

ser relegada a uma participação final, como um apêndice no desenvolvimento de produtos, antes “[...] deve interagir com as várias áreas e fases envolvidas, de modo a, além de atender requisitos como os de qualidade e custos, otimizar os processos de fabricação, necessidade que surge da concorrência capitalista de reduzir os procedimentos e as dificuldades dos processos de transformar os produtos. Para tanto, o designer deve observar tanto o micro, quanto o macro ambiente em que se insere o produto, ou seja, tanto o usuário, o consumidor, a empresa, os fornecedores, os intermediários, os concorrentes, quanto a dimensão social e cultural, em um sentido mais amplo, a ecologia, a economia, a tecnologia, a legislação e a política”.

A importância de o design estar integrado às demais áreas de maneira colaborativa depende também do empenho da empresa em estruturar seus departamentos de maneira que sejam favorecidas estas integrações, respeitando, contudo, a autonomia e as potencialidades de cada setor envolvido no projeto, diminuindo a centralização de decisões com base em aspectos administrativos, como destacado por Landim [13]:

“O design como atividade interdisciplinar terá mais chances de sucesso em empresas em que a integração organizacional prevaleça. Do contrário, o design terá grandes barreiras em uma empresa com grande estrutura burocrática, com uma minuciosa divisão de trabalho e com elevada centralização das decisões acumuladas em sua cúpula”.

Assim, para uma prática interdisciplinar efetiva, torna-se necessário uma modificação dos padrões organizacionais estabelecidos pelas empresas. Faz-se imperativo também que não apenas os designers busquem a integração no dia-a-dia, mas que o ambiente corporativo favoreça tal prática.

Questionados sobre o nível de autonomia dos designers no exercício profissional – dentro dos limites possíveis em uma empresa multinacional – a maioria dos entrevistados (D1, D2, D3, D4, D5, D6 e D8) caracterizou uma prática submissa à matriz da empresa, condição esta que apresenta pontos positivos e negativos.

Para D1, “[...] a gente tem uma autonomia, mas ao mesmo tempo a gente responde numa estrutura muito maior [...]”. Neste sentido, D3 visualiza um provável crescimento da autonomia por parte dos designers “[...] estamos mostrando pro mundo que a gente consegue fazer... então pode ser que a nossa autonomia cresça”.

Embora a submissão à matriz seja um posicionamento previsível dentro de uma corporação multinacional, o design não se estabeleceu ainda como uma área que participa e tem condições de influenciar no nível decisório mais alto da empresa, como relatou D6 “Olha é complicado isso porque existe uma visão assim um pouco glamourosa e romântica de que o designer que fez aquele carro, ‘ahh o designer criou’. Na verdade, isso não existe em companhia nenhuma, em nenhum lugar no mundo. O que você tem é uma diretoria, você tem uma identidade que você tem que seguir [...] e então nós temos autonomia de propor o que a gente quiser, só que, obviamente, o que a gente propõe tem que seguir uma... uma linha de raciocínio que já é meio acertada dentro da companhia, e no final das contas quem escolhe é o Sr. Diretor então [...]”.

Essa realidade também é discutida por Heskett [14] para quem são variadas as fontes que oportunizam ou restringem a atividade do designer – entre estas o gosto pessoal dos responsáveis pela aprovação de projetos:

“A natureza exata desse processo de design é infinitamente variada e portanto difícil de resumir em numa simples fórmula ou definição. Pode ser o trabalho de uma pessoa ou de uma equipe trabalhando em cooperação; pode surgir de um surto de intuição criativa ou de um juízo calculado baseado em dados técnicos e pesquisa de mercado ou até mesmo, como sustentam alguns designers, ser determinado pelo gosto da mulher de um gerente administrativo. Restrições ou oportunidades podem ser fornecidas, entre outros fatores, por decisões comerciais ou políticas, pelo contexto organizacional em que um designer trabalha, pelo estado do material disponível e pelas instalações de produção ou por conceitos sociais e estéticos predominantes: a variedade de condições possíveis é imensa”.