

NIRIN APRESENTA

PANORAMA

2023
Nº1

COPENHAGEN

A cultura
moldada pelo
design

+
Arquitetura
Arte
Branding
Gastronomia
Marcas
Moda
Urbanismo
Varejo

O design além
do design



UM OLHAR SOBRE O DESIGN NÓRDICO

Pausa para Copenhagen

Como é possível, numa época de informações tão acessíveis, termos dificuldade de identificar o que é relevante ou não?

O que explica que ainda falte curadoria, assertividade e cuidado na escolha do que nos alimentamos, consumimos e aprendemos?

Na contramão da velocidade em que o mundo acelera no caminho dos excessos, nós sentimos a necessidade de diminuir o ritmo e buscar um lugar que nos levasse à simplificação. Uma pausa para Copenhagen.

Voltamos da capital da Dinamarca convencidos de que temos valores em comum com a cultura local e dispostos a compartilhar o que vimos e descobrimos para criarmos uma conexão entre crenças, o design que praticamos e o design escandinavo. Este é o panorama de um cenário urbano e tecnológico que nos motiva e oferece mais elementos para criarmos soluções que nos permitam identificar o que realmente importa, sermos mais assertivos e trabalharmos para uma vida melhor.

Desejamos a todos uma ótima leitura, Time NIRIN.



Designmuseum Danmark.



Thiago Karsten (COO), Régis Montagna (CCO)
e Daniel Skowronsky (CEO).

Somos a NIRIN

Nós somos a NIRIN, uma branding company independente sediada no Brasil que constrói marcas relevantes para o futuro. Nossos pilares são a excelência, as pessoas e a responsividade. Nossa missão é impactar o mundo positivamente através do branding.

Criamos a NIRIN em 2020, com o desejo de construir uma empresa diferente, que mixa inteligência estratégica com um senso estético apurado, e para isso buscamos as melhores pessoas. Hoje somos mais de 30 profissionais empenhados em criar novos projetos de marcas para o Brasil e para o mundo. E nessa busca intrínseca pelo novo, aliada ao desejo de acionar a tecla pause de um mundo em fast forward, desembocamos num desejo antigo: visitar a cidade que sempre acreditamos ser fonte inspiradora para a construção de um mundo mais contemporâneo, uma referência em qualidade de vida, design, arquitetura, arte, moda, gastronomia, desenvolvimento urbano e tecnologia. Essa cidade é Copenhagen. Simples assim.



Vista do terraço do Danish Architecture Center (DAC).

Berço do design mundial

A Dinamarca é um dos principais berços do design mundial, o que foi fundamental em nossa escolha por sua capital, Copenhagen, a cidade que vivencia a beleza e a funcionalidade em todos os âmbitos e desde muito tempo. A Royal Danish Academy, universidade inspirada na Academia Real de Belas Artes de Paris, com escolas de Arquitetura, Pintura e Desenho, foi fundada em 1754.

O Designmuseum Danmark, museu que apresenta 120 anos de história do design dinamarquês e serve como fonte de inspiração para quem trabalha na indústria, além de aguçar o senso crítico dos consumidores, abriu suas portas em 1890.

**Publicação de temas globais, negócios, cultura e design muito admirada pela NIRIN. #ficadica*

Foco na contemporaneidade

Copenhague é culturalmente focada na contemporaneidade e abriga alguns dos melhores criadores nas esferas da arte, literatura, moda, arquitetura e gastronomia, o que se reflete na mobilidade, nos valores locais e na forma de viver e confere grande qualidade de vida para uma população relativamente pequena e jovem, pouco mais de um milhão de habitantes com idade média de 42 anos.

Numa área de apenas 179,8 km², a cidade tem 53 museus e galerias de arte e 11 universidades, proporciona uma cultura que dá lições diárias de civilidade e permite uma atmosfera de ampla liberdade. A revista **Monocle***, que publica regularmente listas dos lugares com a maior qualidade de vida no mundo, destaca a capital da Dinamarca recorrentemente em seus rankings.



Rua Vendersgade.



Exposição "Ideal City 2040", no SPACE10.

42 MÉDIA ETÁRIA

MUSEUS 53

11 UNIVERSIDADES

Não por acaso, Copenhagen abriga uma organização voltada para a pesquisa em torno do tema, o Happiness Research Institute, que analisa indicadores para medir a qualidade de vida da população, em complemento aos tradicionais indicadores socioeconômicos como o PIB. Governos de todo o mundo têm procurado o instituto para usar essas métricas como base para a criação de políticas públicas, evidenciando como a Dinamarca está à frente na busca de novos critérios para o desenvolvimento.

Conforto da alma



Distrito de Nordhavn.



Distrito de Nordhavn.

Conhecida como um dos lugares mais felizes para se viver, a Dinamarca tem até um termo para justificar essa fama: hygge, palavra de origem norueguesa que não possui tradução exata, mas pode ser entendida como “bem-estar”, “a arte de criar intimidade”, “conforto da alma” ou “convívio reconfortante”. Na obra O Livro do Hygge, o presidente do Happiness Research Institute, Meik Wiking, se aprofunda no tema – impressionante como até a busca da felicidade vira arte por lá.

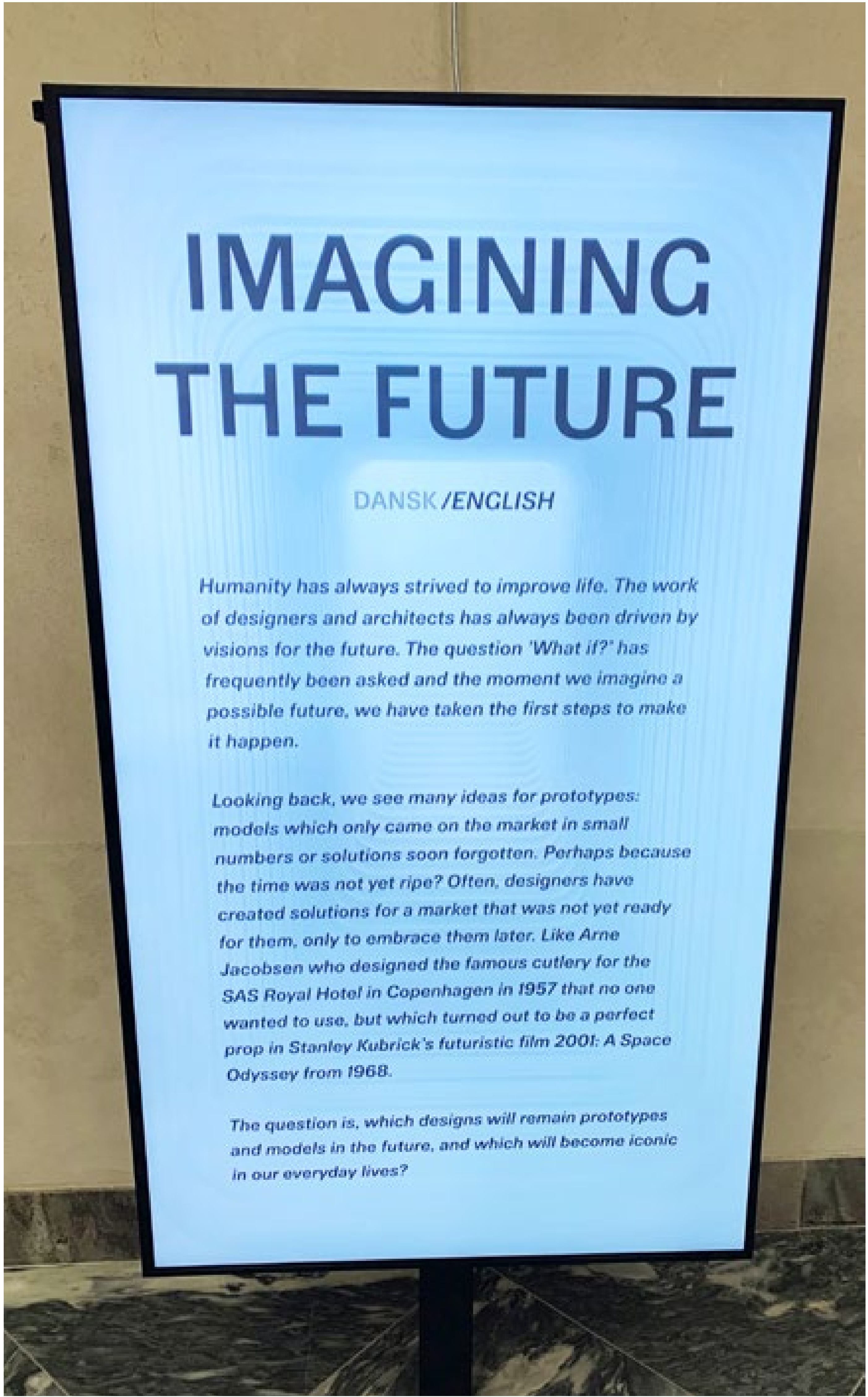
O hygge não é exatamente uma filosofia, nem uma cultura ou estilo de vida. Uma reportagem da TV estatal inglesa BBC de 2015 fala na ideia “de relaxar e se sentir em casa tanto quanto for possível, pra esquecer as preocupações da vida”. Embora o livro de Wiking se refira ao hygge como um segredo dos dinamarqueses, não tem tanto mistério envolvido: ao experimentar felicidade por meio de práticas cotidianas que promovem o prazer e o bem-estar, sentimos o hygge.

Rua Vendersgade.



Distrito de Nordhavn.

Pronta para o futuro



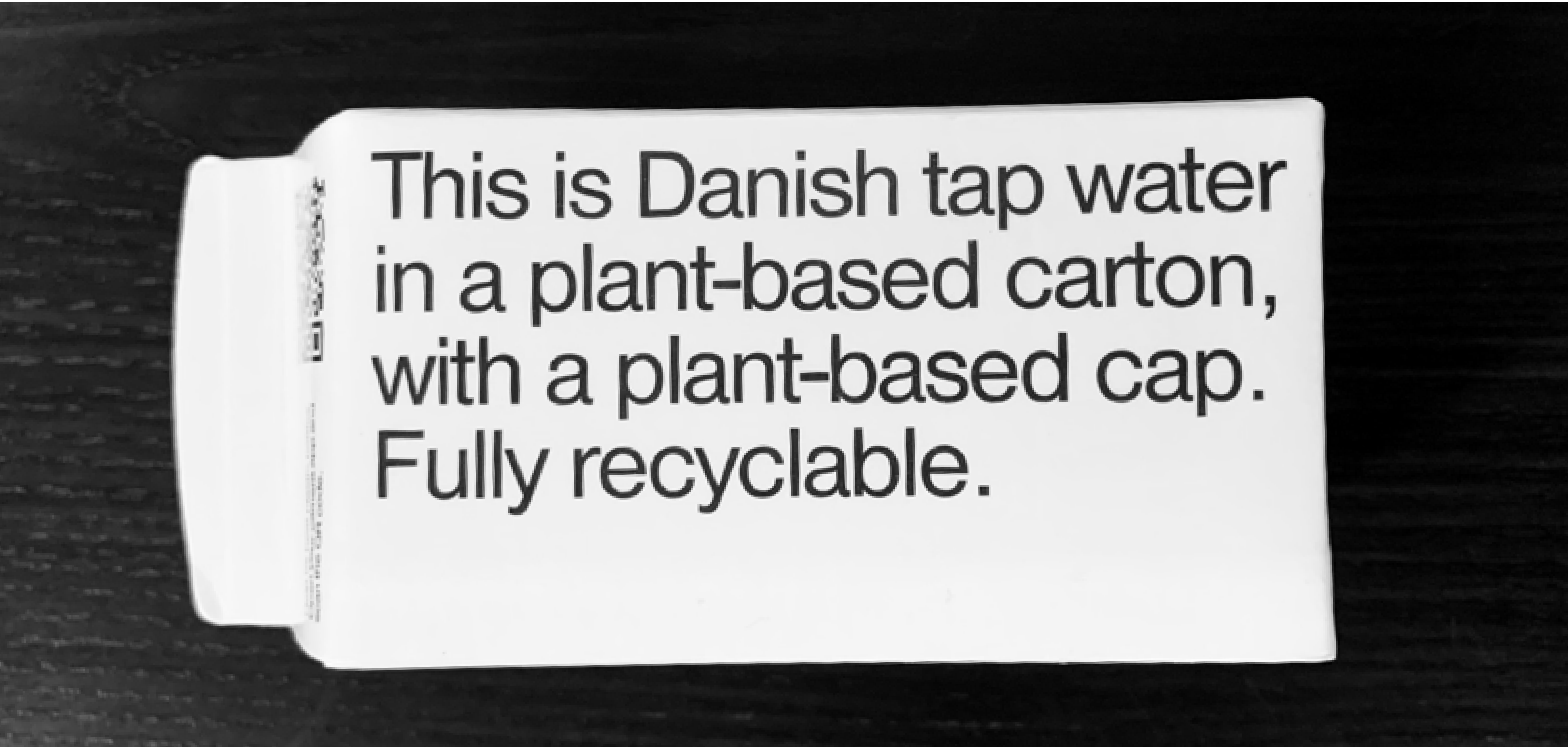
Exposição “The Future is Present”, no Designmuseum Danmark.

O futuro é digital e a Dinamarca está tão estruturada nesse campo da transformação tecnológica que já está conectada nos próximos tempos.

De acordo com o World Digital Competitiveness Ranking do International Institute for Management Development (IMD), o país escandinavo é um dos que melhor exploram os recursos tecnológicos. O mais legal disso foi perceber que os dinamarqueses têm uma relação saudável com a tecnologia. Sabe os celulares em cima das mesas nos restaurantes, que acabamos naturalizando? Lá não vimos nada disso! A Dinamarca busca outro tipo de inovação, em que a tecnologia é importante no seu desenvolvimento, mas não tanto na sua aparência.

Naturalmente sustentável

7 em 10 TÊM BIKE
5.9M HABITANTES

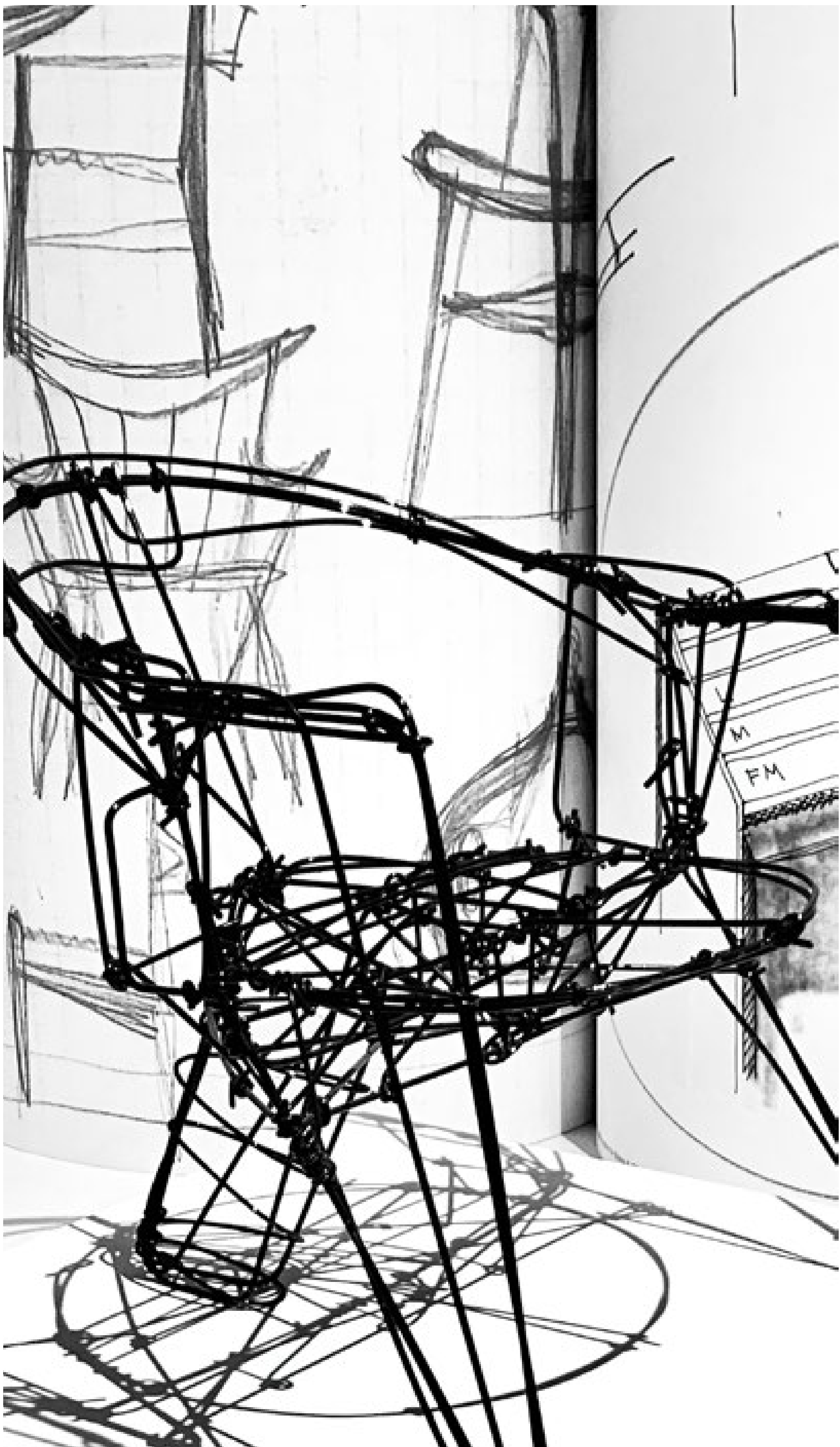


Embalagem da Postevand, água de torneira dinamarquesa em uma embalagem 98,6% à base de plantas com uma tampa à base de plantas. Totalmente reciclável.

Se a tecnologia impulsiona o futuro, o presente foca em um olhar coletivo exemplar. Copenhagen é conhecida por ser um local muito atento às práticas sustentáveis e atestamos isso na prática. Movida a bicicletas – são 7 a cada 10 habitantes num país de 5,9 milhões –, tem 60% das pessoas se deslocando pelas ciclovias diariamente, o que exige grande respeito pelas regras de trânsito e adesão aos códigos e confere uma dinâmica muito própria à cidade. Ainda no tema da mobilidade, há muitos carros elétricos, o que torna a capital mais silenciosa. Ampliando a pauta para os produtos sustentáveis, temos as embalagens projetadas com materiais que possam se decompor na natureza – quem quiser uma embalagem plástica precisa pagar um valor a mais por ela.

O que mais nos chamou atenção, no entanto, foi o fato dessa dinâmica acontecer de forma muito natural. O olhar sustentável já faz parte do DNA da cidade. Segundo a revista Magazine B, mesmo quando a sustentabilidade não era uma pauta “da moda”, Copenhagen já tinha uma série de iniciativas voltadas a esta finalidade no seu planejamento urbano. De maneira coordenada, tudo evolui na busca de um futuro melhor.

O DESIGN DINAMARQUÊS



*Sketch de cadeira em exposição
no Designmuseum Danmark.*

Se quando você pensa na Dinamarca lembra de uma cadeira tão linda que parece uma obra de arte, mas tão simples que a faria em casa, é porque entrou na linha de raciocínio que concede aos dinamarqueses a aura de professores do design – o designer Hans J. Wegner, aliás, diz que “a cadeira é a peça de mobiliário que está mais próxima dos seres humanos”.

A Dinamarca valoriza e tem orgulho de seus grandes nomes da arquitetura e do design e compreende a importância da beleza na construção do bem-estar. No entanto, além da estética, há uma grande preocupação com a funcionalidade. Não por acaso, Copenhague foi nominada pela Unesco como a Capital Mundial da Arquitetura em 2023.

A concepção do design dinamarquês tem suas origens nos móveis, ainda que fossem poucos nas casas de campo do país escandinavo – a única cadeira disponível era reservada para o pastor. Desde aquela época, os artesãos eram habilidosos e produziam um material muito resistente e funcional, mas lhes faltava apuro estético.

A virada se deu no século 18, quando o pintor dinamarquês Nikolai Abildgaard visitou a Grécia e a Itália em busca de inspiração e levou referências da arte clássica para o seu país. Abildgaard se tornou o primeiro designer de móveis da Dinamarca e inspirou uma série de artistas escandinavos a se estabelecerem em Roma, berço de 3 mil anos de arte, arquitetura e cultura. Na capital italiana, eles se aprofundaram nos conceitos artísticos que foram agregados ao modo dinamarquês de produzir móveis e formataram uma estética de design consagrada mundialmente.



Designmuseum Danmark.

Em busca da funcionalidade

O design dinamarquês ficou conhecido em todo o mundo por conta das cadeiras produzidas no país no século 20 – especificamente entre 1920 e 1970. Na exposição “The Danish Chair: an International Affair”, baseada no livro homônimo e que foi atração do Designmuseum Danmark entre 2016 e 2020, a cadeira é apresentada como uma verdadeira instituição cultural dinamarquesa.

Livro “The Danish Chair”.



Para se diferenciarem da estética vigente naqueles anos, que visava um design perfeito, os escandinavos desenvolveram um design mais apropriado, focando na usabilidade, nas formas e nos materiais disponíveis, e transformaram as cadeiras dinamarquesas na expressão mais conhecida de um estilo que foi levado para outros inúmeros objetos.

O conceito de design funcional também foi impresso em móveis como luminárias, bowls, vidros e pratarias. Enquanto o modernismo avançava por toda a Europa, a Dinamarca produzia a sua versão desse movimento, combinando traços daquela escola com o trabalho artesanal tradicional.



Luminária Artichoke, de Poul Henningsen.



Colagem da luminária Artichoke, de Poul Henningsen no Designmuseum Danmark.



Vídeo documentário "The artistry of Danish design" (1961).



Cadeiras de Arne Jacobsen
na entrada do Designmuseum Danmark.

Ant Chair,
no Designmuseum Danmark.



Grandes nomes do design dinamarquês

Kaare Klint (1888-1954)

O pai do design dinamarquês foi professor da Royal Danish Academy of Fine Arts e influenciou diversos nomes que o sucederam. Prezou, na sua criação de móveis, pela funcionalidade e adaptabilidade ao corpo humano.

Børge Mogensen (1914-1972)

Influenciado por Kaare Klint e dono de um trabalho baseado na simplicidade, funcionalidade e acessibilidade, ele disseminou o design dinamarquês pelo mundo, junto com outras figuras como Arne Jacobsen.

Poul Henningsen (1894-1967)

Conhecido pela criação das luminárias PH, que ganharam atenção devido a sua luz quente e suave. Seu trabalho buscava uma estética funcional.

Nanna Ditzel (1923-2005)

É a criadora da Hanging Egg Chair, outro ícone mundial do design dinamarquês.

Grethe Meyer (1918-2008)

Uma das mais importantes designers industriais da Dinamarca, Meyer produzia peças simples e funcionais, colocando sempre o ser humano no centro da sua criação.

Hans J. Wegner (1914-2007)

O “mestre da cadeira” foi dos mais criativos e inovadores de seu tempo. Ele criou mais de 500 peças, inclusive a conhecidíssima Wishbone Chair.

Arne Jacobsen (1902-1971)

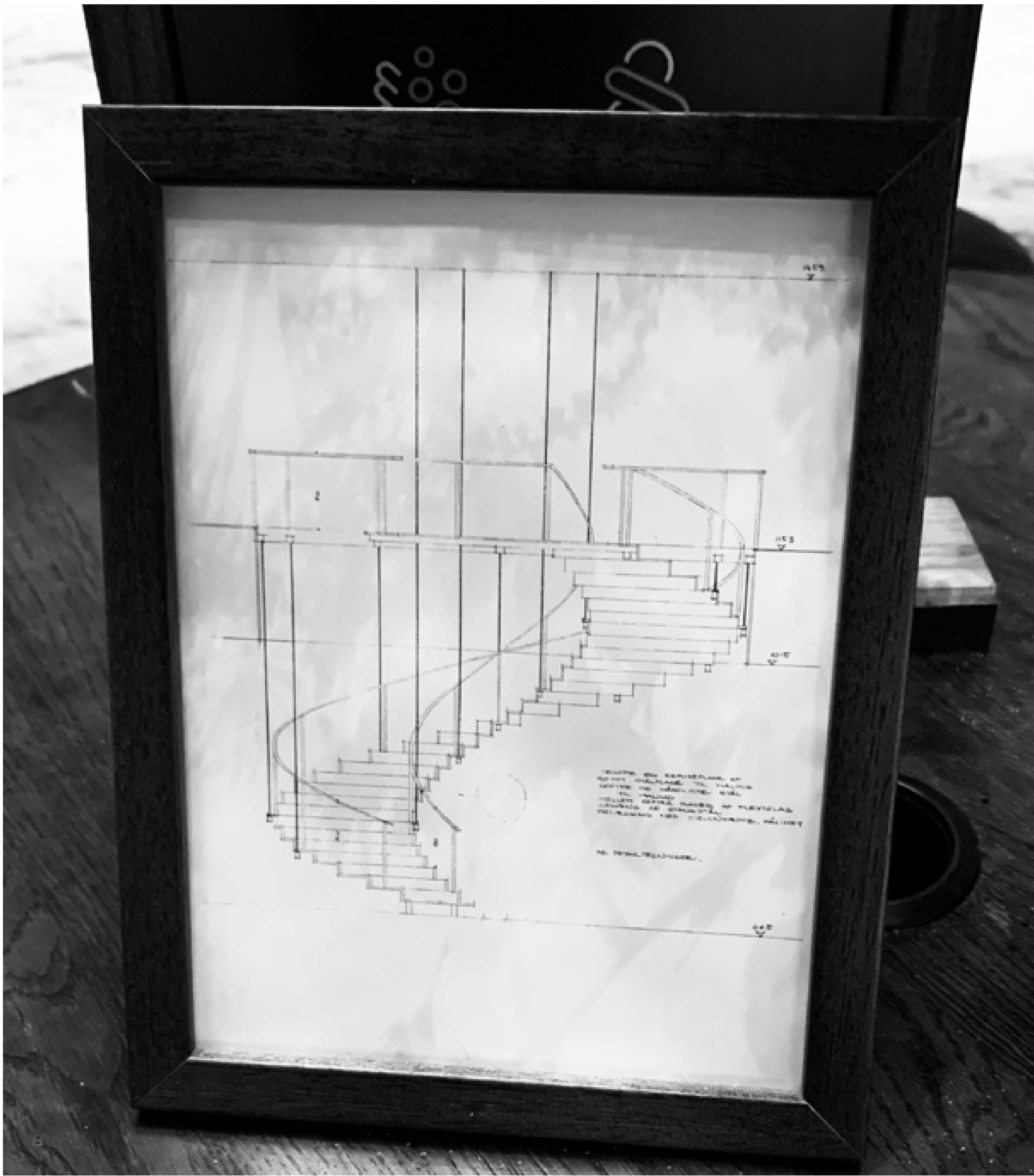
Muito atento aos detalhes e empenhado na criação de projetos, Jacobsen construiu a paisagem do design dinamarquês, de grandes construções a pequenos utensílios domésticos.

Verner Panton (1926-1998)

Inovador, ele produzia peças com cores ousadas e brincava com formas geométricas básicas. Assim, criou a icônica Panton Chair.

Um jeito de pensar

Sketch de Arne Jacobsen da escada
do Radisson Collection Royal Hotel.



A excelência na criação de móveis impulsionou o design dinamarquês a se expandir para a arquitetura, a moda, a cultura, o desenho de produto e até o modo de fazer negócios. Mais do que uma manifestação estética, trata-se de um jeito de pensar.

Viction Workshop, em seu livro *Truly Nordic* (2017), defende que a definição comum de que “o design nórdico contemporâneo é minimalista” é muito simplista, porque considera apenas a questão estética. Ele prefere a palavra “focado”. Para Workshop, “o design nórdico se expressa de maneira precisa, descartando o que é superficial e valorizando o essencial. A motivação por trás desse modo de pensar é a funcionalidade, não apenas a estética.” O resultado dessa mentalidade é um design limpo, com os elementos necessários para mixar beleza com funcionalidade. Cada peça precisa ser bonita, bem feita, funcional e projetada para durar.

Marcas locais

Da estruturação dos negócios até sua manifestação gráfica e visual, as marcas dinamarquesas seguem os princípios da beleza, da funcionalidade e da durabilidade. Andando por Copenhagen, nos deparamos com uma grande variedade de marcas locais que chamaram atenção por conta do design.



Embalagem da Nordic Waters - água com gás orgânica.

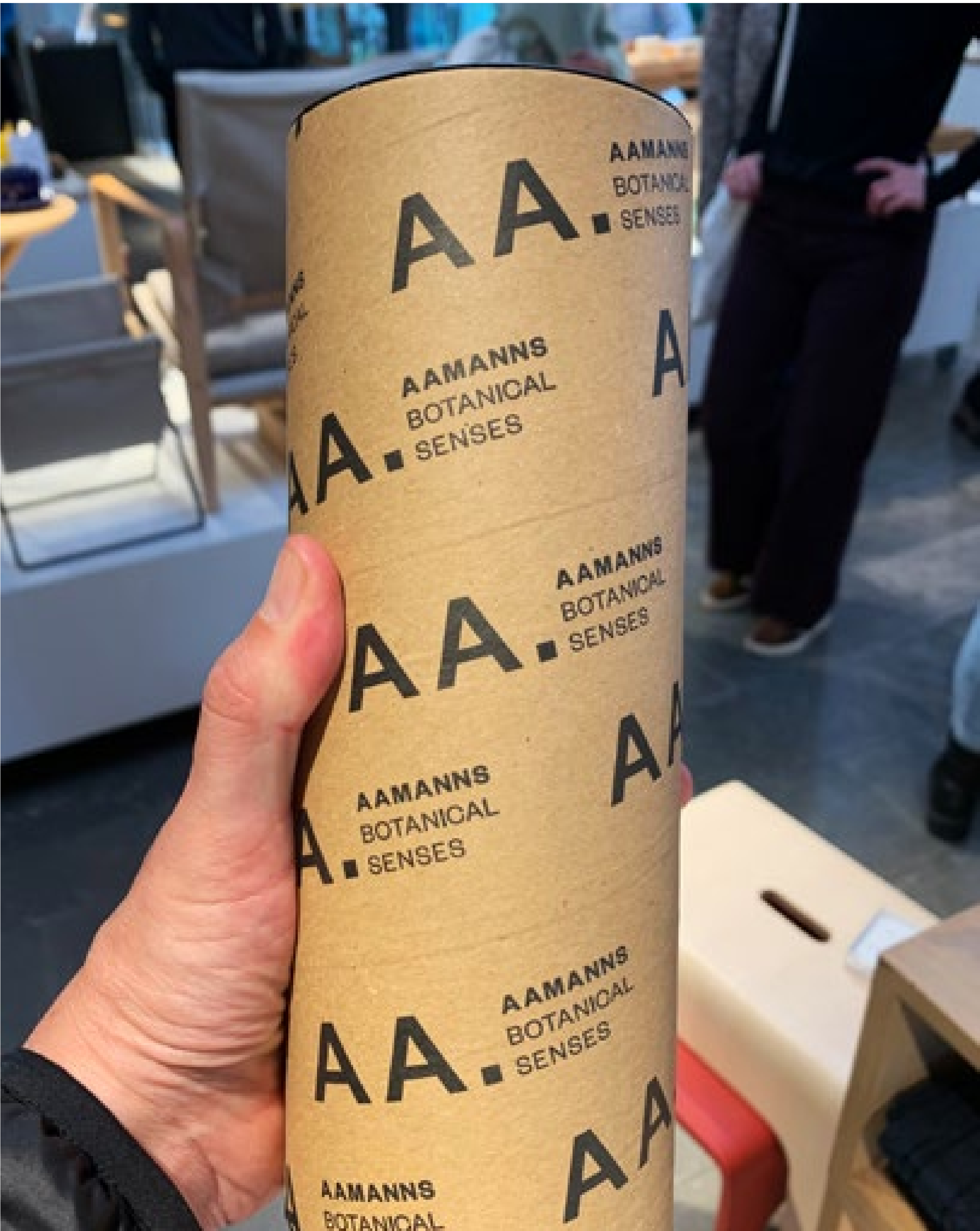


Embalagens da Framma, marca dinamarquesa de design multidisciplinar.



Embalagem da Postevand, água de torneira dinamarquesa em uma embalagem 98,6% à base de plantas com uma tampa à base de plantas. Totalmente reciclável.

Embalagens de cerveja da marca própria da rede de supermercados Irma.



Embalagem da A Amanns Botanical Senses, marca dinamarquesa de aromas inspirada na cozinha escandinava.



Embalagem de cerveja parte do grupo de marcas da loja de conveniência Depanneur.



Embalagem de soda parte do grupo de marcas da loja de conveniência Depanneur.



Embalagem de água com gás da marca Bornholm.



Vista da loja Hay, marca dinamarquesa de móveis e acessórios contemporâneos.



Embalagem de "winegum", bala de goma tradicional dinamarquesa.



Embalagem de café parte do grupo de marcas da loja de conveniência Depanneur.

Embalagem da NODA, marca dinamarquesa de água saborizada.



Embalagem de cerveja parte do grupo de marcas da loja de conveniência Depanneur.

“...a definição de que o design nórdico contemporâneo é minimalista” é muito simplista, porque considera apenas a questão estética. Ele prefere a palavra “focado”.

Viction Workshop - Truly Nordic 2017

Embalagem da marca de perfumaria PORCELAIN.





Embalagem de soda parte do grupo de marcas da loja de conveniência Depanneur.



Embalagem da marca de Kombucha Ronia.



Fachada da loja da Pas Normal Studios, marca de vestuário para ciclismo.



Fachada do Prolog, café localizado na região do Meatpacking District de Copenhagen.



Embalagem da marca de azeite de oliva biodinâmico Psyche Organic.



Embalagem da marca de drinks não alcoólicos Ish.



Embalagem da marca escandinava de cuidados pessoais orgânica Henné.



Embalagem de água mineral do The Audo.



Fachada do supermercado Netto.

O DESIGN ALÉM DO DESIGN

Estética como elemento arquitetônico que constrói o bem-estar das cidades.

A arquitetura escandinava é referência no mundo todo e se manifesta das mais diversas formas e espaços – fica aqui a nossa recomendação de acompanhar as publicações da Ark Journal, uma revista local que explora arquitetura, decoração e design dinamarqueses.



Fachada do CopenHill, projeto arquitetônico assinado pelo Bjarke Ingels Group.

CopenHill

A CopenHill é uma usina de geração de energia a partir da queima de resíduos, cuja reforma da fachada foi realizada pelo escritório de arquitetura Bjarke Ingels Group. Seguindo os moldes dinamarqueses, o projeto visava uma arquitetura esteticamente agradável para a cidade e funcional para os moradores, o que resultou na construção de uma fachada escalável com grandes blocos de alumínio e uma pista de esqui no topo. Repleta de vegetação, a área ao redor da pista apresenta uma grande escadaria verde.



Interior do escritório do Bjarke Ingels Group.



Vista do topo do CopenHill.



Fachada do escritório do Bjarke Ingels Group.



Revista "Ark Journal".



Time da NIRIN com o time do Bjarke Ingels Group.

ANO
1960



Fachada do Radisson Collection Royal Hotel.

Radisson Collection Royal Hotel (SAS)

Primeiro design hotel do mundo, o Radisson é um marco na cidade. O prédio foi construído em 1960 com um design de interiores impressionante, criado pelo renomado arquiteto Arne Jacobsen. O Radisson passou por uma grande reforma que amplifica ainda mais o legado de Jacobsen, e o quarto preservado da construção original cria uma verdadeira cápsula do tempo.



Interior do Radisson Collection Royal Hotel.



Interior do Radisson Collection Royal Hotel.



The Audo, projeto do Norm Architects.



Projeto Norm Architects.

Norm Architects

O mesmo cuidado com o exterior das cidades também existe em relação ao interior de suas edificações. O escritório Norm Architects projetou alguns dos lugares mais interessantes, e por conta disso fomos visitá-los. A empresa trabalha com o conceito de soft minimalism, que apresenta uma perspectiva mais calorosa, sensorial e duradoura. Traço recorrente do design escandinavo, a principal orientação da marca é proporcionar o bem-estar com beleza e funcionalidade.



Interior do showroom
House of Finn Juhl.



Interior do showroom
House of Finn Juhl.



Fachada do showroom
House of Finn Juhl.



Interior do showroom
House of Finn Juhl.

House of Finn Juhl

Finn Juhl foi um designer dinamarquês que materializou a mentalidade local em seus projetos moveleiros. Diferente do estilo minimalista tradicional, ele buscou formas orgânicas e curvas, comportando-se como um escultor ao exercer sua atividade.

Interior da loja Carl Hansen.



Interior da loja Carl Hansen.

Carl Hansen
Fabricante líder de móveis icônicos há 110 anos, a Carl Hansen possui peças assinadas pelos principais nomes da Dinamarca, como Hans J. Wegner, Arne Jacobsen, Kaare Klint e Børge Mogensen. A marca tem como objetivo conservar os designers clássicos, mas também faz parcerias com os contemporâneos que seguem os princípios da modernidade local.

110
ANOS

*Reinvenção
de espaços públicos
(placemaking)*

Distrito de Nordhavn.



Nordhavn

Copenhague nos apresentou ótimos exemplos de apropriação e revitalização de espaços. Nordhavn é um distrito industrial com diversos edifícios e terrenos desocupados que passaram por um processo de

recuperação, criando um novo polo urbano e sustentável. O espaço tem uma infraestrutura completa que contempla a circulação de pedestres e ciclistas e oferece opções de gastronomia, lojas e entretenimento.

Jægersborggade

Situada numa das regiões então inóspitas de Copenhagen, essa rua do bairro de Nørrebro era insegura e pouco atrativa. A partir da abertura de diversas operações gastronômicas, o espaço de pouco mais de 300 metros se transformou e agora é um polo vibrante com opções de cafés, padarias e restaurantes.



Interior da loja de luminárias Flaco Design.



Distrito de Nordhavn.



Calçada de uma unidade da rede de cafés Coffee Collective.

*Um estúdio de design dono
de um clube de futebol? Temos.*

Fachada da loja de conveniência Depanneur.



Østerbro Stadium, estádio
do time de futebol B.93.

Uma de nossas descobertas em Copenhagen foi encontrar empresas locais, grandes e pequenas, que operam em múltiplos segmentos de mercado, criando novas extensões para suas marcas.

Barkas

Barkas é um estúdio criativo localizado em um prédio revitalizado do bairro de København K, um polo cultural em formação. Fomos visitar o escritório do Barkas para conhecer como o mercado de design trabalha por lá e nos surpreendemos com as demais iniciativas de negócios do estúdio.

Assim como a NIRIN no programa Ventures (*), o Barkas atua no desenvolvimento de novas marcas por meio de um modelo baseado em branding for equity (o estúdio entrega o branding e recebe uma participação na empresa). Esses negócios são a Depanneur, uma loja de conveniência, e um time de futebol chamado B.93!

Ventures (*) O que é?



Fachada do hotel The Audo.



Interior da loja de design do The Audo.

The Audo

O espaço híbrido projetado pelo escritório Norm Architects que tem a proposta de unir design, negócios e comunidades em um único lugar abriga cafeteria, restaurante, espaço para eventos, hotel, um showroom de mobiliário e uma loja de objetos de decoração chamada Menu. A ideia inovadora é executada com excelência e proporciona uma experiência única de interiores. Em entrevista à Magazine B, Danny Feltmann, CEO do Menu, conta que vender seus produtos não é o único objetivo da The Audo, mas proporcionar um espaço aberto com eventos diversos que vão de palestras a shows, de lojas pop-up a reuniões de negócios.



Fachada da cervejaria Mikkeller.

Mikkeller

Inicialmente uma marca de cerveja dinamarquesa, a Mikkeller seguiu seus preceitos de criatividade e qualidade para levar sua paixão e ambição para outros universos. A empresa construiu debaixo do seu guarda-chuva um clube de corrida e uma linha de vinhos e restaurantes, além de organizar um grande festival de cerveja que ganhou renome internacional. Desde que aliados aos seus ideais, a Mikkeller está aberta para receber projetos divertidos e que unam pessoas talentosas e inovadoras ao redor do mundo.

Novas perspectivas para a gastronomia

A mentalidade dinamarquesa também se faz presente na gastronomia através de um movimento chamado New Nordic Food. Inovadora, a proposta alia o foco na saúde com uma filosofia de produção ética e tem seu próprio manifesto:

“The aims of the New Nordic Kitchen are:

- 1. To express the purity, freshness, simplicity and ethics we wish to associate to our region.
- 2. To reflect the changes of the seasons in the meal we make.
- 3. To base our cooking on ingredients and produce whose characteristics are particularly in our climates, landscapes and waters.
- 4. To combine the demand for good taste with modern knowledge of health and well-being.

- 5. To promote Nordic products and the variety of Nordic producers - and to spread the word about their underlying cultures.
- 6. To promote animal welfare and a sound production process in our seas, on our farmland and in the wild.
- 7. To develop potentially new applications of traditional Nordic food products.
- 8. To combine the best in Nordic cookery and culinary traditions with impulses from abroad.

- 9. To combine local self-sufficiency with regional sharing of high-quality products.
- 10. To join forces with consumer representatives, other cooking craftsmen, agriculture, fishing, food, retail and wholesales industries, researchers, teachers, politicians and authorities on this project for the benefit and advantage of everyone in the Nordic countries.”



Prato do Fiskebar.

Lille Grocery

A pequena padaria abriu suas portas em 2018, graças a um financiamento coletivo para a compra dos equipamentos necessários, com o objetivo de aproximar as pessoas e fornecer alimentos de qualidade em harmonia com o meio ambiente. O espaço é acolhedor, sem excessos, e requintado nos detalhes.



Interior da Lille Grocery.



Fachada do Amass.

Amass

Um dos exemplos da New Nordic Food, este restaurante tem como princípio a responsabilidade – “responsible deliciousness”, como eles dizem. Na prática, eles se voltam para a máxima redução de resíduos e impacto ambiental, adotando políticas para a geração de adubo orgânico para o jardim, a produção de combustível a partir de resíduos, a reutilização de água, a redução do uso de plástico descartável e o uso de produtos orgânicos e contra o desperdício de alimentos.



Prato do Amass.



Fachada do Popl.



Hambúrguer do Popl.

Popl

A qualidade dessa hamburgueria, dedicada à inovação e consideração ambiental, passa obrigatoriamente pela origem dos insumos e processos de produção. A carne utilizada é orgânica e vem de fazendas onde o gado pasta livremente. Os lanches vegetarianos e veganos são fruto de muitos estudos e testes, como a fermentação de duas horas para obter o padrão desejado.

Interior da Andersen & Maillard.



Andersen & Maillard

Entregar um café perfeito na porta da casa de seus consumidores é a missão dessa marca, que para cumpri-la começa sua operação às 3h da manhã! A experiência de alta qualidade se completa com grãos de café torrados diariamente e cuidadosamente selecionados.

Copenhagen Distillery

Primeira e única destilaria de uísque da cidade, a Copenhagen Distillery desenvolve bebidas que devem ser prazerosas para o paladar e os olhos, cuidando da elaboração do produto ao design dos rótulos. Além disso, a marca possui algumas iniciativas voltadas à sustentabilidade, como a eletricidade gerada por moinhos de vento, o reaproveitamento de água e resíduos e o uso de material reciclado para a confecção das embalagens.

Embalagem de gin da Copenhagen Distillery.



Fachada da Meyers Bageri na rua Jægersborggade.

Meyers Bageri

Fundada pelo empresário Claus Meyer há 30 anos, esta marca promove a qualidade da cultura alimentar da Dinamarca, atuando em diversas frentes do universo da gastronomia, com restaurantes, padarias, livros de receitas e cursos, entre outras unidades de negócio. Seu fundador desafia o pensamento tradicional na agricultura, produção de alimentos e culinária e inspira toda uma geração a redescobrir os produtos nórdicos.

*O varejo também
pode ser bonito*



Display no interior da loja da Hay.

HAY

Como tornar memorável uma simples caixa para guardar coisas? A HAY tem a resposta. A marca dinamarquesa de decoração de interiores traz encantamento para os itens do dia a dia com um toque especial nos objetos: cores. É o ponto de venda mais nórdico e colorido da Dinamarca.



Tote bags da rede de supermercados Irma.

Irma

O principal objetivo da rede de supermercados mais antiga da Dinamarca é ser inovadora, o que chama atenção para quem tem mais de 140 anos! Encontramos exemplos disso na sua identidade visual, carregada de frescor, e nas suas iniciativas de marca, que abordam temáticas socialmente relevantes e contemporâneas.

“There’s no such thing as bad weather, only unsuitable clothing.”

Interior da loja de vestuário de ciclismo Pas Normal Studios.



A frase do autor e ilustrador Alfred Wainwright traz para o campo da moda um princípio do design dinamarquês: como os móveis, as roupas precisam ser funcionais – sem abandonar o cuidado estético, é claro! Foi possível notar essa característica de maneira muito clara ao observar como os dinamarqueses se vestem, a começar pelos sapatos: em uma cidade onde a grande maioria da população se desloca por bicicletas, o conforto torna-se inegociável, o que

faz do tênis o calçado recorrente para todos os sexos e idades, para quem está a passeio ou a trabalho. Complemento de roupa social, de academia, no inverno ou no verão, o tênis é tão bem-vindo quanto os trench coats, um tipo de casaco quase onipresente por conta do clima instável, úmido e chuvoso de Copenhague. Se não são capazes de controlar a chuva, os dinamarqueses sabem como se proteger dela!

Forma e função

O design é constituído por dois elementos, forma e função, princípios que encontramos na arquitetura, na moda, no varejo, no urbanismo e nos espaços culturais da cidade. É evidente o caráter estético da arte, mas ela também possui sua função e está presente em todas as esferas da sociedade. O papel das instituições culturais é de instrução, educação, lazer, cultura e formação.



Interior do Copenhagen Contemporary Museum.



Exposição no Designmuseum Danmark.



Exposição no Louisiana Museum of Modern Art.



Interior do Copenhagen Contemporary Museum.



Interior da Glyptotek.



Escultura da Glyptotek.



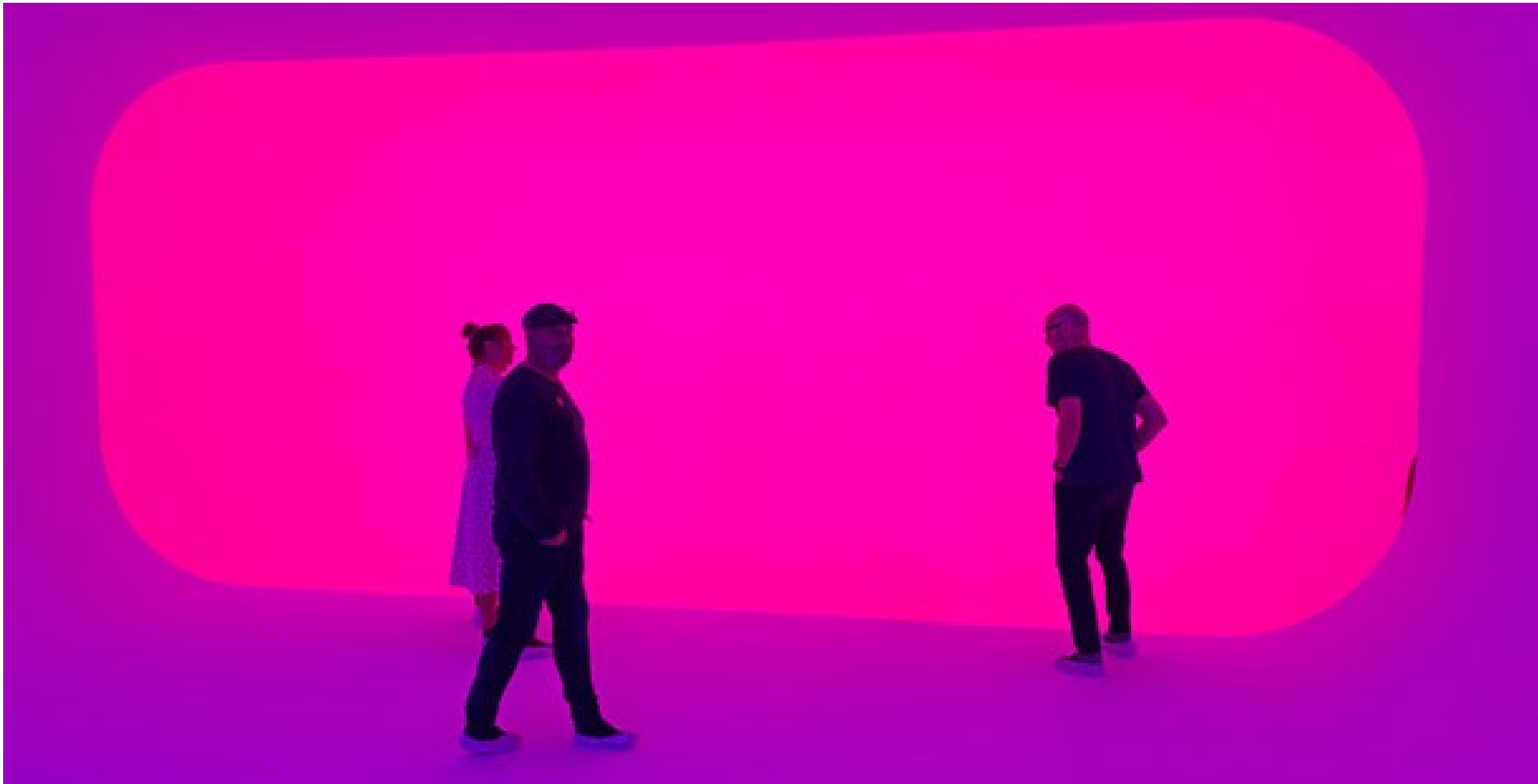
Instalação de arte de Alex da Corte no Louisiana Museum of Modern Art.



Exposição de Alex da Corte no Louisiana Museum of Modern Art.



Escultura de Alberto Giacometti no Louisiana Museum of Modern Art.



Instalação de arte de James Turrell no Copenhagen Contemporary Museum.



Escultura de Auguste Rodin, na Glyptotek.



Escultura de Svend Wiig Hansen na praça Gammel Strand.



Instalação no Designmuseum Danmark.



Exterior do Copenhagen Contemporary Museum.



Cartazes do Festival de Arquitetura de Copenhagen.



*Escultura de Nobuo Sekine no
Louisiana Museum of Modern Art.*

*O FUTURO
É COLETIVO*



The Library of Change, exhibited at Designmuseum Danmark.

Para os dinamarqueses, o futuro é coletivo, e essa perspectiva pauta a arquitetura, o urbanismo, a cultura e a mobilidade. A cidade está atenta ao que virá não só com medidas para protegê-lo, por meio das diversas práticas sustentáveis, mas também ao projetá-lo. Todos os espaços são pensados para as pessoas. O metrô é pago, mas não tem catracas e proporciona a livre circulação; a tecnologia proporciona o desenvolvimento de casas flutuantes dobráveis para populações que sofrem com enchentes, como observamos no Designmuseum.

O escritório de arquitetura BIG, que projetou o CopenHill, criou a maior simulação espacial já construída na Terra para exemplificar como será a vida em Marte no projeto Mars Science City, implementado em Abu Dhabi, que serve de laboratório para a realização de pesquisas sobre como podemos habitar o “Planeta Vermelho”. Alinhada à corrida espacial, a iniciativa nos impactou com as perspectivas que se abrem quando refletimos sobre o futuro.

Projeto Mars Science City, do escritório BIG.





Fachada do SPACE10.



Livro “The Ideal City: Exploring Urban Futures” do SPACE10.

Pudemos conhecer também o laboratório de inovação da IKEA, chamado SPACE10, que abriga a exposição “The Ideal City 2040”. Por meio da realidade virtual, é possível fazer uma imersão em três ambientes projetivos e utópicos que simulam uma realidade ideal em que é superada a crise climática e se instaura um convívio harmônico entre humanos e natureza.



Detalhe do livro “Future Food Today”, publicação do SPACE10.

2040
THE IDEAL CITY



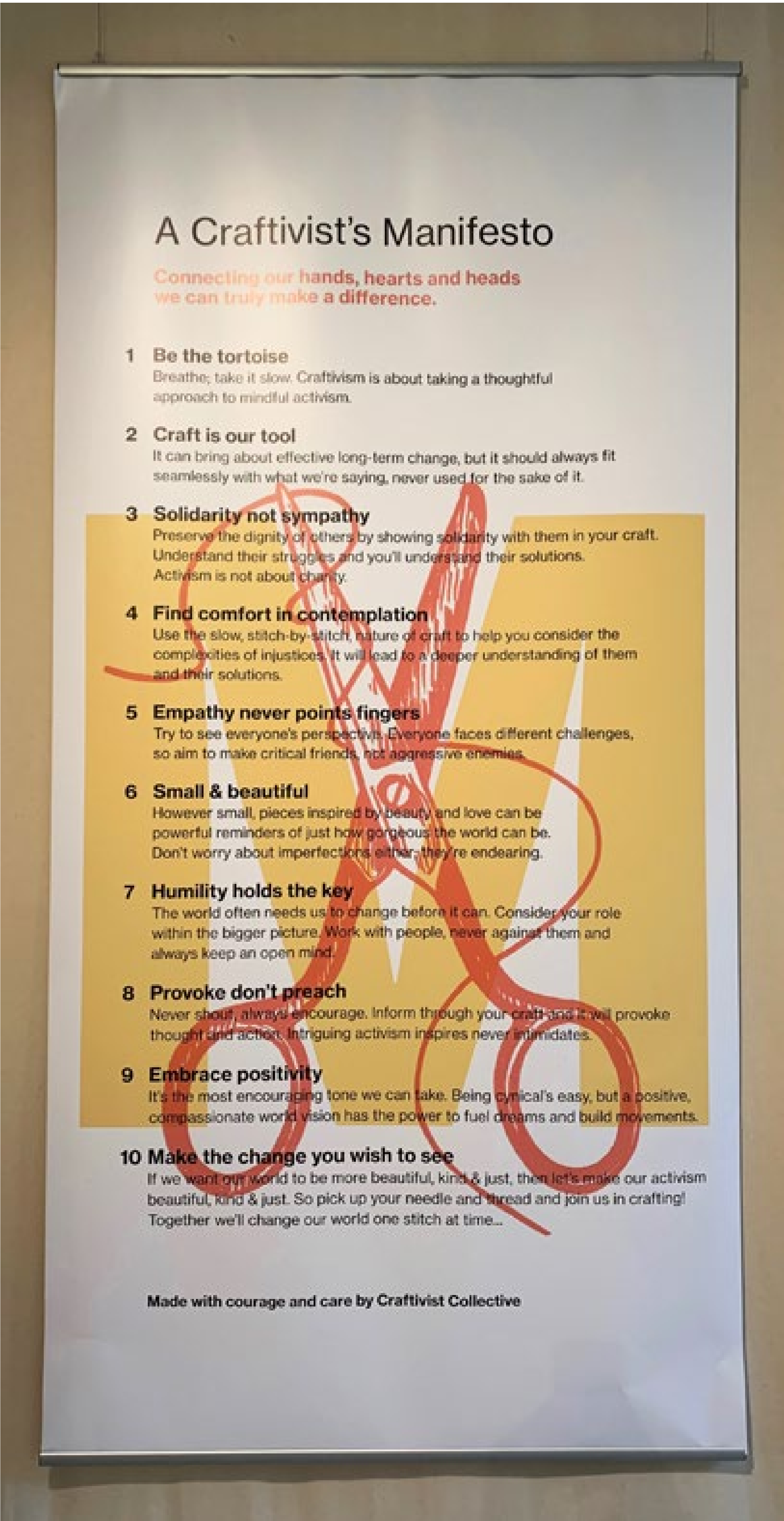
Interior do Danish Architecture Center (DAC).

Na mesma direção, o Danish Architecture Center (DAC) exibia A Space Saga, apresentando o habitat lunar chamado LUNARK, desenvolvido pela SAGA Space Architects. O LUNARK foi testado em 2020 na Groenlândia por dois arquitetos espaciais que moraram na cápsula durante dois meses e levado para o DAC depois do período de testes.

No Designmuseum, outra exposição que projeta o futuro nos apresentou o craftivism. A junção entre as palavras “craft” e “activism” tem como proposta o protesto gentil, que convoca uma mudança positiva por meio do trabalho manual. Trata-se de uma nova forma para pensarmos como podemos reivindicar aquilo que queremos, e traz uma visão futurística bastante conectada com a mentalidade nórdica.



Livro “How to be a craftivist” da Sarah Corbett.



Exposição no Designmuseum Danmark.

REFERÊNCIAS

ACADEMY, Royal Danish. The history of the School of Architecture. Disponível em: <https://royaldanishacademy.com/school-architecture/history-school-architecture#:~:text=The%20academy%20was%20built%20as,founded%20in%20Paris%20in%201648>. Acesso em: 1 nov. 2022.

ARCHDAILY. CopenHill: a usina de energia com uma pista de esqui na cobertura projetada pelo BIG. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/926004/copenhill-a-usina-de-energia-com-uma-pista-de-esqui-na-cobertura-projetada-pelo-big>. Acesso em: 18 nov. 2022.

ARCHITECTS, Norm. Soft Minimal: A Sensory Approach to Architecture and Design. Disponível em: <https://normcph.com/creative/soft-minimal-book/>. Acesso em: 18 out. 2022.

BBC. A palavra que contém o segredo do povo mais feliz do mundo. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/10/151004_hygge_dinamarca_feliz_lab. Acesso em: 18 out. 2022.

BLOOMBERG. Copenhagen's New Hotspot Is a Trailblazer for Sustainability. Disponível em: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-08-25/nordhavn-in-copenhagen-is-the-future-of-sustainable-urban-planning>. Acesso em: 1 nov. 2022.

BURGER, Popl. Popl Burger. Disponível em: <https://poplburger.com/>. Acesso em: 1 nov. 2022.

CHAIR, The Chieftain. The Details. Disponível em: <https://www.thechieftainchair.com/thedetails>. Acesso em: 16 nov. 2022.

CO-OPERATION, Nordic. The New Nordic Food Manifesto. Disponível em: <https://www.norden.org/en/information/new-nordic-food-manifesto>. Acesso em: 1 nov. 2022.

COLLECTIVE, Craftivist. We are part of the new exhibition at the Design Museum, Denmark in Copenhagen: 'The Future Is Present'. Disponível em: <https://craftivist-collective.com/blog/2022/07/we-are-part-of-the-new-exhibition-at-the-design-museum-denmark-in-copenhagen-the-future-is-present/>. Acesso em: 18 out. 2022.

COPENHAGEN, Normann. Norm 69 Lamp Large White. Disponível em: <https://www.normann-copenhagen.com/en/Products/Lighting/Pendants/Norm-69-Lamp-Large-White-501003>. Acesso em: 1 nov. 2022.

COPENHAGEN, Visit. Street guide: Jægersborggade. Disponível em: <https://www.visitcopenhagen.com/copenhagen/neighbourhoods/street-guide-jaegersborggade>. Acesso em: 1 nov. 2022.

COPENHAGEN, Visit. Life at the waters edge in Nordhavn. Disponível em: <https://www.visitcopenhagen.com/nordhavn>. Acesso em: 1 nov. 2022.

DANMARK, Designmuseum. History & architecture. Disponível em: <https://designmuseum.dk/en/om-museet-2/historien-arkitekturen/>. Acesso em: 1 nov. 2022.

DANMARK, Designmuseum. The Danish Chair: An International Affair. Disponível em: <https://designmuseum.dk/en/exhibition/the-danish-chair-an-international-affair/>. Acesso em: 16 nov. 2022.

DENMARK, Statistics. The average Dane. Disponível em: <https://www.dst.dk/en/Statistik/nyheder-analyser-publ/Publikationer/gennemsnitsdanskeren>. Acesso em: 18 out. 2022.

DEZEEN. Bjarke Ingels proposes Mars simulation city for Dubai in race for space colonisation. Disponível em: <https://www.dezeen.com/2017/09/28/bjarke-ingels-mars-science-city-space-exploration-dubai-united-arab-emirates/>. Acesso em: 18 out. 2022.

DISTILLERY, Copenhagen. COPENHAGEN'S FIRST AND ONLY WHISKY DISTILLERY. Disponível em: <https://www.copenhagendistillery.com/distillery>. Acesso em: 1 nov. 2022.

FOOD, Copenhagen. FAVOURITE STREETS IN COPENHAGEN: JÆGERSBORGGADE. Disponível em: <https://copenhagenfood.dk/favourite-streets-in-copenhagen-jaegersborggade/>. Acesso em: 1 nov. 2022.

FREDERICA. The Spanish Chair. Disponível em: <https://fredericia.com/product/the-spanish-chair-2226>. Acesso em: 16 nov. 2022.

GROCERY, Lille. Our Story. Disponível em: <https://www.lillegrocery.com/our-story>. Acesso em: 1 nov. 2022.

HANSEN, Carl. PASSIONATE CRAFTSMANSHIP. Disponível em: <https://www.carlhansen.com/en/about/passionate-craftsmanship>. Acesso em: 1 nov. 2022.

HANSEN, Carl. CH24 | WISHBONE CHAIR. Disponível em: <https://www.carlhansen.com/en/collection/chairs/ch24>. Acesso em: 16 nov. 2022.

HANSEN, Carl. KK47000 | SAFARI CHAIR. Disponível em: <https://www.carlhansen.com/en/collection/lounge-chairs/kk47000/kk47000-safari-stol-ash-white-oil-arm-saddle-leather-natu/variant/8840>. Acesso em: 16 nov. 2022.

HANSEN, Carl. HANS J. WEGNER. Disponível em: <https://www.carlhansen.com/en/designers/hans-j-wegner>. Acesso em: 18 nov. 2022.

HANSEN, Fritz. ANT. Disponível em: <https://www.fritzhansen.com/en/Categories/Products/Furniture/Chairs/Ant>. Acesso em: 1 nov. 2022.

HANSEN, Fritz. ARNE JACOBSEN. Disponível em: <https://www.fritzhansen.com/en/Inspiration/Designers/Arne-Jacobsen>. Acesso em: 18 nov. 2022.

HANSEN, Fritz. Egg. Disponível em: <https://www.fritzhansen.com/en/Categories/Products/Furniture/Lounge/Egg>. Acesso em: 16 nov. 2022.

HAY. About Hay. Disponível em: <https://hay.dk/footer/about-hay/about-hay>. Acesso em: 16 nov. 2022.

HOTELS, Radisson. Discover the Radisson Collection Royal Hotel, Copenhagen, the world's first design hotel. Disponível em: <https://www.radissonhotels.com/en-us/hotels/radisson-collection-copenhagen>. Acesso em: 1 nov. 2022.

IMD. Denmark excels in ranking that measures how well economies are exploring new tech. Disponível em: https://www.imd.org/news/updates/denmark-excels-in-ranking-that-shows-economies-exploring-new-tech/?utm_source=DME&utm_medium=em&utm_campaign=WCC-Newsletter&utm_term=DM-WCC-Newsletter&utm_content=DM-WCC-Newsletter. Acesso em: 18 out. 2022.

INSTITUTE, Happiness Research. Our research. Disponível em: <https://www.happinessresearchinstitute.com/happinessresearch>. Acesso em: 18 out. 2022.

IRMA. Om Irma. Disponível em: <https://irma.dk/om-irma>. Acesso em: 18 nov. 2022.

JENSEN, Georg. BLOOM Tall Mirror bowl - large. Disponível em: <https://www.georgjensen.com/en-us/dining-and-bar/serveware/bloom-tall-mirror-bowl---large/3586230.html>. Acesso em: 1 nov. 2022.

JUHL, House Of Finn. HØVDINGESTOLEN | FINN JUHL | 1949. Disponível em: <https://finnjuhl.dk/kollektion/laenestole/hoevdingestol>. Acesso em: 1 nov. 2022.

MAGAZINE B. Hong Kong: Joh, 2021.

MAILLARD, Andersen &. Andersen & Maillard. Disponível em: <https://www.andersenmaillard.dk/>. Acesso em: 1 nov. 2022.

MEYERS. OM MEYERS. Disponível em: <https://meyers.dk/om-meyers/>. Acesso em: 1 nov. 2022.

MIKKELLER. Not only beer. Disponível em: <https://mikkeller.com/everything-else>. Acesso em: 1 nov. 2022.

MONOCLE. About Monocle. Disponível em: <https://monocle.com/about/>. Acesso em: 18 out. 2022.

NOTTINGHAM, University Of. There's no such thing as bad weather, only unsuitable clothing. Disponível em: <https://blogs.nottingham.ac.uk/weatherextremes/2015/10/09/theres-no-such-thing-as-bad-weather-only-unsuitable-clothing/>. Acesso em: 16 nov. 2022.

PANTON, Verner. Person. Disponível em: <https://www.verner-panton.com/de/person/verner-panton/>. Acesso em: 18 nov. 2022.

POSTEVAND. 3 percent pledge. Disponível em: <https://postevand.com/pages/3-percent-pledge>. Acesso em: 16 nov. 2022.

POULSEN, Louis. PH 5. Disponível em: <https://www.louispoulsen.com/en/catalog/private/pendantph-5?v=90293-5741113060-01&t=about&t=history&t=spareparts>. Acesso em: 1 nov. 2022.

RESTAURANT, Amass. Mindset. Disponível em: <https://amassrestaurant.com/mindset/>. Acesso em: 1 nov. 2022.

REVIEW, Danish Design. Why does Denmark produce so many 'good' chairs? Disponível em: <http://danishdesignreview.com/furniture/2017/10/22/why-does-denmark-produce-so-many-good-chairs>. Acesso em: 16 nov. 2022.

THE artistry of Danish design. Danmark: Minerva Film, 1961. (16 min.), P&B. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IXWi8biHtH0>. Acesso em: 18 out. 2022.

VAITKEVICIUS, Marius. The Danish Chair. Disponível em: <https://thedanishchair.com/>. Acesso em: 16 nov. 2022.

VITRA. Panton Chair. Disponível em: <https://www.vitra.com/es-es/product/panton-chair>. Acesso em: 16 nov. 2022.

WIKING, Meik. O Livro do Hygge. O Segredo Dinamarquês para Ser Feliz. Lisboa: Zero A Oito, 2017.

WORKSHOP, Viction. Truly Nordic: Distinctive Branding Concepts & Graphic Applications. Hong Kong: Victionary, 2017.

MARCAS CITADAS

<https://www.nordic-waters.com/>
<https://ishspirits.com/>
<https://nodacph.com/>
<https://theflowmarket.com/>
<https://depanneur.dk/collections>
<https://www.aarmansbotanicalsenses.com/>
<https://wallyandwhiz.com/>
<https://rawculture.dk/>
<https://framacph.com/>
<http://www.sotosake.com/>
<https://en.teedawn.beer/>
<https://www.rains.com/>
<https://woodscopenhagen.com/>
<https://pasnormalstudios.com/>
<https://www.prologooffee.com/>
<https://noma.dk/>
<https://postevand.com/>
<https://psyche.organic/>
<https://henneorganics.com/>
<http://strangas.dk/>
<https://www.cafx.dk/>
<https://theaudio.com/>
<https://space10.com/>
<https://louisiana.dk/>
<https://dac.dk/>
<https://copenhagencontemporary.org/en/>
<https://glyptoteket.dk/> <https://barkas.com/>

COPENHAGEN SIMPLESMENTE É

Entrar em contato com outras culturas tem um poder transformador. Novas perspectivas são abertas, mudamos nossa maneira de pensar, passamos a valorizar experiências diferentes. Nos encantamos com uma cidade que promove o que há de melhor de forma muito natural. Copenhagen simplesmente é, sem esforço para “parecer”, algo que já faz parte da cultura dinamarquesa.



Selecionamos nesta edição do Panorama o que encontramos de mais interessante a partir do nosso olhar. Diversas propostas tiveram ressonância com o nosso propósito de impacto positivo e reafirmamos nossa crença de que as marcas podem cumprir esse papel. Esperamos, dentro da nossa perspectiva, ter fornecido uma curadoria relevante. Nossa proposta é construir uma fonte de inspiração, provocar reflexões e trazer novas perspectivas. Se algo até aqui te fez pensar, consideramos nossa missão cumprida.

Quer conversar mais com a gente sobre Copenhagen ou design? Entre em contato conosco pelo nosso site, Instagram ou e-mail contato@nirin.com.br. Ficaremos felizes em contribuir.

NIRIN
*Branding
Company*

NIRIN BRANDING COMPANY

contato@nirin.com.br

nirin.com.br
@nirinbranding

São Paulo
Porto Alegre

FICHA TÉCNICA

Curadoria:
Daniel Skowronsky
Régis Montagna
Thiago Karsten

Redação:
Dora Assumpção
Marcelo Ferla

Revisão:
Joice Conde

Coordenação:
Amanda Zarth
Fabiana Barbosa

Projeto gráfico:
Régis Montagna

Finalização:
Cristiano Fraga

Imagens:
NIRIN / Divulgação