# Mostra aproxima design da indústria

## Salão Design São Paulo apresenta alternativas para que fabricantes alcancem produtos mais competitivos

**Solução para escova de dentes de apenas R$ 1 apresentada em versão passada do evento foi premiada na Alemanha**

VERENA FORNETTI
DE SÃO PAULO

A primeira edição do Salão Design São Paulo —mostra que integra exposições e seminários na capital paulista— tem meta ambiciosa: mostrar aos empresários brasileiros que um salão de arte pode se conectar à indústria.

O evento, que termina hoje na Oca, no parque Ibirapuera, deve se repetir todos os anos, sempre no mês de junho e ao lado da São Paulo Fashion Week.

A organização é da Luminuras, de Paulo Borges, idealizador da semana de moda, e da WKL, do colecionador Waldick Jatobá, da produtora Katia d'Avillez e da economista Lidia Goldenstein.

"O design é sem dúvida um dos fatores de diferenciação e competitividade mais importantes do mundo atual", diz a economista.

Para ela, o acirramento da concorrência com novas tecnologias e com a migração da produção industrial para a Ásia obriga as empresas e as cidades a se diferenciarem por outros meios.

Entre eles, o da economia criativa, que reúne a produção intangível, ligada ao conhecimento e à criatividade.

"Não queremos e nem podemos competir por meio de mão de obra barata. O que queremos é competir por um caminho mais qualificado. E esse é o caminho que todos os países estão tentando seguir", afirma Goldenstein.

O salão exibe peças de designers como os brasileiros irmãos Campana —homenageados no salão—, o israelense Tal Lancman e o italiano Maurizio Galante.

Todos investem na produção de móveis e objetos em número limitado e também em adaptações para a fabricação em escala industrial.

### PARCERIAS

A exemplo de fabricantes de roupas que fazem parcerias com estilistas em linhas de produtos especiais, indústrias como a de móveis trilham o mesmo caminho.

A designer Claudia Moreira Salles, que expõe no salão paulista, articula parceria com a Butzke, fábrica de móveis de Santa Catarina.

"O industrial brasileiro está percebendo que o design faz diferença, que não é só chegar na empresa e fazer um produto bonito. O design entra na empresa e aponta caminhos que o industrial não estava percebendo."

> **"Não queremos e nem podemos competir por mão de obra barata. Queremos competir por um caminho mais qualificado, que é o que os países estão tentando seguir**
>
> LIDIA GOLDENSTEIN
> economista

Ana Brum, coordenadora de projetos do Centro de Design Paraná, tem igual percepção. O centro, articulado com entidades do governo federal, organiza a participação de empresas brasileiras no prêmio alemão IF Product Design Award.

Na edição retrasada, uma escova de dentes feita pela brasileira Condor foi uma das condecoradas.

Segundo Brum, o produto nasceu após o contato da fabricante com um escritório de design que aceitou o desafio de conceber um item que concorresse com os chineses e que custasse menos de R$ 1.

"Existe o estigma de que o design é para poucos, mas os empresários estão absorvendo a ideia de que é uma ferramenta para inovar e que para isso eles não precisam de tantos recursos", diz ela.

Na edição passada do prêmio, das 400 empresas que procuraram o centro para se inscrever, 60% eram de micro ou pequeno porte. Entre as 100 companhias —de todos os portes— que concorreram, 23 receberam distinções por produtos, de tapete a totem de autoatendimento.

O centro também mantém um site para aproximar os designers do setor produtivo, com informações práticas como as instruções para fazer um contrato com profissionais da área. O endereço é **www.designbrasil.org.br**.

Anúncio

## 2% dos empregos em SP estão na economia criativa

DE SÃO PAULO

Estudo pedido pela Prefeitura de São Paulo à Fundap (Fundação do Desenvolvimento Administrativo) mostra que 2,1% dos empregos formais no Estado estão em postos de trabalho na chamada economia criativa.

O secretário de governo da prefeitura, Nelson Hervey Costa, diz que, na cidade, os setores prioritários do ramo são arquitetura e design, artes visuais, audiovisual, edição e impressão, publicidade e propaganda, informática, pesquisa e desenvolvimento, além de artes performáticas.

O estudo, feito com consultoria dos especialistas Aurilio Caiado e Lidia Goldenstein, também aponta que o emprego formal nessas atividades cresce a uma taxa mais elevada que a média da economia em São Paulo.

Ainda em fase final, o levantamento deverá mapear a indústria criativa paulista e fornecer bases para políticas públicas voltadas ao setor.

"Essas atividades econômicas, proporcionalmente, têm importância maior para São Paulo do que têm para outras cidades", diz Costa.

De acordo com ele, das 58.615 unidades locais (sede mais filiais) da economia criativa, 18.880 (32%) estão no Estado de São Paulo e 11.336 (19%), na região metropolitana da capital.

Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 19 jun. 2011, Folhainveste, p. B7.