# O design iluminado

"A tendência vintage está perdendo espaço no segmento de design"

**GIAN ROCCHICCIOLI, DIRETOR DA BRAZIL DESIGN WEEK**

Por que produtos simples e funcionais podem tornar empresas de qualquer setor cada vez mais competitivas

ROSENILDO GOMES FERREIRA

QUANDO SE FALA EM PRODUTO com design, a primeira coisa que vem à mente da maioria das pessoas é uma engenhoca com jeitão exótico e de praticidade, muitas vezes, duvidosa. Trata-se de uma imagem distorcida, segundo os profissionais do setor. Até porque, ao contrário do que prega o senso comum, o design vai além da forma e da cor de determinado objeto. Ele abrange ainda itens como funcionalidade, escolha de materiais, sistema produtivo, definição da tecnologia e até a estratégia de venda. Ou seja, mais do que nunca o design está se tornando um elemento capaz de definir o grau de competitividade de uma corporação. O iPhone, da Apple, é um exemplo disso. Apesar de não ter sido o primeiro telefone celular com tela sensível ao toque, ele se impôs como sinônimo dessa categoria, graças à praticidade de uso e, claro, seu desenho. "O mérito do iPhone é facilitar a interação do usuário com a tecnologia", afirma Gian Franco Rocchiccioli, coordenador da Brazil Design Week. O evento, que aconteceu em São Paulo no início do mês, mostrou que muitas empresas brasileiras colocam o design no centro de sua estratégia - e não mais como uma questão de definir se um produto é bonito ou feio.

Isso ficou claro na pesquisa realizada pela Associação de Designers de Produtos (ADP) em parceria com o Ministério do Desenvolvimento. O levantamento incluiu 244 companhias de dez setores (entre os quais moda, móveis, eletrodomésticos, equipamentos médicos e máquinas operatrizes). Mais de 80% delas consideram essa ferramenta vital para o desenvolvimento de seus negócios, *(leia quadro)*. De acordo com o estudo, essa percepção vale tanto para produtos de consumo quanto para fabricantes de equipamentos médicos e tornos mecânicos. "Características como ergonomia e funcionalidade são armas importantes para ganhar espaço no mercado", afirma Ernesto Paulo Harsi, diretor da ADP. **Para facilitar o acesso de mais empresários aos escritórios de design, recentemente o BNDES criou uma linha de crédito específica para isso. Segundo o banco, 230 mil companhias com faturamento de até R$ 600 milhões por ano podem recorrer ao empréstimo.** Com isso, estima-se que a demanda por projetos de design cresça já em 2010.

Apesar da importância do setor, não existem números que espelhem sua força econômica no Brasil. Harsi espera fechar essa lacuna até o final de 2010, quando deverá ser concluído um amplo mapeamento do segmento. A Brazil Design Week também apontou novos rumos para a área. A aposta dos especialistas é de que a tendência vintage (moda saudosista), que vem dominando o cenário nos últimos anos, dê lugar ao conceito "flip the ordinary" (fazer mais com menos). "Os preceitos da sustentabilidade social, ambiental e econômica deverão orientar o trabalho das empresas", diz Rocchiccioli, que também é sócio da Sart Dreamaker Brand Design. A expansão da classe C é outro fator que deverá exigir uma abordagem diferenciada de fabricantes, prestadores de serviços e dos escritórios de design. "Um de nossos desafios será entregar tecnologia de forma simples e com um custo que caiba no bolso deste novo consumidor", afirma Rocchiccioli. "A mexicana Mabe está trilhando esse caminho com sucesso e é um exemplo a ser seguido", destaca ele. Segundo o executivo, a fabricante de eletrodomésticos conseguiu a façanha de desenvolver produtos ao mesmo tempo fáceis de usar e com preço acessível - graças ao design simples e eficiente.

**A força do design**

*Algumas conclusões da pesquisa sobre o impacto dessa área no resultado das empresas*

**89%** das empresas investem em design de produto

**84%** delas aumentaram a competitividade

**82%** aumentaram o market share

**76,5%** ampliaram o faturamento

**86%** consideram o design uma ferramenta estratégica

FONTE: ASSOCIAÇÃO DE DESIGNERS DE PRODUTOS

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais

FERREIRA, Rosenildo Gomes. O design iluminado. **Istoé dinheiro**, São Paulo, ano 12, n. 632, p. 76-77, 18 nov. 2009.