

DESIGN PARA A SUSTENTABILIDADE*

*Entrevista com o arquiteto e designer italiano Marco Capellini, pela consultora em sustentabilidade Adriana Fortunato, especialmente para o SENAI São Paulo Design.

Fortunato: Nestes últimos anos se fala muito de sustentabilidade ambiental, você poderia explicar concretamente o que é um produto sustentável?

Capellini: Antes de mais nada, o termo sustentabilidade está bem inflacionado e tem sido usado em alguns casos impropriamente para justificar um comportamento ou ação de preservação ambiental sem fornecer especificações adequadas.

Nos últimos 2 anos de crise econômica, muitas empresas aproveitaram da "onda verde" do mercado através de ações de *green washing*, como pura ação de *marketing* e não como uma ação concreta de sustentabilidade ambiental.

Um produto sustentável é um produto que representa um conjunto de performances ambientais que o caracterizam. Definir um produto como sustentável é uma definição muito genérica. O importante é entender onde, como e quando o produto é sustentável. A sustentabilidade aplicada a um produto ou serviço deve ser comunicada ao consumidor para que ele compreenda quais são estas performances ambientais, ou seja, as características ambientais que verdadeiramente distinguem este de outros produtos.

Fortunato: Quais são as principais características da sustentabilidade aplicada ao produto?

Capellini: Estas características podem ser determinadas pelo uso de materiais reciclados, pelo baixo consumo energético, das emissões de CO₂, do baixo consumo de água e de outros aspectos orientados para a preservação ambiental. Por este motivo é importante utilizar o termo "sustentabilidade" definindo o produto com nome e sobrenome evidenciando as performances ambientais que definem o produto responsável em si e para o mercado. A sustentabilidade não é alguma coisa que se compra, ou se vende ou se utiliza temporariamente.

Fortunato: A comunicação ambiental de um produto é fundamental para que o consumidor possa compreender e avaliar o impacto ambiental e social de um produto e decidir por um consumo consciente. Você mencionou o termo *green washing* o que ele significa exatamente?

Capellini: "*Green washing*" é o termo que está sendo mais usado pelo mercado. É um neologismo que indica a utilização imprópria das ações ambientalistas por parte da empresa, indústria ou organização, que cria uma falsa imagem positiva relativa às atividades ambientalistas, bens e serviços, para distorcer a atenção do que realmente devem ser as responsabilidades ambientais no confronto real dos impactos ambientais negativos. Em síntese, um termo que é utilizado para distinguir quem declara a verdade de quem declara o falso.

Fortunato: Para projetar um produto ambientalmente sustentável e evitar riscos de *green washing* quais são os pontos de maior importância?

Capellini: O projeto ambiental de um produto, melhor conhecido como *ecodesign*, é uma estratégia projetual que analisa e avalia o impacto ambiental durante o ciclo de vida do produto para depois sucessivamente intervir no processo do seu aprimoramento.

A aplicação desta estratégia não é simples, o importante é definir bem os objetivos a serem atingidos para evitar esforços e investimentos econômicos que não terão retorno com os resultados. O projeto ambiental de um produto, ou melhor, o projeto das performances ambientais de um produto, deve considerar o consumo, os materiais a serem utilizados, a embalagem, o transporte e o reuso e reciclagem no pós consumo.

Fortunato: Um produto sustentável terá um custo mais elevado?

Capellini: Na verdade, o desenvolvimento de produtos ambientalmente sustentáveis não comporta custos elevados em comparação com os tradicionais. São muitos, e aumentam os casos que demonstram como, um correto projeto de desenvolvimento de novos produtos ambientalmente

responsáveis gera benefícios econômicos e de preservação ambiental.

A demanda do mercado internacional por produtos sustentáveis cresce e novas tecnologias e materiais surgem para atender com maior viabilidade econômica destes produtos.

Fortunato: Os materiais eco compatíveis tem um papel fundamental no design para a sustentabilidade, quais são as perspectivas para os próximos anos?

Capellini: Os materiais entram no capítulo de inovação. Estamos assistindo a uma transformação de produtos graças aos materiais e nos últimos anos tivemos grandes avanços nesta nova tipologia de materiais de fontes renováveis e reciclados.

Matrec, o primeiro banco de dados na Itália, de materiais reciclados é um exemplo do que acontece ao redor do mundo. Materiais com características diversas, que não deixam nada a desejar em relação a materiais virgens e que graças a sua tecnologia avançada e inovação estão sendo utilizados em desenvolvimento de produtos acabados por grandes empresas nacionais e internacionais. É um aspecto importante, porque não é todo mundo que sabe que a utilização de materiais reciclados permite a redução de consumos energéticos em comparação a materiais virgens e também a redução de CO₂ em todo o processo.

Para os próximos anos o desafio de produtos e eco inovação será ligado a novos materiais que derivam não só da reciclagem; mas da "retransformação", como por exemplo, os biomateriais, sempre mais difundidos, como o bioplástico; e também a nanotecnologia que neste momento faz grandes avanços na temática ambiental.

Fortunato: Com a sua experiência na área de consultoria empresarial quais são os setores econômicos com melhores resultados em termos de qualidade ambiental de produto?

Capellini: A minha experiência pessoal nacional, e nos últimos anos internacional, me demonstraram que a temática ambiental, ou melhor, o desenvolvimento de produtos com elevada performance ambiental é uma demanda do mercado, porque o consumidor esta cada dia mais atento.

São muitos os setores envolvidos. Tivemos experiência nos setores de eletrodomésticos ao moveleiro, como também no setor de calçados a produtos de decoração.

Além de países europeus e Estados Unidos, a colaboração com o Brasil e Argentina mostra como se propaga na escala global o interesse pelo desenvolvimento de produtos sempre mais eco inovadores, do ponto de vista do design, da inovação e da pesquisa. O cenário está mudando e o mercado oferece muitas oportunidades em vários segmentos.

Fortunato: Em relação às estratégias de sustentabilidade aplicada ao produto, quais são as diferenças para pequenas e médias empresas em relação às grandes empresas?

Capellini: Pela minha experiência na área de consultoria nos últimos anos com empresas como 3M, Samsung, Nivea, Indesit Company, se evidencia sempre mais, uma maior atenção ao desenvolvimento e pesquisa de novos materiais ambientalmente sustentáveis.

Inovação, pesquisa e sustentabilidade são três elementos que as grandes empresas levam muito a sério na situação atual. Por parte de pequenas e médias empresas a estratégia muda, porque os esforços orientados para a inovação devem ter o máximo resultado com o mínimo investimento. E neste caso, a utilização de novos materiais ambientalmente sustentáveis permite criar produtos com valor agregado e assim serem competitivos para o mercado do ponto de vista da sustentabilidade.

Por outro lado, é muito importante investir em formação e *know how* para formar *designers*, profissionais de *marketing* e da área comercial, como também CEOs, para incorporarem os conceitos da sustentabilidade seriamente no processo industrial. É isso vale tanto para pequenas, médias e grandes empresas.



Adriana Gagliotti Fortunato

Consultora de sustentabilidade e projetos especiais. cursou arquitetura pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo Brás Cubas é formada em Science of Natural Health Clayton College of Alabama / Master in Science of Natural Health Clayton College of Alabama. Marketing College for Distributive Trades The London Institute Public Relations College for Distributive Trades The London Institute. Colaboradora da Università Degli Studi Di Siena (UNISI). Consultora do projeto de colaboração Brasil-Itália Università degli studi di Siena UNISI. Idealizadora e curadora dos projetos: Brasil Itália Dialogo Sustentável, MISP Milão e São Paulo e Net&work to go Green.



Marco Capellini

Arquiteto e designer industrial pelo Politécnico de Milão. Docente da cadeira de desenho industrial da Universidade Sapienza de Roma e Universidade de Ascoli (coordenador do 1o. curso Máster de Ecodesign). Consultor do Ministério das Atividades Produtivas e do Observatório Nacional de Resíduos, nas principais temáticas ambientais. Sócio proprietário da CAPELLINI | design & consulting um dos primeiros estúdios profissionais de Design Ambiental de produtos e serviços em ECODESIGN. Em 2002 criou a Matrec (MATerial REcycling), o primeiro banco de dados italiano de materiais e produtos reciclados.

O conteúdo do INFOPAPER é de responsabilidade do autor. A reprodução total ou parcial deste material, só é permitida mediante autorização. Para mais informações, entre em contato: (11) 3146-7698.

O objetivo da Série INFOPAPER é o de aumentar os conhecimentos, que sejam capazes de resultar em avanço, para as empresas.

Autor do mês: Adriana Gagliotti Fortunato. Responsável: SENAI São Paulo Design.