

## Design para Inovação Social no campo da moda

Marco Ogê Muniz<sup>1</sup> (Faculdade Metropolitana de Rio do Sul – Famesul)

**Resumo:** Este artigo tem o objetivo de apresentar maneiras de inserção do Design para Inovação Social e Sustentabilidade no campo da moda. A moda se configura pelo caráter efêmero, enquanto a sustentabilidade se caracteriza pela durabilidade; desse modo são propostas algumas alternativas que possam reduzir o paradoxo existente entre ambos.

**Palavras-chave:** design de moda, inovação social, sustentabilidade.

**Abstract:** This paper aims to present ways of integration of Design for Social Innovation and Sustainability in the field of fashion. The fashion is configured by the ephemeral, while sustainability is characterized by durability; thus proposing some alternatives that might reduce the paradox of both.

**Keywords:** fashion design, social innovation, sustainability.

### Introdução

Um dos grandes paradoxos da sociedade atual está na dificuldade de se lidar com a escassez de recursos naturais e a necessidade de utilização desses recursos para a produção em massa da sociedade de consumo.

A moda é uma atividade se caracteriza pela efemeridade. É justamente a novidade de cada coleção que alimenta a indústria de moda no circuito mundial. Essencialmente movida pela tendência e pela exaltação do novo, a moda passa a rejeitar o que ergonomicamente ainda é usável, contudo, é esteticamente ultrapassado.

Da forma como a sociedade atualmente está, com altos padrões de produção e consumo, caminha para insustentabilidade. Por mais que exista um grande número de pessoas que seguem por esse caminho, há casos de indivíduos que vão para a direção contrária. Há exemplos de cidadãos que

---

<sup>1</sup> Marco Ogê Muniz é mestre em Design pelo Programa de Pós-Graduação em Design e Expressão Gráfica (PósDesign) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e faz parte da rede DESIS-Brasil (Design de Serviços e Inovação Social), ligada a *DESIS-International Network (Design for Social Innovation and Sustainability)*; que, coordenada por Ezio Manzini, gerencia projetos de Design para Inovação Social e Sustentabilidade no mundo. Mais informações em: [www.design-network.org](http://www.design-network.org)

criam soluções simples para os problemas do dia-a-dia e com isso conseguem trazer benefícios econômicos, sociais e ambientais (MANZINI, 2008).

Assim, surge a importância de ressaltar casos de inovação social também no campo da moda, como uma maneira de oferecer soluções que conduzam a sociedade para a sustentabilidade.

### **Fundamentação Teórica**

A discussão acerca da inovação social está em voga na atualidade. Seu conceito vem sendo construído de diversas formas pelos mais variados atores. Ela pode ser considerada uma das estratégias para superar os desafios da sociedade, por isso, muitas iniciativas já foram implementadas e muitos esforços estão sendo realizados na construção de conhecimentos, metodologias e indicadores que hoje temos como referência para uma reflexão sobre o tema.

Dentro dessa perspectiva, Farfus e Rocha (2007) alertam que:

Novos paradigmas e referenciais começam a apresentar um potencial de atendimento às necessidades sociais. Surge, então, o conceito de inovação social como ponto de partida para a construção de um novo modelo para atendimento às demandas sociais com respeito à diversidade e à unidade humana, e que contribua para a promoção da igualdade na sociedade pós-moderna (FARFUS e ROCHA, 2007, p.19).

Os referidos autores elaboram essas constatações para o tipo de inovação social que deve ser construída nas empresas e, conseqüentemente, transmitido a sociedade como forma de oferecer benefícios para os indivíduos. Considerada dessa forma, a inovação social poderá contribuir para o bem-estar das pessoas, desde que não interfira nos anseios coletivos, com políticas impulsionadoras de iniciativas que visem a melhoria das comunidades locais.

Com esse objetivo, o *World Business Council for Sustainable Development*<sup>2</sup> (WBCSD), elaborou um guia prático para as empresas sobre

---

<sup>2</sup> O *World Business Council for Sustainable Development* (Conselho Mundial de Negócios para o Desenvolvimento Sustentável) é um conselho global, com cerca de 200 companhias, que gerencia negócios que visam o desenvolvimento sustentável. Mais informações em: [www.wbcd.org.br](http://www.wbcd.org.br)

negócios com inclusão social. Nele há um relato sobre o posicionamento do conselho em relação à inovação:

Descobrimos que implantar empreendimentos em países em desenvolvimento que tragam benefícios tanto para as populações carentes quanto para as empresas requer uma dosagem cuidadosa de inovação e práticas convencionais. A inovação mais radical consiste em ver estas populações como parceiros de empreendimentos. A partir de então, as empresas desenvolverão novos métodos de embalagem, marketing, distribuição, propaganda e cobrança – enfim, adotarão novas soluções para os velhos problemas de sempre (WBCSD, 2004).

Dessa forma, o WBCSD cunhou a expressão Sobrevivência Sustentável<sup>3</sup> (SS) que se expressa na atuação de uma empresa e no desenvolvimento de suas principais capacidades. Nela os princípios empresariais tradicionais deverão ser mantidos, por serem essenciais para o sucesso de modelos de SS, porém uma nova visão sobre esses princípios deverá ser configurada. Assim, o conselho sugere que negócios com sobrevivência sustentável sejam conduzidos pela realização de ações incrementadoras (manter o foco, estabelecer parcerias e identificar):

**Figura 1 - As fundações sólidas de empreendimentos com sobrevivência sustentável**



**Fonte: WBCSD, 2007, p.66.**

<sup>3</sup> Sobrevivência Sustentável (SS) significa negócios com inclusão econômica e social na base da pirâmide, de modo a beneficiar simultaneamente a comunidade pobre e a empresa envolvida (WBCSD).

Mulgan (2007) determina o conceito de inovação social difundido pela *The Young Foundation*<sup>4</sup> (YF): “Inovação social se refere a novas idéias que funcionam para atingir metas sociais<sup>5</sup>” (MULGAN, 2007, p.08).

A relação entre o design e a inovação social pode ser estabelecida a partir do momento em que se percebe o surgimento de uma nova descoberta da inovação. Nela, apesar do envolvimento com a tecnologia, o processo não se caracteriza como de inovação tecnológica. Ele pode ser considerado como um agrupamento de “invenções sociais”, cuja função de descoberta é atribuída ao design (MANZINI, 2008a). Além disso, a evolução da visão de competitividade organizacional (centrada nos recursos e nos resultados) para a visão da competitividade sistêmica (cadeia de valor, rede e nação); “vem reforçando o potencial do design como elemento estratégico para a inovação centrada nos recursos e nas competências de um território” (KRUCKEN, 2008, p.26), porque ele pode ser considerado o agente integrador entre as inovações e o território.

Com isso, na sociedade surgem os empreendedores sociais<sup>6</sup>, ou seja, “Empresários sociais que combinam inovação, oportunidade e engenho para transformar sistemas sociais e práticas numa larga variedade de campos, e incluir, por exemplo, saúde, emprego, educação, meio ambiente, ambientação e a tecnologia”<sup>7</sup> (SCHWAB, 2006, p.01). Os principais empreendedores sociais

---

<sup>4</sup> *The Young Foundation* (A Fundação Jovem) é um centro para inovação social localizado em Londres, com 50 anos de experiência na criação de novas organizações – públicas, privadas e sem fins lucrativos – assim como influenciando idéias e políticas. Elabora projetos de criação, desenvolvimento e lançamento de novas idéias inovativas tanto para organizações quanto para cidades. Sua área de abrangência foca-se no Reino Unido, porém também se estende a projetos em diversos países do mundo. Mais informações em: <http://www.youngfoundation.org/>

<sup>5</sup> Tradução livre do autor, o texto original em inglês segue:  
“*Social innovation refers to new ideas that work in meeting social goals.*” (MULGAN, 2007, p.08).

<sup>6</sup> O conceito de empreendedores sociais (*Social Entrepreneurship*) é promovido pela *Schwab Foundation for Social Entrepreneurship* (Fundação de Schwab para Empreendedores Sociais) é uma organização sem fins lucrativos, independente e neutra, fundada em 1998, com o propósito impulsionar iniciativas sociais e nutrir empreendedores sociais como um catalisador importante para inovação social e para o progresso. A Fundação está sob a supervisão legal do Governo Federal da Suíça e possui sedes em Colômbia e Genebra. Mais informações em: <http://www.schwabfound.org>.

<sup>7</sup> Tradução livre do autor, o texto original em inglês segue:  
“*Social entrepreneurs combine innovation, opportunity and resourcefulness to transform social systems and practices in a wide variety of fields, including, for example, health, employment, education, environment, housing and technology.*” (SCHWAB, 2006, p.01).

do Brasil são: Hélio Mattar do Instituto Akatu, Ismael Ferreira da Associação dos Pequenos Agricultores do Município de Valente (APAEB), Vera Cordeiro da Associação Saúde Criança Renascer, Sebastião Rocha do Centro Popular de Cultura e Desenvolvimento (CPCD), Fabio Bibancos do Dentista do Bem, Adair Meira da Fundação Pró-Cerrado, Maria Elena Johannpeter da Parceiros Voluntários, Eugenio Scannavino Neto da Projeto Saúde e Alegria, Dener Giovanini da RENCTAS<sup>8</sup> (SCHWAB, 2008).

Em relação à questão do desenvolvimento, surge a necessidade de inovações institucionais que tratem de um desenvolvimento de novo tipo. Esse lidará com as contradições que, por um lado, dissociam desenvolvimento econômico de desenvolvimento social e, por outro lado, colocam em risco os recursos naturais. Com o intuito de minimizar esse impasse deve-se caminhar para um progresso social com equidade, ou seja, equilibrando os aspectos sociais, econômicos e ambientais (COSTA, 2006, p.82).

### **Reflexões sobre Inovação Social no campo da moda**

Com base na fundamentação teórica apresentada podem ser estabelecidas algumas reflexões sobre inovação social no campo da moda. Essas considerações são conduzidas por duas abordagens. A primeira se configura pela constituição de critérios para a seleção de casos de inovação social com base na sustentabilidade (seguindo os critérios estabelecidos pela rede DESIS). A segunda abordagem é estabelecida pela análise de um caso de inovação social com base na sustentabilidade no campo da moda, momento em que são realizadas ligações com a fundamentação teórica bem como com os critérios de coleta de casos.

A rede DESIS (*Design for Social Innovation and Sustainability*) possui uma ferramenta para a coleta de casos de inovação com base na sustentabilidade. Trata-se da *DESIS09 toolkit*<sup>9</sup>, um conjunto de passos para a busca de casos. O princípio fundamental seguido pela rede é o de que a

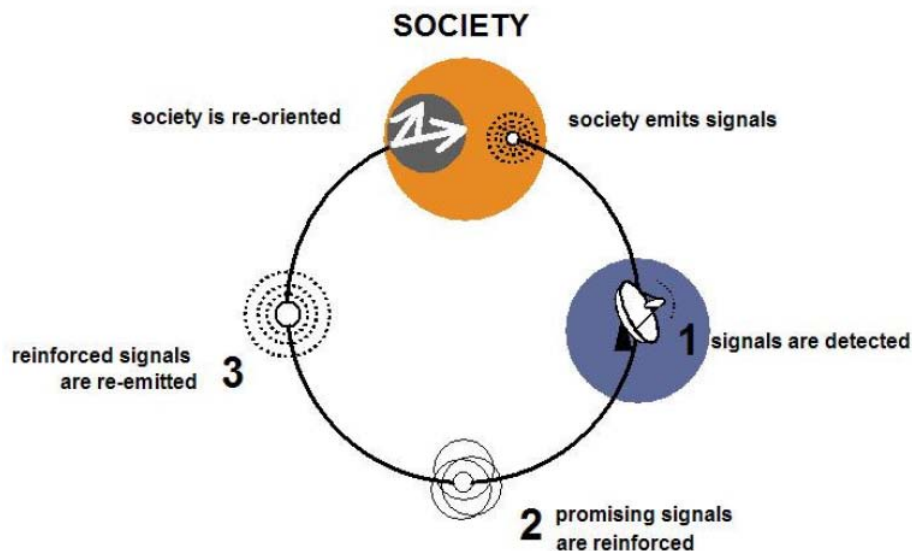
---

<sup>8</sup> Todos os empreendedores podem ser visualizados em detalhe no relatório disponível em: [http://www.weforum.org/pdf/schwabfound/Brochure\\_Schwab\\_Foundation\\_2008.pdf](http://www.weforum.org/pdf/schwabfound/Brochure_Schwab_Foundation_2008.pdf)

<sup>9</sup> A ferramenta *DESIS09 Toolkit* está disponível no link: <http://www.dis.polimi.it/desis/desis09-toolkit01.zip>

sociedade emite sinais, sinais são detectados, os sinais promissores são reforçados, os sinais reforçados são re-emitidos; e, com isso, a sociedade pode ser reorientada.

Figura 2 – Princípio DESIS



Fonte: DESIS, 2010.

A condição necessária para a escolha por determinado caso é o atendimento a quatro critérios:

1. Soluções inovadoras (*Innovative solutions*);
2. Organizações ascendentes (*Bottom-up organizations*);
3. Socialmente positivas (*Socially positive*);
4. Preocupadas com o meio-ambiente (*Environmental friendly*).

Esses critérios servirão de base para a análise do caso escolhido para a discussão neste artigo. É uma iniciativa que teve repercussão global no campo da moda por meio da rede mundial de computadores.

O projeto se chama “*Uniform Project*”<sup>10</sup> e foi idealizado pela indiana Sheena Matheiken. Na Índia o uso de uniformes na escola é obrigatório tanto para meninos quanto para meninas. Como a individualidade é uma questão inerente às pessoas, cada indivíduo gosta de caracterizar sua personalidade.

<sup>10</sup> <http://www.theuniformproject.com/>

Dessa maneira, a moda pode ser utilizada como veículo para expressar essa customização visto que ela também comunica (BARNARD, 2003).

Com essa premissa, Matheiken idealizou o projeto. Ela resolveu postar em seu site a cada dia uma fotografia com diferentes formas de apresentação do mesmo uniforme. A roupa principal permanece a mesma (o vestido), o que mudam são os acessórios provenientes de reciclagens ou doações. Com isso é sempre criado um novo *look*, de acordo com cada nova combinação de acessórios. Conforme o programado, o “*Uniform Project*” teve a duração de um ano, de 30 de maio de 2009 a 30 de maio de 2010, com a apresentação de 365 combinações diferentes para o mesmo vestido.

**Figura 3 – Exemplos de diferentes *looks***



**Fonte: Uniform Project, 2010.**

Além disso, foram arrecadados 78.222 dólares para a Fundação Akanksha, uma Organização Não-Governamental que auxilia na educação de crianças da Índia, que resultou na colocação de 216 crianças na escola.

## Considerações finais

O exemplo do “*Uniform Project*” pode ser considerado um caso de inovação social, visto que é uma iniciativa simples elaborada por iniciativa própria, conduzida por uma única pessoa e que pode ser replicada em outros lugares.

Ele traz benefícios sociais, com a colocação na escola de crianças que sem auxílio não teriam a oportunidade de estudar. Traz benefícios econômicos, por meio da arrecadação voluntária de renda. Os benefícios ambientais são alcançados pela utilização de acessórios provenientes de doações e de reciclagem, além do incentivo a utilização do mesmo vestido.

Com isso há um equilíbrio entre os aspectos econômicos, sociais e ambientais que compõem o chamado tripé da sustentabilidade. Casos promissores de inovação social quando são ressaltados apresentam ao mundo alternativas que direcionam a sociedade para o caminho da sustentabilidade.

Sheena Matheiken pode ser considerada uma empreendedora social, pois se utilizou de um empreendimento para trazer melhorias nas questões sociais. Essa iniciativa preenche uma lacuna que o governo da Índia não consegue alcançar, dando a oportunidade de crianças indianas desfavorecidas ingressarem na escola.

Como sugere o WBCSD, Matheiken atendeu aos três requisitos de empreendimentos com sobrevivência sustentável: manter o foco, estabelecer parcerias e identificar. O foco foi mantido pela manutenção, durante o projeto, da utilização do mesmo vestido; a parceria foi estabelecida com a Fundação Akanksha; e houve a identificação de uma carência social local que precisava ser suprida (a colocação de crianças na escola).

Por fim, o caso ressaltado apresenta uma alternativa criativa e inusitada para lidar com o paradoxo existente entre a efemeridade da moda e a durabilidade da sustentabilidade. Com simples acréscimos de acessórios, podem surgir *looks* totalmente distintos.

## Referências

BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.



COSTA, Francisco de Assis. **Arranjos e Sistemas Produtivos e Inovativos Locais: As Possibilidades do Conceito na Constituição de um Sistema de Planejamento para a Amazônia.** In: Revista Brasileira de Inovação. Brasília: FINEP - Volume 5, Número 1 – Janeiro/Julho, 2006, p.77-98.

*DESIS, Design for Social Innovation and Sustainability. About DESIS.* Disponível em: [www.design-network.org](http://www.design-network.org) [Acessado em 05/05/2010].

FARFUS, Daniele; ROCHA, Maria Cristhina de Souza. **Inovação Social: um conceito em construção.** In: Inovações sociais. Curitiba: SESI/SENAI/IEL/UNINDUS, 2007, p.13-34.

KRUCKEN, Lia. **Competências para o design na sociedade contemporânea.** In: Design e transversalidade. Belo Horizonte: Santa Clara: Centro de Estudos Teoria, Cultura e Pesquisa em Design, UEMG, 2008. (Cadernos de Estudos Avançado em Design, Caderno 2, v. 1 – jul. 2008), p.23-32.

MANZINI, Ezio. **Design para a inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais** / Ezio Manzini; [coordenação de tradução Carla Cipolla; equipe Elisa Spampinato, Aline Lys Silva]. Rio de Janeiro: E-papers, 2008. (Cadernos do Grupo Altos Estudos; v.1).

\_\_\_\_\_. PEP; COPE UFRJ. **Design para a inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais** / Ezio Manzini; [coordenação de tradução Carla Cipolla; equipe Elisa Spampinato, Aline Lys Silva]. Rio de Janeiro: E-papers, 2008a. (Gravação de DVD; v.1).

MULGAN, Geoff. **Social Innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated.** Oxford: Oxford Said Business School - Printed by The Basingstoke Press, 2007.

PROJECT, UNIFORM. **About Us.** Disponível em:  
<http://www.theuniformproject.com/> [Acessado em 05/05/2010].

SCHWAB, *Schwab Foundation for Social Entrepreneurship*. **Fostering social entrepreneurship: Legal, regulatory and tax barriers: a comparative study. Recommendations for Governments, policymakers and social entrepreneurs in Brazil, Germany, India, Poland, The United Kingdom and the United States.** Linklaters. Presented at the World Economic Forum in Davos, January 2006.

\_\_\_\_\_. **Outstanding Social Entrepreneurs 2008.**  
Disponível em:  
[http://www.weforum.org/pdf/schwabfound/Brochure\\_Schwab\\_Foundation\\_2008.pdf](http://www.weforum.org/pdf/schwabfound/Brochure_Schwab_Foundation_2008.pdf) [Acessado em 05/05/2010].

WBCSD, *World Business Council for Sustainable Development*. KHOZA, Reuel; MANZONI, John; MOURA, Julio. **Negócios com Inclusão Social: guia prático para empresas.** Tradução: Cocca Capocchi Language Services - Responsável: Maria Alice Capocchi Ribeiro. 2004.

\_\_\_\_\_. **About the WBCSD.** Disponível em: <http://www.wbcd.org/>  
[Acesso em: 06/05/2010].