



no?
«O»,
«acchi»
che amate di
i i vostri
taneità»
ultura popola-
anea brasiliana
ità della musica
erite?
amate di più?
città natale, da vi-
vviamente»
quando eravate pic-
tazzonia».

F: «Roma».
H: «Berlino».
Qual è il viaggio che vorreste fare (o rifare)?
F: «Salar Boliviano, il deserto di sale».
H: «Ritornare in Giappone».
Qual è l'edificio o il luogo più brutto?
F: «Un carcere».
H: «Ogni copia contemporanea dello stile neo-clas-
sico».
Quale oggetto di design detestate?
F: «Tutti quelli dove la griffe diviene più importan-
te dell'oggetto stesso».
H: «Tutti quelli che non hanno una storia interio-
re».
Siete ricercati dai collezionisti di tutto il mondo
vi sentite più artisti o designer?
F: «Mi sento in grado di affrontare entrambi i ruoli».
H: «Sono un designer che pratica un collegamento
tra i due universi».
Chi dei vostri colleghi buttereste giù dalla torre?
F: «Come dice il vostro poeta Alessandro Manzoni:
"Al posteri l'ardua sentenza"».
H: «Pace e amore sono la mia filosofia».
Datevi una definizione a vicenda
F: «Humberto? Il migliore amico con cui litigare».
H: «Fernando? L'uomo più entusiasta e pigro del
mondo».
Chi di voi prende la decisione finale?
F: «Alcune volte insieme, altre nessuno dei due,
sempre i nostri assistenti».
H: «I nostri assistenti».

Aguapé
Seduta simile ad una
corolla di petali in
cuoio tagliato al laser
e gambe come steli
erbacei per Edra

laureato in Legge,
mentre, suo fratello
Fernando (a sinistra),
nato nel 1961 a Brotas, è
architetto. Insieme, nel
1983, hanno creato
l'Estudio Camapana a
San Paolo, dopo essersi
specializzati in Disegno
industriale e aver
frequentato un master
in Scultura. Il loro
design è allegro e
colorato e sono sempre
alla ricerca di soluzioni
innovative per
l'arredamento
trasformando materiali
poveri del Brasile in
opere d'arte.
Progettano per Edra,
Alessi, Fontana Arte e
Grendene. Alcune loro
opere sono parte
integrante delle
collezioni permanenti
del Moma di New York,
del Centre Pompidou a
Parigi e del Vitra
Museum di Weil am
Rhein in Germania.

LA SOSTENIBILITÀ DI «BEST UP»

Con la sedia «etica» siamo tutti più felici

DI MANUELA PELATI

Prendiamo una sedia e seguiamola in tut-
te le fasi del suo ciclo di vita. Se viene pro-
dotta con legni certificati e non deriva da una
foresta dove i tagli sono incontrollati, siamo
sicuri che stiamo contribuendo alla salvaguar-
dia del pianeta. Se la manodopera che l'ha la-
vorata non riguarda né lavoro minorile né sa-
lario sottopagato, sappiamo che dietro alla
nostra sedia c'è un senso di giustizia.

Se la sedia, poi, ha superato la prova di cari-
co, cioè di durata e resistenza del prodotto,
allora sappiamo di certo che la nostra sedia
non contribuisce al consumismo sfrenato. Il
suo ciclo di vita però non è ancora finito.

Se siamo stufi di quella sedia, possiamo
mandarla al riciclo del legno e del ferro e in
questo caso daremmo lavoro ad alcune azien-

de. In alternativa, possiamo mandare la sedia
al mercato dell'usato dando la possibilità di
acquistare un prodotto di qualità a persone
di fascia sociale più bassa.

Ecco il ciclo di vita ottimale dell'oggetto di
design secondo «Life Cycle Design (LCD)», il
metodo di realizzazione del prodotto che tie-
ne conto di criteri ambientali, etici, sociali ed
economici.

È proprio su questo progetto che lavora
«Best up», l'associazione che vuole unire la
cultura dell'equità e della sostenibilità con
quella dell'estetica, del gusto e dello stile di
vita. Il gruppo formato da Giuliana Zoppis e
Clara Mantica, giornaliste indipendenti impe-
gnate a promuovere il design etico e la bioar-
chitettura, è promotrice di un evento dal titolo
«+ LCD - CO2: a che punto sei?», alla Fabbrica
del Vapore. L'appuntamento prevede dibatti-

ti e incontri dedicati alla sostenibilità con il
coinvolgimento delle scuole di Design. «Ospi-
tiamo i lavori degli studenti del politecnico di
Milano e Torino, dell'università La Sapienza
di Roma, del politecnico di Palermo, solo per
citare alcuni, perché importante partire dai



Ideatrici Zoppis e Mantica, di «Best Up»

giovani per cambiare le cose», spiega Giulia-
na Zoppis. «Ormai le aziende investono sulla
sostenibilità. Da alcune indagini di mercato è
risultato che il 23% delle persone di ceti me-
dio è interessata ai prodotti che non danneg-
giano la salute. Ma la preferenza è anche una
questione di qualità: a volte i prodotti con ma-
teriali naturali sono esteticamente più belli».
E le aziende che fanno? «Ci sono norme da
seguire ed è importante per le aziende sapere
quali aspetti di impatto ambientale si posso-
no migliorare durante la produzione». E per
una questione economica, quindi, che l'am-
biente conviene? «Certo, anche perché biso-
gna allargare il mercato e difendersi dalla Ci-
na — continua Giuliana Zoppis —. Ma c'è un
interesse preciso nell'essere eticamente cor-
retti: fare del bene alla gente, fa sentire soddi-
sfatti di sé stessi»