

DESIGN E INOVAÇÃO SOCIAL
Ecodesign na Moda

SOBRE OS AUTORES

Larissa Fernanda de Barros Mota | 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

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

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 daecoinovação. 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

¹ Karlsson e Luttropp (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.

² "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*¹ 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*² 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 abrangem 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 ECODSIGN

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.

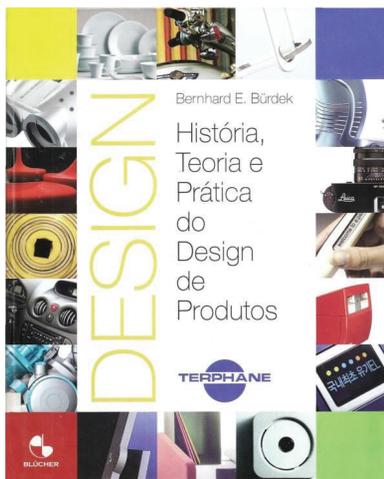
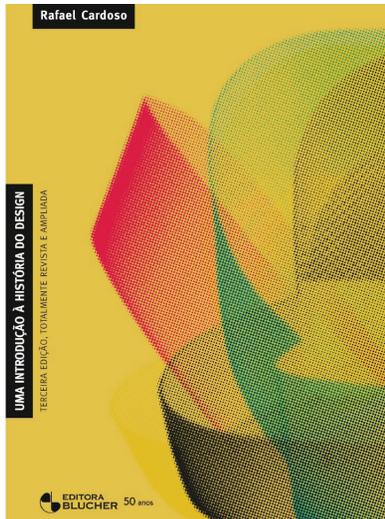


The Peggy Blouse with Double Collar – exemplo de produto de moda seguindo o conceito de upcycling.

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 se 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 ECODSIGN

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. Entres 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

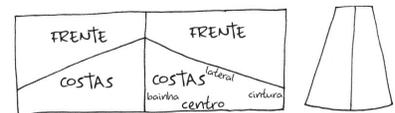
A contemporaneidade é marcada pelas mutações provenientes de aspectos sociais, biológicos, físicos, culturais, entre outros tantos. Com isso, faz-se necessário observar as novas relações das pessoas com os artefatos. Manzini (2008) afirma que a sociedade contemporânea vive em constantes mudanças que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

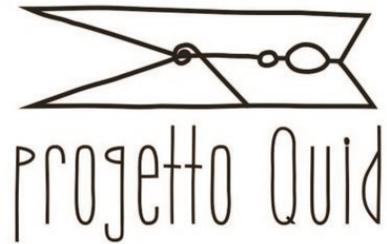
5 CASES

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 social³ 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



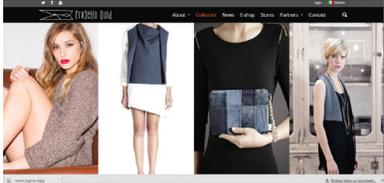
Marca da empresa Progetto Quid. Fonte: <http://progettoquid.it/>.

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)

³ *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 conseqüente 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,⁴ 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>.



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



Formato de funcionamento do Banco de Tecido de Reúso.

Fonte: 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>. 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.anhembibr.com/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://colociomoda.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://colociomoda.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>. 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>. 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. Artigo 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, Bauru, 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>. 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.