

Ciclo virtuoso

O SPFW reúne diferentes segmentos para que a moda brasileira entre em uma nova era, a da Economia Criativa.

texto Flavia Galembeck foto Agência Fotosite

Uma série de encontros promovidos pelo IN-MOD, Instituto Nacional de Moda e Design, braço institucional do SPFW, reuniu lideranças de diversos setores para desenhar uma estratégia de futuro para a moda, com objetivo de alavancar o desenvolvimento a partir da criatividade.

Segundo Lala Deheinzelin, assessora em Economia Criativa da Unidade Especial de Cooperação-Sul da ONU e membro do conselho do IN-MOD, a chamada Economia Criativa é um setor que reúne todas as atividades que têm a criatividade e a cultura, recursos inesgotáveis e que se multiplicam com o tempo, como matéria-prima. "O intangível vale mais do que o tangível. E seu valor é dado pela originalidade que, por sua vez, depende de diversidade, pesquisa e qualidade", explica.

A Economia Criativa é estratégica porque não dá para basear a economia e a produção sustentadas apenas em recursos naturais, que são finitos. "O futuro está no setor de serviços (como o turismo) e na experiência que é proporcionada ao cliente. Em termos de moda, isso significa não competir apenas nivelando os preços por baixo, mas aprender a equilibrar o que temos de competitivo e minimizar as nossas desvantagens", resume Lala.

Em sua primeira década, o SPFW trabalhou para consolidar o país no mercado de moda. Agora, o trabalho entra em sua segunda fase, que está apoiada em três temas: a convergência, a qualidade e a sustentabilidade. E eles são a pauta das mesas-redondas, que têm como objetivo buscar soluções coletivas e despertar para o tema.

A convergência é a aglutinação de

interesses para a formação de políticas e de investimentos. "Temos vários atributos que atraem, mas não somos bons em planejamento de longo prazo, formulação de políticas e ação integrada entre iniciativa privada e setor público", explica. O segundo tema é a qualidade, que deve ser implementada em todas as etapas do processo. A sustentabilidade também faz parte da trílogia. "É um ciclo virtuoso, que acaba gerando novas linguagens, materiais, modelos de gestão, que por sua vez geram muita inovação", resume.

O evento acontece de 16 a 19 e no dia 21, no lounge da Casa SPFW, com a presença da diretora de relações corporativas do SPFW Graça Cabral; a presidente do Blue Tree Hotels, Chieko Aoki; a economista Lídia Goldenstein; a antropóloga Ruth Cardoso; o presidente da Sinditêxtil, Rafael Cerrone; o presidente da Fiat, Cleodorvino Belini; o vice-presidente do Banco Real, Michiel Kerbert; o presidente da ER Gestão de Marcas e Participações, Eduardo Rabinovich; a consultora de moda Gloria Kalil e a consultora da Havaianas da São Paulo Alparbatas, Angela Hirata.