

Prêmio reflete maior atenção de marcas e agências à disciplina

Etapa brasileira do mais importante prêmio do design mundial, o Idea Brasil poderia ser pensado no passado como alvo apenas de escritórios especializados. Mas a edição deste ano evidencia a crescente relevância da disciplina para as marcas no País — e também para as agências que atuam no mercado de comunicação. Ao todo, 1,22 mil projetos foram inscritos, sendo que 419 foram selecionados para a fase final.

A divulgação dos 103 premiados aconteceu em 30 de julho, em São Paulo. Entre eles estavam peças criadas por nomes conhecidos da indústria da propaganda. Alguns dos troféus foram para marcas como Havaianas, Nike, Brahma e Oi.

“A valorização do design pode ser um diferencial muito forte para o Brasil. A gente con-

segue fazer muito com pouco, isso está na nossa história. E o mundo está precisando disso neste momento”, diz Fred Gelli, sócio e diretor da agência Tátil

jurado da categoria no Cannes Lions 2008.

Hélio Mariz de Carvalho, sócio-diretor da FutureBrand, consultoria em branding que

prêmio deve aumentar entre as companhias de branding no próximo ano.

“Essa categoria de Estratégia em Design mostra o quanto é importante o pensamento estratégico para uma solução além do desenho em projetos com intenções claras”, explica. “Um bom exemplo disso é um case de iniciativa pública como o Cidade Limpa ter sido premiado.” Carvalho se refere ao Ouro conferido à Empresa Municipal de Urbanização de São Paulo (Emurb) na categoria (*ler mais sobre a Lei Cidade Limpa nesta página*).

E não foi apenas ele que se surpreendeu positivamente com a vitória do Cidade Limpa. Segundo Regina Monteiro, da Emurb, a indicação foi uma surpresa até para o prefeito Gilberto Kassab. “A premissa do nosso projeto é a ordenação do design

urbano. Entre as novidades estratégicas que apresentamos, e que serão propostas para a cidade, estavam a inserção dos prédios na paisagem urbana e a implantação de um plano diretor de iluminação.”

O Idea Brasil é realizado pela Associação Objeto Brasil e apoiado pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex). Os 103 trabalhos premiados estão automaticamente classificados para o Idea Awards, que premia os melhores produtos, embalagens e conceitos de desenho industrial produzidos no mundo e acontece no dia 26 de setembro, em Miami (EUA). Até 15 de agosto os trabalhos finalistas estarão expostos em uma amostra gratuita no Conjunto Nacional, em São Paulo (avenida Paulista, 2.073).

JONAS FURTADO

Foto

Tátil levou Ouro na categoria Ecodesign com o trabalho Mídia Natural, que recebeu Bronze em Cannes neste ano

Design, vencedora na categoria Ecodesign com o trabalho Mídia Natural — que já havia levado Bronze em Cannes. “Está na hora de vender isso como um produto de exportação”, opina Gelli,

teve três cases premiados — Taeq (Ouro em Estratégia de Design), Nescau (Prata em Embalagem) e Sollys (Bronze em Estratégia de Design) —, acredita que o interesse pelo