

Por que estamos atrás da China e da Índia na corrida global

INSPIRAÇÃO PARA INOVAR

EPICAM **NEGÓCIOS**

www.epicamegocios.com.br

Revista / Abril / Novembro 2008 / Ano 2

EDITORA
Globo



ESTE JOVEM CRIOU UMA MULTI DE R\$ 4 BILHÕES

A incrível história de Marcos Molina dos Santos, controlador do frigorífico Marfrig, que fundou sua empresa aos 16 anos e hoje, com 38, possui 60 plantas em nove países

POR ALEXA SALOMÃO

INFLAÇÃO X CRESCIMENTO

Como a alta de preços, resultante de um ciclo de prosperidade, deve desacelerar as economias dos países emergentes

A FÓRMULA DO EQUILÍBRIO

Você busca a realização total? Enfrente o teste preparado por um professor de Wharton. Detalhe: sua família vai gostar

O QUE APRENDER COM DESASTRES

David Barioni Neto, presidente da TAM, administrou cinco crises provocadas por acidentes aéreos: "Chorei escondido"

i invenção

TECNOLOGIAS E PRODUTOS QUE VÃO MUDAR O MUNDO



ELE PROJETA A CASA DO FUTURO

O italiano Stefano Marzano, chefe de design da Philips, dedica-se a criar ambientes inteligentes que reproduzem a simplicidade das casas de nossos avós. Sem equipamentos espalhados pelos cantos

POR MARCELO COPPOLA FOTO PAULO VARELLA

Dos laboratórios da Philips saíram invenções como o CD, o DVD e a fita cassete, entre tantas tecnologias que ocuparam espaço nas nossas estantes e transformaram nossas vidas. Apesar das inovações que lançou nos seus 117 anos, a corporação holandesa não quer mais ser vista apenas como uma criadora de novidades eletrônicas. A Philips planeja se dedicar cada vez mais à construção de ambientes inteligentes nos quais os equipamentos estejam disponíveis de uma maneira mais sutil, menos invasiva, conjugados harmoniosamente com objetos importantes do nosso dia-a-dia, como sofás, mesas e cadeiras. Quem comanda esse esforço é o designer Stefano Marzano, diretor criativo da Philips. A casa do futuro, em sua visão, será mais parecida com as do passado do que com as atuais – apesar de toda a tecnologia embutida no seu interior. Ambientes simples, calorosos, sem geringonças espalhadas pelos cantos.

Foi Marzano, um italiano bonachão de 57 anos, que entremeia uma conversa com gargalhadas, quem ajudou nos últimos anos a redesenhar o perfil da Philips no mercado de tecnologia. A empresa dedica hoje boa parte de seu esforço a criar ambientes futuristas. Um exemplo ilustra essa transformação. Enquanto a Apple faz um evento anual para

divulgar criações como o iPod e o iPhone, a Philips promove há três anos uma exposição itinerante que já percorreu as maiores cidades do mundo – entre elas Nova York, Londres, Paris, Amsterdã e Hong Kong. Nela, projeta como será a casa do futuro. O Simplicity Event (Evento da Simplicidade) passou recentemente por São Paulo. Num dos ambientes, um sol artificial embutido numa parede reproduz o ritmo da luz natural com o objetivo de regular o relógio biológico dos moradores. Em outro, as crianças podem pintar as paredes com canetas eletrônicas, desenhos que depois ganham movimento e som. “Nossa idéia é humanizar a tecnologia”, afirma Marzano. “Fazer com que ela aumente o bem-estar das pessoas.”

HOSPITAIS HUMANIZADOS

Se a criação de ambientes inteligentes dentro das residências ainda engatinha – vai levar alguns anos até que a maioria dos produtos exibidos em São Paulo seja lançada comercialmente –, na área médica já dá lucros para a companhia holandesa. Mais de 50 hospitais americanos estão equipados com um sistema desenvolvido pela equipe de Marzano que ajuda a acalmar as crianças que passam por exames de tomografia computadorizada. Elas escolhem os desenhos a serem projetados nas paredes da sala de espera e as músicas que escutarão enquanto forem submetidas ao exame (veja quadro).

De acordo com a Philips, sua invenção reduziu em 25% o número de crianças que usam sedativos

STEFANO MARZANO Nascido em Varese, norte da Itália, é arquiteto de formação. Em 1992, deixou o trabalho de consultor em Milão para trabalhar como designer na Philips

durante esses procedimentos, o que agilizou a prática. Um exame que antes se prolongava por quatro horas hoje é realizado em apenas meia hora, afirma Marzano.

A criação de ambientes inteligentes ganha importância dentro da Philips à medida que aumenta a convicção de que “a tecnologia virou commodity, acessível a empresas de todos os cantos”, nas palavras de Marzano. “Estamos focados menos no produto e mais em todo o ambiente, nas relações das pessoas com esse ambiente”, afirma.

ESPAÇO PARA O DESIGN

CEO da Philips Design, uma unidade independente que presta serviços para todas as áreas da companhia e para empresas como Nike, Ford e Renault, Marzano lidera 550 funcionários, distribuídos por cidades dos Estados Unidos, da Europa e da Ásia. Trata-se do maior centro corporativo de design no mundo. Suas equipes contam com historiadores, cientistas sociais, antropólogos e profissionais de outras áreas, todos dedicados a descobrir tendências socioculturais que possam ser aproveitadas pela companhia.

Depois do 11 de setembro, por exemplo, foi constatado o desejo do consumidor de interagir de forma mais intensa com seus familiares e amigos. Um insight que resultou na criação de equipamentos como o In Touch, um quadro de recados eletrônico pendurado na parede, em que os moradores escrevem

mensagens. Seu conteúdo pode ser enviado pela internet.

O batalhão sob o comando de Marzano deve ajudar a Philips a se livrar do estigma que a acompanhou nas últimas décadas: o de criadora de tecnologias que dão lucro para os concorrentes. É o caso da fita cassete, que foi explorada com sucesso por empresas como a Sony. “As outras companhias entendiam o consumidor com mais profundidade e souberam aproveitar nossas criações”, diz Marzano. Essa foi uma das razões das perdas sofridas pela Philips nos anos 80. A virada começou em 1990, quando Jan Timmer assumiu a empresa e deu início a um processo de reestruturação que resultou na extinção de 26 das 30 divisões existentes. Ao ser nomeado CEO, em 2001, Gerard Kleisterlee deu prosseguimento à transformação da empresa e cortou pela metade o número de funcionários. Negócios até então importantes, como a produção de microprocessadores, foram vendidos. E o design passou a ganhar espaços cada vez maiores dentro da empresa.

Ainda é cedo para saber se o novo caminho escolhido pela Philips está correto. Há indícios positivos. A empresa ocupa hoje a 42ª posição no ranking de marcas globais da consultoria Interbrands, com valor de US\$ 7,7 bilhões, um aumento de 57% em relação a 2001. E, no ano passado, foi considerada pela *Business Week* a 38ª companhia mais inovadora do mundo.

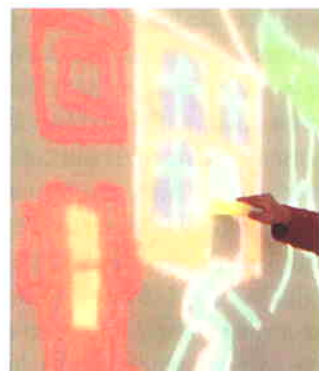
CRIAÇÕES DE MARZANO

Produtos desenvolvidos pela equipe do designer italiano



Um sol artificial dentro de casa

Uma luminária desenvolvida pela companhia holandesa reproduz o ciclo do sol durante o dia. O objetivo da tecnologia é regular o relógio biológico dos moradores e, com isso, aumentar sua disposição. O mau funcionamento desse relógio corporal costuma provocar sonolência, fadiga e depressão. O sol artificial deve chegar ao mercado nos próximos cinco anos.



Exames sem estresse

Um ambiente criado pela equipe de Stefano Marzano ajuda a tranquilizar as crianças que passam por exames de tomografia computadorizada. Os pequenos pacientes escolhem os desenhos a serem exibidos nas paredes e a trilha sonora que acompanhará o exame médico. Os cantos arredondados da sala e dos equipamentos contribuem para que as crianças fiquem mais calmas. Como preparação, elas podem brincar, numa sala ao lado, com um simulacro de escâner, o que as deixa mais tranquilas para o exame de ressonância magnética.



Uma parede para as crianças

As superfícies da casa futurista concebida pela Philips funcionam como uma tela virtual para as crianças. Um pincel eletrônico permite que elas pintem, sobre qualquer parede, imagens que desaparecem com o uso de um apagador especial. Se quiserem, elas podem adicionar movimento e som aos seus desenhos.

Invenção

42 DESIGN

O italiano Stefano Marzano dedica-se a criar, nos laboratórios da Philips, a casa do futuro, com ambientes simples e inteligentes

46 CIBERNÉTICA

A roupa japonesa que aumenta até dez vezes a força de quem a usa

48 OBJETOS

Os produtos com tecnologia de ponta dos atletas olímpicos

INVENTION TECHNOLOGY AND PRODUCTS THAT WILL CHANGE THE WORLD

HE DESIGNS THE HOUSE OF THE FUTURE

Italian Stefano Marzano, Head of Design at Philips, dedicates himself to creating intelligent environments which reproduce the simplicity of the houses of our grandparents. Without equipment thrown into all the corners.

*By Marcelo Coppola
Photos by Paulo Varella*

Out of the Philips laboratories came inventions such as the CD, the DVD and the cassette tape, part of a lot more technology which occupied space on our shelves and transformed our lives. Despite the innovations it has launched during its 117 years, the Dutch corporation no longer wishes to be seen only as a creator of new electronics. Philips plans to dedicate itself more and more to the construction of intelligent environments in which the equipment will be available in a more subtle manner, harmoniously united with the important objects of our day-to-day lives, such as sofas, tables and chairs. The man leading this endeavour is designer Stefano Marzano, Creative Director at Philips. The house of the future, in his vision, will be more similar to those of the past than those of the present – apart from all the technology built in to it. Environments that are simple and warm, without a mess thrown into every corner.

It was Marzano, a friendly, 57 year-old Italian who mixes his conversation with guffaws of laughter, who over the last few years has helped redesign Philips' profile in the technology market. Today, the company dedicates a good part of its efforts to creating futuristic environments. One example illustrates this transformation. While Apple holds an annual event to announce creations such as the iPod and the iPhone, for three years Philips has promoted a travelling exhibition which has already visited the major cities of the world – including New York, London, Paris, Amsterdam and Hong Kong. In it, the way the home of the future will look is sketched out. The 'Simplicity Event' recently came through São Paulo. In one of the spaces, an artificial sun inlaid in a wall reproduces the rhythm of natural light with the aim of regulating the body clocks of residents. In another, children can paint the walls with electronic pens, creating drawings which are later imbued with movement and sound. "Our idea is to humanize technology," says Marzano. Make it increase people's well-being."

HUMANIZED HOSPITALS

If the creation of intelligent environments inside residences is still at the toddler stage – it will take a few years before the majority of the products displayed in São Paulo are launched commercially – the medical area is already providing profit for the Dutch company. More than 50 American hospitals are equipped with a system developed by Marzano's team which helps to calm down those children who undergo computerized tomography exams. They choose the designs which are projected onto the walls of the

waiting room and the music which they listen to while they are being examined (*see box*).

According to Philips, its invention has reduced the number of children using sedatives during these procedures by 25%, which has made the practice much more attractive.

The creation of intelligent environments gains importance within Philips in proportion to the increase of the conviction that “technology has become a commodity, accessible to companies in every field,” in Marzano’s words. “We are focused less on the product and more on the entire space, in the relationship of the people with the environment,” he says.

SPACE FOR DESIGN

CEO of Philips Design, an independent company which provides services for all sectors of the company, as well as to companies such as Nike, Ford and Renault, Marzano heads 550 employees, based in cities across the United States, Europe and Asia. This is the largest corporate design centre in the world. Its teams include historians, social scientists, anthropologists and professionals from other areas, all dedicated to discovering the socio-cultural tendencies which the company can take advantage of.

After September 11, for example, they recognized the desire of consumers to interact in a more intense way with family and friends. An insight which resulted in the creation of equipment such as ‘In Touch’, an electronic message board hung on the wall, in which the people living in the house write messages. The content can be sent by Internet.

The battalion under Marzano’s command should help Philips free itself of the stigma that has accompanied it over the last few decades: the creator of technology which provides profit for its competitors. This is the case of the cassette tape, which was successfully exploited by companies such as Sony. “The other companies better understood the consumer, and knew how to take advantage of our creations,” says Marzano. This was the reason for one of the losses suffered by Philips in the 1980s. The turnaround came in 1990, when Jan Timmer took control of the company and started the restructuring process which resulted in the extinction of 26 of the 30 existing divisions. Upon being named CEO in 2001, Gerard Kleisterlee has continued with the transformation of the company and cut half the number of employees. Business areas which up until that time had been important, such as the production of microprocessors, were sold. And design started to occupy more and more space in the company.

It is still too early to know if the new direction chosen by Philips is the right one. There are positive indicators. The company today stands 42nd in the ranking of global brands set by the Interbrands consultancy, being valued at US7.7 billion, an increase of 57% compared to 2001. And, last year, it was considered by *Business Week* to be the 38th most innovative company in the world.

[Box]

MARZANO’S CREATIONS – Products developed by the Italian designer’s team.

Stress-free exams

An environment created by Stefano Marzano's team helps to calm children who undergo computerized tomography exams. The little patients choose the designs which are to be shown on the walls and the soundtrack which will accompany the medical exam. The rounded corners of the room and the equipment contribute to making the children feel calmer. To prepare themselves, they can play in a next-door room, with a pretend scanner, leaving them much calmer for the magnetic resonance exam.

An artificial sun in the home

A lamp developed by the Dutch company reproduces the cycle of the sun across the course of a day. The aim of the technology is to regulate the body clocks of the residents and, with this, improve their mood. The poor functioning of this body clock can cause drowsiness, fatigue and depression. The artificial sun is due to arrive on the market in the next five years.

A wall for the children

The walls of the home in the future as conceived of by Philips to act as a virtual screen for children. An electronic paintbrush allows them to paint pictures on any wall which disappear with the use of a special eraser. If they want they can add movement and sound to their drawings.