

**DESIGN E INOVAÇÃO SOCIAL**  
**Ecodesign na Moda**

## **SOBRE OS AUTORES**

**Larissa Fernanda de Barros Mota** | [larissa.barros1987@gmail.com](mailto:larissa.barros1987@gmail.com)

*Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6441147078630144>*

Mestranda em Design pela Universidade Federal de Pernambuco. Graduada em Design pela UFPE - Campus Agreste (2014). Possui experiência profissional em Design de Superfície Têxtil, atuando no desenvolvimento de estampas há mais de sete anos, e na área de Design Gráfico, com projetos voltados para o desenvolvimento de artefatos gráficos impressos e virtuais.

**Tamires Maria de Lima Silva** | [tamiresdesigner@outlook.com](mailto:tamiresdesigner@outlook.com)

*Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7309082227861777>*

Mestranda em Design pela Universidade Federal de Pernambuco. MBA em Gestão e Marketing pelo Centro Universitário Unifavip Devry (2015). Bacharelado em Design pela UFPE - Campus Agreste (2014). Possui experiência na área de Design, com ênfase em Design Gráfico e de Produto, pesquisando e atuando principalmente nas seguintes linhas: Ecodesign; Inovação; Design de Interiores e Identidade Visual.

**José Adilson da Silva Júnior** | [silvajunior.adilson@hotmail.com](mailto:silvajunior.adilson@hotmail.com)

*Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9152361208502259>*

Mestrando em Design pela Universidade Federal de Pernambuco. Especialista em Modelagem e Criação pela Faculdade Senac Pernambuco (2016). Graduado em Design pela UFPE - Campus Agreste (2012). Formado no curso técnico-profissionalizante de Produção de Moda pelo Senai Caruaru (2013). Atuou profissionalmente como professor de cursos técnicos e de aperfeiçoamento pela Escola Técnica Senai Caruaru (2014).



## Inovação social e ecodesign como estratégia e prática no design de moda

### *Social innovation and ecodesign as strategy and practice in fashion design*

Larissa Fernanda de Barros Mota, Tamires Maria de Lima Silva, José Adilson da Silva Júnior

#### **Resumo**

Este artigo propõe uma reflexão sobre o design de moda como impulsionador de princípios sustentáveis por meio da inovação social e estratégias relacionadas ao conceito da ecoinovação. Nessa perspectiva, apresentam-se as principais definições sobre ecodesign, design de moda e inovação social, com dois cases focados em ações ecologicamente corretas: as marcas Progetto Quid e Insecta Shoes. Por meio de pesquisa bibliográfica e documental, optou-se pelo método de estudo de caso com foco nas ações pertinentes a cases que se utilizam dos critérios acima descritos, na justificativa de fomentar tais ideias para que elas possam ser reproduzidas em empresas de outros segmentos.

**Palavras-chave:** Design de Moda; Inovação Social; Ecodesign; Sustentabilidade.

#### **Abstract**

*This article proposes a reflection on the fashion project as a promoter of sustainable principles through social innovation, and strategies related to the eco-innovation concept. From this point of view, the main leaders in Ecodesign, Fashion Design and Social Innovation stand out, with two cases focused on ecologically correct actions: Progetto Quid brands and Insecta Shoes. Through a bibliographical and documentary research, a case study method was chosen focusing on the actions pertinent to cases that use the criteria above themes, in a justification to foment these ideas so that they are reproduced in companies of other segments.*

**Keywords:** Fashion Design; Social Innovation; Ecodesign; Sustainability.

## 1 INTRODUÇÃO

<sup>1</sup> Karlsson e Luttrupp (2006) definiram *ecodesign* como um método de desenvolvimento de produtos que objetiva a redução do impacto ambiental e usa a criatividade para gerar produtos e processos mais eficientes sob o ponto de vista da sustentabilidade.

<sup>2</sup> "O termo *ecoinovação* é frequentemente usado como uma abreviação para *inovação ambiental* (*environmental innovation*) e pode ter diversas definições [...]. Isso inclui inovações de produto e processo, mudanças na gestão organizacional e, no que tange ao nível político e social, mudanças na regulação ambiental, comportamento do consumidor ou forma de viver em geral" (BARBOSA, 2011, p. 33-34).

O termo *ecodesign*<sup>1</sup> tem sua origem na década de 1990, apoiado nos movimentos ambientalistas que se iniciaram em 1960, devido às preocupações com o impacto ecológico negativo do industrialismo, o que reforça que a aproximação e interesse do design com o meio ambiente emergiu de processos socioculturais. Desde então, o nível de interesse pelo assunto vem ganhando espaço e consideração nas mais diversificadas áreas. As estratégias que incorrem no design atrelado aos princípios da sustentabilidade estão cada vez mais presentes em todos os segmentos que representam o planejamento, a configuração e a execução de artefatos em favor das necessidades existentes.

Assim, a inovação tecnológica sustentável ou *ecoinovação*<sup>2</sup> tangencia a capacidade de planejamento e proposta de soluções projetadas e empenhadas para além dos modelos tradicionais, uma vez que busca sobremaneira amenizar os impactos causados ao meio ambiente e seu entorno, seja ele antropogênico ou não.

Da mesma maneira, configura-se o *ecodesign* como uma linha tênue entre a elaboração de serviços e soluções e as demandas em favor da sustentabilidade. As estratégias de configuração em design passam, portanto, a incorporar princípios favoráveis a uma produção mais limpa e consciente dessas ditas soluções.

Para Barbieri et al. (2015), uma organização inovadora torna-se mais sustentável à medida que introduz novidades que abranjam as múltiplas dimensões da sustentabilidade, ou seja: econômica, ecológica e ambientalmente falando, colhendo resultados significativos para elas, para a sociedade e para o meio ambiente.

No contexto das estratégias que incorrem no *ecodesign*, apresentam-se conceitos ligados ao universo da moda, como o *upcycling* que consiste em direcionamentos para a otimização do uso e a reutilização de materiais e tecidos, por exemplo, pensados de forma conexa a projetos dedicados a conceitos específicos que representam coleções de peças de vestuário ou acessórios.

O supracitado conceito consiste no processo de transformação de resíduos e produtos descartados em novos materiais ou produtos com maior valor agregado (MCDONOUGH; BRAUNGART, 2002). Para melhor compreensão do conceito de *upcycling*, este artigo apresentará o case da empresa Insecta Shoes, localizada no sul do Brasil.

Citando ainda outros conceitos além do *upcycling*, como *zero waste* e *slow fashion*, será abordado também o case Progetto Quid, desenvolvido na Itália, o qual corresponde a uma marca de moda pensada a partir de sobras de tecidos italianos recuperadas e trabalhadas por mulheres carentes da região.

Nesse contexto, o presente artigo versará ainda sobre o conceito e a relevância da inovação social como propulsora de ações pertinentes ao design, assim como ao design de moda, um promissor campo para a disseminação de ideias mais conscientes.

Por intermédio, principalmente, dos dois cases apresentados, será possível reforçar a relevância da inovação social propensa às estratégias de design perante a aproximação com uma produção mais limpa e consciente de serviços e artefatos que atendam às necessidades humanas.

Este estudo caracteriza-se como pesquisa qualitativa, optando pelo método de estudo de caso, por meio de revisão bibliográfica, a fim de apresentar algumas considerações acerca dos fatores capazes de agregar possibilidades para a execução de se produzir um design de moda mais sustentável, embasado nos valores trazidos pelo conceito da inovação social e nas inúmeras estratégias desenvolvidas no cenário produtivo.

## 2 DESIGN E ECODESIGN

O design em sua essência é classificado por estudiosos como a capacidade de se materializarem ideias de modo a facilitar o cotidiano. De acordo com Cardoso (2008), o design consiste em ideia, projeto ou plano para solucionar determinado problema. Desse modo, o conceito compreende principalmente o processo configurativo das soluções, baseado em uma estratégia de planejamento e justificado pelo autor como a principal razão da transição do artesanato para a “arte” produzida em série.

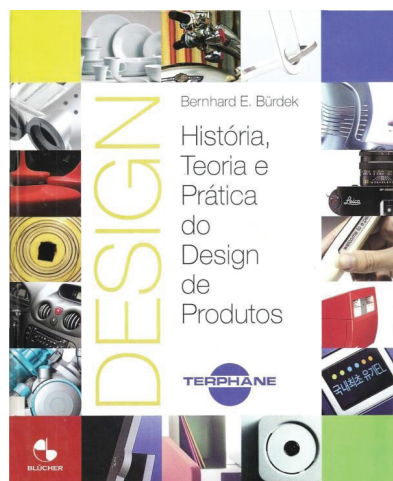


*The Peggy Blouse with Double Collar – exemplo de produto de moda seguindo o conceito de upcycling.*  
Fonte: PAGANINI, 2016.



*Reet Aus é uma estilista que possui PhD em Design de Moda Sustentável e escreveu sua dissertação sobre o uso do upcycling no design de moda. Ela conseguiu estabelecer seu nome como sinônimo da moda upcycling. Sua marca homônima trabalha em parceria com uma fábrica têxtil de Bangladesh, a Beximco, para produzir roupas femininas e masculinas utilizando somente sobras de tecidos. Fonte: CUNHA, 2016.*





*Uma introdução à história do design (CARDOSO, 2008); História, teoria e prática do design de produtos (BÜRDEK, 2006).*

*Fontes: ISSUU, 2009.*

De acordo com Bürdek (2006), o design compreende uma dimensão muito além da materialização dos artefatos e diz respeito ao planejamento, ao emprego de sentidos e, principalmente, às adaptações culturais presentes em cada contexto de inserção. O objeto de design é resultante de um processo evolutivo de constante desenvolvimento e o andamento desse processo é possível de acordo com determinadas condições e decisões. Essa definição, portanto, é bastante condizente com o complexo cenário de atuação do design nos dias de hoje.

O design se mostra a cada dia como uma importante ferramenta para a conquista do novo tempo em que o desenvolvimento se insere, enquanto atividade capaz de adaptar às várias mudanças sociais e culturais que a sociedade enfrenta, sobretudo aquelas fomentadas pelo consumo (COSTA, 2010). Diante dos constantes alarmes sobre os problemas oriundos do descontrole capitalista, o mundo direciona olhares para atividades capazes de exercer transformações abrangentes; logo, o design está no cerne das questões que envolvem a reestruturação do desenvolvimento.

É possível identificar em estudos focados na constante evolução do design que, a partir da década de 1980, a realidade dos novos conceitos propôs a separação dos objetivos econômicos e ambientais. Por conseguinte, a repercussão das atuações de design voltadas à sustentabilidade conquistou espaço nas mídias, objetivando principalmente a conscientização de que o design ambiental não se posicionava contra a indústria e também proporcionava a lucratividade.

Hoje, o design é considerado por muitos autores como área ímpar na elaboração de soluções para representar o desenvolvimento de maneira sustentável. Trata-se, principalmente, da elaboração de metodologias capazes de contribuir para a completa estabilização do supracitado conceito.

Nesse contexto, a capacidade de estabelecer qualidades multifacetadas a objetos, serviços e seus sistemas determina o design como fator crucial no cenário da inovação propensa ao universo sustentável. Portanto, o design incorre, por meio de soluções integradas e sistêmicas, a proximidade com ações capazes de abranger direta e indiretamente os indivíduos por intermédio da motivação e de despontar com maior eficácia na hora de promover a mudança de comportamentos em relação ao meio ambiente.

Desse modo, o ecodesign enquadra-se como atividade de ligação técnica possível e ecologicamente necessária, de modo a criar novas propostas aceitáveis cultural e socialmente pelas pessoas. O produto concebido por essa ótica considera a otimização dos materiais, desde o início do projeto até seu descarte, e o emprego da tecnologia demandada (MANZINI; VEZZOLI, 2005).

Frente à necessidade cada vez maior de adaptação do design em favor do desenvolvimento mais igualitário e sustentável, estudiosos voltam seus olhares para estratégias que venham a contribuir com a realidade demandada. Sendo assim, cada vez mais áreas e abrangências do design são instituídas interna e externamente nas organizações.

Igualmente às áreas de atuação apresentadas até o momento, o design de moda também busca cada vez mais estratégias para possibilitar uma produção mais consciente e sincronizada com a realidade vigente. A seguir é possível observar, mais especificamente, algumas das estratégias desempenhadas pelo design para esse fim.

### 3 DESIGN DE MODA, CONCEITOS E ESTRATÉGIAS DE ECODESIGN

Compreendido como um processo industrial com a finalidade de projetar produtos do vestuário dotados de informações de moda para atender os desejos dos usuários em busca do novo, o design de moda é capaz de se moldar a um modelo sustentável, preocupando-se em satisfazer as necessidades do presente sem comprometer as futuras gerações (KAZAZIAN, 2005).

Neste sentido, o design de moda pode atuar não apenas para instigar as aspirações e consumismo, mas também para proporcionar conforto e produtos de qualidade para os seus usuários dentro de uma perspectiva sustentável.

A moda objetiva o consumo por meio do seu ciclo de obsolescência planejado que provoca o desejo pelo que é, preferencialmente, mais atual. Essa característica de obsolescência na moda é reforçada por Treptow (2004, p. 26) ao afirmar que “a moda é um fenômeno social



*Design ecológico é um termo que está em crescente tendência mundial em diversos setores, como na arquitetura, no design, na moda e na arte. O grande propósito é desenvolver produtos, serviços e sistemas que minimizem o impacto ambiental, reduzam o uso de recursos não renováveis e sejam socialmente justos. Fonte: FERNANDES, 2016.*



*Processo de criação no design de moda. Fonte: OSHINE, 2014.*

*O design é em sua essência um processo criativo e inovador, provedor de soluções para problemas de importância fundamental para as esferas produtivas, tecnológicas, econômicas, sociais, ambientais e culturais. Criar e produzir moda, por meio do design, é a criação deste universo material, simbólico e artificial. Então, moda também é design. (MOURA, 2008, p. 71)*



*Os resíduos que criamos podem gerar uma fonte infinita de recursos sem sobrecarregar o meio ambiente. Em trinta anos, devido ao crescimento das redes de fast fashion, o consumo de moda cresceu 400% no mundo todo e isso gerou toneladas de resíduos têxteis. Fonte: LUNDGREN FILHO, 2016.*



*Ecotags. Fonte: NM&D, 2017.*

de caráter temporário que descreve a aceitação e disseminação de um padrão ou estilo, pelo mercado consumidor, até a sua massificação e consequente obsolescência”.

Esse ciclo caracteriza-se pelo infinito desejo da diferenciação (BARNARD, 2003), preconizado pela atual forma de produção dos produtos de moda, o *fast fashion*. Em tempo, algumas empresas buscam iniciativas relativas à diminuição do consumo de moda, indo de encontro a esses preceitos. Esse novo cenário busca disseminar-se nas ações progressivas e vigentes, as quais valorizam a criatividade, as ideias, o design e a inovação “como agentes transformadores e solucionadores, em prol de causas socioambientais, éticas, humanas e econômicas do século XXI” (TIRONI, 2014, p. 1).

De acordo com Oliveira (2013), do ponto de vista ambiental, a indústria de moda e suas atividades produtivas geram grandes impactos ao planeta, por meio, por exemplo, da utilização dos recursos naturais para a produção dos mais diversos materiais (tecidos, aviamentos, acessórios, tintas, solventes, amaciantes, alvejantes, dentre outros), da energia consumida nos processos, dos resíduos gerados (aparas de tecidos, bombonas plásticas, carretéis e embalagens) e da água utilizada nos processos de lavanderia e estamparia.

Entretanto, o designer de moda pode atuar de maneira significativa para reverter as agressões, em possíveis alternativas capazes de continuar apoiando a produção têxtil, de vestuário e afins, de maneira mais amigável e próxima do meio ambiente. A prática da moda sustentável já se faz realidade há algum tempo. Entre as ações que representam a nova configuração do universo da moda destacam-se: fios orgânicos, pigmentos naturais, reaproveitamento de retalhos, entre outros. Contudo, a reciclagem de roupas permanece sendo um dos maiores desafios enfrentados pelos projetistas de moda, uma vez que o processo de reciclagem pode ser tão complexo quanto iniciar uma peça do zero (GUIMARÃES, 2015).

Nesse contexto, em contraponto à produção acelerada da indústria têxtil e em busca do desenvolvimento de produtos de moda com consciência e responsabilidade ambiental, surge o *slow fashion*. Agregado a valores de inovação e diferenciação, o termo criado em 2007 pela designer britânica



Kate Fletcher (2011) transformou-se em um movimento internacional, o qual valoriza o processo criativo sustentável, conectando-se a um estilo de vida e ao consumo de produtos locais e artesanais (DAL BOSCO, 2015).

O movimento *slow fashion*, ou moda lenta, opta pela confecção de peças feitas à mão, atemporais, com tecidos naturais e duráveis disponíveis na região, além da produção em baixa escala e em locais que funcionem mais como ateliês do que como indústrias (DAL BOSCO, 2015; FABRI; RODRIGUES, 2015). Mesmo pouco conhecido no Brasil, já existem marcas, como Honey Pie, Doisélles, Coletivo de Dois, Gioconda Clothing, Terra da Garoa, Karmen e Anas, que desenvolvem seus produtos de moda com base nas premissas desse conceito.

Como visto anteriormente, o ecodesign caracteriza-se pela atividade de projetar produtos e processos produtivos que prezem pelos impactos resultantes sobre o meio ambiente (BARBIERI, 2004). É exatamente nessa ideologia que se insere o *zero waste*. Para Perez e Martins (2012), o *zero waste* consiste em técnicas de modelagem que objetivam reduzir ou até mesmo eliminar o desperdício de tecido na confecção de peças do vestuário.

O *zero waste* é uma abordagem contemporânea que envolve desde a criação até o desenvolvimento e a produção, e engloba várias metodologias, as quais visam à prevenção e à redução de resíduos durante o processo produtivo. No viés da sustentabilidade, essa metodologia consiste em projetar e gerenciar produtos e recursos para evitar e eliminar sistematicamente o volume e a toxicidade dos resíduos e materiais, conservando-os e recuperando-os, evitando queimá-los ou soterrá-los (DUARTE, 2013).

## 4 INOVAÇÃO SOCIAL

A contemporaneidade é marcada pelas mutações provenientes de aspectos sociais, biológicos, físicos, culturais, entre outros tantos. Com isso, faz-se necessário observar as novas relações das pessoas com os artefatos. Manzini (2008) afirma que a sociedade contemporânea vive em constantes mudanças que expressam diferentes e contraditórios sinais.

De acordo com Bartholo (2008, p. 5) "as inovações sociais em geral referem-se a novas estratégias, conceitos e métodos para atender



*Dicas para praticar o slow fashion.*

*Fonte: MARCONDES, 2017.*



*Exemplo de saia simples utilizando o zero waste. Nesse modelo, não houve nenhum tipo de sobra de tecido, ou seja: desperdício zero.*

*Fonte: HAYWOOD, 2016.*

*[...] Dentre eles, um verdadeiramente promissor é representado por grupos de pessoas que estão inventando espontaneamente novos modos de vida sustentáveis. Algumas das ideias desenvolvidas por estas comunidades criativas consolidam-se e sobrevivem. (MANZINI, 2008, p. 17)*



*Ezio Manzini, um dos principais expoentes do design sustentável, é diretor da unidade de pesquisa em Design e Inovação para a Sustentabilidade (DIS), do Instituto Politécnico de Milão.*

*Fonte: MANZINI, 2014.*

*As redes propiciam um novo perfil de consumidores e produtores, que se desenvolvem a partir da comunicação e dos vínculos estabelecidos entre si. Quanto mais vínculos são formados, maior é a troca de informações e mais auto-sustentável torna-se o contexto local (EICHENBERG, 2013, p. 26).*

necessidades sociais dos mais diversos tipos". O termo *inovação social* diz respeito às transformações na maneira como comunidades e indivíduos atuam para solucionar seus problemas ou criam novas oportunidades, pautadas mais por mudanças comportamentais do que tecnológicas ou de mercado, manifestando-se, comumente, por meio de processos organizacionais de "baixo para cima" (MANZINI, 2008).

Nesse contexto, a ideia da inovação social corresponde a uma forma de vislumbrar constantes transformações nos mais variados aspectos que dizem respeito às relações no contexto social, resultando em diversas possibilidades de pensar soluções operacionais e sistemáticas de maneira sustentável. Com relação a essa discussão, Eichenberg (2013) afirma que o crescimento constante desses níveis de consumo e produção, bem como os valores moldáveis e construídos na sociedade, são fatores preocupantes no que tange ao fator sustentabilidade. Pensar a inovação social como forma de redirecionar esses valores é uma tarefa importante e complexa. "A redução nos níveis de consumo e a melhora na qualidade de todo o ambiente social e físico depende de uma mudança de valores, que se realizará no decorrer de um longo período de transição e aprendizado social" (EICHENBERG, 2013, p. 20).

Vale salientar que a inovação não está tão somente na relação das pessoas com o artefato. Há um contexto bastante complexo que permeia essa relação. A possibilidade de prever alternativas de acordo com as necessidades culturais, sociais e econômicas também compreende um modelo estratégico de organização. Nesse caso, cabe citar a construção da ideia de interconexão que tem relação direta com a inovação social.

Igualmente aos demais processos de inovação, as inovações sociais surgem, amadurecem e se disseminam. Inicialmente são apenas novas ideias no papel, em seguida passam a ser soluções maduras e, por fim, tornam-se soluções implementadas (YOUNG FOUNDATION, 2006).

É possível observar essas três fases de evolução na inovação social produzida pelas comunidades criativas: 1) protótipos de solução – demonstram que uma ideia de serviço é exequível e que alguém, em um determinado lugar, conseguiu executá-la; 2) soluções maduras – alguns casos apresentam-se como parcialmente estáveis, pois apontam para algumas ideias que conseguiram prosseguir com o passar do tempo e,

por vezes, influenciaram outros grupos, em outras localidades, a realizar algo semelhante; 3) soluções implementadas – mostram que as ideias de outras comunidades criativas já estão sendo produzidas por empresas, engenheiros, instituições locais e designers, de modo a fomentar tais iniciativas (MANZINI, 2008).

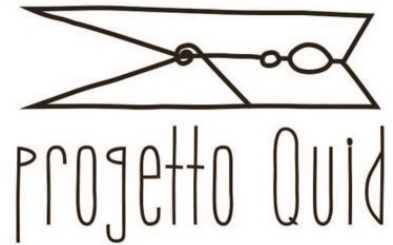
## 5 CASES

Ações de direcionamento corporativo mais focado em princípios de sustentabilidade estão cada vez mais amplas e presentes em diversificadas áreas. As marcas selecionadas para este estudo representam a viabilidade de se pensar uma produção, seja ela tangível ou intangível, voltada para a contemporaneidade e suas eventuais oportunidades de melhoria. À luz dos conceitos design de moda, ecodesign e inovação social, é possível, além de constatar as várias possibilidades de atuação da sustentabilidade no universo produtivo, motivar outros segmentos a otimizarem suas ações.

### 5.1 Case 1 – Progetto Quid | Itália

A marca Progetto Quid, originada na Itália, caracteriza-se por sua forma inovadora de produzir moda social<sup>3</sup> para o público feminino. Foi criada em abril de 2012 (por Anna Fiscale, Lucia Dal Negro, Ludovico Mantoan, Umberto Brambilla e Elisabetta Stizzoli) com a proposta de experimentar a produção de moda por meio da reciclagem e reaproveitamento dos materiais têxteis. A preocupação com uma produção sustentável, voltada à inovação social, é constante nesse processo. Nesse sentido, a empresa se destaca ao empregar mulheres de baixa renda e ex-presidiárias residentes na região.

O upcycling está fortemente ligado ao sistema produtivo do Progetto Quid, visto que essa técnica representa um processo de transformação de resíduos e produtos descartados em novos materiais ou produtos com maior valor agregado (MCDONOUGH; BRAUNGART, 2002), assim como a técnica *zero waste*, responsável pela otimização de uso dos insumos (tecidos) durante o planejamento e posterior execução das peças. Desse modo, constata-se facilmente aspectos relacionados às abordagens



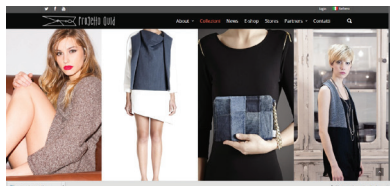
Marca da empresa Progetto Quid. Fonte: <http://progettoquid.it/>.

*A empresa tem como objetivo vender as peças, que são de edições limitadas, no mercado italiano e europeu, por enquanto conta com duas lojas próprias, mas as coleções podem ser encontradas também em outras lojas pela Itália. No ano passado, o Progetto Quid foi um dos ganhadores do Concurso Europeu de Inovação Social, que premia novas ideias que visam reduzir o desemprego e os seus efeitos nocivos na sociedade e na economia. (MORIN, 2016)*

<sup>3</sup> *Moda social para as mulheres em perigo, capaz de reaproveitar os tecidos das grandes marcas e proporcionar nova vida aos marginalizados.*



Anna Fiscale, presidente da cooperativa Quid, no laboratório com sede em Verona. Fonte: BELLONI, 2015.



Site oficial do Progetto Quid. Fonte: <http://progettoquid.it/>.



Tecidos reutilizados pelo Progetto Quid. Fonte: MATTEO, 2015.



Mulheres ex-presidiárias são reinseridas no mercado de trabalho. Sete costureiras profissionais formam as meninas que querem se redimir das histórias difíceis. Fontes: REGISTRO, IT, 2017.

técnicas e teóricas que proporcionam a transformação de resíduos e produtos descartados em novos materiais ou produtos com maior valor agregado.

O Progetto Quid, além da constante minimização de desperdícios, tem entre suas principais caracterizações a busca por tecidos reciclados ou propensos à reutilização, que seriam ocasionalmente descartados, e o emprego do conceito de *slow fashion*, por meio de projetos que priorizam a qualidade e a execução de peças estrategicamente pensadas para durar e apresentar resistência durante seu ciclo de vida. As ações estratégicas apresentadas nesse case são de grande contribuição para o desenvolvimento contemporâneo, uma vez que a moda, em sua constante transformação, busca cada vez mais a redução dos impactos nocivos demandados em seu segmento.

Reforça-se ainda o viés social do projeto, fortalecendo a significância de um sistema produtivo que esteja mais próximo da sociedade e a ela ocasione retorno e consequente troca de valores e benefícios. Nesse contexto, a inovação social oferece as ferramentas necessárias para que a mencionada troca aconteça, assim como o ecodesign, que, voltado ao conceito e à abrangência social do projeto, tem muito a contribuir, principalmente no quesito inovação, como uma das áreas mais competentes e claramente munidas de estratégias cabíveis.

No contexto em que se insere a marca Progetto Quid, sobressai-se a efetividade da Inovação Social ainda como conceito contribuinte e inovador para integrar ou reintegrar pessoas pouco reconhecidas ou menos favorecidas na sociedade, dando-lhes uma vida digna e uma oportunidade de trabalho.

## 5.2 Case 2 – Projeto Insecta Shoes | Brasil

A Insecta Shoes, marca pertencente a Porto Alegre (RS), desde 2014 desenvolve sapatos veganos, ou seja, com matérias-primas livres de qualquer tipo de elemento de origem animal. Além disso, seus produtos ganham vida a partir de processos de reutilização de materiais, mais especificamente tecidos estampados oriundos de descartes e brechós, além de restos de borrachas industriais e plásticos reciclados.

Atualmente, a marca representa um forte aliado do movimento ecofashion nacional, apoiada em conceitos como o reaproveitamento, a customização e o *upcycling*.

Por *upcycling*, compreende-se a realização de um reúso mais criativo e de qualidade atribuído aos artefatos, que ganham vida a partir da reutilização de materiais que compunham anteriormente outros objetos. “Como sugere a expressão, trata-se de uma reciclagem com um ‘up’, que evita ‘matar’ a matéria-prima original ao renascer como produto. Ou seja, a peça já nasce com uma história para contar” (GUIMARÃES, 2015).

Dentre as parcerias de fornecimento de matéria para a produção das peças desenvolvidas pela Insecta Shoes, está o projeto Banco de Tecido de Reúso,<sup>4</sup> um formato de comercialização e troca de tecidos e resíduos de tecidos descartados que são destinados a demandas específicas de acordo com cada segmento e empresa que se associa. As empresas realizam um cadastro e passam a trocar tecidos entre si; é o Banco que coleta e direciona o que seria descarte.

O objetivo do Banco de Tecido, de viabilizar a destinação de resíduos que possivelmente seriam descartados ou ficariam obsoletos, é louvável e representa uma inovação segmentada a diversas áreas ligadas principalmente à moda. Do mesmo modo, a presença e iniciativa da empresa Insecta Shoes de buscar em projetos como esse a captação de sua matéria-prima denota a diferenciação de estratégias produtivas voltadas à redução de impactos negativos da indústria para com o meio ambiente e suas dimensões.

Entre outras matérias exploradas pela Insecta Shoes está o tecido feito de garrafas PET recicladas. Ainda não se pode afirmar que todos os materiais utilizados pela empresa são ecologicamente corretos; contudo, os responsáveis pela Insecta mantêm um departamento constante de pesquisa de materiais e processos mais sustentáveis.

O principal tecido adquirido em brechós é o cabedal, comumente utilizado para a confecção de chinelos e alpargatas, por sua resistência. De acordo com a empresa, até o final de 2014, em um ano de vida foram reaproveitadas aproximadamente 500 peças de roupa, totalizando



Marca da empresa Insecta Shoes. Fonte: <http://www.insectashoes.com>.

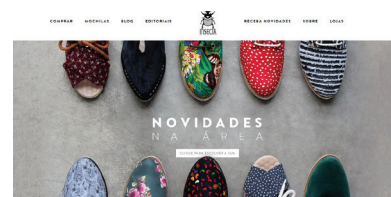


<sup>4</sup> Site oficial: <http://bancodetecido.com.br/>.



Formato de funcionamento do Banco de Tecido de Reúso.

Fonte: [bancodetecido.com.br](http://bancodetecido.com.br).



Site oficial Insecta Shoes. Fonte: <http://www.insectashoes.com>.





A palavra-chave da marca é reaproveitamento.

Fonte: *insectashoes.com*.

o equivalente a 150 quilos de tecido. O solado dos sapatos também se aproxima aos princípios da sustentabilidade: é feito de borrachas trituradas e recicladas. Utiliza-se ainda tinta de composição própria e à base de água.

Quanto aos demais elementos utilizados, a empresa realiza a aquisição de materiais de ponta de estoque, geralmente excedentes no mercado e descartados por alguma razão. A seu modo, esse fator também contribui para a diminuição da produtividade de matérias-primas extraídas e processadas no meio ambiente.



Em dois anos, a marca conseguiu reaproveitar 2.100 peças de roupa, 630 kg de tecido e 1.000 garrafas PET. Fonte: *insectashoes.com*.

Isso posto, de acordo com Moraes e Parode (2016), a Insecta Shoes é hoje uma empresa claramente inserida no cenário prático da moda sustentável, dado que os valores e procedimentos adotados pela marca reforçam a importância e a efetividade de ações desempenhadas em favor da produção consciente de artefatos. As ferramentas pertinentes ao design possibilitam um excelente resultado estético para as peças desenvolvidas pela Insecta Shoes. A esse fator, agrega-se também a capacidade do design – sobretudo o ecodesign – em desenvolver projetos ecologicamente corretos e muito mais fortes perante o novo conceito de desenvolvimento.

Portanto, a marca Insecta Shoes pode ser caracterizada como referência de empresa posicionada pelo design, que tem como diferencial a proposta

de sustentabilidade. Os princípios da sustentabilidade nitidamente se materializam não só nos produtos e seus processos, mas também, e fortemente, na comunicação da Insecta.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo trouxe à tona a latente ressignificação dada à elaboração de artefatos perante os novos modelos exigidos pelo desenvolvimento de maneira mais sustentável. Cada vez menos os consumidores têm corroborado a aquisição de qualquer que seja a solução de necessidades ou desejos com baixa ou nenhuma afinidade ecológica.

Nesse contexto, marcas e instituições adquirem oportunidades para ressignificar seu cenário produtivo, mantendo-se firmes e em destaque no mercado e na economia. Do mesmo modo, áreas propensas à colaboração com o universo da economia criativa, tal qual o design, posicionam-se como condicionantes de projetos e propostas engajadas em novos paradigmas da sustentabilidade.

Abordaram-se aqui dois significativos cases que tangenciam as questões supracitadas e a força do conceito de inovação social difundido e aplicado nos mais diversos segmentos e possibilidades. A pesquisa mostra ainda, linearmente, a possibilidade de abrangência da essência social no desenvolvimento, visto que o conceito de sustentabilidade não contempla apenas os princípios da ecologia, mas também o modo como estão atrelados proporcionalmente ao econômico e ao social.

Em síntese, os cases serviram para comprovar a existência de soluções implementadas, mostrando que suas ideias criativas já estão em desenvolvimento e podem servir de inspiração para outras empresas, instituições locais e designers. Além disso, contemplaram os principais conceitos relacionados à inovação social aplicados ao design de moda.

## 7 REFERÊNCIAS

BARBIERI, J. C. *Gestão ambiental empresarial*. São Paulo: Saraiva, 2004.

BARBIERI, J. C. et al. *Inovação e sustentabilidade*: novos modelos e proposições. 2015. Disponível em: <[http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590\\_S003475902010000200002.pdf](http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590_S003475902010000200002.pdf)>. Acesso em: 10 jul. 2016.

BARBOSA, R. K. *Eco-inovação na universidade*: uma análise das patentes da Universidade Estadual de Campinas. Dissertação (Mestrado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Economia, Campinas-SP, 2011.

BARNARD, M. *Moda e comunicação*. Tradução de Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BARTHOLO, R. Apresentação. In: MANZINI, E. *Design para a inovação social e sustentabilidade*: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

BELLONI, C. Progetto quid, moda sociale per le donne in difficoltà. *Lettera 43*. 07 mar. 2015. Disponível em: <<http://www.lettera43.it/it/articoli/economia/2015/03/07/progetto-quid-moda-sociale-per-le-donne-in-difficolta/141598/>>. Acesso em: 12 maio 2017.

BÜRDEK, B. E. *História, teoria e prática do design de produtos*. São Paulo: Blucher, 2006.

CARDOSO, R. *Uma introdução à história do design*. 3. ed. São Paulo: Blucher, 2008.

COSTA Jr., J. A atuação do designer na formação de cenários possíveis ao desenvolvimento sustentável de produtos e serviços. *Anais do 9º P&D* - Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo, 2010. Disponível em: <<http://blogs.anhembib.br/congressodesign/anais/artigos/69724.pdf>>. Acesso em: 28 set. 2012.

CUNHA, R. Reet Aus: salvando o meio ambiente com a moda upcycling. *Stylo Urbano*, 28 out. 2016. Disponível em: <<http://www.stylourbano.com.br/reet-aus-salvando-o-meio-ambiente-com-a-moda-upcycling/>>. Acesso em: 19 abr. 2017.

DAL BOSCO, G. L. S. Para onde a moda vai nos levar? Novos rumos a serem tomados. In: *Anais do 11º Colóquio de Moda* – 8. ed. intern. Curitiba, 2015. Disponível em: <[http://coloiomoda.com.br/anais/anais/11-Coloquio-de-Moda\\_2015/COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO8-SUSTENTABILIDADE/CO-8-PARA-ONDE-A-MODA-VAI-NOS-LEVAR.pdf](http://coloiomoda.com.br/anais/anais/11-Coloquio-de-Moda_2015/COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO8-SUSTENTABILIDADE/CO-8-PARA-ONDE-A-MODA-VAI-NOS-LEVAR.pdf)>. Acesso em: 7 jul. 2016.

DUARTE, L. *Zero waste na modelagem plana*. Disponível em: <<http://lucianaduarte.org/2011/09/09/zero-waste-na-modelagem-plana/>>. Acesso em: 7 jul. 2013.

EICHENBERG, C. H. *Inovação social*: um desafio para o design: o papel do design estratégico no processo de inovação social. Dissertação (Mestrado) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-graduação em Design, Porto Alegre-RS, 2013.

FABI, H. P.; RODRIGUES, L. V. Slow fashion: perspectivas para um futuro sustentável. In: *Anais do 11º Colóquio de Moda* – 8ª Edição Internacional. Curitiba, 2015. Disponível em: <[http://coloiomoda.com.br/anais/anais/11-Coloquio-de-Moda\\_2015/COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO8-SUSTENTABILIDADE/CO-8-SLOW-FASHION.pdf](http://coloiomoda.com.br/anais/anais/11-Coloquio-de-Moda_2015/COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO8-SUSTENTABILIDADE/CO-8-SLOW-FASHION.pdf)>. Acesso em: 8 jul. 2016.

FERNANDES, V. Ecodesign: o que é? *Valéria Fernandes: designer de interiores*, 15 jun. 2016. Disponível em: <<https://valeriadesigner.wordpress.com/2016/06/15/ecodesign-o-que-e/>>. Acesso em: 19 abr. 2017.

FLETCHER, K. *Moda & Sustentabilidade*: design para mudança. São Paulo: Senac, 2011.

GUIMARÃES, T. Você sabe o que é um sapato vegano? Eles são a especialidade da Insecta Shoes: Calce um. *Projeto Draft. Negócios criativos*. 14 de maio de 2015. Disponível em: <<http://projetodraft.com/voce-faz-ideia-do-que-e-um-sapato-vegano-eles-sao-a-especialidade-da-insecta-shoes-conheca-calce-um/>>. Acesso em: 1 ago. 2016.

HAYWOOD, L. *Considering zero waste fashion*. Traduzido de The craft of clothes, 12 jul. 2016. Disponível em: <<http://lizhaywood.com.au/considering-zero-waste-fashion/>>. Acesso em: 12 maio 2017.

ISSUU. *Uma introdução à história do design*. Editora Blucher, 19 jan. 2009. Disponível em: <[https://issuu.com/editorablucher/docs/issuu\\_historia\\_design\\_isbn9788521204565](https://issuu.com/editorablucher/docs/issuu_historia_design_isbn9788521204565)>. Acesso em: 12 maio 2017.

\_\_\_\_\_. *DESIGN*: história, teoria e prática do design de produtos. Editora Blucher, 12 fev. 2009. Disponível em: <[https://issuu.com/editorablucher/docs/issuu\\_design\\_8521203756](https://issuu.com/editorablucher/docs/issuu_design_8521203756)>. Acesso em: 12 maio 2017.

KARLSSON, R.; LUTTROPP, C. Ecodesign: what's happening? An overview of the subject area of Ecodesign and the papers in this special issue. *Journal of Cleaner Production*, v. 14, p. 1291-1298, 2006.

KAZAZIAN, T. *Haverá a idade das coisas leves*: design e desenvolvimento sustentável. São Paulo: Editora Senac, 2005.

LUNDGREN FILHO, O. MODA: será que os resíduos têxteis serão a próxima fronteira da moda sustentável? *Ornilo Lundgren Filho*. 28 fev. 2016. Disponível em: <<http://ornilolundgren.blogspot.com.br/2016/02/moda-sera-que-os-residuos-texteis-serao.html>>. Acesso em: 12 maio 2017.

MANZINI, E. *Design para a inovação social e sustentabilidade*: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

MANZINI, E. Prototypes of a creative social economy. *British Council*. 2014. Disponível em: <<http://creativeconomy.britishcouncil.org/guide/prototypes-creative-social-economy/>>. Acesso em: 12 maio de 2017.

MANZINI, E.; VEZZOLI, C. *O desenvolvimento de produtos sustentáveis*. São Paulo: Edusp, 2005.

MARCONDES, G. *Afinal, o que é o slow fashion?* Traduzido de Gabriela Marcondes, 14 fev. 2017. Disponível em: <<http://gabriellamarcondes.com.br/afinal-o-que-e-o-slow-fashion/>>. Acesso em 12 mai. de 2017.

MCDONOUGH, W.; BRAUNGART, M. *Design for the Triple Top Line*. New Tools for Sustainable Commerce. 2002. Disponível em: <<http://www.globalcommunity.org/business/Design%20for%20the%20Triple%20Top%20Line.pdf>>. Acesso em: 10 jul. 2016.

MATTEO. Articolo di Federico Guerrini su Startupitalia: "Le 10 migliori startup italiane di innovazione sociale". *Progetto Quid*. 15 jan. 2015. Disponível em: <<http://progettoquid.it/articolo-di-federico-guerrini-su-startupitalia-le-10-migliori-startup-italiane-di-innovazione-sociale/>>. Acesso em: 12 maio 2017.

MORAIS, G. P. B.; PARODE, F. P. Moda e sustentabilidade: cenários a partir do design estratégico. *12º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design - P&D* 2016. Belo Horizonte, Minas Gerais, 04 a 07 de outubro de 2016. Disponível em: <<http://pdf.blucher.com.br:s3-sa-east-1.amazonaws.com/designproceedings/ped2016/0145.pdf>>. Acesso em: 11 dez. 2016.

MORIN, E. *Empresa italiana promove inovação social na moda através da reciclagem de tecidos*. Disponível em: <<https://morimblog.com/2015/08/31/empresa-italiana-promove-inovacao-social-na-moda-atraves-da-reciclagem-de-tecidos/>>. Acesso em: 11 ago. 2016.

MOURA, M. A moda entre a arte e o design. In: PIRES, D. B. *Design de moda*. olhares diversos. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2008, p. 37-73.

NM&D. *Moda sustentável e orgânica está na moda*. Traduzido de NM&D Uniformes, 3 fev. 2017. Disponível em: <<http://uniformesnmd.com.br/2017/02/03/moda-sustentavel-e-organica-esta-na-moda/>>. Acesso em: 12 maio 2017.

OLIVEIRA, E. A. G. *Design sistêmico e ecoinovação* – estratégias sustentáveis aplicadas para o Polo de Confeccões de Pernambuco. Tese (Doutorado) – Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauri, 2013, 390 f.

OSHINE. A creative multipurpose wordpress theme. *Oshine*. 10 out. 2014. Disponível em: <<http://brandexponents.com/oshin/v8/2014/10/10/oshin-a-creative-multipurpose-wordpress-theme/>>. Acesso em: 12 maio 2017.

PAGANINI, M. My secret weapon for upcycling: dress forms. *Paganoonoo*. 05 abr. 2016. Disponível em: <<https://michellepaganini.blogspot.com.br/2016/04/my-secret-weapon-for-upcycling.html>>. Acesso em: 12 maio 2017.

PEREZ, I. U.; MARTINS, S. B. Desenvolvimento de produtos de moda masculina com redução de retraços têxteis. In: *Anais do 10º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design*. São Luís, MA, 2012.

PROGETTO QUID. *About*. Disponível em: <<http://progettoquid.it/>>. Acesso em: 11 ago. 2016.

REGISTRO.IT. Storie.it – Progetto Quid. *Registro.it*. 2017. Disponível em: <<http://www.unnomeunsogno.it/storie/progetto-quid/>>. Acesso em: 12 maio 2017.

TIRONI, M. R. "Conexões" design estratégico e economia criativa: inovação além do design de moda. In: *Anais do 10º Colóquio de Moda – 7ª Edição Internacional*. Caxias do Sul, 2014. Disponível em: <[http://coloquiomoda.com.br/anais/anais/10-Coloquio-de-Moda\\_2014/COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO1-DESIGN/CO-EIXO-1-CONEXOES-DESIGN-ESTRATEGICO-E-ECONOMIA-CRIATIVA-INOVACAO-ALEM-DO-DESIGN-DE-MODA.pdf](http://coloquiomoda.com.br/anais/anais/10-Coloquio-de-Moda_2014/COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO1-DESIGN/CO-EIXO-1-CONEXOES-DESIGN-ESTRATEGICO-E-ECONOMIA-CRIATIVA-INOVACAO-ALEM-DO-DESIGN-DE-MODA.pdf)>. Acesso em: 7 jul. 2016.

TREPTOW, D. *Inventando moda*. planejamento e projeto de coleção. São Paulo: Empório do Livro, 2004.

YOUNG FOUNDATION. *Social Silicon Valleys*. A Manifesto for Social Innovation. 2006. Disponível em: <<http://www.discoverssocialinnovation.org>>. Acesso em: 8 jul. 2016.