

Entrevista con | Interview with Felipe Taborda



Un soplo de aire cálido A breath of warm air

Se define a sí mismo como un curioso sin remedio, y es precisamente este voraz apetito el que le impulsa a trabajar y disfrutar a partes iguales. El diseñador carioca aborda la riqueza y explosión creativa que vive Latinoamérica, así como la especial situación de crecimiento y energía de Brasil.

He defines himself as a man of incorrigible curiosity, and it is this insatiable appetite that incites him to work and enjoy life in equal parts. The Brazilian designer tackles the rich creative explosion that Latin America is currently living through as well as the special growth and energy of Brazil.

GLORIA INGLIS

Es el único representante latinoamericano incluido en la recopilación publicada por Taschen, *Graphic Design for the 21st Century. 100 of the World's Best Graphic Designers*. ¿Es una responsabilidad muy pesada?

Sí, pero nunca la busqué, además porque no creo que América Latina pueda poseer un solo representante. Ni siquiera en política o diseño, no existe una única imagen; suman tantos países, tantas culturas y grupos distintos que se torna imposible simplificar. No resultaría justo para figuras como Allsio Magalhães, Dicken Castro, de Colombia, Vicente Rojo, de México o Vicente Larrea, en Chile; estamos precedidos por toda una generación de gente espectacular que ya se dedicaba al diseño y jamás es citada internacionalmente. Me sentía al mismo tiempo feliz y en desacuerdo; yo no soy el único.

¿Fue éste el detonante que le llevó a editar *Latin American Graphic Design*?

Graphic Design for the 21st Century fue un buen encuentro de ideas; a partir de este libro empecé a plantear que deberíamos hacer algo para corregir este error, y al editor de Taschen, Julius Wiedemann, también le rondaba esta idea...

Tras esta labor de investigación, ¿encontró una identidad reconocible del diseño latinoamericano?

Especialmente en Europa se observa a América Latina con frescura por sus colores, formas y falta de rigidez. Además, se ha difundido la creencia de que los diseñadores latinoamericanos tienen la posibilidad de hacer lo que se les antoje, ¡y es verdad! En América Latina no existe la especialización, llevamos a cabo todo tipo de proyectos y esta libertad se demuestra en el estilo. Es un factor que coincide en todas las generaciones.

La supervivencia es otra de las características que define a Brasil...

Sí, la supervivencia; en ella, en la influencia colonial y en el deseo de descolonizarnos se centra nuestra filosofía de vida. América Latina tiene una presencia cada vez mayor

You are the only Latin American designer included in Taschen's compilation, *Graphic Design for the 21st Century, 100 of the World's Best Graphic Designers*. Is this somewhat of a burden?

Indeed, although I hadn't been looking for it. Besides, I don't believe Latin America has just one representative. There is not just the one image to represent politics or design for example; it is made up of so many different countries, cultures and groups that it would be impossible and absurd to simplify it. It is extremely unfair on renowned designers such as Allsio Magalhães, Dicken Castro, of Colombia, Vicente Rojo of Mexico or Vicente Larrea from Chile; we have been preceded by an outstanding generation of individuals who already developed their careers as designers, although they never received international recognition. I therefore felt both happy and in disagreement; I'm not the only one.

Did this situation trigger your desire to publish *Latin American Graphic Designers*?

Graphic Design for the 21st Century was an interesting melting pot for ideas and taking this book as a starting point, I began to consider how to repair this omission and Taschen's editor, Julius Wiedemann, had also been thinking along the same lines...

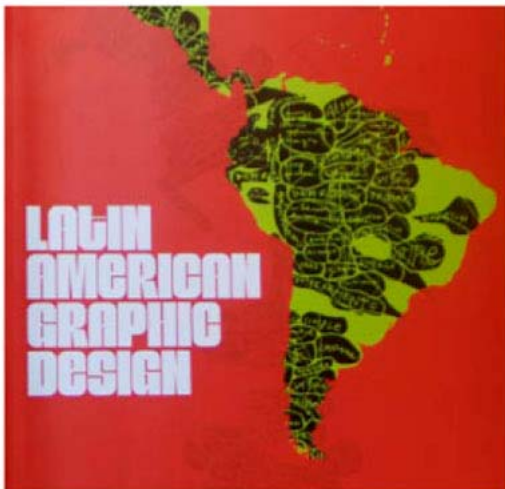
Following your research work, do you feel you have found a distinguishable feature that defines Latin American design?

Europe often looks on Latin America with a particular freshness due to its colourfulness, shapes and lack of rigidity. On top of that, the belief has spread that Latin American designers are able to do as they please, and of course they are right! There is no such thing as specialization in Latin America, and we therefore develop all kinds of projects. Hence, this freedom is patent in the style we have created and is evident in all generations of designers.

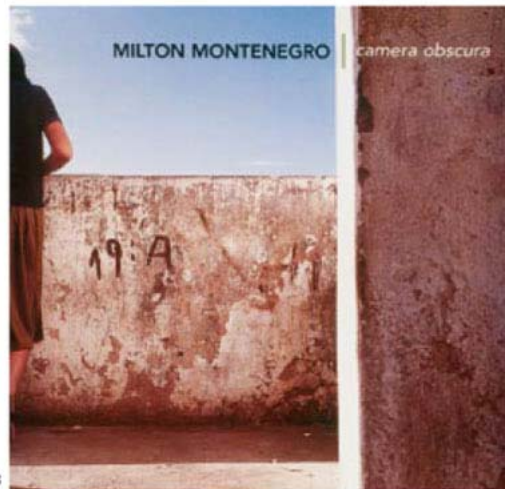


1. Fotogramas de la entrevista a Felipe Taborda realizada por experimentatv, 2009.

1. Photographs from experimentatv's Felipe Taborda interview, 2009.



2



3

en el mundo y la mirada hacia ella es radicalmente distinta a hace 20 años. Es una mirada mucho menos condescendiente. Una obra como *Latin American Graphic Design* supone una reflexión sobre nuestra propia autoestima. Un libro donde sólo se reseñan buenos trabajos es muy positivo para la nueva generación de diseñadores, y también para que nos conozcamos entre nosotros mismos.

La influencia de Europa y EE UU es inevitable, ¿puede ser perjudicial para un desarrollo independiente?

No creo, cuando me preguntan sobre esta globalización, por ejemplo en México observo: ¿quién trabaja vestido de mariachi? Nadie. Todos llevan vaqueros, zapatillas deportivas Nike... Si fotografiamos a estudiantes en México, Argentina o Brasil, no se reconoce de dónde son. Todos van con los mismos *piercings*, ropa, miradas... es increíble.

¿Es necesario preservar lo local junto a lo global?

Lo local es siempre preservado gracias al orgullo de pertenecer a una cultura. Además, la cultura local se mantiene muy fuerte, gracias por ejemplo a la gastronomía. Mc Donald's se encuentra en todas partes pero no ha acabado con la comida de cada lugar. Esto se comprueba de forma clara

«Se ha difundido la creencia de que los diseñadores latinoamericanos tienen la posibilidad de hacer lo que se les antoje, ¡y es verdad!»

en el diseño o en la música. Musicalmente la mezcla de sonido que se está produciendo ofrece obras espectaculares ante los cuales pueden decir: «esto no es latinoamericano». ¡Cómo no! Claro que sí, está hecho aquí.

En el caso concreto de Brasil, hay además una convivencia de razas, mezcla...

En Brasil, no porque yo sea brasileño, somos distintos de toda América Latina. En primer lugar, por la colonización portuguesa, completamente distinta de la española, mucho menos rígida en términos de cultura religiosa y social. Un ejemplo lo aporta la editorial Zenith de revistas con contenidos eróticos en los años sesenta (publicado en *Experimenta* 59). Resulta imposible encontrar piezas similares en toda América Latina. En las demás hallamos sugerencias de sexo pero no se muestra nada explícito, al igual que en España. En Brasil tenemos prejuicios y numerosos problemas, pero al mismo tiempo la relación con nuestra libertad sexual es

Survival is another defining characteristic of Brazil...

Yes, survival; our philosophy of life is centred on this idea, on our colonial heritage and on our desire to throw off the yoke of colonization. Latin America is gradually becoming more and more important in today's world, and the way we are looked upon has changed radically in the past 20 years. It is a very much less condescending look. *Latin American Graphic Designers* represents an inward looking reflection on our own self esteem. A book that shows exclusively top quality work is extremely positive for the new generation of designers, and it also allows us to get to know each other.

European and US influence is inevitable. Does this hamper independent development?

I don't believe so; when I'm asked about globalisation, I can look at Mexico, for instance: who goes to work dressed up as a Mariachi? Nobody. Everyone wears jeans, Nike plimsolls... If we take pictures of students in Mexico, Argentina or Brazil, we wouldn't be able to tell what country they were from. They all wear the same piercings, the same clothes and the same expression... It's incredible.

Is it necessary to preserve local tradition alongside a globalized approach?

Local tradition is always preserved thanks to the pride we feel in belonging to a particular culture. Moreover, local culture is always strengthened thanks to gastronomy, for instance. You can find a McDonald's restaurant almost anywhere in the world, but that hasn't meant the end of local food. This can clearly be confirmed in the case of music and design. Musical diversity that is born through the blend of different sounds is producing spectacular pieces of work, to which one could say: "This isn't Latin American". But of course it is! It's been made here.

In Brazil's case, there is, moreover, the coexistence of different races, racial mix...

We in Brazil are different from all the other countries of Latin America, and I am not saying this just because I am a Brazilian. To begin with, we were colonized by the Portuguese, a very different colonization to that of the Spaniards, with much less rigidity in terms of social and religious culture. We find a good example of this in Zenith's 1960's collection of magazines with erotic content (featured in *Experimenta* 59). It is impossible to find anything similar in the rest of Latin America.

In other Latin American countries, as in Spain, sex is suggested but not shown explicitly. We have many prejudices and unsolved problems in Brazil, but, our relationship with our sense of sexual freedom is

2. *Latin American Graphic Design*, detalle de la portada, Felipe Taborda y Julius Wiedemann, Taschen, 2008.

3. *Camera Obscura*, libro del fotógrafo Milton Montenegro, Editora Francisco Alves, 1999.

2. *Latin American Graphic Design*, cover detail, Felipe Taborda and Julius Wiedemann, Taschen, 2008.

3. *Camera Obscura*, photographer Milton Montenegro's latest book, published by Francisco Alves Editora, 1999.



mucho más amplia. Además, habitamos un país gigante, con miles de países distintos: el centro, litoral, nordeste... Ahora viviremos un cambio con la celebración de los Juegos Olímpicos y además, Brasil está de moda. Al contrario que el caso de Barcelona donde me parece que el Gobierno albergó el plan de convertir la ciudad en un centro de tendencias, en Brasil nunca se lo plantearon, sino que tuvieron mucha suerte. Una anécdota que sirve de ejemplo: con excepción de Argentina, en el fútbol todos los países eligen a su propio país como ganador y en segundo lugar, a Brasil.

¿Qué tiene Brasil?

Se siente una simpatía natural hacia Brasil. El Gobierno brasileño también lo aprovecha, está de moda. Un ejemplo icónico son las havaianas con la banderita, que todo el mundo lleva en verano. Cada chica puede tener seis u ocho pares distintos de colores.

Ha comisariado el número *A Imagem do Som do Samba* donde diferentes artistas interpretan gráficamente piezas musicales. ¿Es posible captar visualmente la energía de la música?

En este caso cada pieza es el resultado de la representación mental de un autor. Cada uno posee su propio repertorio de conocimiento, elementos que agregamos o borramos; y lo mismo sucede con la música, que no es más que sensaciones, una complejidad de reacciones que también se produce en el diseño. Si contactamos con diez diseñadores para que ilustren un mismo tema no existirán dos piezas iguales. Esto es lo que más nos aleja de los ratones de laboratorio porque los seres humanos somos cambiantes.

El año pasado por primera vez la Tate Modern de Londres incluyó el Street Art en su programación. Sus paredes fueron intervenidas por dos artistas brasileños: Nunca y Os Gêmeos (Otávio y Gustavo Pandolfo) ¿Qué papel tiene la gráfica callejera en Brasil?

En Brasil conviven miles de grafiteros, especialmente en São Paulo donde comenzaron con una tipografía con puntas, exclusiva y totalmente definida [llamada Pixação]. A partir de ahí comenzó un movimiento, con una nueva manera de juzgar, que pronto produjo que se considerara arte. Un arte en el que todos sus integrantes son menores de 35 años pero sin embargo, desde los primeros viajeros que escribían su nombre en los templos egipcios ya existía el grafiti. Somos siempre lo mismo, lo único que cambia es la tecnología.

¿Hasta qué punto la carencia de medios desemboca en una producción más original, más libre?

Mac Luhan mantenía que toda nueva tecnología transforma la tecnología anterior. Las pinturas de las cuevas de Altamira no se crearon como arte, pero en realidad supusieron un

considerably broader. On top of that, we inhabit an enormous nation made up of thousands of different countries: the centre, the coast, the northwest...

Things are now bound to change due to the celebration of the Olympic Games, and the fact that Brazil is very much in fashion. This is a different case from that of Barcelona, where government efforts were made to create a space for the latest tendencies with the city at its core. Brazil has simply been very lucky and such efforts were never programmed. An anecdote to serve as an example: with the exception of Argentina, all footballing countries support their national teams to be champions, choosing Brazil as a second option.

What is it that Brazil has?

The rest of the world is showing a natural warmth of feeling towards Brazil at the moment. The government of Brazil is also taking advantage of this, knowing that all that is Brazilian is trendy at present. For instance, the havaianas with Brazilian flags that everyone wears during the summer have become an icon. A girl very often has six or eight different pairs with different colours.

"The belief has spread that Latin American designers are able to do as they please, and of course they are right!"

You have been commissioner to the musical *A Imagem do Som do Samba*, where different artists graphically interpret pieces of music. Is it possible to visually grasp the energy created by music?

In this particular case, each piece is the result of a mental representation of the author. Each author has his own background of knowledge, with information that can be either added or removed. This can be applied to music which is a world based on sensations, a complexity of reactions that is also present in the world of design. If we were to ask ten designers to work on the same idea or concept, no two results would be the same. This is what most differentiates human beings from lab mice; we change and evolve.

There are thousands of graffiti artists in Brazil, in particular in São Paulo, where they have come to develop an exclusive and totally defined typography using tips, known as Pixação. This gave rise to a movement with a

4. *A Imagem do Som*, proyecto editorial que homenajea géneros y compositores musicales mediante la representación visual de artistas contemporáneos, Editora Globo, 2007.

4. *A Imagem do Som*, a project that pays tribute to musical composers and the different genres they cover through the visual interpretation of contemporary artists. Published by Globo, 2007.



5



6

precursor para el diseño, ya que se trataba de una infografía. La humanidad no cambia en nada, salvo la tecnología, el resto permanece igual: la necesidad de ser creativo.

En Brasil es inquietante la profunda diferencia entre las clases sociales, un contraste que crea dos mundos: favelas frente a barrios militarizados, ricos y pobres, globalizados e inadaptados.

De la misma forma en que tendemos a generalizar sobre los pobres, tendemos a generalizar sobre los ricos. En el mundo moderno cada vez resulta más raro hallar ricos-ricos, es decir, personas que poseen dinero e ideas, ricos materiales pero también ricos de espíritu. Cada vez se encuentran más ricos-pobres y pobres-ricos. No se trata de una exaltación de la pobreza, pero sí supone un reconocimiento de que aparece una mayor creatividad cuanto menos recursos hay. Los pobres-ricos poseen en muchos casos la visión más creativa del país (música, arte, diseño, comunicación...).

Pese a su tamaño, 180 millones de habitantes, Brasil es un país muy mezclado y el único con una televisión tan poderosa. Todos, ricos y pobres, ven la misma novela, la del hora-

«En muchas ocasiones nuestros productos son puramente comerciales; si bien es cierto que el diseño supone una herramienta muy útil para lo social».

rio noble. La pequeña pantalla supone un poder único que permite que en este contraste social y económico del país haya puntos de conexión.

¿Cómo afronta el país su crecimiento?

En este momento experimentamos un crecimiento económico extraordinario puesto que la crisis económica no nos ha afectado realmente y el Gobierno puede celebrar su inmensa recaudación. Desde hace una década está asumiendo su papel. Antes era raro encontrar libros sobre nuestra cultura, y actualmente se ha escrito sobre cualquier asunto brasileño, lo que demuestra cómo se está produciendo un cambio en nuestra propia imagen. La autoestima es de nuevo el fundamento. Quizás estoy hablando de una forma demasiado personal, pero unos años atrás ésta no era la situación; no nos sentíamos avergonzados, pero sí demostrábamos falta de seguridad. También es remarcable la absorción social

new approach that is now acknowledged as an art. This movement is integrated largely by artists under the age of 35. It is however true, that early travellers in history used graffiti to carve their names on Egyptian temples. We remain unchanged; it is only technology that varies.

To what extent does the lack of resources stimulate a more free and original output?

Mac Luhan believed that all new technology transforms the preceding one. The paintings at Altamira were not intended as an art form, although they turned out to be a forerunner for design, being considered to be a sort of infography. Human nature does not change, technology does, the rest remaining the same: the need to be creative. Social differences in Brazil are very disturbing, a contrast that creates two distinct worlds: favelas versus militarized neighbourhoods; rich versus poor; globalized individuals versus misfits. We tend to generalize with respect to both the rich and the poor. It has become more and more difficult to come across individuals who are rich in two ways (rich-rich), that is, economically wealthy and rich in ideas, rich in material terms but also rich in the spirit. It is more common to find rich-poor and poor-rich examples. I don't intend to praise poverty, but I do acknowledge that in a scenario where there is an important lack of resources, creativity is more present. Those considered "poor-rich" produce the most representative creative work in the country (music, art, design, visual communication...)

Despite its size, 180 million inhabitants, Brazil is a very heterogeneous country, and being the only one in Latin America with such a powerful state television. Rich and poor watch the same soap operas, those broadcast during primetime. TV powerfully represents a meeting point amidst this environment of sharp social and economic contrasts.

How does the country confront fast-track growth?

At present, we are experiencing an extraordinary phase of very fast economic growth due to the fact that the global crisis hasn't had an important impact on our country, and this means that the government can still enjoy very large tax revenues. In the last ten years, the government has finally begun to accept its role. One rarely found books on our own culture in the past, but currently people are writing about almost any aspect of Brazilian culture, therefore proving there is a change in the image we project. Self esteem is again at the heart of the question. This way of expressing myself, may be too personal, but the truth is this situation did not exist a few years back; there was no shame in our attitude, although a certain lack of self confidence was present. The social integration of immigrants

5. Interior de doble página, *Sui Generis Magazine*.

6. Cartel, Brazil AdDesign, 2007.

5. Interior double page of *Sui Generis Magazine*.

6. Poster, Brazil AdDesign, 2007.



de la inmigración gracias a la que todo el mundo se siente brasileño, y nadie se considera ya árabe, japonés...

¿Brasil es entonces internacional?

Encontramos ejemplos como el de los Campana: son estrellas y hacen un trabajo internacional en el que mezclan conceptos brasileños, como en la silla Favela. Sucede lo mismo con los fotógrafos posteriores a Sebastião Salgado, otro brasileño espectacular. Lo brasileño se aprecia cada vez más, en este momento estamos viviendo la revalorización de los mitos de nuestra música. Los Rolling Stones y los Beatles siempre fueron homenajeados, pero en Brasil los nuevos músicos –como Marisa Monte con toda la música de la *velha guarda da portela*– están recibiendo ese reconocimiento ahora.

¿Es igualmente reconocido Aloisio Magalhães, figura clave en el diseño moderno brasileño?

No sólo en el diseño, también en la cultura. Es un icono. No es el primero pero sí es de las figuras más importantes en la revalorización y reflexión de la cultura brasileña. Fue el Primer Ministro de Cultura además de pensador y escritor, y se involucró en el Gobierno para, a partir de ahí, iniciar toda una serie de investigaciones culturales. Fue una de las personas que más se hicieron escuchar. Llevó a cabo proyectos gigantes como el diseño del logotipo de Petrobras o la gráfica de las monedas y billetes brasileños. Además, tenía mucha visibilidad, un discurso con gran relevancia y por todo esto debemos incluirlo entre nuestros referentes.

Usted desarrolla el proyecto Kabum Mix para Oi Kabum, una red de institutos artísticos y técnicos en zonas desfavorecidas. ¿Qué papel puede ejercer el diseño en la inserción social, emocional, laboral?

La mayor compañía telefónica de Brasil, Oi, planteó la idea de hacer las escuelas Oi Kabum para adolescentes en zonas de riesgo y proporcionarles una formación complementaria. Ahora contamos con cuatro (Rio de Janeiro, Salvador, Recife y Belo Horizonte, con seiscientos alumnos cada una) que están involucradas con una ONG local. En ellas se enseña diseño gráfico, vídeo, fotografía y animación, y en este contexto creé Kabum Mix, –centrado en una idea de Alain Le Querrec, en Francia– un taller gráfico sobre una serie de temas sociales. El resultado fue espectacular. Por otro lado la compañía quería visibilidad y ser reconocida y de ahí nació mi idea de sacar la escuela a la calle. Durante dos semanas, los carteles se expusieron por todo Rio de Janeiro. Para los alumnos supuso una inyección de autoestima.

Evidentemente, estamos hablando de la responsabilidad del diseño, un tema que está a la orden del día en este momento, ¿debe entonces el diseño contar con una vinculación ética, social?

has also meant that we all feel Brazilian and nobody any longer feels Arab, Japanese...

Is Brazil therefore international?

We have examples such as the Campana group. They are renowned and develop work in an international context, blending Brazilian concepts such as the Favela chair. The same is applicable to post Sebastião Salgado photographers, another extraordinary Brazilian figure. All that is Brazilian is now being more and more appreciated, and as a result Brazilian musical myths are being revaluated. The Rolling Stones and The Beatles have always been paid tribute, though new Brazilian musicians– such as Marisa Monte and all the *velha guarda da portela* music style– are now being taken into account.

Has Aloisio Magalhães been given equal credit as a fundamental figure in modern Brazilian design?

Not only in the field of design, equally as a cultural icon. He has not been the first, but he is considered one of the main figures who has clearly given more value and induced more reflection on Brazilian culture. He was Minister for

"If one is to think of a product that is only commercially orientated, having said this design is a very useful tool in a social context."

education, a thinker and writer, and he became involved, through his position in government, in a large number of cultural projects. He managed to become one of the public figures most listened to. He developed large scale projects such as the logotype for Petrobras or the graphic design for national bank notes and coinage. He also became an important visible figure, forwarding relevant and significant ideas. He should therefore be considered as one of our most valued references.

You are developing the Kabum Mix project for Oi Kabum, a net of artistic and technical institutes geographically based in underprivileged areas. What is the role that design can assume in the context of social, emotional and work integration?

Brazil's largest telephone company, Oi, proposed the idea of building Oi Kabum schools in conflictive neighbour-

7-9. Carteles culturales. De izquierda a derecha: Uma outra cidade, 2005; Futebol, Desenho sobre fundo verde, 2006; Fassbinder, 2007.

7-9. Cultural posters. From left to right: Uma outra cidade, 2005; Futebol, Desenho sobre fundo verde, 2006; Fassbinder, 2007.



10



11



12



13

En el caso de los carteles para Kabum Mix, evidentemente sí, al igual que en el Kabum Mix 2, que versa sobre futuro, amor y sida, que son argumentos muy interesantes para trabajar. Pero no soy de la opinión de que todo deba ser así, al fin y al cabo, en muchas ocasiones nuestros productos son puramente comerciales; si bien es cierto que el diseño supone una herramienta muy útil para lo social.

En el año 2010 se celebra el 50 Aniversario de la fundación de la ciudad de Brasilia. ¿Es un ejemplo de diseño integral?

Brasilia es el éxito de una utopía. La idea de un presidente emprendedor que plantea construir una capital en el centro del país, pues teóricamente resultaría más fácil para gobernar. Es evidente que en Brasilia existen muchos problemas, aunque sus vecinos aman la ciudad, y el concepto, creación, fabricación y construcción es algo impresionante, además de un icono arquitectónico y urbanístico. Cuando conviven grupos de personas trazan sus propios espacios y por ello nacieron, por ejemplo, los pequeños mercados, algo que no se había previsto, y teóricamente estaba prohibido porque ya se contaba con una zona exclusiva de abastecimiento. La ciudad fue pensada para moverse en coche y para medio millón de personas; actualmente cuenta con más de 2 millones de habitantes.

Es importante realizar una valoración cincuenta años después...

Hay numerosos planes urbanísticos que se han llevado a cabo y no es que no hayan funcionado en Brasilia, es que no han funcionado en ningún sitio. No se trata de una crítica al trabajo de Costa ni de Niemeyer, sino de un ejemplo para la reflexión histórica sobre la urbe y el espacio público. Una ciudad es para los seres humanos, pero el hombre no tiene un camino único. Cada uno quiere pintar un rasgo en su camiseta.



14

hoods, thus providing complementary education. We currently have four (Rio de Janeiro, Salvador, Recife and Belo Horizonte, with 600 students in each school), working shoulder to shoulder with local NGOs. These schools teach graphic design, video design, photography and animation. It is in this context that I created Kabum Mix –based on an idea by Alain Le Querrec, in France–, a design workshop involved in a number of social projects. The result was truly impressive. On the other hand, Oi, wanted to be known and be recognised for its involvement in this project, and I therefore had the idea of bringing the school out into the street. For two weeks, posters promoting the workshop were advertised all over Rio. This was a huge ego boost for the students.

We are clearly talking about the responsibility that design holds in society, a subject that is very much being discussed at the moment. Should design be tied naturally to ethical and social values?

In the Kabum Mix project, the answer is clearly yes. As it would be for the Kabum Mix 2 project, centred on the future, love and aids, all fascinating concepts on which to work. Nevertheless, I don't think this is applicable in all cases, specially, if one is to think of a product that is only commercially orientated. Having said this, it remains obvious that design is a very useful tool in a social context.

This year is the 50th anniversary of the city of Brasilia. Is it an example of integral design?

Brasilia is the success story of a utopia. This is the idea of an enterprising president to build a capital city in the geographical centre of the country, in order to make it theoretically easier to govern. Brasilia has, no doubt, significant problems, although its inhabitants truly love the city. The concept, creation, development and construction of the city are impressive, and it is in fact an icon in terms of architecture and town planning. When different groups of people coexist, they develop their own spaces to live in, and as result small market areas were spontaneously created, something that had not initially been considered and had even been forbidden, given that larger areas had been exclusively programmed for this purpose. The city had been built with the idea of motor vehicles as the main means of transport and for a total population of half a million; it currently has a population of over two million.

It is important to evaluate the results fifty years on...

Many projects have been executed worldwide, and it's not that they failed in Brasilia, they simply failed elsewhere. I don't mean this as a criticism. However, I do want it to be an historical reflection on the city and the public space. A city is for human beings, although man need not take one only path. Each one wants to draw his own characteristic feature on his t-shirt.

10 y 14. *Kabum Mix, novos olhares sobre o mundo*, publicación de carteles para la concienciación social realizados por los alumnos de la Escuela Oi Kabum. Oi Futuro, 2008.

11. Cartel sobre la preservación del agua, Éliada Santana, Kabum Mix, 2008.

12. Cartel sobre los derechos humanos, Diego Carvalho, Kabum Mix, 2008.

13. Cartel sobre el embarazo adolescente, Jefferson Modesto, Kabum Mix, 2008.

10 & 14. *Kabum Mix, novos olhares sobre o mundo*, poster prints for social awareness created by Escola Oi Kabum students. Oi Futuro, 2008.

11. Poster depicting the preservation of water, Éliada Santana, Kabum Mix, 2008.

12. Poster depicting human rights, Diego Carvalho, Kabum Mix, 2008.

13. Poster depicting pregnancy in teenage hood, Jefferson Modesto, Kabum Mix, 2008.