

PANORAMA DA INFLUÊNCIA DO DESIGN NA COMPETITIVIDADE INTERNACIONAL CONSIDERAÇÕES PARA O BRASIL*

Autora: Camila Bermúdez - Co-autora: Patrícia Deporte de Andrade - Orientador: Maurício Bernardes

1 Introdução

O termo “design” é frequentemente interpretado de forma incorreta. Em alguns casos, é considerado como responsável apenas pela aparência dos objetos no processo de desenvolvimento de novos produtos (DESIGN COUNCIL, 2009). Porém, o design pode ser aplicado em diversos pontos da cadeia de valor, podendo contribuir no projeto de sistemas de produção mais eficientes ou no processo de criação de produtos que vão ao encontro das necessidades dos

consumidores, sendo assim um elemento fundamental da inovação (NZIER, 2003).

Com o objetivo de incrementar o desenvolvimento econômico e social, alguns países têm desenvolvido ações de incentivo e de promoção do design e têm obtido resultados positivos. Em colaboração com o setor empresarial, governos têm formulado políticas e programas de fomento ao design, visando o aumento da competitividade industrial (DESIGNIUM, 2003).

Em um cenário internacional, os países identificados como economicamente mais competitivos são também considerados os líderes na área do design (DESIGNIUM, 2010). Essas nações têm como característica o suporte governamental no fomento ao design.

Sendo assim, o presente trabalho tem como objetivo identificar os países mais competitivos em design e os seus respectivos programas de ações que os conduzem à liderança, confrontando-os com os resultados obtidos no cenário brasileiro.

2 Global Competitiveness Report e Global Design Watch

Existe um crescente interesse internacional na medição e na comparação do desempenho dos países, talvez um dos mais conhecidos esforços nesse sentido sejam as pesquisas realizadas pelo World Economic Forum (WEF) (DESIGN COUNCIL, 2009). A organização realiza pesquisas sociais e econômicas orientadas a uma maior integração entre empresas, política, academia e sociedade em geral – no contexto internacional. O Global Competitiveness Report (GCR) pode ser considerado como um dos principais relatórios produzidos pelo WEF, que anualmente compara os pontos fortes e fracos de economias nacionais, com o objetivo de mensurar a competitividade de mais de 100 países.

Quando medimos resultados oriundos do design, a tarefa de obtenção desses dados torna-se mais complexa devido à intangibilidade de aspectos da área e também devido à dificuldade de isolar a sua contribuição em relação a outros setores, conforme sustenta Whicher et al. (2011). Diante disso, um grupo de economistas do New Zealand Institute of Economic Research (NZIER) publicou, em 2003, um estudo denominado Building a case for added value through design. Nesse estudo, foram selecionados indicadores relacionados com design, provenientes do GCR, permitindo a elaboração de um ranking dos países nos quais o design desempenha um papel importante. Com isso, demonstrou a relação existente entre competitividade de um país e sua efetividade no uso do design

Ainda, de acordo com o NZIER (2003), as 25 economias líderes em termos de competitividade são praticamente as mesmas que aparecem entre as 25 no ranking do design. Fundamentando-se nessas evidências, uma equipe da University of Art and Design de Helsinki – Designium – elaborou, em 2003, uma pesquisa denominada Global Design Watch (GDW), com o intuito de analisar o conteúdo de políticas nacionais e programas de promoção do design nos países líderes do ranking do design e da competitividade (DESIGNIUM, 2003). O objetivo principal do estudo foi o de comparar os efeitos das políticas e programas de promoção do design e sua influência na competitividade nacional, obtendo, dessa forma, o estado da arte das práticas do design em diversos países (NUSSBAUM, 2006).

Portanto, baseando-se nos indicadores selecionados, o GDW apresenta um ranking de design dos 50 países mais competitivos do GCR. Entretanto, o GDW não apresenta a perspectiva brasileira, visto que o país ocupa a 56ª posição no GCR. Dessa forma, replicando a metodologia proposta pelo NZIER (2003), foi obtida a posição do Brasil no GDW – o que está exposto na figura 1. Como pode ser analisado na figura 1, o Brasil ocupa a 56ª posição no ranking do GCR e a 36ª posição no ranking do GDW, demonstrando grande distanciamento em relação aos países mais competitivos em design.

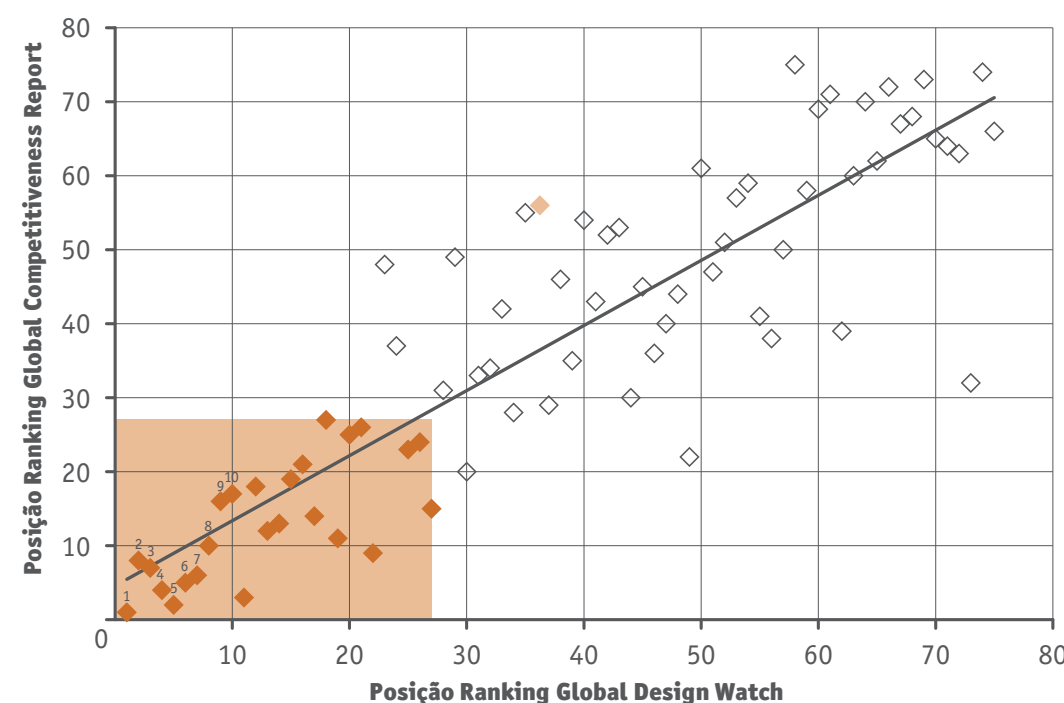


Figura 1 - Ranking GCR x GDW. Fonte: Adaptado de NZIER (2003).

Visando explorar a relação entre design e competitividade foram selecionados os países que figuram nas primeiras posições em ambos os rankings ao longo da última década (figura 2). Sendo assim, serão abordadas as ações e programas de 7 países: Suíça, Estados Unidos, Suécia, Dinamarca, Finlândia, Alemanha e Holanda.

Global Competitiveness Report 2001 - 2002	Global Design Watch 2003	Global Competitiveness Report 2009 - 2010	Global Design Watch 2010
1. Finlândia	1. Finlândia	1. Suíça	1. Suíça
2. Estados Unidos	2. Estados Unidos	2. Estados Unidos	2. Japão
3. Holanda	3. Alemanha	3. Singapura	3. Alemanha
4. Alemanha	4. França	4. Suécia	4. Suécia
5. Suíça	5. Japão	5. Dinamarca	5. Estados Unidos
6. Suécia	6. Suíça	6. Finlândia	6. Dinamarca
7. Reino Unido	7. Holanda	7. Alemanha	7. Finlândia
8. Dinamarca	8. Suécia	8. Japão	8. Holanda
9. Austrália	9. Dinamarca	9. Canadá	9. França
10. Singapura	10. Reino Unido	10. Holanda	10. Áustria

Figura 2 - Ranking GCR e GDW 2002 e 2010. Fonte: Os autores.

3 Políticas e Ações de Promoção do Design no Contexto Mundial

Devido ao aumento da complexidade do ambiente competitivo, a necessidade de qualificação em todos os setores da sociedade está se tornando cada vez mais urgente na busca pela sobrevivência econômica (DESIGNIUM, 2003). Por esse motivo, empresas e países têm se conscientizado acerca dos benefícios advindos da utilização do design e têm criado políticas e programas que fornecem estratégias direcionadas a essa área. A partir das informações extraídas da última edição do GDW (2010), serão resumidamente abordadas as iniciativas existentes nos países previamente selecionados.

SUÍÇA: Mesmo sem uma política formal de design, pode-se dizer que a Suíça possui um cenário positivo para a promoção e o incentivo à área, devido à tradição da atividade no país, que arrecadou R\$ 23 trilhões em 2005 no setor de economia criativa. A partir do estabelecimento da Lei Federal de Incentivo à Cultura em 2009, foram desenvolvidas ações incentivando a cultura no país e que, consequentemente, acabaram por incentivar o design.

ESTADOS UNIDOS: Existem algumas organizações que apoiam e promovem o design internacionalmente, como The Design Management Institute e The American Institute of Graphic Arts. Porém, as ações de fomento do design no próprio país são realizadas, em sua grande maioria, em âmbito regional, sendo essas financiadas por empresas privadas ou por intermédio de recursos federais. Entretanto, vale ressaltar que, apesar de não possuir uma política de design em nível nacional, os EUA sediam um grande número de empresas competitivas que têm o foco em inovação

SUÉCIA: O último programa nacional de design sueco foi resultado de uma iniciativa proposta pelo governo - Innovative Sweden - que teve suas atividades encerradas em 2010. O projeto era administrado e composto por iniciativas dos ministérios da indústria, da cultura e da educação e sua abordagem visava cumprir as metas de inovação com a ampliação do entendimento acerca do uso do design e seus métodos por parte das micro e pequenas empresas.

DINAMARCA: A iniciativa mais recente de fomento ao design no país ocorreu por meio da iniciativa pública Design Denmark, com um investimento de R\$ 140,29 milhões. O projeto foi criado em 2007 pelo governo dinamarquês, com colaboração de 4 ministérios - cultura, negócios, educação e pesquisa – além dos setores industriais. O objetivo principal da iniciativa é o crescimento da indústria do design, tendo como meta, em longo prazo, estar entre os países que utilizam o design em maior quantidade e de maneira mais eficaz.

DINAMARCA: A iniciativa mais recente de fomento ao design no país ocorreu por meio da iniciativa pública Design Denmark, com um investimento de R\$ 140,29 milhões. O projeto foi criado em 2007 pelo governo dinamarquês, com colaboração de quatro ministérios - cultura, negócios, educação e pesquisa – além dos setores industriais. O objetivo principal da iniciativa é o crescimento da indústria do design, tendo como meta, em longo prazo, estar entre os países que utilizam o design em maior quantidade e de maneira mais eficaz.

FINLÂNDIA: O governo finlandês divulgou, no ano de 2000, as diretrizes da nova política de design, com o objetivo de buscar a eficiência do design como uma ferramenta de inovação centrada no usuário. No plano de ação apresentam o projeto The World Design Capital Helsinki 2012, que estimula uma utilização mais ampla do Design Thinking e das metodologias de design como forma de renovar os serviços públicos do país – objetivando tornar Helsinki a capital do design em 2012.

ALEMANHA: A partir de investimentos públicos e privados que somados resultaram em um montante de aproximadamente 4,07 milhões de reais, as instituições The German Design Council, The Design Zentrum Nordrhein Westfalen e a premiação Red Dot Design Award promovem o design no país, com o objetivo de transferir o know-how e a expertise do design para a economia, a política e a cultura do país, provendo, assim, um suporte à indústria no uso do design.

HOLANDA: A partir do documento Ons creatieve vermogen, publicado em 2005, pelo Ministério da Educação, Cultura e Ciência, iniciou-se o desenvolvimento da política vigente no país - a Prensela. Com uma agenda que vai do ano de 2009 até 2012, o programa tem por objetivo melhorar a cultura de design existente, com foco na globalização dos produtos holandeses, demonstrando um forte apelo à cultura e à identidade popular.

4 Políticas e Ações de Promoção do Design no Contexto Brasileiro

Segundo Castro e Cardoso (2011), as décadas de 1950 e 1960 representaram um marco para o ensino do design no Brasil, devido ao surgimento dos primeiros cursos de Desenho Industrial. Sendo assim, pode-se dizer que as ações realizadas no campo do design, nesse primeiro momento, foram em sua grande maioria no âmbito acadêmico. Esse panorama se modifica na década de 1970, quando José Mindlin assume a coordenação da Secretaria de Cultura, Ciência e Tecnologia do Estado de São Paulo (MELLO, 2003). Em 1979, Mindlin estabeleceu um convênio entre o Governo do Estado de São Paulo e a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo e, por meio desse acordo, inicia-se uma maior integração entre o design e a indústria. Porém, a consciência em torno do uso do design ocorreu, nessa época, apenas por parte da elite industrial.

O PBD foi primeiro programa de âmbito nacional lançado pelo Governo Federal em 1995, sob a coordenação do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, objetivando o incremento da competitividade industrial por meio do uso do design. Após quase dez anos de atuação, porém, o PBD pouco a pouco passou a desdobrar sua atuação em programas regionais e setoriais, dando lugar a diversas outras instituições de fomento ao design para dar seguimento a algumas de suas ações.

5 Considerações Finais

Conforme pode ser analisado nas políticas demonstradas, todas essas ações enfatizam a importância da utilização do design como diferencial competitivo no cenário macroeconômico. Nota-se também que essas, em sua grande maioria, surgem a partir de um esforço governamental e visa alavancar a exportação dos produtos produzidos no país. Dessa forma, percebe-se que é necessário criar mecanismos eficazes de cooperação entre o público e o privado, unindo também os setores culturais e tecnológicos. Pode-se dizer que as iniciativas promovidas na área do design no Brasil ainda apresentam muitas perspectivas para melhorias, visto que estão ainda em fase de construção e que não é possível constatar resultados efetivos das ações executadas, devido ao seu relativo curto tempo de implementação.

Porém, pode-se dizer que o Brasil está no caminho da construção de uma política efetiva de design, visto que o país tem investido amplamente em inovação, seguindo a tendência apresentada pelos países estudados que tiveram as bases de suas políticas de design consolidadas a partir de esforços em inovação.

6 Referências

CASTRO, Maria Luíza A. C. de; CARDOSO, Juliana. Políticas públicas de design: a construção da relevância do tema no Brasil. In: ANAIS 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2010.
DESIGN COUNCIL. Measuring Design. Londres: Design Council, 2009. Disponível em: <http://www.designcouncil.org.uk/Documents/Documents/Publications/Research/Briefings/DesignCouncilBriefing05_MeasuringDesign.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2012.

DESIGNIUM. Design Policy and Promotion Programmes in Selected Countries and Regions. Helsinki: Designium, 2003.
DESIGNIUM. Global Design Watch 2010. Helsinki: Designium, 2010.
MELLO, Tatiana Schoneweg. Aspectos relativos à promoção do design no Brasil visando à área da gestão: O caso da empresa vencedora do Prêmio CNI José Mindlin 2000. 2003. 116 p. Dissertação de Mestrado em Engenharia de Produção. UFSC, Florianópolis, 2003.
NEW ZEALAND INSTITUTE OF ECONOMIC RESEARCH. Building a case for added value through design. Wellington: NZIER, 2003.
NUSSBAUM, Bruce. A New Ranking on Global Design From Helsinki: Where They Know Design. Bloomberg Businessweek: New York, 09 Mai. 2006. Disponível em: <http://www.businessweek.com/innovate/NussbaumOnDesign/archives/2006/05/a_new_ranking_o.html>. Acesso em: 05 jan. 2012.
WHICHER, Anna; RAULIK-MURPHY, Gisele; CAWOOD, Gavin. Evaluating Design: Understanding the Return on Investment. Design Management Review, v. 22, n. 2, p. 44-52, 2011.