

## Cor, Moda e Indústria

A moda influi de modo inegável nos hábitos de consumo das pessoas e, conseqüentemente, modifica processos de produção. Logo, tem uma importância econômica considerável, pois afeta tudo, do consumo de bens acabados até a produção de insumos básicos. Isso atinge o mercado de tintas impondo constantes mudanças na comercialização dos produtos acabados, na sua fabricação e até na síntese dos insumos químicos.

Quando falamos de mercado industrial importante para o setor de tintas, logo nos vem à mente o mercado automobilístico, pois esse é um grande consumidor de tintas e fortemente comandado pela moda. Sem dúvida sua participação e influência são marcantes, mas outros setores também não podem ser esquecidos, a começar pela indústria da construção e decoração de ambientes, fabricação de móveis, eletrodomésticos, calçados, entre outros tantos, todos grandes consumidores de tintas.

Toda indústria se move com uma certa inércia no tocante à mudanças, pois é difícil e caro adaptar uma estrutura produtiva aos caprichos da moda. Quanto maior mais difícil. Mas nenhum mercado pode ficar alheio às tendências de consumo dos seus clientes. Então um fator importantíssimo é a visão antecipada (previsão) destas tendências, de modo a permitir que as alterações e adaptações sejam realizadas em tempo hábil para a produção e o suprimento do mercado quando a demanda estiver madura.

Normalmente as empresas lançam mão de pesquisas de mercado para descobrir as cores que serão do agrado dos consumidores nos próximos dois ou três anos. Isto dá um tempo suficiente para planejar as mudanças necessárias, tanto nos fabricantes de tintas, quanto nos distribuidores.

Está havendo uma aceleração, cada vez maior, na freqüência de mudanças exigidas pelos consumidores. Fruto, sem dúvida, da crescente globalização. O assunto é tão sério quanto complicado, pois envolve muito planejamento, estudo estratégico e, sem dúvida, muito dinheiro.

Os especialistas em cores afirmam que as preferências de cores oscilam entre cores fortes, vibrantes, e cores escuras, neutras, em ciclos de dez a quinze anos. Na Europa atualmente, o ciclo se encontra na ascendente de cores claras e definidas. Esta tendência tem correlação com a economia mundial, que ora enfrenta dificuldades. Assim, para compensar a crescente onda de pessimismo, prefere-se cores alegres e fortes. Estão em alta vermelho, amarelo e azul. A indústria automotiva européia já percebeu o aumento da preferência por automóveis vermelhos.

As cores neutra, cinza, preto, branco, têm 2/3 do mercado, sendo que a cor prata metálica, participa com a metade desta porção. Manifesta-se, por outro lado, já uma forte preferência para metalizados em tons verde, amarelo e azul.

A larga preferência por cores metálicas se justifica pelo fato de que os equipamentos de tecnologias atuais, DVDs, máquinas fotográficas digitais,

computadores, etc., são desta cor. Com isto há uma franca associação da cor com tecnologia avançada, segundo opinam alguns especialistas da área. Por outro lado, há também motivos técnicos que reforçam a escolha: tintas pigmentadas com alumínio têm grande durabilidade.

Mas como tudo que está na moda, logo suscita movimentos que se contrapõem ao modismo vigente. Assim, já há uma tendência com relação às cores usadas na decoração da casa, para torná-la aconchegante, personalizada, nada que lembre tecnologia, máquina, escritório, pois cada vez mais as pessoas querem tornar seu lar um refúgio, que em nada se assemelhe ao local de trabalho. *“Paredes brancas, cinza, pretas, são frias e mudas: minha casa tem que ter as cores que revelem minha personalidade”* disse uma dona-de-casa ao escolher a tinta para a decoração de sua sala de estar.

Texturas diferentes e não paredes lisas, materiais diferentes que são agradáveis aos olhos e ao tato: estas parecem ser as tendências para os próximos anos em matéria de decoração doméstica.

**Renato Hoch – novembro 2008, especial para Multimaq**