

Design brasileiro

Organizado pela Industrial Designers Society of America (IDSA), o IDEA é um dos concursos de design mais importantes do mundo e premia projetos inovadores há 28 anos. Desde 1990, a iniciativa conta com o patrocínio da conceituada revista *Business Week*, o que contribuiu para sua internacionalização. Este ano, o Brasil será o primeiro país além dos Estados Unidos a receber uma edição do prêmio.

O IDEA/Brasil está sendo promovido pela ONG Objeto Brasil, entidade que há mais de 10 anos trabalha pela inserção do design brasileiro na economia mundial, Associação Brasileira das Empresas de Design (Abedesign) e pela Agência de Promoção de Exportação (Apex-Brasil). A co-realização do prêmio é da Revista *Época Negócios*.

“O IDEA/Brasil trará mais reconhecimento para os criadores brasileiros, uma vez que os finalistas do prêmio já terão inscrição automática no IDEA dos Estados Unidos e também participarão de exposições no Brasil e no exterior”, diz Joice Joppert Leal, Presidente da Objeto Brasil.

Para ela, o concurso é uma excelente vitrine, que certamente criará oportunidades de negócios e poderá contribuir para conscientizar empresários do impacto do design.

No ano passado, o IDEA recebeu 1.691 inscrições e distribuiu 81 troféus em 15 categorias. Os vencedores tiveram o trabalho divulgado em veículos como *New York Times*, *Wall Street Journal*, *Washington Post*, *Time*, *Forbes*, *Fortune* e *Rolling Stone*. Estima-se que o retorno em mídia seja equivalente a um investimento de 1 milhão de dólares. Rodolfo Capeto, diretor da Escola Superior de Desenho Industrial (Esdi) da Uerj, diz esperar que a edição brasileira alcance o mesmo prestígio da americana. “Acho que esse prêmio, pela maneira com que está ligado a publicações de negócios, tem o potencial de transcender o aspecto apenas festivo que as premiações costumam ter, para trazer informação e uma percepção maior do valor do design aos empresários brasileiros”, afirma o diretor da Esdi, que foi citada pela *Business Week* como uma das 60 maiores escolas do mundo que unem design e negócios.



Produto Universal Toilet

Designer Changduk Kim e Youngki Hong, estudantes da Daejin University (Coréia do Sul)

Prêmio Ouro

Categorias Projetos de Estudantes

Descrição Conceito para um toailete gracioso e cheio de curvas que permite o uso a pessoas com cadeira de rodas – e a todas as outras pessoas também. Acaba com o estigma social ao mesmo tempo em que melhora o estilo de vida. Uma placa à altura do peito adiciona mais estabilidade ao uso.

ganha novo prêmio

Produto Tesla Roadster

Designer Lotus Design Studio
(Grã-Bretanha) e Tesla Motors (EUA)

Prêmio Ouro

Categoria Ecodesign

Descrição Foi desenhado para mudar a percepção dos consumidores, que viam os carros elétricos como lentos, tediosos e estranhos. Este veículo de alta performance vai de 0 a 100 km por hora em apenas 4 segundos, apesar de não emitir gás carbônico. Cada recarga de eletricidade permite percorrer mais de 300 quilômetros.



Os vencedores serão premiados com troféus exclusivos nos níveis de excelência ouro, prata e bronze. Farão parte de uma matéria de capa da Revista Época Negócios e também de coberturas de diversos veículos nacionais, como *O Estado de S. Paulo*. Além disso, pelo menos três produtos premiados no Brasil serão apresentados na edição especial da revista INNOVATION, publicada pela IDSA, onde os próprios vencedores apresentam em detalhes os cases de seus projetos.

O IDEA/Brasil contará com 18 categorias, como Eco-design, Produtos para Casa, Transportes e Jóias, sendo que a última é exclusiva da edição brasileira do prêmio. Os principais critérios para avaliação dos projetos são Grau de Inovação do Design, Benefícios ao usuário, Benefícios ao cliente, Benefícios à sociedade, Benefícios ao meio ambiente, Elegância, Harmonia formal e Estética apropriada. A cerimônia de premiação brasileira acontece em junho.

Design e Inovação

Ainda são poucas as empresas brasileiras que investem em design, principalmente pelo histórico do mercado brasileiro. Até os anos 90, o Brasil estava fechado às importações e predominava a cópia de sucessos no exterior.

Com a abertura, foi preciso inovar, mas Rodolfo Capeto acredita que design ainda pode desempenhar papel mais forte e relevante na economia brasileira

“Enquanto muitas vezes se valoriza um aspecto mais folclorizado, ou focado apenas em nomes ou produtos ‘de grife’, falta talvez uma visão de um design mais profundamente ligado ao movimento da economia como um todo”, explica Capeto, dizendo ainda que no mundo contemporâneo o design deve ser parte essencial de uma política de inovação.

Joice Joppert Leal acrescenta que o Design estratégico é também uma excelente ferramenta para gerir uma empresa, pois aponta problemas e permite que se criem soluções e oportunidades. Destas informações podem surgir os produtos e serviços inovadores, que agregam valor à marca, contribuem para o aumento da lucratividade, aumento de vendas e redução de custos.

“Qualquer empresa com ambição de competir neste mundo”, com menos barreiras e menores distâncias – precisa de autenticidade, custos e produção racionalizada, além de produtos impecáveis, com apresentação perfeita e usabilidade sob medida. Assim, para saltar de um país de matéria-prima, de commodities, para um país de produtos de alto valor só existe um caminho: o Design – conclui Joice.