

Programa Criação Paraná - Transformando idéias em produtos inovadores

Fonseca, Ken Flávio Ono Fonseca, Professor UTFPR / UFPR

Ishikawa, Claudia, Coordenadora de projetos Centro de Design Pr

Gaziri, Letícia, Coordenadora de projetos Centro de Design Pr

Gouveia, Ana Leocádia de Souza Brum Donikian, Coordenadora de projetos Centro de Design Pr

Bazzo, Juliane, Jornalista Centro de Design Pr

Resumo

O Programa Criação Paraná, realizado pelo Centro de Design Paraná em duas edições, nos anos de 2002 e 2005, teve como missão estimular indústrias, micro e pequenas, a experimentar o design na prática como ferramenta para aumento da competitividade.

Essa iniciativa foi baseada na experiência do programa da Glasgow Collection, desenvolvido com sucesso na Escócia, de 1997 a 1999, com as seguintes metas: selecionar boas idéias no projeto; minimizar a burocracia; manter uma aproximação ágil entre os agentes; organizar uma equipe gestora com experiência em design e produzir uma atitude positiva.

A experiência das duas edições ajudou a aprimorar a metodologia, baseada no conceito do desenvolvimento assistido, que primeiramente prospectou o empresariado paranaense, por meio de visitas com o objetivo de explicar o projeto e, posteriormente, orientou e acompanhou as empresas interessadas em desenvolver novos produtos, com o apoio à gestão do projeto e no uso dos materiais.

Em ambas as edições realizadas, os resultados se demonstraram significativos. Foram desenvolvidos 83 protótipos com foco na inovação e no design. Nesse processo, 24 empresas experimentaram a primeira contratação de um designer. Houve 23 pedidos de registros no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) e 32 produtos ingressaram no mercado. Palavras Chave: design, ensino de design, prática de design.

Introdução

Incentivar as empresas a experimentarem o design na prática. É esse o conceito do Programa Criação Paraná.

O programa, realizado pelo Centro de Design Paraná em duas edições, 2002 e 2005, teve como missão estimular a indústria, principalmente as micro e pequenas, a utilizar o design como ferramenta para a competitividade.

A atuação do Centro de Design buscou contribuir para a construção de uma cultura do design, de modo que as empresas compreendam o papel do design no processo e passem a utilizá-lo de forma planejada no processo de gestão, e não apenas já na fase final do projeto.

Uma tendência que chamou a atenção no programa Criação Paraná é a aposta dos empresários em designers ainda jovens, com até três anos de graduação. Cabe ressaltar que alguns projetos surgiram em trabalhos acadêmicos, prova de que boas idéias, aliadas à persistência e muito trabalho, podem ganhar forma e até lugar no mercado.

Antecedentes

Criado em 1999, o Centro de Design é uma organização sem fins econômicos situada em Curitiba. O Centro de Design Paraná é considerado pela FINEP - Financiadora de Estudos e Projetos - como referência nacional em gestão de design. Pioneiro, foi o primeiro centro de design no Brasil que orientou o seu trabalho a partir das necessidades de indústrias e empresas interessadas em desenvolver novos produtos, característica que resultou em um dos mais bem sucedidos programas de apoio ao design e à inovação já realizado no país - o programa Criação Paraná.

O Criação Paraná tem como objetivo o de incentivar as empresas a utilizarem o design como uma ferramenta visando o aumento da competitividade. Iniciou em 2000 e teve duas edições até 2005. Nas duas edições o empresário recebeu apoio no desenvolvimento do novo produto, desde a fase inicial de identificação da oportunidade até a fase final de prototipagem. O objetivo principal era ensinar às empresas a experimentar o design e como gerenciar seus próprios produtos. É importante dizer que para a maioria das empresas, o programa foi a primeira experiência de utilizar o design. O encerramento do programa dá-se com a publicação de um catálogo e uma grande exposição que auxilia as empresas a lançarem ou promoverem seus novos produtos. Mesmo após a exposição, a equipe do Criação Paraná continuou incentivando companhias no processo do projeto, assessorando no lançamento do mercado de seus produtos.

A primeira edição do Criação Paraná aconteceu de 2000-2002 e culminou com uma exposição de 41 protótipos, em agosto 2002. Após a primeira exposição, foi realizada uma avaliação dos resultados, que teve como foco as expectativas das empresas. A avaliação foi realizada em diversas oficinas em que os professores eminentes tais como Gui Bonsiepe, Acyr Seleme, Belmiro Valverde e Eloi Zanetti fizeram parte da avaliação, assim como a orientação internacional de Bruce Wood (Reino Unido) – gestor do Glasgow Collection. O objetivo da

segunda edição do Criação Paraná foi revisada para envolver não apenas empresas do Paraná mas também de empresas nacionais. A meta era desenvolver 30 produtos até o estágio do protótipo.

Com base no desejo das empresas para ter contato com uma maior escala de visitantes, a exposição do segundo Criação Paraná foi feita no Shopping Estação em Curitiba, que recebeu por volta de 590.000 pessoas. Para dar maior visibilidade, o catálogo foi concebido como um suplemento especial da revista ARC Design - principal publicação nacional dedicada ao design.

Metodologia

O Programa Criação Paraná foi criado em 2000 baseado na experiência do programa da Glasgow Collection, desenvolvido com sucesso na Escócia de 1997 a 1999 com as seguintes metas: selecionar boas idéias no projeto; minimizar a burocracia; manter uma aproximação ágil entre os agentes; organizar uma equipe gestora com experiência em design; e produzir uma atitude positiva.

A experiência das duas edições ajudou a aprimorar a metodologia. Agora pode ser descrita como um programa baseado no conceito do desenvolvimento assistido, orientando as empresas interessadas em desenvolver novos produtos no apoio à gestão do projeto e no uso dos materiais. Seu lema é “planejar antes de investir”. O programa ajuda as empresas na identificação de novas oportunidades de negócio, na busca de um designer e na identificação dos fornecedores. Todos os problemas são discutidos durante reuniões com os empresários, na empresa e no Centro de Design do Paraná, que orienta sobre registros e patentes.

O desenvolvimento do programa divide-se em 4 fases:

1. Identificar a demanda: plano de visitas e metas

A primeira fase do programa que tem por objetivo formatar um plano de visitas a partir do público que se pretende atingir. Nesta fase também define-se as metas a serem atingidas. Todas as visitas são registradas.

2. Movimento pelo design: reunir um grupo de empresas focadas em design; organizar encontros e workshops; e criar espaço para a troca de informações

Nesta fase, são organizados diferentes eventos, incluindo seminários, reuniões e oficinas baseadas nas necessidades das empresas. Isto é importante porque faz as empresas sentirem-se como um grupo. Esse “movimento pelo design” tem por objetivo o aprendizado em conjunto, a troca de informações e experiências, bem como a promoção do relacionamento entre as empresas. Uma das maneiras mais efetivas de se criar um espírito de grupo é fazer com que as empresas aprendam juntas.

3. Aprender fazendo: o valor da experiência, que é a base da metodologia do “Desenvolvimento Assistido”.

Esta é a fase mais importante do programa. Trata da aprendizagem através da experiência. Tem por objetivo o de proporcionar subsídios técnicos e oferecer ao empresário a oportunidade de vivenciar o processo de design. Assim o empresário aprende o que é design por meio da prática, fazendo. Nessa fase o subsídio técnico é proporcionado ao empresário através da metodologia do Desenvolvimento Assistido.

O Desenvolvimento Assistido é um acompanhamento oferecido às empresas durante o desenvolvimento de novos produtos. Além de funcionar como “broker” entre duas áreas diferentes de conhecimento [a empresarial e a do design] o Centro de Design atua de acordo com a necessidade de cada empresa.

4. Visibilidade: a exposição e catálogo; é o poder do exemplo - criação de cases

Esta última fase da metodologia tem por finalidade a de se expor os resultados obtidos, apresentando-se cases de sucesso como forma de exemplificar o processo do design.

A visibilidade funciona como uma meta para os empresários. Ao final do programa uma exposição pública é organizada para apresentar todos os protótipos desenvolvidos pelas empresas, bem como as etapas que a empresa passou para chegar lá. Um catálogo é produzido apresentando os resultados com todos os contatos das empresas e designers.

A meta de desenvolver 40 protótipos até a data da exposição era um desafio e exigiu grande esforço de gestão da equipe do Centro de Design. “Aprender na prática” é um dos lemas do Centro de Design, que se esforça para introduzir conceitos e ferramentas da gestão do design nas empresas, em projetos de desenvolvimento de novos produtos. O Grupo Criação e o Movimento pelo Design são duas ações criadas pelo Centro de Design.

No Grupo Criação, são criados eventos periódicos para a interação entre as empresas participantes, a fim de trocar experiências. Tal interação é executada com as oficinas e os seminários. O Centro de Design é visto hoje em dia como um catalizador das ações ligadas ao design - uma janela de exposição do design do Paraná.

No total, 40 empresas foram envolvidas em cada edição do programa. As empresas vieram de uma variedade de setores, incluindo mobiliário, a eletrônica, os produtos dos esportes e os metal mecânicos. As empresas aprenderam a contratar um designer e como fazer a gestão do projeto. Compreenderam a importância de usar o design como uma ferramenta para alcançar o mercado global.

Os resultados da segunda edição são surpreendentes: das 153 empresas visitadas inicialmente pela equipe do Centro de Design, 48 assinaram o Termo de Adesão ao programa e 41 protótipos foram desenvolvidos, envolvendo 40 empresas (35 empresas do estado do Paraná e 5 empresas de outros estados). 18 projetos foram desenvolvidos por equipes internas,

e 23 empresas contrataram designers (18 escritórios e 5 designers).14 projetos foram desenvolvidos por jovens designers com menos de três anos de atuação, e 12 empresas contrataram um designer pela primeira vez. 7 empresas desenvolveram seu primeiro produto em série, e 19 produtos estão já no mercado. Das 40 empresas participantes 20 micro, 16 pequenas, 3 médias e uma grande.

A segunda edição do Criação Paraná foi viabilizada por quatro financiadores. Recebeu o auxílio de organizações locais e regionais (FINEP, Sebrae/PR e Sebraetec) além de recursos próprios recurso do Centro de Design. Cada empresa pagou pelo desenvolvimento de seu próprio produto.

O Centro de Design considera dois pontos chaves para o sucesso do programa:

1. Possibilita que as empresas experimentassem o processo do design.
2. Gera resultados concretos - 41 protótipos, um catálogo e uma exposição.

A forma de medir os resultados efetivos do programa foi por meio do número dos designers contratados, dos protótipos desenvolvidos e dos produtos no mercado. Além disso, como já descrito, o Centro de Design Paraná fez uma avaliação após a primeira edição do Criação Paraná. Isso ajudou no aprimoramento da metodologia para a segunda edição.

De um modo em geral, os produtos exibidos demonstraram a eficiência do método de gestão do design utilizado no programa Criação Paraná. Baseado no conceito do desenvolvimento assistido, com foco no mercado ou no negócio, a estratégia do Centro de Design com tal programa é oferecer uma ferramenta de auxílio e orientação para as empresas interessadas em desenvolver novos produtos. Utilizando o design como um instrumento da inovação, o Centro de Design identifica oportunidades de uso do design na criação de novos produtos. O Centro de Design Paraná não faz design. “Não faz o projeto”, mas oferece ferramentas necessárias para a execução do projeto.

O próximo passo do Centro de Design é validar a metodologia do programa Criação Paraná de inserção do design nas empresas e consolidar a forma de aproximação utilizada no programa, de modo que possa ser utilizado em todo o Brasil. É uma metodologia baseada em pesquisa realizado em diversos centros de design no mundo e validada na prática pelo programa de Criação Paraná.

Estes resultados, entretanto, não garantem uma terceira edição do programa. A barreira principal é a necessidade de financiamento externo. O Criação Paraná está interrompido atualmente pela falta de sustentação financeira para uma nova edição do programa. Financiamento é a principal barreira para ao sucesso deste projeto de apoio ao design no Brasil.

Não obstante, o programa de Criação Paraná é um dos programas mais importantes gerenciados por um centro de design brasileiro. As empresas receberam apoio e informação

para os projetos, entendendo como empregar designers e gerenciar um projeto de design, assim como entenderam a importância de usar o design como um processo. Hoje em dia o Programa Criação Paraná é considerado nacionalmente como uma referência para programas de apoio e disseminação das práticas de design. É considerada uma referência no apoio ao design em grande parte por causa dos resultados conseguidos com poucos recursos e a gestão criativa que buscava envolver novas empresas ao programa. Além disso, Criação Paraná já era considerado um sucesso, atraindo o interesse de diversas companhias. Dessa maneira muitas empresas quiseram o apoio do programa de maneira espontânea, criando o que se denominou “Movimento do design” que era um dos objetivos do programa.

Conceituação

Avaliação da primeira edição – nessa segunda edição procurou-se ouvir quais eram as expectativas das empresas, reavaliando os pontos fortes e fracos ocorridos no programa, por exemplo atualmente o foco procura ser mais comercial (aprox. 25% dos produtos da segunda edição já estão no mercado).

Experimentar design na prática. O Centro de Design procura inserir os conceitos e ferramentas de gestão de design nas empresas através da prática, em projetos reais que estão sendo desenvolvidos.

O Centro de Design procura não introduzir o processo de design de forma radical na empresas, mas passo-a-passo, de forma incremental.

Metodologia “Desenvolvimento Assistido” – Essa metodologia foi desenvolvida pelo Centro de Design a partir da experiência e prática no atendimento as empresas durante o primeiro projeto (verificação dos problemas ocorridos, das boas práticas, etc...) Nessa edição estamos procurando, através de sua aplicação, validar essa metodologia de inserção do design nas empresas.

Grupo de empresas interagindo: Grupo Criação. As empresas participantes do programa interagem através de eventos periódicos, atendendo as demandas comuns. Por exemplo palestras, workshops e seminários sobre assuntos como prototipagem, registro INPI, metodologia de gestão, etc...

Atendimento a distância. Empresas do interior e de outros estados querem participar e receber apoio do Centro de Design. Foi desenvolvido um sistema de atendimento a distância, através de internet, ou de núcleos regionais de design.

“Movimento do Design” – após a primeira edição do Programa Criação Paraná, o Centro de Design passou a ser visto com um catalisador de ações ligadas ao design – uma vitrine do design no Paraná. Diferente da primeira edição, que era preciso estar convidando as empresas, agora várias empresas procuram o centro para participar desse “movimento”.

Na primeira edição muitas empresas focaram muito a inovação do produto muitas vezes perdendo o foco do negócio. Nessa edição o foco maior foi o negócio: bons projetos, inovadores, mas mais focados no negócio da empresa.

Apesar da repercussão favorável da primeira edição, só foi possível a realização dessa segunda edição devido ao interesse e investimento do próprio Centro de Design.

Avaliação

Incentivar as empresas a experimentar o design na prática. Este foi um dos objetivos perseguidos pela equipe do Centro de Design Paraná ao iniciar, ainda em 2003, a realização do Programa Criação Paraná - cujo resultado pode ser conferido até 20 de junho de 2005, numa exposição no shopping Estação, em Curitiba.

O programa, como alguns já sabem, tem a missão de estimular a indústria – principalmente as empresas de micro e pequeno porte - a utilizar o design como ferramenta no desenvolvimento de novos produtos. E este objetivo foi atingido. Das 40 empresas que apresentam protótipos na exposição, 20 são de micro e 16 de pequeno porte.

Nossa metodologia, a do desenvolvimento assistido, buscou implementar o processo de design nas empresas de forma gradual, por meio da aplicação de conceitos e ferramentas de gestão de design em projetos reais, que tivessem viabilidade comercial.

O grau de assessoria do Centro de Design variou de acordo com a necessidade de cada empresa. Em alguns casos foi bem abrangente – começando desde o briefing, passando pela ajuda na formatação do projeto e no auxílio à contratação de profissionais; em outros casos, o apoio foi pontual, com consultoria em projetos em andamento. A atuação do Centro de Design buscou, em todos os casos, contribuir para a construção de uma cultura de design, de modo que as empresas compreendam o papel e a função do design no processo e passem a inseri-lo de forma planejada no processo de gestão, e não apenas já na fase final do projeto.

Uma tendência que chamou nossa atenção no programa Criação Paraná é a aposta dos empresários em designers ainda jovens, com até três anos de graduação. Das 40 empresas presentes na exposição, 14 projetos foram desenvolvidos ou tiveram a participação de designers com esse perfil. Dentre eles, seis foram desenvolvidos por ex-alunos da Universidade Tuiuti do Paraná, três da PUC-PR, dois da UFPR, um do UnicenP, um da Unopar e uma aluna da UEM. A maioria destes jovens profissionais foi contratada para trabalhar internamente. Cabe ressaltar que três projetos - a Linha ORB, a Linha Projeto e o Rollerboard - surgiram em trabalhos acadêmicos, prova de que boas idéias, aliadas à persistência e muito trabalho, podem ganhar forma e até lugar no mercado.

Os números do programa apontam também uma preferência dos empresários, constatada nas dezenas de visitas que fazemos: a confiança em designers que tenham escritórios

formalmente constituídos.(essa frase está um pouco truncada) Dos 23 contratados externamente, 18 são empresas de designers e somente cinco de autônomos. Nossa experiência deixa claro que os empresários tendem a confiar mais em profissionais que tenham CNPJ e endereço. Eles acreditam mais em uma empresa estabelecida, que responda por um contrato e que possa apresentar nota fiscal de prestação de serviços. O Centro de Design Paraná analisa esse fato como positivo, pois mostra que o caminho para o mercado é cada vez mais a formalização das relações empresa-designer, de modo que as partes saiam satisfeitas ao final do contrato.

Funcionamento

Estudo de Caso: Joker

A Freso é uma companhia localizada em São José dos Pinhais, na região metropolitana de Curitiba, Paraná, especializada em rotomoldagem em polietileno para fins industriais, que iniciou em 1988 a produção de brinquedos. Em 1999, a Freso se tornou um dos primeiros clientes do Centro de Design Paraná. Com o apoio do Centro a empresa contratou duas consultorias em design: a Inove Design e Pac Design, ambas de Curitiba, para criar uma coleção de mobiliário infantil. Essa coleção era composta de seis peças (um túnel lúdico, desenvolvido pela Pac Design e baú, banqueta e estante pela Inove Design). Três dos produtos se encontram ainda no mercado: o túnel, baú e banqueta.

Em 2000 ajudou a Freso a desenvolver um novo produto, novamente com a consultoria da Inove design. O Playground, chamado Supremo foi apresentado em 2004, na exposição do Programa Criação Paraná, após quatro anos de desenvolvimento. Em 2001 novamente o Centro de Design apoiou a Freso a contratar a Paradesign, de Florianópolis, após identificar uma boa oportunidade de mercado.

O Programa Criação Paraná novamente foi o estímulo que faltava para a empresa assumir os riscos de desenvolver a nova coleção de mobiliário infantil, a Joker (legenda 1), composta de poltrona, criado-mudo e cabideiro. Inesperadamente o produto caiu no gosto dos adultos, logo se tornando exclusivo da cadeia de lojas Tok Stock e disponível em todo o Brasil. O criado mudo e cabideiro ainda são vendidos ao público infantil.

O produto foi premiado no Museu da casa Brasileira em 2002. Os designers, com o Centro de Design introduziram uma nova concepção de produtos e abriram a empresa para novas idéias, o que foi um aspecto importante para os bons resultados alcançados com o produto.



Legenda 1

Conjunto: Joker

Empresa: Freso

Estudo de Caso: MONTANA - Pulverizador Automotriz Parruda

A Montana, de São José dos Pinhais, vem introduzindo o processo de design na empresa nos últimos anos, sempre apoiada pelo Centro de Design Paraná.

Desde o primeiro contato com a empresa, que culminou no lançamento do pulverizador automotriz Parruda (legenda 2), a empresa vem cada vez mais consolidando o design como questão estratégica.

O Parruda representou um novo tempo para a indústria: foi a primeira pulverizadora automotriz da empresa, o que significou uma série de mudanças em toda a estrutura da fábrica, no que diz respeito à tecnologia, capacitação dos empregados, logística, vendas e manutenção.

A partir deste produto a empresa vem crescendo e cada vez mais consolidando seu espaço no mercado nacional de equipamentos agrícolas.

Desde o lançamento do Parruda em 2000, a empresa vem acumulando experiências e desenvolvendo tecnologias para o lançamento da nova geração de pulverizadoras Parruda. O novo produto é o resultado da experiência acumulada neste segmento, garantindo ao novo produto características que lhe conferem qualidade e competitividade. A Montana apresenta um produto que concorre em qualidade e preço junto aos melhores produtos existentes no mercado.

O Centro de Design atuou na gestão do projeto, garantindo o melhor uso da ferramenta design, e colocando os diferentes setores da empresa, produção, vendas e design, trabalhando juntos para obter o melhor resultado.

O novo produto surge em uma empresa não está mais “experimentando design”, e sim em uma indústria onde o processo de gestão de design já está inserido na cultura empresarial.

Parruda

Lançada em 2000, a primeira versão do pulverizador automotriz Parruda foi um sucesso de mercado. A empresa que o fabrica, a Montana, queria lançar uma nova geração do produto e para isso precisava contratar um designer.

O Centro de Design Paraná fez a gestão completa do processo, auxiliando a empresa no briefing, na contratação de um escritório de design e acompanhando o desenvolvimento do projeto.

O design do novo Parruda incorpora uma série de avanços. A principal delas é a cabine dupla, agora com ar condicionado, e o aumento da sensação de espaço interno.

Além de conferir ao veículo um formato que transmite velocidade, o design desenvolveu espaços antes não existentes na cabine, para acomodar cd player, porta-ferramentas e outros apetrechos.



Legenda 2

Pulverizador Automotriz Parruda

Empresa: Montana

Referências

BAXTER, Mike. *Projeto de produto: guia prático para o desenvolvimento de novos produtos*. São Paulo: Edgard Blücher, 1998.

CENTRO DE DESIGN DO PARANÁ. *Criação Paraná 2005*. Curitiba, 2005. Catálogo.

_____. *Criação Paraná 2002*. Curitiba, 2002. Catálogo.
_____. *Relatório de Atividades 2002-2001*. Curitiba, 2002.

CENTRO PORTUGUÊS DE DESIGN. *Manual de gestão de design*. Porto - Portugal, 1997.

CPD – Centro Português de Design. *Manual de Gestão do Design*. Portugal: CPD, 1997.

RAULIK, Gisele. *Design degrau por degrau*. Disponível em:
<<http://www.designbrasil.org.br/portal/opiniaio/exibir.jhtml?idArtigo=203>>. Acesso em: 03 fev. 2006.

_____. *Design initiatives' models*. Brunel University, UK. 2003. Dissertação de Mestrado.

LÖBACH, Bernd. *Design Industrial – Bases para a configuração de produtos industriais*. São Paulo: Edgard Blücher, 1ª edição, 2001.