

Histórias do Design no Rio Grande do Sul – II é uma obra que compila as pesquisas realizadas na disciplina 'Tópicos Especiais em Design: História do Design no Brasil', oferecida pelo Programa de Pós-Graduação em Design da UFRGS entre julho e setembro de 2023. Este é o segundo volume focado nas histórias do design gaúcho, sucedendo o primeiro volume originado em 2019. A disciplina, que teve suas raízes na FAUUSP em 2007, já percorreu São Paulo, Minas Gerais e Paraná, resultando em relevantes contribuições para a historiografia do design local, publicadas em livros, artigos, teses e dissertações.

A abordagem da Micro-história utilizada nessas pesquisas destaca-se por preencher lacunas na história de um Brasil continental, revelando tanto similitudes quanto peculiaridades regionais no âmbito cultural e industrial. A riqueza deste empreendimento acadêmico é ampliada pelas parcerias institucionais e docentes, como a colaboração entre o PPGDesign da USP e o PGDesign da UFRGS.

Este volume apresenta dez monografias selecionadas, que aprofundam temas que interligam o design com educação, saúde, artesanato, patentes, políticas públicas, sustentabilidade, moda e vestuário, identidade visual e jogos, contribuindo para a compreensão da rica trajetória econômica e industrial do Rio Grande do Sul e sua relação com o design. A continuidade desse projeto, iniciado com a publicação do primeiro livro em 2021, destaca a importância de registrar e valorizar as histórias do design regional, fortalecendo a identidade do design gaúcho e demonstrando a capacidade projetiva dos brasileiros em criar soluções inovadoras e de qualidade.

Airton Cattani – Editor

HISTÓRIAS DO DESIGN NO RIO GRANDE DO SUL - II
Braga e Curtis (Orgs.)

HISTÓRIAS DO DESIGN NO RIO GRANDE DO SUL - II

Marcos da Costa Braga
Maria do Carmo Gonçalves Curtis
Organizadores



HISTÓRIAS DO DESIGN NO RIO GRANDE DO SUL - II

Marcos da Costa Braga

Maria do Carmo Gonçalves Curtis

Organizadores



Coza: Dois momentos de relações com o ecodesign (1987/ 2012)

*Nicolas de Souza Schaulet
Jocelise Jacques de Jacques*

Introdução

Este artigo tem por objetivo compreender a relação da Coza com o ecodesign em dois momentos: o primeiro em 1987, durante a gestão da família Zatti, e, o segundo, a partir de 2012, após a aquisição pelo Grupo Brinox. A Coza Utilidades Plásticas é uma empresa gaúcha com mais de 40 anos de atuação no segmento de utensílios domésticos de plástico. Na sua estratégia, enfatizam-se os princípios da multifuncionalidade, da praticidade e da estética, resultando na criação de produtos utilitários que perduram nas casas dos consumidores por muitas décadas. Muitos deles foram desenvolvidos dentro de linhas ambientalmente amigáveis, considerando todo o ciclo de vida, desde a produção até o pós-consumo.

Considera-se o ecodesign como conceito-chave para o desenvolvimento de um produto com enfoque na redução do impacto ambiental durante o ciclo de vida. Portanto, o objetivo deste trabalho é investigar a interseção entre o ecodesign e a trajetória da empresa Coza. Assim sendo, a intenção é analisar os desafios enfrentados durante a gestão da família Zatti e após a aquisição pelo Grupo Brinox.

A metodologia empregada partiu da revisão bibliográfica sobre design sustentável e ecodesign. A revisão bibliográfica

representa a base teórica a partir da qual é feita a análise de dados da pesquisa (AZEVEDO, 2016). Neste estudo, emprega-se uma abordagem própria da Micro-história para analisar a relação da Coza com o ecodesign em um recorte temporal de reduzida escala de observação com o intuito de entender aspectos que, de outro modo, passariam despercebidos (BARROS, 2007). Para a coleta de depoimentos individuais, optou-se pela história oral, que é uma metodologia voltada para a produção de narrativas como fontes de conhecimento, mas principalmente do saber (DELGADO, 2003). Para Grossi e Ferreira (2001), as narrativas desembocam no saber sobre um fato, despertando no ouvinte o desejo de significar experiências vividas que não retornam mais. Os depoimentos foram coletados com base em duas entrevistas temáticas para compreender a relação da empresa Coza com o ecodesign. Para aprofundar a compreensão da história da empresa, foi realizada uma pesquisa em fontes bibliográficas adicionais, além das entrevistas com as partes envolvidas de destaque.

Sustentabilidade e estratégias gerenciais

A sustentabilidade desempenha um papel essencial no progresso da sociedade e a busca pelo desenvolvimento sustentável tem raízes históricas. O conceito válido para a sustentabilidade foi definido no relatório com o resultado do trabalho da Comissão Mundial (da ONU) sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (UNCED) “Nosso Futuro Comum”, coordenado pela norueguesa Gro Harlem Brundtland.

A comissão de Brundtland define o desenvolvimento sustentável como aquele que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades. O conceito de desenvolvimento

sustentável implica limites, não limites absolutos, mas limitações impostas pelo estado atual da tecnologia e da organização social aos recursos ambientais e pela capacidade da biosfera para absorver os efeitos das atividades humanas (CAMPOS, 2011).

Outro movimento histórico no segmento ambiental foi a Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente e Desenvolvimento, a Rio-92. Capobianco (1992) relata que a Rio-92 tinha processos de negociações para a convenção sobre Mudanças Climáticas, convenção sobre Biodiversidade, Protocolo de Florestas, Carta da Terra e Agenda 21. Passados cinco anos da conferência, em março de 1997, o mesmo Rio de Janeiro sediou outra importante conferência, a Rio+5, organizada pela sociedade civil para avaliar os resultados implementados da Rio-92 (CORDANI, MARCOVITCH E SALATI, 1997). Para Amorim (1993), o conceito de Desenvolvimento Sustentável surge no final do século XX repleto de desafios, como os problemas da desigualdade social, das crises econômicas e políticas, do tráfico de drogas e principalmente caracterizada pela noção de escassez. A visão sobre sustentabilidade precisava ser ampla e sistêmica. Manzini e Vezzoli (2002) apresentam alguns requisitos gerais para o projeto de produtos:

- Basear-se fundamentalmente em recursos renováveis (garantindo ao mesmo tempo a renovação);
- Otimizar o emprego dos recursos não renováveis (compreendidos como o ar, a água e o território);
- Não acumular lixo que o ecossistema não seja capaz de renaturalizar (isto é, fazer retornar as substâncias minerais originais e, não menos importante, às suas concentrações originais).

Manzini e Vezzoli (2002) complementam que, levados

seriamente, esses requisitos indicam com muita clareza o quanto, e como, o sistema de produção e de consumo das sociedades industriais contemporâneas está distante da definição de desenvolvimento sustentável. Assim, elaborar estratégias para promover a sustentabilidade em uma empresa ou em um produto era e ainda é uma tarefa desafiadora. As empresas buscam uma abordagem mais abrangente para reduzir o impacto ambiental ao longo do ciclo de vida de seus produtos. Para Lacerda e Guimarães (2017), o design voltado para a sustentabilidade deve ser analisado abrangendo as dimensões sociais, ambientais e econômicas. Chiu e Chu (2012) afirmam que esse conceito também é conhecido como *Triple Bottom Line* (TBL), em que o lucro, o ambiente e a sociedade são considerados simultaneamente. Segundo Rachuri, Sriram e Sarkar (2009), para medir o impacto dos produtos na sustentabilidade, este deve ser medido em termos de TBL, considerando os três indicadores juntos. Fatores ecológicos, tais como a diminuição dos gastos de energia e a diminuição da produção de lixo, começaram a ser considerados no projeto de produtos com a aplicação de várias estratégias desenvolvidas sob a noção do ecodesign ainda na década de 1990 (PEREIRA, 2003). Ela comenta que essas estratégias se baseiam em dois eixos principais: considerações da questão ambiental como parte integrante do projeto e articulações dos fatores (humanos, ecológicos e econômicos) e consideração de suas complexibilidades em relação aos produtos.

Estratégias gerenciais desempenham um papel crucial no desenvolvimento de produtos sustentáveis. Mas para formular essas estratégias, a empresa deve primeiro possuir conhecimento e reconhecer o design como um dos principais pilares em sua estrutura organizacional. O uso do design como pilar estratégico de uma empresa pode ser avaliado por meio do Design Ladder, uma ferramenta desenvolvida em 2001

pelo Danish Design Centre (DANISH DESIGN CENTRE, 2015). Na figura 1 é possível analisar a classificação de cada degrau da ferramenta.



Figura 1: *Design Ladder*. Adaptado de Kretzschmar, 2003.

- Degrau 1 – Não design: O design é uma parte imperceptível; por exemplo, o desenvolvimento de produtos é realizado por membros da equipe que não são profissionais de design;
- Degrau 2 – Design como estética: O design é percebido como a estética final de um produto;
- Degrau 3 – Design como um processo: O design não é uma parte finita de um processo, mas um método de trabalho adotado desde o início do desenvolvimento do produto;

- Degrau 4 – Design como estratégia: O designer colabora com o proprietário na adoção de uma abordagem inovadora para toda – ou partes substanciais – da base empresarial.

Empresas que adotam o design como estratégia, ou seja, que estão no quarto e último degrau, possuem maiores rendimentos, aumentos efetivos na economia e maiores exportações do que as empresas que não valorizam o design. Os efeitos econômicos são mais pronunciados onde o design é enraizado (DANISH DESIGN CENTRE, 2015). A ferramenta *Design Ladder* foi usada na monografia com o objetivo de entender como o design era percebido pelos dirigentes da empresa Coza nas duas gestões, de 1987 a 2012. Assim, foi possível identificar como a empresa utilizava o design como estratégia para desenvolver os produtos com o conceito de ecodesign.

A Coza sob a direção da família Zatti

A Indústria Coza Utilidades Plásticas foi fundada no ano de 1982 pelo empresário Rudy Luiz Zatti, em Caxias do Sul, no Rio Grande do Sul (MIRA, 2018). No início da indústria, a estratégia era comercializar sandálias plásticas para ingressar no mercado que estava em ascensão na época. Zatti (2023) comenta em entrevista que o investimento em produção e maquinário era grande, então mudaram para utilidades domésticas, como itens para o público masculino, comercializando principalmente saca rolhas e baldes de plástico para gelo. Até meados de 1987, Rudy estava à frente da indústria. A partir daquele ano, a gestão da empresa passou para as mãos de sua filha, Cristina Zatti, e de sua esposa, Vera Zatti, que implementaram estratégias de design agregando cores e materiais diferenciados. A Coza passou por transformações, desde a identidade da marca a mudanças do segmento de

mercado que ocupa, mudando a linha de seus produtos e o posicionamento (MIRA, 2018). Durante o período em que Cristina Zatti esteve à frente da empresa, a sua visão estratégica sempre foi baseada em diferenciação no mercado. A cada movimento e inovação tecnológica, ela implementava o design como ferramenta estratégica para se adaptar às mudanças tecnológicas. Alguns pontos são destacados na entrevista:

Nós produzimos o primeiro copo plástico não descartável do mercado. No início dos anos 90 veio o micro-ondas e abriu esse mercado de produtos que iam no micro para aquecer e servir a mesa; [...] nesta época entraram as minhas irmãs e aí tudo foi crescendo (ZATTI, 2023 - Entrevista concedida ao pesquisador).

No início da década de 1990, a marca Coza praticamente não existia, porque era uma empresa muito pequena que vendia saca rolhas. Quando a Coza ingressou no segmento dos utensílios de plástico, o mercado gaúcho era muito pequeno e, para se desenvolver, a empresa precisou expandir ao nível nacional, ingressando no eixo Rio-São Paulo. Cristina Zatti relata as oportunidades e parcerias em nível nacional, quando o design foi introduzido como estratégia. Em entrevista ela menciona alguns detalhes, conforme transcrito a seguir:

Na época, o nosso maior cliente, que acreditou realmente no nosso produto, foi a Mesbla; [...] então, a gente desenvolvia produtos juntos, cores e coleções; [...], mas o nosso grande mercado era o mercado do centro do país, Rio e São Paulo (ZATTI, 2023 - Entrevista concedida ao pesquisador).

Conforme o site da Coza (2023), a empresa sempre esteve em busca de possibilidades de inovação, oferecendo novas soluções para as pessoas e o mundo, aprimorando produtos, processos, e tudo o que engloba o universo da marca. Ao

longo do crescimento da empresa no mercado, conquistando clientes, desenvolvendo produtos e validando possibilidades de expansão nacional e internacional, a Coza também implementou estratégias gerenciais como o ecodesign na exploração de novos materiais. O polipropileno é o principal polímero que a empresa utiliza para fabricar seus produtos desde meados dos anos 1990 (MIRA, 2018). Conforme sua página institucional, a Coza não utiliza na produção plásticos de uso único. A principal fonte de matéria-prima utilizada é 100% reciclável, resistente, de uso contínuo e reutilizável. Cristina Zatti comenta que a Coza sempre teve em sua essência o cuidado com a sustentabilidade e já utilizavam o conceito de ecodesign na indústria e no desenvolvimento de novos produtos. No relato citado a seguir, ela comenta sobre alguns momentos:

Acredito que sempre tivemos uma preocupação com o ecodesign. Desde o princípio a gente reutilizava água da chuva; [...] utilizávamos a água da chuva para repor a evaporação, a perda de água do sistema de injeção; [...] e desde o início, por uma questão econômica, a gente reciclou a nossa sucata; [...] o que seria a nossa sucata? Os primeiros produtos que a gente injeta e não saem completos ou têm alguma manchinha de troca de cor, já reciclávamos imediatamente cada material na sua cor; [...] o que era misturado ia para o preto e a gente reutilizava uma parte de 10% da nossa injeção, então tinha esse novo próprio material reciclado que nunca alterava a qualidade do produto (ZATTI, 2023 - Entrevista concedida ao pesquisador).

Somando com a gestão sustentável da indústria, a Coza apostava na qualidade de materiais e tecnologias. Cristina Zatti relata que participou de uma feira na Alemanha em meados dos anos 1990, onde conheceu um compósito de lignina com madeira, material que poderia integrar o conceito de ecodesign ao desenvolvimento de novos produtos, conforme observação a seguir: "Bom, é interessante poder usar um

material em que 35% da matéria-prima é de fonte renovável". Em consequência deste achado, a empresa iniciou internamente o estudo do material, analisando a viabilidade de implementação, principalmente em relação à produção e à comercialização. Após a investigação do material, Cristina Zatti iniciou o desenvolvimento da Linha Bios com a nova tecnologia de biopolímero para lançar no mercado uma linha de produtos que se conecta com os objetivos estratégicos almejados com o ecodesign. A Linha Bios continha suas vantagens estéticas por imitar madeira e materiais naturais. Conforme a empresa foi implementando o compósito nos produtos, algumas limitações surgiram:



Figura 2: Linha Bios. Fonte: Imagem cedida pela Coza em arquivo do autor.

A gente fez a Linha Bios, que era com esse material de madeira; [...], mas esse material, por ter 35% de matéria orgânica de fonte renovável tinha alguns problemas, por exemplo, ele umedecia e esbranquiçava; [...] tinha a linha de bandejas que ele se adequava perfeitamente, agora numa linha de banheiro que estava na área

molhada da bancada já não funcionava tão bem (ZATTI, 2023 – Entrevista concedida ao pesquisador).

Além do compósito de lignina com madeira, a Coza começou a utilizar o polietileno verde¹ da Braskem na virada dos anos 2000, implementando o material na linha de organizadores. Nas palavras de Zatti (2023), "o mercado é muito sensível ao preço. Por mais que o produto tivesse o diferencial de ser feito com matéria-prima renovável, o consumidor não aceita pagar muito". No que tange aos produtos, a questão ambiental não deve mais ser vista somente como assunto ecológico, mas entender o usuário, seu engajamento em relação a valores e em relação à qualidade funcional do produto (PEREIRA, 2003). Dalcin e Costa (2008) complementam que existe um conjunto de valores que formam o conceito de produtos da Coza, entre os quais estão: simplicidade, curvas, cores, materiais recicláveis e funcionalidade baseada nas necessidades do consumidor.

A Coza incorporou em seus produtos novos conceitos entre eles a multifuncionalidade, a modularidade, com produtos empilháveis, encaixáveis e de fácil limpeza (MIRA, 2018). O compromisso da empresa sempre foi oferecer o máximo de qualidade ao consumidor, mas aplicar o conceito de ecodesign com novos materiais era um desafio. Cristina Zatti falou sobre as estratégias gerenciais dentro do ciclo de vida dos produtos.

Na minha opinião, dentro dessa linha de ecodesign, mais do que usarmos alternativas de matérias-primas, é fazermos um produto de qualidade que tenha uma vida longa; [...] por que o plástico é um material facilmente renovável; [...] então se dermos uma vida longa para ele, o produto se torna ecológico; [...] os nossos produtos sempre tiveram qualidade, você pode comprar um copo como copo, depois ele vai virar um porta lápis, depois ele vai virar um organizador, enfim você fica 20, 30 anos com o

1. O polietileno verde da Braskem combina alto desempenho e processabilidade e o uso de matérias-primas como o etanol e a cana-de-açúcar (BRASKEM, 2012).

produto e depois você destina ele para uma reciclagem; [...] então eu acho que isso funciona mais em nível de plástico do que esses plásticos com lignina ou plástico verde; [...] acredito que isso não funciona bem no nosso mercado (ZATTI, 2023 – Entrevista concedida ao pesquisador).

A Coza era uma empresa enxuta em sua fundação e a sustentabilidade importante, tanto que já possuía uma operação ecoeficiente, coletando água da chuva com um sistema de captação e reutilização na fábrica. Zatti (2023) lembra que, na medida do possível, buscavam ser sustentáveis, mas estratégias de ecodesign foram implementadas com os materiais verde e biocompósitos, que na época funcionou, mas era uma parcela muito pequena da produção. Outros projetos integrando ecodesign foram desenvolvidos na Coza. Cristina Zatti comenta sobre a linha Native, que combina dois tipos de plástico em sua estrutura.

Para esse produto, a gente utilizou uma textura que imitava os veios da madeira; [...] isso também foi uma coisa que nós lançamos, o plástico com textura; era algo diferente para a época; [...] de onde eu tirei esse conceito das texturas? Dos automóveis. Os painéis tinham uma textura e eu achava que isso dava uma estética bacana; [...] era mais um link com a proveniência do material, né; [...] o verde era polipropileno e o prato era composto com madeira; [...] era para ser uma linha dentro deste contexto que as pessoas conseguissem visualizar um pouco mais a questão da ecologia (ZATTI, 2023 – Entrevista concedida ao pesquisador).

Barba (2009) relata que a Linha Native de utensílios de plástico ecológico da Coza (figura 2) foi premiada na segunda edição da IDEA (*International Design Excellence Award*) Brasil, em 2009, como um dos melhores produtos do ano na categoria ecodesign. A linha era composta de sete peças para petiscos utilizando fibra de coco na sua matéria-prima. A composição era de 65% de polipropileno e 35% de biopolímero feito de casca e fibra de coco.

Figura 3: Linha Native.
Fonte: Imagem cedida pela Coza em arquivo do autor.



Ao introduzir produtos sustentáveis no mercado e ganhar prêmios, a Coza foi pioneira na apresentação de inovações no setor de utensílios de plástico da época. A empresa estava confiante de que essas linhas tinham um futuro promissor. No entanto, como indicado na entrevista, essas linhas tinham suas limitações tanto no processo de fabricação quanto no uso pelo consumidor. Uma dessas limitações era que as novas linhas não podiam ser utilizadas no micro-ondas devido à sua composição com lignina. A Coza acreditava que a sustentabilidade do plástico era a durabilidade e a facilidade de reciclagem, pois trabalhar com materiais eco era difícil até para reciclar (ZATTI, 2023). Houve uma sensibilização do mercado em relação às empresas que se comunicavam de maneira sustentável, mas as limitações acabavam inviabilizando futuros projetos com bioplásticos.

Notadamente, conforme relatado na entrevista, os produtos com plásticos sustentáveis tinham suas vantagens e desvantagens, mas o conceito do ecodesign era implementado além dos materiais. A empresa fazia produtos para durarem anos nas residências dos consumidores. A entrevista aponta que a Coza, sob a gestão da família Zatti, foi amplamente essencial para disseminar a marca pelo Rio Grande do Sul, principalmente pelo Brasil, como referência no desenvolvimento de produtos com ecodesign. Atualmente, a empresa

está incorporada ao Grupo Brinox. Para compreender este outro contexto, serão abordadas a seguir as relações da Coza sob a nova direção.

A empresa sob a direção do Grupo Brinox

O ano era 1988 quando Valdomiro Remussi fundou a Brinox, marca de utensílios domésticos em metal, em Caxias do Sul, Rio Grande do Sul. Bezerra (2021) relata que anos depois a empresa foi vendida para o fundo de investimentos Southern Cross Group. Após o aporte, a companhia passou por um reposicionamento de marca e se tornou o Grupo Brinox. Atualmente o grupo possui três empresas incorporadas: a Coza, a Brinox e a Haus Concept, gerando em torno de 2.800 itens em suas linhas.

No início de 2012, o Grupo Brinox comprou a Coza Utilidades Plásticas, líder em artigos domésticos de plástico com design no Brasil (TOAZZA, 2019). Patrícia Sandrin, designer de produto do Grupo Brinox, participante desta pesquisa, contextualiza alguns detalhes na entrevista:

O que foi bom para a Coza ao ser agregada à Brinox foi que ela conseguiu ser vendida nos mesmos canais da Brinox, então abriu muita venda para ela, conseguindo um maior alcance e teve um crescimento da marca por isso; conseguiu pulverizar ainda mais os produtos (SANDRIN, 2023 – Entrevista concedida ao pesquisador).

Antes mesmo da incorporação da Coza, o Grupo Brinox já era preocupado com questões de sustentabilidade. A empresa já implementava ações de recuperação da água da chuva para uso na indústria junto à estação de tratamento de água. Dentro do contexto de sustentabilidade, o Grupo Brinox recentemente lançou o projeto *Green Planet*, pelo qual a empresa busca desenvolver projetos ecologicamente mais

2. Baquelite regenerado utiliza uma tecnologia que trabalha com aparas industriais do próprio baquelite e mistura com serragem, também proveniente de madeiras certificadas (SANDRIN, 2023).

responsáveis, trabalhando intrinsecamente com o conceito de ecodesign. Com linhas de produtos mais sustentáveis, a indústria fomenta toda a cadeia produtiva: fornecedores, matérias-primas, métodos de produção, embalagens, produto final e descarte consciente (BRINOX, 2023). O projeto visou desenvolver panelas com cabos de baquelite regenerado², reduzindo o uso de baquelite 100% virgem, e o desenvolvimento de panelas com alumínio 100% reciclado. Patrícia Sandrin afirmou que o projeto *Green Planet* foi incorporado também na Coza, lançando produtos em PCR (*Post-Consumer Recycled*), que são plásticos (polipropileno) oriundos do pós-consumo, recolhidos por cooperativas, tanto na faixa litorânea quando no Brasil inteiro.



Figura 4: Linha Flora Ocean e Linha Flora.
Fonte: Imagem cedida pela Coza em arquivo do autor.

A gente divide em duas linhas: o Flora Ocean, aquele proveniente do litoral brasileiro; [...] não estamos retirando de dentro do oceano, mas sim impedindo que isso vá para lá e reaproveitando

em produtos que são duráveis; [...] e a linha Flora que é em PCR também 100% reciclado, mas é do restante do Brasil (SANDRIN, 2023 – Entrevista concedida ao pesquisador).

Ao longo da entrevista, Patrícia Sandrin destaca que um dos desafios das linhas foi evitar desenvolvimento de produtos que não tivessem contato com alimentos. Ela explica que atualmente, no Brasil, a Anvisa não permite plásticos reciclados em contato com alimentos. O plástico reciclado utilizado na Linha Flora possui várias vantagens: é adequado para ganhar colorações e se adaptou bem no processo de injeção nos moldes que já existem (sandrin, 2023). Outro desafio que Patrícia Sandrin comenta foi alinhar processo, custo, design e a procedência do material.

Dentro da Coza a gente reutiliza as nossas aparas; a sucata que sobra das injetoras volta para o processo, só que isso acontece em todas as cores que são transformadas na cor preta; [...] alguns materiais que me apresentaram eu só podia fazer em preto, cinza ou marrom, cores que não eram atrativas para o consumidor; [...] então o material da Flora realmente se destacou por isso; porque a gente conseguiu compor uma paleta de cores; [...] também a gente pode usar os mesmos moldes; [...] esses foram os desafios que foram enfrentados até chegarmos na linha atual da Flora (SANDRIN, 2023 – Entrevista concedida ao pesquisador).

Relacionando outros projetos com o conceito de ecodesign, foi citado o projeto da Linha Bios, apresentado no item anterior. Patrícia Sandrin comenta: "Eu sei que foi uma revolução quando foi lançado. A Coza lançou primeiro, e ele vinha da Alemanha, por que era o único fornecedor". Conforme a evolução do mercado, o produto acabou ficando cansado, o mercado saturou e a concorrência começou a se espelhar na Coza e lançaram produtos similares com o mesmo material. Cristina Zatti lembra os desafios enfrentados na época em que a linha estava em desenvolvimento.

Ela tinha alguns desafios, porque era um material muito mais corrosivo, um material que altera o polimento do molde por ser corrosivo; [...] todo um processo tecnológico que a empresa já tinha, que são as câmaras quentes para tornar o processo mais produtivo, mas não funcionava bem com este material; [...] então a gente teve que fazer uma readequação de produtos e moldes para poder usar esse material e viabilizar essa linha (ZATTI, 2023 – Entrevista concedida ao pesquisador).

Patrícia Sandrin comenta que a Coza foi pioneira no Rio Grande do Sul no segmento de utensílios domésticos de plástico a implementar o ecodesign no desenvolvimento de produtos, por isso a Linha Bios foi reconhecida. Durante a história da Coza, outros materiais foram utilizados. A empresa chegou a testar a matéria-prima de fécula de batata, mas por limitações de produção acabou desistindo. Na entrevista Patrícia Sandrin disse que: "o material ainda não estava tecnicamente resolvido, pois gerava brotos". Diante do pioneirismo da Coza em relação ao ecodesign, a longo prazo a empresa tendeu a se preocupar cada vez mais com a sustentabilidade, conforme relato a seguir: "também é a nossa responsabilidade dar um uso para isso, e mostrando a relevância do plástico em produtos que são duráveis, que não são esses de um uso apenas, esse é o diferencial da Coza". A expectativa da empresa é desenvolver as estratégias gerenciais que trabalhem com a circularidade de seus produtos após o uso, e encontrar formas de reaproveitar o plástico, dar novos usos para os produtos e implementar cada vez mais o conceito de ecodesign em suas linhas.

Considerações Finais

O objetivo era compreender a relação da Coza com o ecodesign em dois momentos: o primeiro, em 1987, durante a gestão da família Zatti e, o segundo, a partir de 2012 após a aquisição pelo Grupo Brinox. Observando a trajetória histórica da Coza

desde a sua fundação no final da década de 1980, nota-se que o fator sustentabilidade esteve presente desde a fundação, e foi implementada como estratégia para desenvolver uma operação eficiente. O uso da água da chuva era uma solução para aprimorar a refrigeração das matrizes, tática que influenciava intrinsecamente na redução de custos com refrigeração.

Ao analisar a implementação do ecodesign como estratégia de desenvolvimento de produtos na Coza, observa-se que na primeira gestão com a família Zatti o foco foi em pesquisas de novos materiais com fontes renováveis, desenvolvimento de produtos sustentáveis e o estudo da longevidade dos produtos. No entanto, na segunda gestão, a partir da aquisição pelo Grupo Brinox implementou-se o conceito de ecodesign com foco em desenvolvimentos de produtos e o pensamento da economia circular³ e análise da viabilidade de projetos que incorporem bioplásticos e a consideração de fatores sociais equitativos em relação às pessoas que estão em contato com a empresa e seus produtos.

A partir desta análise dos dois momentos da empresa, é possível constatar que o ecodesign influenciou no sucesso de linhas de utensílios domésticos que utilizaram bioplásticos ao longo dos dois momentos em questão. No momento da Linha Bios e a Linha Native o ecodesign se insere como um conceito para enriquecer as possibilidades de diferenciação frente ao mercado e como impulsionador para destacar o pioneirismo no segmento utilizando novas tecnologias. Associar a trajetória da empresa com a ferramenta *Design Ladder* possibilitou a compreensão das relações com o ecodesign nos dois momentos de gestão, em 1987 e depois em 2012. Na fase do Grupo Brinox, a relação da marca com o ecodesign divergiu para desenvolver produtos pensando em pontos de contato característicos durante o ciclo de vida do produto: manufatura, montagem, uso e descarte.

3. A economia circular contrasta com o modelo tradicional, o modelo econômico linear baseado no princípio "manufatura-consumo-descarte".

Na entrevista com a Patrícia Sandrin, ela destacou a preocupação em propor novas narrativas da marca frente à mudança global em relação à sustentabilidade, e a importância das estratégias da economia circular e do conceito do berço ao berço⁴.

De maneira ampla, compreende-se que o ecodesign influenciou em vários momentos nesta indústria, quando pulverizou a essência do pensamento no ápice do pioneirismo no segmento de utensílios domésticos de plástico até o momento mais recente ao lançar uma linha de produtos com o pensamento circular em nível nacional. No ano de 1987 o ecodesign se inseriu como ferramenta de pesquisa e desenvolvimento de produtos sustentáveis, desbravando um mercado ainda pouco explorado. Em meados de 2012, o ecodesign se consolida como potencial de desdobramento e aprimoramento de linhas sustentáveis da empresa, estabelecendo-se como uma estratégia econômica viável para novos lançamentos. Entretanto, há algumas semelhanças em relação às duas gestões frente ao ecodesign. O reaproveitamento das aparas que sobram no momento de injeção das peças era feito desde o início e continua sendo realizada até hoje, conforme relato de Patrícia Sandrin. Além disso, Cristina Zatti relatou que a utilização da água da chuva para refrigerar os moldes foi uma prática sustentável adotada desde a fundação da empresa e que ainda é parte integrante do processo produtivo atualmente. Estas semelhanças expressam o intuito da empresa em buscar a autoeficiência de maneira mais sustentável possível, implementando estratégias gerenciais que auxiliem isso. Conforme citado anteriormente por Lacerda e Guimarães (2017), o design centrado para a sustentabilidade deve incorporar questões sociais, ambientais e econômicas. Estes três fatores também são destaque nos dois momentos de gestão, quando a econômica impacta no

4. O conceito surge em 2012 como uma provocação ao ciclo vida de um produto, questionando o processo linear de extração, produção e descarte de materiais e produtos (IDEIA CIRCULAR, 2022).

estudo de novas tecnologias, o ambiental surge no reaproveitamento de água e de resíduos e o social abrange todos os *stakeholders*⁵ em contato com o produto.

Acreditamos que o uso da abordagem da Micro-História e do método da história oral para coletar dados e analisar a relação da Coza com o ecodesign por meio de um recorte temporal foi essencial para obter informações que foram apresentadas nesta monografia. Compreendemos que houve vários desafios superados para chegar à redação e à conclusão deste material. O objetivo geral da monografia, declarado na introdução, foi atingido.

Entendemos que há uma vasta gama de oportunidades para fazer outros estudos de caso sobre o conceito de ecodesign e empresas do Rio Grande do Sul. Para trabalhos futuros, seria interessante cruzar as relações do ecodesign apresentadas nesta monografia com outras empresas gaúchas no segmento de utensílios domésticos de plástico. Entender se há outros traços gaúchos para tratar o ecodesign dentro da indústria é uma grande oportunidade para desvendar informações em relação ao conceito. Outro aspecto identificado que pode exercer influência sobre trabalhos futuros é a compreensão de diferentes contextos por meio de perguntas-chave: Além do segmento de utensílios domésticos de plástico, há outros segmentos no estado gaúcho que implementaram estratégias gerenciais com ecodesign? Essas empresas possuem políticas de sustentabilidade? O design era visto como estratégia diante da ferramenta *Design Ladder*?

Estas perguntas podem ampliar o contexto do tema para outras pesquisas que de alguma forma apresentem o conceito de ecodesign como estratégia gerencial de desenvolvimento de produtos sustentáveis em empresas gaúchas.

5. Todos os grupos de pessoas ou organizações que podem ter algum tipo de interesse por uma determinada empresa. As partes interessadas podem ser desde colaboradores, considerados stakeholders internos, até investidores, fornecedores, clientes e comunidade, chamados de externos.

Referências

AMORIM, Ricardo. A tecnologia e o meio ambiente. Programa de Apoio à formação profissional. **Gazeta Mercantil**. São Paulo, 1993. Disponível em < <https://ricamconsultoria.com.br/Monografia-Ricardo-Amorim-Sustentabilidade-Tecnologia-Meio-Ambiente-vencedora-concurso-1993.pdf>> Acesso em 08 mar. 2024.

AZEVEDO, Debora. Revisão de Literatura, Referencial Teórico, Fundamentação Teórica e Framework Conceitual em Pesquisa – diferenças e propósitos. **Working paper**, 2016. Disponível em: < <https://unisinus.academia.edu/DeboraAzevedo/Papers>> Acesso em: 10 set. 2023.

BARBA, Rodrigo. **Coza Native**: ecodesign premiado. 2009 Disponível em: <<http://rodrigobarba.com/blog/2009/08/coza-native-ecodesign-premiado/>>. Acesso em: 20 de set. de 2023.

BARROS, José D. Assunção. Sobre a feitura da micro-história. **Opsis**, v. 7, n. 9, p. 167-186, 2007.

BRASKEM. **Biopolímero Polietileno Verde, inovação transformando plástico em sustentabilidade**. [s. l.], 2012. Disponível em: <https://www.braskem.com.br/Portal/Principal/Aquivos/Download/Upload/Catalogo_PE_Verde.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2024.

BEZERRA, Patricia. **Casa Vogue**. Brinox: o que está por trás do modelo de negócio de um dos maiores fabricantes de utensílios domésticos do Brasil. Disponível em: <<https://casavogue.globo.com/Negocios/noticia/2021/08/brinox-o-que-esta-por-tras-do-modelo-de-negocio-de-um-dos-maiores-fabricantes-de-utensilios-domesticos-do-brasil.html>>. Acesso em: 20 de set. de 2023.

CAMPOS, Carlos Silva. **Ambiente**. Relatório Brundtland – a versão original. Disponível em: <<https://ambiente.wordpress.com/2011/03/22/relatorio-brundtland-a-verso-original/>>. Acesso em: 21 set. 2023.

CAPOBIANCO, João Paulo. O que podemos esperar da Rio 92. **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 6, n. 1-2, p. 13-17, 1992.

CHIU, Ming-Chuan; CHU, Chih-Hsing. Review of sustainable product design from life cycle perspectives. **International Journal of Precision Engineering and Manufacturing**, v. 13, p. 1259-1272, 2012.

CORDANI, Umberto G.; MARCOVITCH, Jacques; SALATI, Eneas. Avaliação das ações brasileiras após a Rio-92. **Estudos Avançados**, v. 11, p. 399-408, 1997.

COZA. **Coza**. Oi. Somos a Coza. Disponível em: < <https://www.coza.com.br/sobre-a-coza>>. Acesso em: 19 de set. de 2023.

DALCIN, Thais; DA COSTA, Filipe C. X. O design estratégico e o desenvolvimento de novos produtos; o estudo do caso Coza. In: **8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**, 2008, São Paulo. Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo: Centro Universitário Senac – Campus Santo Amaro, 2008.

DANISH DESIGN CENTRE. **The Design Ladder**: Four steps of design use. Disponível em: https://issuu.com/dansk_design_center/docs/design-ladder_en. Acesso em: 3 set. 2023.

DE LACERDA, Ana Carolina G.; GUIMARÃES, Letícia H. Origens das preocupações com ‘sustentabilidade’ no campo do design: O caso do projeto Juramento

– CETEC. In: **Histórias do Design em Minas Gerais. Belo Horizonte**, MG: EdUEMG, 2017. p. 163-182.

DELGADO, Lucilia de Almeida N. História oral e narrativa: tempo, memória e identidades. **História oral**, v. 6, 2003. Disponível em <https://revista.historiaoral.org.br/index.php/rho/article/view/62>. Acesso em: 2 mar. 2024.

GROSSI, Yonne de S.; FERREIRA, Amauri C. Razão narrativa: significado e memória. **História oral**, v. 4, 2001. Disponível em: <https://revista.historiaoral.org.br/index.php/rho/article/view/33>. Acesso em: 2 mar. 2024.

IDEIA CIRCULAR. **Ideia Circular**. O que é Cradle to Cradle? 2022. Disponível em: <<https://ideiacircular.com/o-que-e-cradle-to-cradle/>>. Acesso em: 10 fev. 2024.

KRETZSCHMAR, Anders. The economic effects of design. **National Agency for Enterprise and Housing, Copenhagen: Denmark**, 2003.

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais**. São Paulo: EDUSP, 2002.

MIRA, Maria do Rosário Gonçalves. Coza e o design de produtos em plástico nos anos 1990. In: **Histórias do design no Brasil III**. São Paulo: Annablume, 2018. p. 439-460.

PEREIRA, Andréa Franco. Da Sustentabilidade Ambiental e da Complexidade Sistêmica no Design Industrial de Produtos. **Estudos em Design**, v. 10, p. 37-61, 2003.

RACHURI, Sudarsan; SRIRAM, Ram D.; SARKAR, Prabir. Metrics, standards and industry best practices for sustainable manufacturing systems. In: **2009 IEEE international conference on automation science and engineering**. IEEE, 2009. p. 472-477.

TOAZZA, Silvana. Pioneiro Economia. “Não perdemos o otimismo com o Brasil”, diz CEO do Grupo Brinox. **GZH**. 2019. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/pioneiro/economia/noticia/2019/11/nao-perdemos-o-otimismo-com-o-brasil-diz-ceo-do-grupo-brinox-11888627.html>>. Acesso em: 20 set. 2023.

Referências das entrevistas

SANDRIN, Patrícia, 2023. Depoimento de Patrícia Sandrin a Nicolas de Souza Schaulet, na plataforma Google Meet, em 06 de setembro de 2023.

ZATTI, Cristina, 2023. Depoimento de Cristina Zatti a Nicolas de Souza Schaulet, na plataforma Google Meet, em 29 de agosto de 2023.

Como citar este capítulo:

SCHAULET, Nicolas de Souza; JACQUES, Jocelise Jacques de. COZA: Dois momentos de relações com o ecodesign (1987/2012). In: BRAGA, Marcos da Costa; CURTIS, Maria do Carmo Gonçalves. **Histórias do Design no Rio Grande do Sul - II**. Porto Alegre: Marcavisual; 2024. p. 111-133.

HISTÓRIAS DO DESIGN NO RIO GRANDE DO SUL II

© dos autores – 2024

Projeto Gráfico: Dennis Messa da Silva

Diagramação: Alexandre dos Santos Rossi, Bruna Luz Vieira,
Bruna Moreira Mattos Balestro, Roberto Bastos

Imagem da Capa: Capa Ideal Renner, de Patricia Comunello,
2021. Editado por Bruna Luz Vieira

Revisão: Victor Lourenço

H673 Histórias do Design no Rio Grande do Sul – II /
organizadores Marcos da Costa Braga [e]
Maria do Carmo Gonçalves Curtis. – Pos-
fácio de Fabio Pinto da Silva. Porto Alegre:
Marcavvisual, 2024.

300 p.: il. : 16x21cm.

Inclui Referências.

ISBN 978-65-89263-75-3 (digital)

ISBN 978-65-89263-74-6 (físico)

Este livro é composto por pesquisas desen-
volvidas na disciplina Tópicos Especiais em
Design: História do Design no Brasil, do Pro-
grama de Pós-Graduação em Design da UFRGS.

1. Design – História – Rio Grande do Sul. 2.
Políticas públicas. 3. Sustentabilidade. 4. Identi-
dade visual. 5. Moda. 6. Joias. I. Braga, Marcos da
Costa. II. Curtis, Maria do Carmo Gonçalves.

CDU 745.6

CIP-Brasil. Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
(Jaqueline Trombin – Bibliotecária responsável CRB 10/979)



Marcavvisual Editora

www.marcavvisual.com.br

Conselho Editorial

Airton Cattani – Presidente

Doutor em Informática na Educação pela
Universidade Federal do Rio Grande do Sul/Brasil

Adriane Borda Almeida da Silva

Doutora em Filosofia e Ciências da Educação pela
Universidade de Zaragoza/Espanha

Aline Sanches

Doutora em Filosofia pela Universidade Federal de São Carlos/Brasil
e Universidade Denis Diderot Paris VII/França

Celso Carnos Scaletsky

Doutor em Ciências da Arquitetura pelo
Instituto Nacional Politécnico de Lorraine/França

Denise Barcellos Pinheiro Machado

Doutora em Urbanismo pela Universidade de Paris XII/França

Maria de Lourdes Zuquim

Doutora em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de São Paulo/Brasil