

São Paulo na linha de frente

Desde o ano passado vários profissionais da cidade de São Paulo decidiram se dedicar, voluntariamente, a um projeto bastante peculiar: transformar São Paulo numa cidade do design.

O projeto entrou em prática nesta segunda (3), quando teve início o "KM.M.MM - Viver Design em São Paulo" (Quilômetro, Metro e Milímetro: Viver Design em São Paulo), que ocorre até o dia 9 na cidade e cujo objetivo é discutir o design em seu aspecto mais amplo - da moda ao urbanismo -, democratizá-lo e dar visibilidade para São Paulo como importante centro da economia criativa.

Durante o evento, que está sendo chamado de Semana Viver Design, ocorrem uma série de atividades como seminários, oficinas e mostras, todas gratuitas, que acontecem em várias partes da cidade para mostrar como o design pode se tornar ainda mais importante na economia da capital paulista. Afinal, um estudo da Confederação Nacional da Indústria (CNI), mostrou que 755 das empresas que investiram em design tiveram um aumento nas suas vendas.

"A prefeitura de São Paulo identificou que um dos grandes potenciais criativos da cidade está no desenvolvimento da economia criativa. Esse setor é o que mais cresce no mundo atualmente e a capital paulista tem uma vocação natural para serviços de alta qualidade e dentro deste setor o design é uma área das mais promissoras", diz Flávio Goldman, secretário-adjunto da Secretaria de Relações Internacionais de São Paulo., que vem apoiando duas frentes principais para incentivar o desenvolvimento da economia criativa na cidade, como uma estratégia de promoção da imagem internacional de São Paulo como produtora de design de alto nível.

Antes disso, porém, para os organizadores do Viver Design, é vital que o próprio paulistano conheça melhor esse setor. "É preciso se conscientizar da importância do design, que está presente na vida cotidiana. Geralmente as pessoas imaginam o design como algo distante da sua realidade", diz Goldman.

A semana tem cerca de 40 eventos, que contemplam itens de vários elos da cadeia produtiva: moda, embalagem, marca, interiores, jóias, gráfico, etc. A opção foi dividir o evento em cinco áreas: HABITAR Design, VESTIR Design, COMUNICAR Design, USAR Design, PENSAR Design.

Fonte: Gazeta Mercantil, São Paulo, 7, 8 e 9 nov. 2008, Fim de Semana, p. D4.