



NEI prossimi anni SI ASSISTERÀ A UN cambiamento d'epoca. EMERGERÀ LA centralità DELLE città COME laboratori di creatività E DI innovazione. SAN PAOLO E RIO DE JANEIRO FUNGERANNO DA GRANDI CALAMITE URBANE, CON UNA POPOLAZIONE COMPLESSIVA CHE SUPERA I 30 MILIONI DI ABITANTI, E DIVENTERANNO catalizzatori VIVENTI DI sensibilità nuove

IL LABORATORIO

a cura di Future Concept Lab

La crisi economico-finanziaria si è abbattuta sul mondo dell'economia, dei consumi e sull'esistenza delle persone come un ciclone. Il ciclone trasformerà i paradigmi socio-culturali verso un cambiamento d'epoca che condurrà all'esplosione definitiva dei modelli di comunicazione e di consumo come li abbiamo

finora conosciuti. Salteranno così i modelli di business più consolidati e finora praticati: si vivrà, si consumerà, si lavorerà, in modo radicalmente diverso. Dovranno per questo cambiare le prospettive di crescita e di consumo, le ipotesi di sviluppo e i filtri interpretativi della realtà. Tutti guardiamo al ciclone come qualcosa di inevitabile che ci sovrasta, ne siamo giustamente spaventati, ci chiediamo quando passerà e quante vittime lascerà sul terreno. Tutti pensano al ciclone. Pochi riflettono sul suo occhio. Ciò significa cambiare l'angolazione, definire prospettive nuove, immaginare nuove visioni. L'occhio del ciclone della crisi nei prossimi 5 anni, infatti, produrrà il miracolo: proponendo un nuovo punto di vista, con una visione integrale sul mondo e un pensiero lungo sul senso dell'esistenza. Nei prossimi anni assisteremo a un cambiamento d'epoca.

Cambieranno definitivamente le regole e i paradigmi dell'educazione, della cittadinanza, delle attività aziendali: cambieranno i modelli di business e i modi di produrre, comunicare e distribuire e il modo di essere persone e cittadini.

I nuovi paradigmi che emergeranno dall'onda lunga della crisi si orienteranno verso alcune dimensioni socio-culturali che già oggi costituiscono la nuova piattaforma strategica per imprese e pubblica amministrazione: la sostenibilità, la condivisione, la cura e la salute del corpo, la qualità del tempo e dello spazio, il valore del quotidiano. In queste dimensioni il Brasile sia come cultura che come Sistema-Paese sembra essere collocato in una posizione invidiabile, godendo di una sorta di vantaggio del ritardo.

Il gusto, la sensibilità, la qualità del quotidiano, il benessere, tutti valori presenti in



DELLE CITTÀ

modo diverso nella storia e nella cultura brasiliana, verranno ripensati e ridefiniti nei prossimi anni sulla base di questi nuovi paradigmi che renderanno obsolete le logiche che fino ad oggi hanno imperato nel mondo delle economie più avanzate, superando definitivamente l'opposizione locale/globale e privato/pubblico. La qualità di vita degli spazi pubblici si affiancherà a quella degli spazi privati, e la domesticità si ispirerà alla vita urbana, e non più solo il contrario, come fino ad oggi nel Brasile più ricco è avvenuto. E qui emerge la centralità delle città come laboratori di creatività e di innovazione. Nelle città come San Paolo e Rio de Janeiro verranno costruiti i paradigmi per la costruzione di un nuovo scenario dal quale le imprese e le istituzioni non potranno prescindere nei prossimi anni. La sfida sarà per la sopravvivenza: non si tratterà di essere più

innovativi o avanzati degli altri, ma di esserci o non esserci. In questa sfida epocale un ruolo decisivo verrà ricoperto dall'analisi e dalla rigenerazione del concetto di *Genius Loci*: il talento del luogo (e della città) che non è imitabile e quindi rappresenta un deciso vantaggio competitivo. In questo scenario rigenerato assumeranno una nuova centralità la concezione dei beni comuni, la visione di una esperienza libera e accessibile che convergerà in una dimensione di economia ibrida in cui la gratuità e il valore commerciale convivranno. In questo scenario San Paolo e Rio de Janeiro fungeranno da grandi calamite urbane, con una popolazione complessiva che supera i 30 milioni di abitanti, e che diventeranno catalizzatori viventi di sensibilità nuove legate all'innovazione (nel caso di San Paolo) e alla creatività (nel caso di Rio de Janeiro).

UNA SUGGERITIVA VEDUTA NOTTURNA DEL MAC, MUSEO DI ARTE CONTEMPORANEA DI NITERÓI, RIO DE JANEIRO, OPERA (1991-1996) DI OSCAR NIEMEYER, CHE SI PROTENDE DA UNA ROCCIA SUL MARE DELLA BAIJA DI GUANABARA. FOTO ANDRÉS OTERO/LUZPHOTO.



San Paolo. Quick & Deep

Il paradigma che proponiamo per interpretare la città di San Paolo è legato alla qualità del quotidiano in cui emergono con forza i temi assiomatici della profondità culturale e della tempestività innovativa. La tempestività definisce la capacità di San Paolo di farsi trovare al posto giusto nel momento giusto: nell'imprenditoria, nella comunicazione ma anche nel consumo, come la grande varietà della ristorazione paulista dimostra. Si tratta quindi di un concetto legato al *quick*, alla reazione veloce, ma allo stesso tempo al *deep*, alla capacità cioè di essere profondi e felici nelle risposte. San Paolo è una città che in questa fase corrisponde perfettamente a questo profilo e che può quindi in modo credibile proporre il fuoco dell'innovazione. La variabile di controllo per definire le regole del gioco è costituita dalla concezione che ognuno elabora della felicità personale: i parametri per definire questa felicità cambiano continuamente e in questo momento costituiscono una sfida culturale di grande portata. Dalla dimensione della crescita economica che ha prevalso a San Paolo negli ultimi anni, ci stiamo infatti spostando – in termini di percezione collettiva – in una dimensione in cui la qualità culturale delle esperienze, acquisisce una forza uguale a quella materiale dei consumi. I due assiomi evolutivi di San Paolo sono quindi la tempestività innovativa e la profondità culturale.

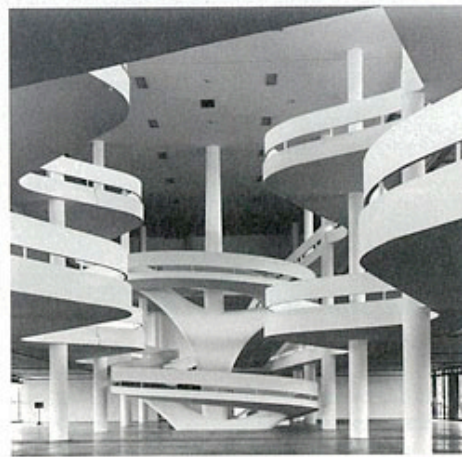
La tempestività innovativa

Il paradigma *Quick & Deep* propone un sofisticato rapporto con il tempo, generando una

dinamica rinnovata tra velocità e profondità: come abbiamo anticipato essere tempestivi sembra essere una caratteristica della città di San Paolo, cogliendo l'occasione propizia. Anche per questo San Paolo è diventata in questi anni un vero e proprio laboratorio dell'innovazione in tutti i suoi aspetti: dalla dimensione della distribuzione commerciale con i grandi *mall* urbani, le boutique di Oscar Freire, i centri del lusso come Daslu, fino alle fiere (la San Paolo Fashion Week o il Festival dell'Innovazione) e alla ristorazione, per finire con l'attività delle grandi agenzie della comunicazione e delle multinazionali a più alto tasso di innovazione tecnologica.

La profondità culturale

La profondità dell'esperienza tempestiva si misura a San Paolo attraverso il parametro della cultura personale. La forza dell'energia culturale è difficile da misurare oggettivamente ma ha una rilevanza decisiva in termini di memorabilità dell'esperienza: la libreria Cultura, la Biennale d'arte nella struttura creata da Niemeyer nel più grande parco della città, il Museo della lingua portoghese, il Centro da Cultura Judaica, il Mam e i tanti altri progetti culturali che arricchiscono il paesaggio umano e urbano di San Paolo hanno trasformato la città in un laboratorio a cielo aperto di approfondimento culturale. Le persone vivono e decidono nelle loro esperienze di vita – sia individuali che collettive – sulla base della loro attesa culturale di felicità orientandole in molti casi attraverso forme avanzate di comunicazione e marketing sul territorio.



IN ALTO, SCORCIO DELL'EDIFICIO COPAN, IN AV. IPIRANGA, A SÃO PAULO. DISEGNATO NEL 1957 DAL PRITZKER PRIZE OSCAR NIEMEYER È STATO COSTRUITO NEL 1966. LA SUA STRUTTURA IN CEMENTO RACCHIUDE UNITÀ ABITATIVE DISTRIBUITE SU 38 LIVELLI.

VEDUTA INTERNA DELLO SPAZIO CHE ACCOGLIE LA BIENNALE DI SÃO PAULO, MANIFESTAZIONE DI ARTE CONTEMPORANEA NATA NEL 1951 PER VOLONTÀ DELL'IMMIGRATO ITALIANO FRANCESCO MATARAZZO SOBRINHO ("CICCILLO" MATARAZZO). LA 30ESIMA EDIZIONE SI SVOLGERÀ NEL 2012. L'EDIFICIO, ANCORA UN'ARCHITETTURA-ICONA DI OSCAR NIEMEYER, PROSPETTA SUL PARQUE IBIRAPUERA.

FOTO ANDRÉS OTERO/LUZPHOTO.

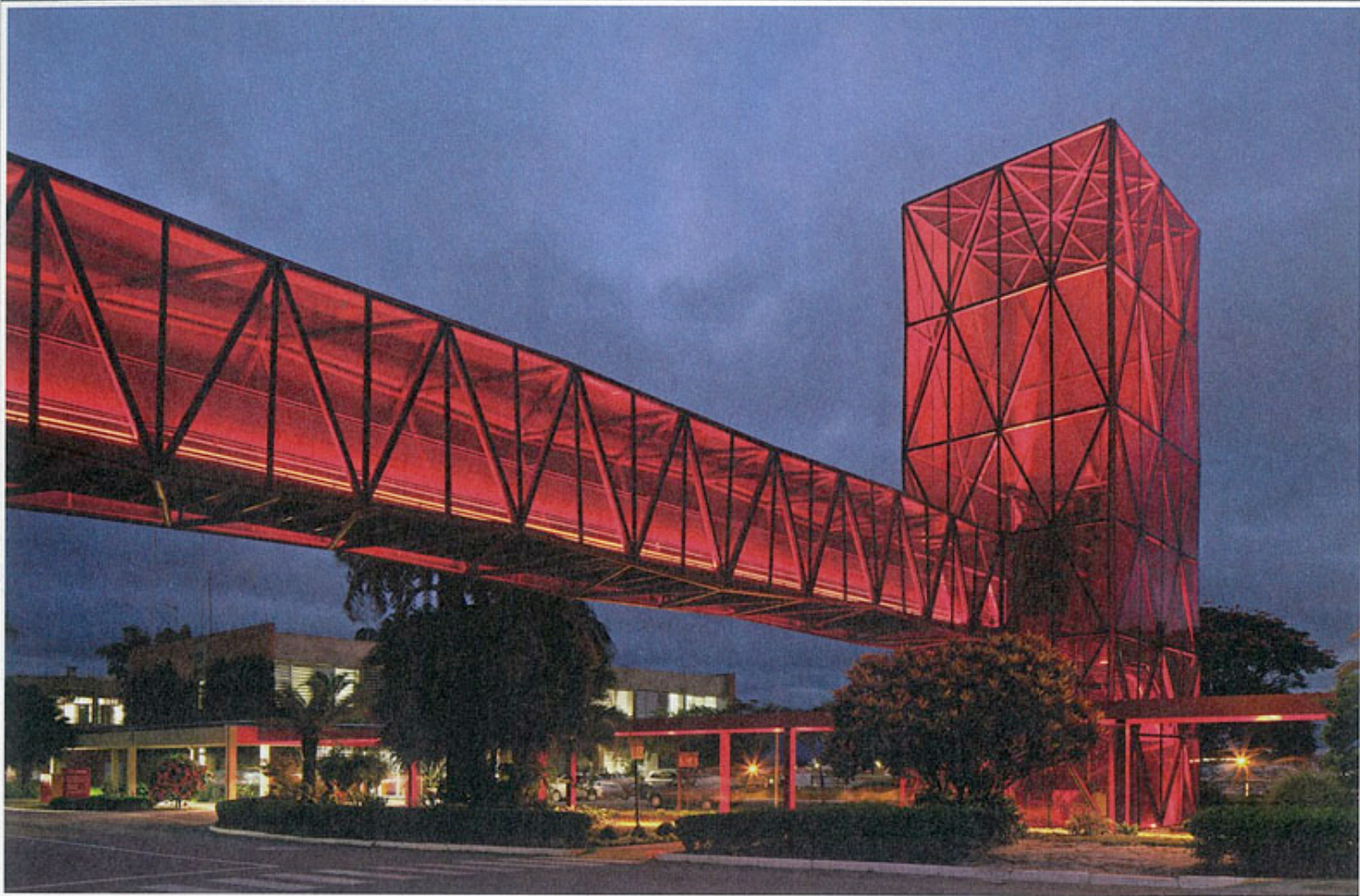


GIARDINO DELLA FAZENDA TACARUNA, PROGETTATO DAL PAESAGGISTA ROBERTO BURLE MARX NEL 1954 PER UNA RESIDENZA FIRMATA DA OSCAR NIEMEYER, A PETROPOLIS, RIO DE JANEIRO. IL GIARDINO È STATO PORTATO AL SUO STATO ORIGINALE, GRAZIE ALL'ACCURATO LAVORO DI RICERCA FOTOGRAFICA E DI ARCHIVIO CONDOTTO DAL NUOVO PROPRIETARIO, IL PUBBLICITARIO GILBERTO STRUNK. ANCHE LA SPECIFICITÀ DEL MANTO ERBOSO A SCACCHIERA È STATA RECUPERATA, GRAZIE AGLI STUDI DELL'ARCHITETTO GUILHERME MAZZA DOURADO. FOTO ANDRÉS OTERO/LUZPHOTO.

SCORCIO DEL MUSEO DELLE ATTIVITÀ MINERARIE E DEI METALLI A BELO HORIZONTE, RECENTE PROGETTO DEL PRITZKER PRIZE PAULO MENDES DA ROCHA CHE, INSIEME A PEDRO MENDES DA ROCHA, HA RISTRUTTURATO, RICONVERTITO E INTEGRATO CON UN'ADDIZIONE VOLUMETRICA AD HOC, UNO STORICO EDIFICIO DEL CIRCUITO CULTURAL PRAÇA DA LIBERDADE. FOTO LEONARDO FINOTTI.

IL MAM (MUSEO ARTE MODERNA) DI SANTOS INAUGURATO NEL SETTEMBRE 2010, UN PROGETTO DI METRO ARQUITETOS ASSOCIADOS E PAULO MENDES DA ROCHA. FOTO LEONARDO FINOTTI.





La cultura felice non può essere né lenta né veloce, ma si manifesta nella dimensione della tempestività innovativa, cioè cogliendo l'attimo e l'occasione. Questo diventa un grande insegnamento e un utile orientamento per le aziende e gli operatori che desiderano partecipare e contribuire alle dinamiche innovative di San Paolo.

Rio de Janeiro. Unique & Universal

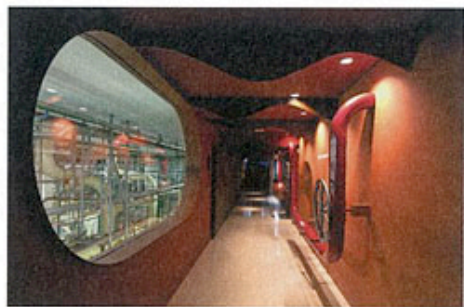
Il paradigma che proponiamo per la lettura di Rio de Janeiro sottolinea invece una identità locale in grado di produrre un carattere talmente intenso da potersi trasformare in riferimento universale, in altri termini un locale in grado di unicità a livello globale. Rio de Janeiro nella sua assoluta unicità e straordinaria universalità (da molti è considerata la città più bella del mondo) costituisce un laboratorio spontaneo nella ridefinizione dell'antinomia locale/globale: le particolarità che la rendono un luogo unico e inimitabile, rappresentano una piattaforma di grande credibilità per un laboratorio di tendenze creative. Molte iniziative della Prefeitura di Rio (festival delle tendenze creative, Rock in Rio...) vanno in questa direzione. I due passaggi essenziali per comprendere più a fondo il paradigma Unique & Universal che coinvolge così profondamente la città di Rio de Janeiro sono l'eccezione creativa per quanto riguarda l'Unicità e l'attrattività dell'esperienza per quanto riguarda l'Universalità. Entrambi elementi indispensabili per la costruzione di una piattaforma delle tendenze creative.

L'eccezione creativa

Le analisi più avanzate sulla realtà sociale e individuale, dimostrano che la normalità di ognuno è ormai costituita da eccezioni. La visione economica che è stata - in un Paese come il Brasile in pieno sviluppo economico - concentrata sullo standard e sullo status, si sta ormai esaurendo, indebolendo la concezione stessa dell'identità globalizzata, dell'economia in scala mutuata da altri Paesi, dell'imitazione passiva di altri modelli culturali, della ripetibilità infinita come vantaggio competitivo. La forza nel mercato globale sarà invece manifestata da chi è in grado di produrre eccezioni, esperienze uniche, prodotti straordinari, affrontando la difficile sfida dell'attrattività. Le tendenze creative giocano un ruolo essenziale in questo ambito e una città come Rio - che viene percepita come paesaggio unico al mondo - può davvero sostenere questo assioma. La nascita della Bossa Nova, l'affermazione di Vinicius de Moraes e Tom Jobim nella musica e nella poesia negli anni d'oro del sogno carioca, e la rinascita di questi anni nel cinema e nella comunicazione, in attesa dei Mondiali di Calcio e dei Giochi Olimpici, sembrano confermare la regola dell'eccezione creativa che ha sempre sostenuto questa città.

L'attrattività dell'esperienza

Rio sembra quindi nutrire quell'elemento che catalizza interesse, energie, passioni, sia nella dimensione digitale della Rete che nel mondo fisico, e che si allontana dallo standard rassicurante, o dallo



LA 'PASSERELLA ROSSA' PROGETTATA DA METRO ARQUITETOS ASSOCIADOS ALL'INTERNO DEL COMPLESSO DELLA NESTLÉ FACTORY NEI PRESSI DI SÃO PAULO. IL VOLUME FUNGE DA ELEMENTO DI COLLEGAMENTO DI UNITÀ PRODUTTIVE E COME SPAZIO ESPOSITIVO IN SÉ COMPIUTO E DEFINITO. FOTO LEONARDO FINOTTI.

stile omologante, per approdare in quell'intensità tipica del singolare, dell'originale, di ciò che è fuori da ogni schema. Il mercato si ri-organizza sulla base di prodotti e progetti attrattivi e attraenti, che fungono cioè da attrattori strani. Le aziende e gli operatori che vorranno declinare il paradigma Unique & Universal dovranno comprendere che la domanda sempre più universale verrà soddisfatta in futuro da offerte sempre più uniche. Rio de Janeiro diventerà in questo senso il laboratorio creativo più avanzato del mondo e già alcune realtà imprenditoriali e creative come Osklen, Farm e la stessa Petrobras sembrano dimostrarlo.



THE LABORATORY OF CITIES p. 8

prepared by Future Concept Lab

In the next few years we will see an epochal change: the central role of cities as laboratories of creativity and innovation will come to the fore. São Paulo and Rio de Janeiro will be like big urban magnets, with a combined population of over 30 million inhabitants, and will become living catalysts of new sensibilities. The economic-financial crisis has hit the world of markets, consumption and existence, like a cyclone. The cyclone will transform socio-cultural paradigms in the direction of epochal change, leading to the definitive explosion of models of communication and consumption as we know them. The most established business models will be abandoned: we will live, consume and work in radically different ways. Prospects for growth and consumption will be revised, hypotheses of development and filters for interpreting reality will change. We look at a cyclone as something inevitable and devastating, and we are justifiably afraid. We wonder how long it will last and how many casualties it will leave behind it. Everyone thinks about the cyclone, but few think about its eye. Which would mean changing the angle, defining new perspectives, imagining new visions. The eye of the recession cyclone, over the next few years, will produce a miracle: a new vantage point, a holistic worldview, deep thinking on the meaning of life. A sea change. The rules and paradigms of education, citizenship and business will be transformed: trade models, ways of producing, communicating and distributing, ways of being persons and citizens. The new paradigms that will emerge on the long wave of the crisis will be oriented toward certain socio-cultural dimensions that already constitute the new strategic platform for businesses and the public administration: sustainability, sharing, health, quality of time and space, the value of everyday life. In these dimensions Brazil, both as a culture and as a system-country, seems to be in an enviable position, enjoying the advantages of having lagged behind in the past. Taste, sensibility, everyday quality, wellness: all values that are part of the history and culture of Brazil, in different ways, will be rethought and redefined over the next few years, on the basis of these new paradigms that will make the dominant logic of the most advanced economies obsolete, definitively surpassing the old polarities of local/global and private/public. The quality of life of public spaces will be seen alongside that of private spaces, the domestic realm will be connected with urban life, rather than vice versa, as was the case with the most affluent segments of Brazil in the past. This is where we can see the central importance of cities as laboratories of creativity and innovation. In cities like São Paulo and Rio de Janeiro the paradigms will be developed for the construction of a new scenario that cannot be overlooked by companies and institutions over the next few years. The challenge is that of survival: not trying to be more innovative or advanced than the others, but being there or not being there. In this epochal challenge a decisive role will be played by analysis and regeneration of the concept of the *Genius Loci*: the talent of the place (and the city), which is inimitable and therefore represents a clear competitive advantage. In this regenerated scenario the concept of common assets will take on new importance, the vision of a free, accessible experience that will converge in a dimension of hybrid economics in which

the free-of-charge and commercial value will coexist. In this scenario São Paulo and Rio de Janeiro will function as big urban magnets, with a combined population of over 30 million inhabitants. Cities that will become the catalysts of new sensibilities connected with innovation (in the case of São Paulo) and creativity (in the case of Rio de Janeiro). **São Paulo. Quick & Deep** The paradigm we propose to interpret the city of São Paulo is connected with the quality of everyday life, in which the axiomatic themes of cultural depth and innovative speed forcefully emerge. Quickness indicates the capacity of São Paulo to find itself in the right place at the right time: in business, communication, but also consumption, as the great variety of restaurants in the city demonstrates. A concept connected with fast reactions, but also with depth, to provide apt responses. São Paulo is a city that in this phase corresponds perfectly to this profile, so it is plausible to suggest a role as the focal point of innovation. The control variable to set the rules of the game is the idea that each person develops his or her own personal happiness: the parameters to define this happiness change constantly, and in this moment they represent a cultural challenge of great scope. From the dimension of economic growth that has prevailed in São Paulo over the last few years we are moving, in fact, in terms of collective perception, toward a dimension in which the cultural quality of experience takes on force equal to that of the material quality of consumption. The two evolutionary axioms of São Paulo, then, are innovative quickness and cultural depth. **Innovative quickness** The Quick & Deep paradigm proposes a sophisticated relationship with time, generating a renewed dynamic between speed and depth: as we were saying, being quick and timely seems to be a characteristics of the city of São Paulo. Also for this reason, in recent years São Paulo has become a true laboratory of innovation in all its forms: from the dimension of commercial distribution, with large urban malls, the boutiques of Oscar Freire, the luxury centers like Daslu, as well as the trade fairs (São Paulo Fashion Week or the Festival of Innovation) and restaurants, not to mention the activities of the large advertising agencies and the multinationals with the highest levels of technological innovation. **Cultural depth** The depth of timely experience is measured, in São Paulo, through the parameter of personal culture. The force of cultural energy is hard to measure objectively, but it has a decisive impact to make experience memorable: the *Livraria Cultura*, the Art Biennial in the structure created by Niemeyer in the city's largest park, the Museum of the Portuguese Language, the Jewish Cultural Center, the MAM and many other cultural projects enrich the human and urban landscape of São Paulo, making the city into a big laboratory of cultural investigation. People live and decide on their life experiences – as individuals and as a community – on the basis of cultural expectations of happiness, that in many cases orient them toward advanced forms of communication and territorial marketing. The culture of happiness cannot be slow or fast, it has to emerge in the dimension of innovative quickness, grasping opportunities in a timely way. This becomes a great lesson and a useful orientation for companies and operators who want to participate in and contribute to the innovative dynamics of São Paulo. **Rio de Janeiro. Unique & Universal** The paradigm we propose for interpretation of Rio de Janeiro, on the other hand, underlines a local identity capable of producing such intense character that it is transformed into a universal point of reference: a local character that can become unique on a global level. Rio de Janeiro is both absolutely unique and extraordinarily universal (many think it is the most beautiful city in the world), so it constitutes a spontaneous laboratory for the redefinition of the local-global relationship: the specificities that make it a unique, inimitable place also represent a platform of great credibility for a laboratory of creative trends. Many initiatives of the Prefeitura de Rio (festival of creative trends, Rock in Rio...) move in this direction. The two essential passages for a better understanding of the Unique & Universal paradigm are creative exception and the attraction of experience, both indispensable factors for the construction of a platform of creative trends. **The creative exception** The most advanced analysis of social and individual realities demonstrates that the norm of every person, today, is composed of exceptions. The economic vision that in a country like Brazil in a phase of economic growth has been focused on standards and status is weakening, along with the aspects of globalized identity and economics borrowed from other countries. There is less passive imitation of other cultural models, less focus on infinite repetition as a competitive advantage. The force on the global market will shift toward those who are capable of producing exceptions, unique experiences, extraordinary products, meeting the difficult challenge of appeal. Creative trends play an essential role in this sphere, and a city like Rio – perceived as a unique landscape in the world – can truly move forward with this axiom. The birth of Bossa Nova, the success of Vinícius de Moraes and Tom Jobim in the music and poetry of the golden age, the renaissance of cinema and communication, prior to the World Cup of soccer and the Olympic Games, seem to confirm the rule of creative exception that has always been the force of this city. **Attraction of experience** Rio, then, seems to nurture that element that catalyzes interest, energies, passions, both in the digital dimension of the web and in the physical world, getting away from reassuring standards, or the uniformity of global style, and reaching that intensity typical of the unique, the original, outside any pre-set expectations. The market gets reorganized on the basis of attractive and appealing products and projects, things that function as 'foreign' attractors. Companies and operators who want to apply the Unique & Universal paradigm will have to understand that increasingly universal demand can be satisfied in the future by increasingly unique supply. Rio de Janeiro will become, in this sense, the world's most advanced creative laboratory, and already certain business and creative realities like Osklen, Farm and Petrobras seem to be demonstrating this. **- Caption pag. 9** A striking nocturnal view of the MAC, the Niterói Contemporary Art Museum, Rio de Janeiro, a work (1991-1996) by Oscar Niemeyer, protruding from a cliff over the sea of the Bay of Guanabara. Photo Andrés Otero/Luzphoto. **- Caption pag. 10** Above, view of the Copan building, on Av. Ipiranga in São Paulo. Designed in 1957 by Pritzker Prize winner Oscar Niemeyer, built in 1966. The concrete structure contains residential units on 38 levels. Interior view of the space that contains the São Paulo Biennial, the contemporary art event that began in 1951 thanks to the Italian immigrant Francisco Matarazzo Sobrinho ("Ciccillo" Matarazzo). The 30th edition will be in 2012. The building, another iconic work by Oscar Niemeyer, faces Parque Ibirapuera. photo Andrés Otero/Luzphoto. **- Caption pag. 11** The garden of Fazenda Tacaruna, designed by the landscape architect Roberto Burle Marx in 1954 for a residence by Oscar Niemeyer in Petropolis, Rio de Janeiro. The garden has been restored to its original state thanks to careful photographic and archival research conducted by its new owner, the advertising agent Gilberto Strunk. Even the checkerboard lawn surface has been restored, through the studies of the architect Guilherme Mazza Dourado. Photo Andrés Otero/Luzphoto. View of the Museum of Mining and Metal of Belo Horizonte, a recent project by Pritzker Prize winner Paulo Mendes da Rocha, who together with Pedro Mendes da Rocha has restructured, converted and expanded a historic building of the Praça da Liberdade cultural circuit. Photo Leonardo Finotti. The MAM (Museum of Modern Art) of Santos, opened in September 2010, a project by Metro Arquitetos Associados and Paulo Mendes da Rocha. Photo Leonardo Finotti. **- Caption pag. 12** The 'red walkway' designed by Metro Arquitetos Associados inside the complex of the Nestlé factory near São Paulo. The volume functions as a connection for the production units and an exhibition space. Photo Leonardo Finotti.