

METADESIGN E DESIGN DE MODA: SUSTENTABILIDADE, NOVAS REDES PROJETUAIS E INOVAÇÃO SOCIAL

*Meta-design and Fashion Design: Sustainable, New Projective Network and
Social Innovation*

Claudia Regina Martins.
Profa. Me. Universidade Anhembi Morumbi
cacau_regina@hotmail.com

Luisa Paraguai.
Profa. Dr.^a Pontifícia Universidade Católica de Campinas
luisa.donati@puc-campinas.edu.br

Resumo

Apresenta-se Metadesign como estratégica para a Sustentabilidade e Inovação social na Cadeia Produtiva Têxtil de Moda. Apontam-se processos na ação de Jum Nakao no “*Reality Project*” (CE, 2012), evidenciando inter-relações de fluxos de matéria prima e informação com vistas a proporcionar percepção de valor *know-how* em redes distribuídas e comunidades criativas locais para inovação social.

Palavras chave. Design de Moda; Metadesign, Sustentabilidade; Comunidades Criativas; Inovação Social.

Abstract

It presents Metadesign as strategic for Sustainability and Social Innovation in Supply Chain Textile Fashion. Link up processes in action Jum Nakao in "Project Reality" (EC, 2012), showing interrelationships of raw material and information flows in order to provide perception of value know-how in distributed networks and local creative communities for innovation social.

Key Works. Fashion Design; Metadesign; Sustainability; Creative Communities; Social Innovation.

Introdução

Apresenta-se neste artigo reflexões de Metadesign (Moraes, 2010), (Vassão, 2010), (Manzini, 2010) no Design de Moda como ferramenta estratégica para alcance da Sustentabilidade (Vezzoli, 2009, 2012) através da Inovação social (Manzini, 2008) na Cadeia Produtiva Têxtil de Moda (Valiati, 2011). A abordagem mapeia a partir de revisão bibliográfica e estudo de caso o processo reflexivo de projeto do designer de Moda Jum Nakao na ação de design no *Reality Project* (CE, 2012), apontando-se direcionamentos e estratégias de Metadesign para a Sustentabilidade (Flusser, 2007) em novos

modelos de redes projetuais e comunidades criativas, evidenciando inter-relações de fluxos de matéria prima e informação com vista a proporcionar percepção de valor *know-how*¹ em redes sociais distribuídas e comunidades locais para desenvolvimento humano e inovação social, valorização de culturas tradicionais e territórios locais. Contextualiza-se, assim, o termo Metadesign como ferramenta de formalização de projetos colaborativos na criação de produto-serviço em Design de Moda e promoção de Inovação Social.

Apontamentos destas questões em Design de Moda são apresentados a partir de Berlim (2012), Black (2010), Brown (2009), De Carli (2012) e Fletcher (2010). Assume-se que na atualidade é insustentável o contexto de produção no campo do Design de Moda, marcado por fluxos inter-relacionais cada vez mais complexos, dinâmicos e fluidos, provocado por mudanças constantes nos diversos níveis e setores: econômico, político, ambiental, social e cultural. Neste cenário, o designer de Moda pode contribuir como facilitador para a compreensão, construção e implementação de novos modelos de sistemas e modos de vida.

Como aponta Valiati (2011), devido ao processo de globalização e a abertura de novos mercados, a cadeia produtiva da Moda atravessa um período de profundas mudanças, com o deslocamento da produção devido aos altos custos operacionais; exasperação da concorrência; redução do ciclo de vida dos produtos de moda; incremento veloz das tecnologias e modificações complexas na estrutura dos mercados. Neste cenário a cadeia produtiva da moda expressa e engloba diversos setores produtivos, desde as atividades manufatureiras de base até os serviços avançados de distribuição, e apresenta certas especificidades: heterogeneidade estrutural e tecnológica; segmentação produtiva; relações de subcontratação; bifurcação entre as atividades produtivas (materiais) e as funções corporativas (imateriais). Um contexto em que Black (2012) expõe fatores decisivos que predispõe um campo fértil para a Inovação social:

¹Termo inglês que significa "saber como". Conjunto de conhecimentos práticos (fórmulas secretas, informações, tecnologias, técnicas, procedimentos, etc.) adquiridos por uma empresa, organização ou profissional, que traz vantagens competitivas. Possui know-how a organização que consegue dominar o mercado por apresentar conhecimento especializado sobre algum produto ou serviço que os concorrentes não possuem. "Arte de fabricação" de indivíduo com conhecimentos processuais que devidamente aplicados resultam benefício a favor de quem o emprega. In Fran Martins, Op. Cit. pg. 598.

A cadeia de suprimentos da moda é longa e complexa, abrangendo matérias-primas distribuídas em todo o globo, produtos acabados e venda. Mais de 40 milhões de pessoas em todo o mundo participam na confecção de vestuário e têxteis, em muitos países em desenvolvimento que dependem em grande parte das exportações de vestuário para a renda. A indústria da moda representa, apesar de alguma automação, uma das poucas indústrias em que restam artesãs onde as habilidades manuais individuais ainda desempenham um papel significativo (Black, 2012, P.139).

Novas Redes Projetuais na Ação de Jum Nakao no *Reality Project*: "Breve Manifesto pela Redescoberta do Paraíso Brasileiro"

As ações projetuais de Design de Moda têxtil frente às estas novas questões de reorientação de processos, atuais condições sociais, ecológicas tem ações em colaboração com comunidades que contemplam a valorização de técnicas de artesanato e tradição local promovendo reflexões importantes sobre o direcionamento desses projetos nos sistemas de produção e consumo dos produtos de Design de Moda. Contexto presente nos propósitos projetuais de Jum Nakao, designer de Moda idealizador do *Reality Project* (2012) com estudantes de moda de Fortaleza, durante a 13ª edição do Dragão Fashion Brasil 2012, com promoção do Senac/CE.

Neste projeto Jum Nakao, não desenvolveu diretamente as peças da coleção, mas sim direcionou os parâmetros projetuais metodológicos para que os estudantes de design de moda e os artesões locais, identificassem elementos culturais e materiais do nordeste, na formalização e materialização de uma coleção com o tema "Breve Manifesto pela Redescoberta do Paraíso Brasileiro". A proposta foi desenvolver 22 peças de vestuário, confeccionadas em colaboração pelos estudantes de Design de Moda, artesãs e colaboradores locais, a partir destes direcionamentos de Jum Nakao. Houve a participação de vinte pessoas entre estudantes, artesãs e colaboradores locais. Durante cinco dias, todos os visitantes e participantes da 13ª edição do Dragão Fashion puderam acompanhar o processo de criação, que também foi filmado e transmitido em tempo real via internet (Figura 1 a seguir). Essas ações de Design na cadeia Produtiva Têxtil em comunidades de artesãos locais visam processos sustentáveis adequados por meio de ações com menor impacto

negativo ambiental e promovem desenvolvimento social, ao se posicionarem perante as questões da conscientização desses fatores em todas as etapas do projeto, além de valorização *Know-how* local.



Figura 1: *Reality Project* ação projetual Jum Nakao (2012), estudantes e artesões.
Fonte: (JUMNAKAO.COM, 2013)

Quando Jum Nakao convida os visitantes e espectadores usuários da internet a assistir a ação, esses também se integram ao sistema para repensarem seus posicionamentos frente a estas questões de sustentabilidade da produção e do consumo de produtos de Moda e acabam por validar ou não o posicionamento dos designers e artesões nas novas escolhas projetuais da produção. Promovendo-se assim uma reavaliação e inovação social por parte também dos consumidores que simpatizam com o projeto, afinal o objetivo final é confeccionar produtos a usuários que valorizem estes processos sustentáveis de produção.

Cenário em que segundo Vezzoli (2009), a dimensão ambiental no design apresenta três fatores de fundamental importância para o desenvolvimento do projeto: “utilização de materiais e processos de baixo impacto ambiental; consideração no modelo do ciclo de vida do produto e design orientado para a sustentabilidade ambiental”. Moraes (2010) acrescenta que nesse modelo de prática de design proposto por meio de orientação voltada para a sustentabilidade ambiental, é preciso uma mudança de

comportamento tanto por parte dos designers como pelos consumidores. Corroboram com esse pensamento Sass Brown (2010) e De Carli (2011), quando criticam o curto ciclo dos produtos, reconhecendo do sistema da Moda como suporte da economia capitalista, da “obsolescência programada e da obsolescência percebida” (DE CARLI, 2011), evocando comportamentos recorrentes de consumo com conseqüente demanda de produtos, que têm tempo efêmero de vida tanto de mercado como de uso. Como também esclarece Fletcher (2010) demandando responsabilidade e ética por parte dos designers para repensar seus projetos considerando esses cenários. Berlim (2012) levanta essa questão e aponta: O fato é que, dessa maneira, para constituir uma escala de valor nos processos de Design de Moda, questiona-se em profundidade a própria lógica desse sistema.

Sustentabilidade e Inovação Social

A moda absorve e descarta com a mesma intensidade valores de cada época, a voracidade e a antropofagia de conceitos que se transformam em tendências e a necessidade plena de mudança que se traduz em propor novas soluções para adequar o produto têxtil, de confecção, o qual será então oferecido ao mercado (CASTILHO, 2008, p.126).

Para Manzini (2010, p.XI), o cenário atual demanda uma “dupla mudança, reconceituar o design para uma abordagem do serviço pela inovação social, e reconceituar os serviços padronizados para serviços colaborativos”; essa condição requer esforços tanto da comunidade interna do Design (designers e equipe do projeto/artesãos/colaboradores), orientada pelo produto na busca por desenvolvimento e através de novos conceitos e novas ferramentas, como também pela comunidade externa do Design (usuários/consumidores/sociedade), onde um novo conceito pelo serviço precisa ser promovido.

Essas oportunidades (Manzini, 2010), implicam em campos de atividades que surgirão nas próximas décadas, como: a reorientação ecológica dos sistemas de produção e consumo (o que aumenta drasticamente a obrigação de eficiência ecológica); a produção social de serviços (para atender

a novas demandas de coesão social); os programas regionais e eco-desenvolvimento (para promover o uso sustentável de recursos físicos e sociais locais). Como se pode ver essas decisões de tomada de projeto, que envolvem reorientações de produção quanto aos materiais e atividades de serviços mais adequados, estão presentes na ação do designer de Moda Jum Nakao junto aos estudantes, artesãos e colaboradores locais. Onde os parâmetros metodológicos projetuais foram balizados tanto a partir dos materiais, quanto dos saberes artesanais relacionados ao local de produção. Evidenciando-se assim um melhor aproveitamento da matéria-prima e maior valorização do capital humano na prestação dos serviços para melhores escolhas nas etapas de produção das peças.

Nestes cenários a área profissional do designer que se relaciona com questões de produção, projeto e sustentabilidade, Flusser (2007), afirma que “a questão da moralidade das coisas, da responsabilidade moral e política do designer adquiriu um novo significado no contexto atual, e até mesmo em caráter de urgência”. Como também aponta Costa (apud Cardoso, 2004):

Entre projetistas, designers, arquitetos e engenheiros – hoje domina a percepção de que não cabe às tecnologias o encaminhamento ou a resolução da questão, ou seja, não basta uma ação externa a subjetividade – característica do procedimento científico – mas sim fazer-se necessária, antes de mais nada, a produção de uma vontade internalizada pelos agente sociais. Dentro de tal momento percebe-se ainda, Cardoso (2004), “que o design de sistemas e a gestão da qualidade vêm sendo percebidos crescentemente como um meio fundamental para projetar o uso mais eficiente de recursos através da produção, planejamento do consumo e da eliminação do desperdício” (COSTA, 2010, p.115).

Manzini (2010, p.IX) destaca que neste contexto econômico atual evidencia-se uma problematização crítica sobre os cenários dos sistemas de produção e consumo, apontando o surgimento de uma “Próxima Economia”. Onde designers (Manzini, 2008, p.12) compreendendo tal dimensão “podem conscientemente dar rumo a um futuro sustentável com passos de caráter sistêmico, colocando em prática estratégias para descontinuidades desses sistemas”, e ressalta algumas diferenças:

- “a próxima economia não é baseada em bens de consumo, mas na **interação entre pessoas, produtos e lugares**”. Por exemplo: sistemas de geração de forças distribuídos; novas cadeias de suprimentos; sistemas de locomoção inteligentes; programas de desenvolvimento urbano e regional; serviços colaborativos de prevenção e cuidados com a saúde.
- “a próxima economia **não é orientada pelo produto, mas principalmente pelo serviço**”, baseada em redes sociais e tecnológicas, em que as pessoas produtos e lugares interagem para obter um valor de reconhecimento comum.
- “a próxima economia **não é limitada à economia de mercado, mas emerge dos quatro domínios econômicos convergentes: o mercado, o estado, as verbas públicas e os negócios domésticos**”.
- “a próxima economia **depende principalmente da inovação social**”.

Observa-se que todos esses fatores estão presentes como linhas guias na ação projetual de Jum Nakao no Reality Project, quando o intuito do projeto é fomentar a interação entre as redes de participantes locais (estudantes/artesões/colaboradores) valorizando a matéria-prima e saberes tradicionais do local, promovendo assim a inovação social com apoio de entidades e instituições locais.

No cenário atual o Design de Moda Brasileiro demonstra a necessidade de mudanças e melhorias no entendimento sobre as tecnológicas existentes, demandas de consumo, contingente humano organizacional e técnico, inovação em serviços, e até questões mais complexas como não pautar os produtos pelas tendências internacionais de mercado. Neste contexto, o desenvolvimento do design para a sustentabilidade significa:

[...] promover a capacidade do sistema produtivo de responder a procura social de bem estar utilizando uma quantidade de recursos ambientais drasticamente inferior aos níveis atualmente praticados
[...] Em definitivo, o design para a sustentabilidade pode ser reconhecido como uma espécie de design estratégico, ou seja, o projeto de estratégias aplicadas pelas empresas que se impuseram seriamente a prospectiva da sustentabilidade (FLUSSER, 2009, p.200-204).

Metadesign no Design de Moda: Ferramenta Estratégica para Inovação Social e Sustentabilidade

Na ação do Designer de Moda Jun Nakao aponta-se que com o aumento do número de participantes no processo produtivo e criativo e no número das questões que fazem parte da problematização do projeto, nas escolhas de atividades manufatureiras e matéria-prima adequados a demandas de sustentabilidade, aumenta-se e muito a complexidade na sistematização, decisão, e desenvolvimento de projeto nas etapas do sistema produtivo da cadeia têxtil. Neste cenário no que se refere à projetar nos sistemas complexos, Celaschi (2010, p.XV) afirma que “projetar é um ato com sinônimo de dimensionar soluções quanto a questões técnicas que normalmente vão conduzir a soluções que serão consideradas corretas”. E aponta que “a natureza da subjetividade no Design é a escolha do caminho projetual”, fato que as qualidades individuais do designer como características fundamentais desse processo. Nesse sentido, Moraes (2010) questiona:

Mas como perceber e decodificar as mensagens recebidas em um cenário complexo e dinâmico? Como discernir os conteúdos sólidos dos frágeis em um ambiente repleto de excesso de informações? Como dosar os valores intangíveis e materiais, como a estima e a emoção, sem comprometer a fruição e o valor de uso? Como considerar os fatores subjetivos e os atributos secundários sem perder a ênfase nos fatores objetivos e nos atributos primários? Essas são questões para as quais, seguramente, não encontraremos respostas na metodologia convencional, e muito menos na elaboração de briefings, como conhecemos (MORAES, 2010, p.XX).

Sobre a questão metodológica, Vassão (2008, p.100), afirma que: “quando o prefixo Meta é vinculado a um campo de pensamento” – neste caso o Design e projeto de Moda, esse processo possibilita “determinar as formas perenes que sustentam as formas variáveis do mundo observável, experienciável, sensorial, da percepção em questão”. Pois, nesse tipo de articulação por combinação das entidades, estas funcionam como operadores projetáveis entre si. O autor enfatiza que estas ações podem promover uma série de experimentações, consideradas Metadesign, o “projeto do processo”,

ou “o projeto do projeto” (Moraes, 2010) gerando formas e composições surpreendentes. Um modo coerente de compreender esse “projeto do processo de projeto” é como o projeto de processos e não do produto acabado, em si. Não que se despreze a concretização em um produto unitário que possa ser identificado como tal, ou que o metadesign promova uma ainda maior alienação, em uma espécie de projeto de conceitos em detrimento da realização. É justamente o contrário: reconhecer que o projeto do processo é tão uma criação, uma realização, quanto a efetivação de um processo de projeto em um objeto finalizado (VASSÃO, 2008, p.100).

O que se observa é que, conforme ilustra a figura 2 a seguir, a metodologia de metadesign esta presente na ação projetual do Designer Jum Nakao no *Reality Projecty* (2012). Pois as ações do designer não estavam direcionadas a escolhas de processos para a confecção das peças finais, mas sim nas escolhas das linhas de projeto que orientavam as atividades dos participantes. A ação de Jum Nakao não foi direta, mas indireta, orientando os participantes para que em colaboração “entre eles” apontassem materiais locais e saberes tradicionais para propor nas etapas de criação e produção das 22 propostas de looks que seriam confeccionados. Enfatiza-se que não foram apresentados croquis com desenhos de peças, pois essas propostas deveriam emergir dos conhecimentos conjuntos dos próprios participantes.



Figura 2: Processos de desenvolvimento, *Reality Projecty* Jum Nakao (2012) e colaboração de estudantes e artesões.
Fonte: (JUMNAKAO.COM, 2013)

Neste contexto, para Manzini (2010, p.XI) o Metaprojeto surge como uma possível referência metodológica para projetos em cenários complexos e como linha guia para uma fase de transição nas pesquisas e práticas projetuais, na qual não mais o produto é colocado em evidência, mas o contexto em que esse opera ou deve operar. O Metaprojeto atua como plataforma reflexiva de conhecimentos que considera as referências materiais e imateriais, tangíveis e intangíveis, objetivas e subjetivas, que envolvem coleta de dados territoriais, tecnológicos, de matéria-prima local, culturas tradicionais, capacidades técnicas, sociais etc., sem desconsiderar questões de caráter intersubjetivo por parte de todos os participantes nas ações.

O que se evidencia na coleção final desenvolvida do *Reality Project* (2012) figura 3, produto projetual da ação do designer de Moda Jum Nakao, é que os direcionamentos de linhas guias foram fundamentais para composição do resultado decorrentes das escolhas nos processos e matéria primas das peças confeccionadas. Desta maneira promove-se Inovação Social nas redes locais, com maior fortalecimento na interação entre as pessoas, os fornecedores de matéria prima e valorização Know-how local agenciando-se assim maior Sustentabilidade por conta do fortalecimento dos elos na Cadeia Produtiva Têxtil em longo prazo.



Figura 3: Peças finais propostas na coleção "A hora do Brasil: Breve Manifesto pela Redescoberta do Paraíso Brasileiro"

Fonte: (JUMNAKAO.COM, 2013)

Considerações Finais

Ações projetuais como a do Designer de Moda Jum Nakao no *Reality Project*, em Fortaleza (CE/2012) fortalecem as afirmações de o quanto potencializadoras podem ser ações de design de Moda em projetos para promover Inovação Social com vista a proporcionar maior sustentabilidade nos sistemas produtivos da Cadeia Têxtil da Moda. Neste contexto, há na atualidade uma crescente demanda por metodologias que apresentem critérios projetuais de acordo com as propostas que devem ser desenvolvidas em projetos colaborativos com ações de Design de Moda em conjunto com as redes produtivas das comunidades locais.

Como pôde ser observado para desenvolver esse tipo de projeto é preciso promover uma reflexão crítica sobre a projeção das ações sociais na comunidade, tanto nas questões de sustentabilidade que decorrem desses projetos sobre a valorização e preservação do território como da cultura tradicional local. Neste sentido, refletir sobre o Design de Moda, articulando-se diferentes metodologias projetuais implica em conhecer e propor novos modelos de projeto respondendo a essas novas necessidades dos cenários da atualidade.

Neste contexto, como foi apresentado, Metadesign surge como uma ferramenta estratégica potencializadora para desenvolver projetos em sistemas sócio-técnicos complexos, como o da ação do designer de Moda Jum Nakao no *Reality Project*, por conta de ser uma metodologia que possibilita projetar processo produtivos no lugar de projetar o produto final. Além de promover ação reflexiva nas etapas do projeto, permitindo-se assim melhores escolhas determinantes nas ações produtoras possíveis. Enfatiza-se também a possibilidade de inovação social com valorização das ações criativas e saberes tradicionais dos participantes do projeto.

Referências:

- BERLIM L. Moda e Sustentabilidade. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.
- BLACK, S. *The Sustainable Fashion Handbook*. United Kingdom: Thames & Hudson, 2012.
- BROWN, S. Eco Fashion. United Kingdom: Laurence King Publishers, 2010.
- CARDOSO, Rafael. Design para um mundo complexo. São Paulo: Editora Cosac Naify, 2011.
- CASTILHO K.; OLIVEIRA A.C. Corpo e Moda: por uma compreensão do contemporâneo. São Paulo: Estação das Letras e Cores. 2008

CELASCHI, F.; DESSERTI, A. *Design e innovazione. Strumenti e pratiche per la ricerca applicata*. Carocci Editore, 2007..

DE CARLI, A. M. S. (Org.). *Moda, Sustentabilidade e Emergências*. Rio Grande do Sul: EDUCS: 2012.

FLETCHER, Kate. *Moda & Sustentabilidade: design para a sustentabilidade*. São Paulo: Senac, 2011.

FLUSSER, V. *O Mundo Codificado*. Org. Rafael Cardoso. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

MANZINI, E. *Design for Sustainability. How to design sustainable solutions*. 2007

_____. *O Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis*. São Paulo: EDUSP, 2008

_____.; MORAES, D. *Metaprojeto: o design do design*. São Paulo: Blucher, 2010. p. IX – XIII.

_____. *Design para Inovação Social e Sustentabilidade: Comunidades Criativas, Organizações Colaborativas e Novas Redes Projetuais*. Rio de Janeiro: Epapers, 2008

_____. *Scenarios of Sustainable Wellbeing*.

_____. MERONI A.; ET AL. *Creative communities: People inventing sustainable ways of living*. Edizioni POLI.design First Edition: January 2007.

MORAES D. *Metaprojeto: o design do design*. Anais In: Congresso de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 7, Curitiba, 2006b. p. 1-6.

_____. *Limites do Design*. São Paulo: Editora Studio Nobel, 1999.

_____. *Metaprojeto: o design do design*. São Paulo: Blucher, 2010.

NAKAO, J. *Entrevista - Pesquisa Economia e Cultura da Moda no Brasil*. Instituto das Indústrias Criativas, Conselho Nacional de Políticas Culturais (CNPC), Secretaria Executiva, Secretaria de Políticas Culturais do Ministério da Cultura, 2011.

VALIATI, L.; SILVA L. S.; OLIVEIRA L. M. B.; PEREIRA R.N. *Pesquisa Economia e Cultura da Moda no Brasil*. Instituto das Indústrias Criativas, Conselho Nacional de Políticas Culturais (CNPC), Secretaria Executiva, Secretaria de Políticas Culturais do Ministério da Cultura, 2011.

VASSÃO, C. *Metadesign: ferramentas, estratégias e ética para a complexidade*. Nacional: Editora Edgard Blucher, 2010.

VEZZOLI, C. *Sustainability in Design: Now! LeNS, a regenerative multi-polar, open learning platform on design for Sustainability*. In: Anais do 2º Simpósio Brasileiro de Design Sustentável (II SBDS), Rede Brasil de Design Sustentável – RBDS, São Paulo | Brasil | 2009. Disponível em: <http://portal.anhembri.br/sbds/anais/ISSD2009-P-30.pdf> Acesso em 27/07/2013

_____. *Design e sistema de inovação para a sustentabilidade*. In: DE CARLI, A. M. S. (Org.). *Moda, Sustentabilidade e Emergências*. Rio Grande do Sul: EDUCS: 2012.

Websites Consultados

JUMNAKAO.COM.BR,2013

<http://www.jumnakao.com.br/produtos-interna.php?categoria=5&projeto=12>

<http://www.jumnakao.com.br/produtos-interna.php?categoria=5&projeto=70>

Sem data de edição, Acesso em 26/07/2013