~:text=IN%20BRASILE&text=Durante%20la%20Settimana%20dell'Arte,colpire%20e%20scandalizzare%20gli%20accademici.>

<https://www.scielo.cl/pdf/arq/n49/art03.pdf>

https://dup.ucentral.cl/dup_34/constanza_mora.pdf

<https://www.focusjunior.it/scuola/storia/11-settembre-1973-il-colpo-di-stato-in-cile-e-linizio-della-dittatura-di-pinochet/>

https://www.academia.edu/90093005/Spectacular_Mexico_design_propaganda_and_the_1968_Olympics

https://issuu.com/susisie/docs/examen_12_

<https://dl.designresearchsociety.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1084&context=pluriversaldesign>

<https://brandemia.org/peru-estrena-una-estupenda-marca-pais>

<https://latinamericadesign.org>

<https://revistas.udd.cl>

https://www.academia.edu/4241455/IMPORTED_DESIGN_IDEAS_AND_ITS_SPREADING_IN_MEXICO

<https://nodoartes.wordpress.com/2020/10/29/el-diseno-grafico-uruguayo-de-mediados-de-siglo-demuestra-que-la-creatividad-florece-con-limitaciones/>

<https://soniamares.wixsite.com/historiadeldiseno/1900-1949>

<https://historiadeldisenolatinoamericano.blogspot.com/2014/05/historia-del-diseno-en-ecuador.html>

<https://dl.designresearchsociety.org/cgi/viewcontent.cgi?article=3496&context=drs-conference-papers>

Sitografia immagini

<https://www.archdaily.cl/cl/1019286/clasicos-de-arquitectura-casa-curutchet-le-corbusier>

<https://www.fedelestudio.it/ricerche/curutchet.html>

<https://emova.com.ar/index.php/vivir-el-subte-de-buenos-aires-110-anniversario/>

<https://www.jamescumminsbookseller.com/pages/books/352921/victoria-ocampo-sur-revista-trimestrial-bound-volumes-of-this-buenos-aires-cultural-journal-comprising-nos-34-75>

<https://www.arredativo.it/2020/approfondimenti/il-design-delle-cose-la-tripolina/>

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=106337464050009&id=102104277806661&set=a.102109927806096>

<https://it.wikipedia.org/wiki/YPF>

<https://www.infobae.com/cultura/2017/07/21/simbologia-peronista-los-mejores-afiches-de-1945-a-1955-compilados-en-un-libro/>

https://it.wikipedia.org/wiki/Juan_Domingo_Perón

<https://undiaunaarquitecta4.wordpress.com/2019/04/02/colette-bocara-1921-2006/>

<https://www.flechabooks.com/shop/revista-ciclo>

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=2548906258665867&set=pcb.2548910441998782>

<https://x.com/fundacionIDA/status/1212746833237282816>

https://www.instagram.com/fundacionida/p/CShSuwCjmAl/?img_index=5

<https://ahira.com.ar/ejemplares/satiricon-no-10/>

<https://particulagrafica.wordpress.com/2012/02/27/primer-plan-visual-de-buenos-aires-senaletica/>

<https://guiaimpresion.com/historia-del-logo-de-aerolineas-argentinas/>

<https://www.gacetaeronautica.com/gaceta/wp-101/?p=38896>

<https://www.infobae.com/historias/2022/09/06/los-argentinos-somos-derechos-y-humanos-cuando-el-futbol-no-pudo-ocultar-a-los-desaparecidos/>

<https://www.gazzetta.it/Calcio/Mondiali/17-04-2014/trionfo-argentina-kempes-1978-80433488112.shtml>

<https://0-journals-openedition-org.catalogue.libraries.london.ac.uk/caravelle/10569?lang=fr>

https://www.imdb.com/title/tt0089460/mediaviewer/rm1444132097?ref_tt_ph_2

<https://ar.pinterest.com/vbandini/plaza-de-mayo/>

<https://x.com/fundacionIDA/status/1468571359844487177?lang=ar-x-fm>

<https://listado.mercadolibre.com.ar/nunca-mas-libro-conadep>

<https://it.ucoin.net/coin/argentina-1-austral-1989/?tid=10165>

<https://www.lacapital.com.ar/mas/rocambale-hay-que-disfrutar-del-arte-ahora-n1687884.html>

<https://thenoiseperu.com/producto/soda-stereo-signos-cd/>

<https://www.revistatipografica.com/1987/12/01/tpg-3/>

<https://www.artsy.net/artwork/satorilab-robot-naturito-from-the-series-la-ninez-en-juego>

<https://coleccion.malba.org.ar/trabajos-2002-2006-edicion-en-proceso/>

[https://it.wikipedia.org/wiki/Linea_2_\(metropolitana_di_San_Paolo\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Linea_2_(metropolitana_di_San_Paolo))

<https://www.archdaily.com.br/br/891709/o-brinquedo-do-parque-um-conceito-ludico-como-arte-do-reaproveitamento-e-o-trabalho-de-elvira-de-almeida/5ac155b1f197cc114500029b-o-brinquedo-do-parque-um-conceito-ludico-como-arte-do-reaproveitamento-e-o-trabalho-de-elvira-de-almeida-imagem>

www.prosthodontistemontreal.com

<https://www.fanpage.it/stile-e-trend/design/una-casa-di-vetro-nel-cuore-della-foresta-bottega-veneta-celebra-larchitetta-italiana-lina-bo-bardi/>

<https://raltac.hypotheses.org/1079>

<https://literaturaonline.com.br/klaxon-a-primeira-revista-modernista-brasileira/>

<https://riomemorias.com.br/memoria/revista-senhor/>

<https://www.rmgouvealeiloes.com.br/peca.asp?ID=2588097>

<https://logos-world.net/petrobras-logo/>

<https://www.architectural-review.com/essays/electric-avenue-avenida-paulista-as-a-microcosm-of-urban-brazil>

<https://www.delphosmagazine.com/embraer-emb-110-bandeirante-celebra-sus-50-anos-de-operacion/>

<https://www.aeroflap.com.br/it/le-vendite-dell%27aereo-agricolo-em-braer-ipanema-aumentano-di-48-unit%C3%A0-nel-2021/>

<https://mais.opovo.com.br/jornal/economia/2021/06/17/tok-stok-e-scolhe-fortaleza-para-inaugurar-2---loja-studio-do-brasil.html>

<https://www.elledecor.com/it/design/a30132203/instituto-campana-di-fernando-e-humberto-campana/>

<https://casavogue.globo.com/Design/Moveis/noticia/2019/07/hugo-franca-abre-seu-atelier-em-trancoso-ba-para-visitacao.html>

<https://www.hugofranca.com.br/>

https://www.storicang.it/foto-del-giorno/il-massacro-di-tlatelolco-messico_16375

<https://www.ilpost.it/2022/07/10/messico-luis-echeverria-morto/>

https://en.wikipedia.org/wiki/George_Nelson_%28designer%29

<https://www.shebuildspodcast.com/episodes/claraporset>

<https://side-gallery.com/book/el-arte-en-la-vida-diaria-exposicion-de-objetos-de-buen-diseno-hechos-en-mexico/>

[https://it.wikipedia.org/wiki/Potrero_\(metropolitana_di_Citt%C3%A0_del_Messico\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Potrero_(metropolitana_di_Citt%C3%A0_del_Messico))

[https://it.wikipedia.org/wiki/La_Raza_\(metropolitana_di_Citt%C3%A0_del_Messico\)](https://it.wikipedia.org/wiki/La_Raza_(metropolitana_di_Citt%C3%A0_del_Messico))

[https://it.wikipedia.org/wiki/Tlatelolco_\(metropolitana_di_Citt%C3%A0_del_Messico\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Tlatelolco_(metropolitana_di_Citt%C3%A0_del_Messico))

elxoconostle.com

https://en.whakoom.com/comics/ypgNW/la_familia_burron/439

<https://pepines.iib.unam.mx/serie/1072>

<https://www.olympics.com/it/olympic-games/mexico-city-1968/logo-design>

https://it.wikivoyage.org/wiki/File:Logotipo_Festival_Internacional_Cervantino_-_%28Guanajuato%29_07.JPG

<https://mexico.as.com/actualidad/sismos-mas-devastadores-en-mexico-el-recuento-de-1985-y-2017-n/>

<https://franzmayer.org.mx/home-2/>

<https://www.drafft.mx/work/galeria-mexicana-del-diseno>

<https://tiud-5aa8e3-d58c0302f0ac34cd1d96d32c643.webflow.io/>

<https://holacuchitril.wordpress.com/2015/10/13/bazar-fusion-casa-de-emprendedores/>

<https://www.flickr.com/photos/27927179@N05/16280632972/in-photo-stream/>

<https://www.carlosortuzar.cl/monumento-historico-santa-lucia/>

<https://humanities.princeton.edu/event/art-archaeology-lecture/>

<https://www.revistamateria.com/opinion/resena/motochi50-la-historia-de-la-motocicleta-chilena/>

[https://es.wikipedia.org/wiki/Antu_\(televisor\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Antu_(televisor))

<https://portaldediseno.org/blog/waldo-gonzalez-herve/polla-chilena-de-beneficencia-1971-1973/>

<https://musicografos.wordpress.com/2016/08/09/mas-alla-del-cartel/>

<https://cristian-valdes.com/products/silla-a>

<https://legadoexposevilla.org/se-celebra-el-dia-nacional-de-chile-en-expo-92/>

<https://germandelsol.blogspot.com/2013/12/el-pabellon-de-chile-en-sevilla-92.html>

<https://www.artsy.net/artwork/angelo-garcia-bassi-cubotoy>

<https://www.gt2p.com/Losing-my-America-1>

<https://cordillerana.cl/products/pilwa-asa-corta>

<https://www.domusweb.it/it/movimenti/bauhaus.html>

<https://www.seietrenta.com/2018/10/06/7-ottobre-1913-con-henry-ford-nasce-la-catena-di-montaggio-cambiera-lindustria/>

<https://www.marcachile.cl/it/>

<https://www.experimenta.es/noticias/grafica-y-comunicacion/maestros-del-diseno-en-america-latina-claude-dieterich-peru/>

<https://bpando.org/2015/03/24/branding-ladfest-2015/>

https://es.wikipedia.org/wiki/Marca_Per%C3%BA

<https://www.di-conexiones.com/carlos-luciardi-la-historia-del-auto-brasileno-que-diseno-un-uruguayo/>

<https://tobaccolabels.wordpress.com/2010/09/02/pielroja/pielroja-front/>

revistes.ub.edu

<https://www.elespectador.com/el-magazin-cultural/cromos-un-album-centenario-de-colombia-article-610589/>

https://issuu.com/ramon.rivero.blanco/docs/revista_shell_-_marzo_1955_-_rifles

https://it.wikipedia.org/wiki/Hugo_Ch%C3%A1vez

<https://www.facebook.com/p/Aymesa-Andino-100063855311858/>

<https://www.eluniverso.com/noticias/informes/que-misterio-guardan-las-paginas-de-un-periodico-centenario-que-se-enmarcan-y-exhiben-en-hogares-y-oficinas-de-ecuador-nota/>

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:SageoEG_-_Malec%C3%B3n_y_sus_jard%C3%ADnes_001.jpg

https://en.wikipedia.org/wiki/Malec%C3%B3n_2000#/media/File:Guayaquil_Malecon2000.JPG

