

CAROLINE HADLICH

**GESTÃO DO DESIGN PARA A SUSTENTABILIDADE NO
TERCEIRO SETOR: UMA PROPOSTA PARA A REDE
FEMININA DE COMBATE AO CÂNCER DE INDAIAL**

JOINVILLE

2018

CAROLINE HADLICH

**GESTÃO DO DESIGN PARA A SUSTENTABILIDADE NO
TERCEIRO SETOR: UMA PROPOSTA PARA A REDE
FEMININA DE COMBATE AO CÂNCER DE INDAIAL**

Relatório técnico de mestrado apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Design, na Universidade da Região de Joinville. Orientadora: Prof.^a MSc. Anna Luiza Moraes de Sá Cavalcanti.

JOINVILLE

2018

Catálogo na publicação pela Biblioteca Universitária da Univille

H131g Hadlich, Caroline
Gestão do design para a sustentabilidade no terceiro setor: uma proposta para a rede feminina de combate ao câncer de Indaial/ Caroline Hadlich; orientadora Ma. Anna Luiza Moraes de Sá Cavalcanti. – Joinville: UNIVILLE, 2018.
91 f. : il. ; 30 cm

Relatório técnico (Mestrado em Design – Universidade da Região de Joinville)

1. Sustentabilidade. 2. Associações sem fins lucrativos – Indaial (SC). 3. Desenho industrial. I. Cavalcanti, Anna Luiza Moraes de Sá (orient.). II. Título.

CDD 745.2

Elaborada por Rafaela Ghacham Desiderato – CRB-14/1437

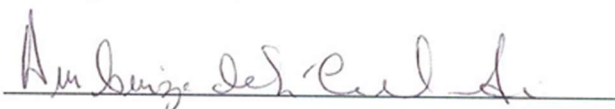
Termo de Aprovação

“Gestão do Design para a Sustentabilidade no Terceiro Setor: Uma Proposta para a Rede Feminina de Combate ao Câncer de Indaial”

por

Caroline Hadlich

Projeto Final julgado para a obtenção do título de Mestra em Design, aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação em Design – Mestrado Profissional.



Profa. MSc. Anna Luiza Moraes de Sá Cavalcanti

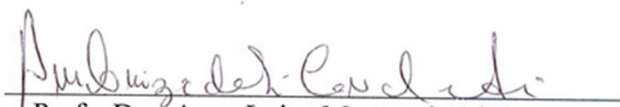
Orientadora (UNIVILLE)



Prof. Dr. João Eduardo Chagas Sobral

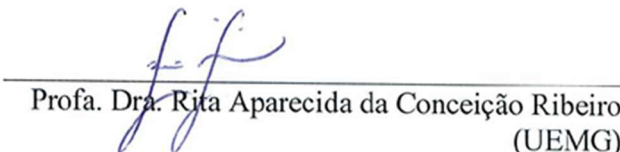
Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Design

Banca Examinadora:



Profa. Dra. Anna Luiza Moraes de Sá Cavalcanti

Orientadora (UNIVILLE)



Profa. Dra. Rita Aparecida da Conceição Ribeiro
(UEMG)



Prof. Dr. João Eduardo Chagas Sobral
(UNIVILLE)



Profa. Dra. Elenir Carmen Morgenstern
(UNIVILLE)

Joinville, 28 de fevereiro de 2018

Dedicatória

Dedico esse trabalho aos meus pais, que sempre incentivaram meus estudos, e ao meu marido por todo carinho e apoio nessa jornada.

Agradecimentos

Agradeço a todos que contribuíram para a realização deste trabalho de conclusão de curso, pois sem eles não seria possível finalizar essa etapa. Deixo a todos o meu eterno agradecimento. Ao corpo docente do Mestrado em Design, que contribuiu para o meu desenvolvimento. À professora MSc. Anna Luiza Moraes de Sá Cavalcanti, por seus ensinamentos, correções, orientação e paciência.

RESUMO

O presente relatório técnico, desenvolvido no Mestrado Profissional em Design da UNIVILLE, tem como objetivo geral articular por meio da gestão de design um processo de cooperação entre a ONG Rede Feminina de Combate ao Câncer-RFCC de Indaial e as indústrias de confecção da região de Indaial, o Centro Universitário Leonardo Da Vinci - UNIASSELVI e a Fundação Indaialense de Cultura-FIC. Esta articulação visa contribuir para sustentabilidade da ONG por meio da capacitação das voluntárias, valorização dos produtos desenvolvidos no ateliê da RFCC e a visibilidade das ações da entidade. Para tanto foi realizada uma pesquisa descritiva, com levantamento e análise dos dados para fundamentação do projeto; e exploratória, por meio de métodos e técnicas do *design thinking* para encontrar as soluções e aplicações do projeto. A pesquisa levou ao desenvolvimento de uma proposta de gestão de design que possibilite sua replicação nas outras unidades da RFCC e demonstre a articulação desenvolvida entre os atores envolvidos.

Palavras-chave: Inovação Social; Gestão do Design; Sustentabilidade

ABSTRACT

This technical report, developed in the Professional Master's Degree in Design at UNIVILLE, has the general objective of articulating, through design management, a cooperation process between the NGO Women's Network to Combat Cancer-RFCC of Indaial and the apparel industries in the region of Indaial, Leonardo da Vinci University Center - UNIASSELVI and the Indigenous Foundation of Culture-FIC. This articulation aims to contribute to the sustainability of the NGO through the training of volunteers, enhance the products developed in the RFCC's atelier and the visibility of the entity's actions. For that, a descriptive research was carried out, with data collection and analysis for project justification; and exploratory, through design thinking methods and techniques to find the solutions and applications of the project. The research led to the development of a proposal of design management that allows its replication in the other units of the RFCC and demonstrates the articulation developed among the actors involved.

Keywords: *Social Innovation; Design Management; Sustainability*

LISTA DE SIGLAS

ACIDI	Associação Empresarial de Indaial
CNTL	Centro Nacional de Tecnologias Limpas
FIC	Fundação Indaialense de Cultura
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
WDO	<i>World Design Organization</i>
PAB	Programa do Artesanato Brasileiro
RFCC	Rede Feminina de Combate ao Câncer
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
UNIASSELVI	Centro Universitário Leonardo da Vinci
UNIVILLE	Universidade da Região de Joinville

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Fluxonomia 4D	33
Figura 02 – Retalhar	34
Figura 03 – Ourelas de <i>jeans</i> e produtos Mulheres de Argila	35
Figura 04 – Produtos Reciclarte	36
Figura 05 – Produtos Ana Gern e Edna Mesadri - Brasil Original	36
Figura 06 – Diamante Duplo	38
Figura 07 – Atuação e envolvimento dos atores	47
Figura 08 – Resíduos têxteis disponibilizados pelas confecções	48
Figura 09 – Mapa mental	49
Figura 10 – Painel visual	50
Figura 11 – Prototipação dos produtos marca páginas	51
Figura 12 – Produtos	52
Figura 13 – <i>Workshop</i>	53
Figura 14 – Produtos confeccionados pelas voluntárias	54
Figura 15 – Feira <i>Bummeln</i>	55
Figura 16 – Fluxo de parceria	57
Figura 17 – Projeto Pano pra Manga	58
Figura 18 – Informe enviado aos associados da ACIDI	59
Figura 19 – Proposta metodológica	63

LISTA DE QUADROS

Quadro 01: Entrevista voluntárias RFCC de Indaial	41
Quadro 02: Entrevista confecções	42
Quadro 03: Entrevista diretoras FIC	45

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1 CONTEXTUALIZAÇÃO	16
2 DESIGN E INOVAÇÃO SOCIAL	20
2.1 Sustentabilidade aliada à Gestão do Design	22
2.2 Design, Desenvolvimento Sustentável e Artesanato	27
3 ECONOMIA CRIATIVA	30
4 METODOLOGIA	38
4.1 Imersão	39
4.2 Análise	41
4.3 Ideação	48
4.4 Entrega (Prototipação)	54
4.4.1 Comercialização	55
5 PROPOSTA DE GESTÃO	61
CONSIDERAÇÕES FINAIS	64
REFERÊNCIAS	67
ANEXO I – Parecer Consubstanciado do CEP	74
APÊNDICE A – Roteiro entrevista RFCC de Indaial	81
APÊNDICE B – Roteiro entrevista Confecções	83
APÊNDICE C – Roteiro entrevista FIC	85
APÊNDICE D – Modelo termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE)	87
APÊNDICE E – Modelo da carta de anuência Instituição	89
APÊNDICE F – Modelo da carta de anuência Empresa	90

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa aplicada, desenvolvida no Programa de Mestrado em Design da UNIVILLE, está vinculada a linha de pesquisa 'Produção tecnológica e sustentabilidade'. O documento é estruturado no formato de relatório técnico e os fundamentos teóricos do trabalho estão apoiados nos conceitos de Gestão do Design e Sustentabilidade, com foco no Design Social e Economia Criativa.

A percepção da acadêmica sobre os problemas do resíduo têxtil na região de Indaial, associada as dificuldades da RFCC, motivou esta proposta de pesquisa aplicada. A necessidade de encontrar mais destinos para esse resíduo e o impacto social do projeto com o envolvimento de diversos atores (RFCC, setor produtivo, primeiro setor e a Universidade), foram os desafios postos desse projeto, além de agregar valor por meio do design aos produtos produzidos pelo grupo de voluntárias do RFCC, e a geração de renda para a instituição, trazendo uma maior conscientização aos envolvidos.

O presente trabalho tem como premissas:

- As empresas de confecção da região de Indaial podem efetivar parcerias e se engajarem com o propósito da RFCC a partir da doação dos resíduos;
- A universidade e a Fundação Indaialense de Cultura podem formar mais parcerias com outros setores com o viés socioambiental;
- O desenvolvimento de produtos inovadores poderá vir a ser um diferencial para gerar renda para entidade.

O relatório técnico tem como hipótese que a articulação política proposta entre os atores envolvidos no processo, se apresenta como uma alternativa viável para coordenar ações que integrem atores sociais distintos para contribuir com a sustentabilidade da RFCC.

Diante do exposto, coloca-se como problema de pesquisa: como estruturar uma articulação de parcerias entre as empresas de confecção da região de Indaial, o primeiro setor e a universidade com a Rede Feminina de Combate ao Câncer de Indaial para a valorização e geração de renda para a entidade por meio da gestão de design.

Os procedimentos metodológicos utilizados têm como base a pesquisa qualitativa exploratória, que somam a teoria e a prática para um resultado aplicado. As pesquisas bibliográficas ancoraram os estudos no campo do design, da sustentabilidade e da economia criativa. A pesquisa de campo propiciou um entendimento dos atores envolvidos, quais sejam, a Rede Feminina de Combate ao Câncer de Indaial, as indústrias de confecção deste mesmo município, a Fundação Indaialense de Cultura (FIC) e o Centro Universitário Leonardo da Vinci (UNIASSELVI).

O trabalho foi estruturado com base no método do *Design Thinking* composto por 4 etapas: Imersão, Análise, Ideação e Entrega e com a abordagem do Design Participativo e *workshop* para encontrar as soluções e aplicações, afim de pôr em prática os resultados da investigação.

A fim de atingir o resultado esperado com a articulação cooperativa entre os atores do processo, na etapa da imersão foi feito um levantamento das empresas de confecções no município de Indaial dispostas a colaborar com o projeto, e realizadas entrevistas com os diversos atores. Posteriormente foram levantadas as necessidades da RFCC de Indaial, bem como as habilidades e competências do grupo de voluntárias; na etapa de análise foram compiladas todas as informações e também estudadas as características dos resíduos têxteis cedidos pelas empresas. Na etapa de ideação, a UNIASSELVI, universidade na qual a pesquisadora coordena o curso de Design-Moda, foi envolvida para realizar a capacitação das voluntárias para o desenvolvimento dos artefatos e propor as estratégias para a sustentabilidade do atelier da RFCC. Na etapa entrega/prototipação serviu para validar as ideias geradas e demonstrou o resultado dos produtos confeccionados pelas voluntárias. Para a comercialização dos produtos, a FIC teve um papel importante, tendo em vista sua atuação na promoção da cultura do município. Destaca-se também nessa fase a inserção da Associação Empresarial de Indaial (ACIDI) que aproximou, sensibilizou e divulgou o projeto para comunidade empresarial do município.

Para finalizar foi sistematizado um processo de gestão de design para uma articulação entre todas as entidades envolvidas. Destaca-se que a proposta foi concebida com o propósito de ser replicada para outras RFCCs.

Este documento está estruturado em cinco capítulos: o primeiro contextualiza o problema da geração de resíduo e o município de Indaial, a RFCC e a FIC. O

segundo e o terceiro capítulos fundamentam os conceitos de design e inovação social e economia criativa, que serviram de base para a elaboração da estrutura da proposta; o quarto capítulo aborda a metodologia utilizada no desenvolvimento da pesquisa aplicada; e o quinto capítulo apresenta o desenvolvimento da proposta de gestão, demonstrando a articulação do projeto.

1 CONTEXTUALIZAÇÃO

A geração de resíduos em empresas de confecção de moda e vestuário acontece diariamente, e de acordo com McQuillan e Rissanen (2011), a taxa de desperdício no setor é em torno de 15%, podendo ser ainda maior. Porém, a reciclagem de tecidos existe, apesar de pouco difundida no Brasil. As informações disponíveis sobre descarte, reciclagem e impactos ambientais gerados pela indústria têxtil são poucas e insuficientes, porém, a preocupação ambiental relacionada aos resíduos gerados cresce de maneira significativa. (MILAN et al, 2010).

As indústrias de confecção geram anualmente toneladas de resíduos sólidos que ainda são descartados em aterros industriais. De acordo com Freitas, Silva e Peccini (2012), nas indústrias de confecções o reaproveitamento dos materiais utilizados na produção de roupas ganha destaque no artesanato, contribuindo economicamente e socialmente para o desenvolvimento das comunidades, ou ainda, resíduos inevitavelmente gerados, podem ser reutilizados, recuperados ou reciclados dentro da própria indústria.

Considerando o curto ciclo de vida dos produtos oriundos das empresas de confecção, por se tratarem de produtos efêmeros devido aos conceitos e ciclos da moda, este segmento produz um significativo volume de resíduos sólidos nos processos de produção. A utilização destes resíduos sólidos constitui uma forma de geração de renda para comunidades carentes, através de artesanato. De acordo com Mesacasa (2012), com o aproveitamento do tecido para confecção de novos produtos, o ciclo de vida do material não é interrompido, pois este será transformado em produto com fins nobres para o consumidor.

O município de Indaial, localizado ao Nordeste do estado de Santa Catarina, tem como principal atividade industrial as confecções têxteis, que produzem artigos de vestuário, sejam em malha ou tecido plano. O município, segundo dados do IBGE (2017, *web*), conta com 65.000 habitantes e de acordo com RAIS (2015, *web*) a cidade possui 941 estabelecimentos no total. O setor de Confecções soma 384 estabelecimentos, ou seja 41% da indústria. Segundo o relatório Rotas Estratégicas Setoriais para a Indústria Catarinense 2022 Têxtil & Confecção (2014), Indaial é a

quarta cidade do estado em número de estabelecimentos e de empregos do setor Têxtil & Confecção, seguida por Blumenau, Brusque e Gaspar respectivamente.

A Rede Feminina de Combate ao Câncer – RFCC, considerada uma das maiores ONGs¹ do País, foi fundada no Brasil em 1946, porém, em Santa Catarina iniciou suas atividades em 1961. Como entidade sem fins lucrativos, busca por meio de um grupo de voluntárias, atender enfermos, e desde sua fundação presta relevante trabalho voluntário, demonstrando a importância da prevenção do câncer, sempre com ênfase no câncer do colo do útero e de mama.

A RFCC de Indaial foi fundada em 1990 e conta atualmente com aproximadamente 80 voluntárias. O atendimento ao público prioriza a realização da coleta de material para o exame Papa Nicolau de maneira gratuita; drenagem linfática em pacientes mastectomizadas, desde que encaminhadas pelo médico. Oferece também atendimento voluntário dos seguintes profissionais da saúde: ginecologista, psicólogo, fisioterapeuta e nutricionista.

Para manter a estrutura de funcionamento, considerando secretária, auxiliar de serviços gerais, enfermeira, custos fixos e manutenção, conta apenas com o rendimento do brechó de roupas, acessórios e materiais novos e usados, todos doados pela comunidade e empresas. Atualmente, a RFCC também conta com um ateliê, onde produtos são confeccionados de acordo com a demanda, ou seja, datas comemorativas como dias dos pais, dia das mães, Páscoa, Natal, dentre outras. Os trabalhos também são feitos conforme encomendas das próprias voluntárias ou público que frequenta o estabelecimento, seja para fazer exames, drenagem linfática ou adquirir produtos no brechó.

A grande maioria dos produtos são desenvolvidos com materiais e insumos doados pela comunidade, empresas, lojas e pelas próprias voluntárias da RFCC atuantes ou não no ateliê. Também se compra material específico, caso necessário, porém essa aquisição sempre é feita com verba própria do grupo.

A equipe de trabalho conta atualmente com 6 voluntárias com conhecimentos e habilidades específicas para desenvolver várias atividades como: costura manual e à máquina, bordado, pintura, dentre outras. Destaca-se a colaboração entre as voluntárias no desenvolvimento destes trabalhos, pois para concluir um produto é necessária a atuação de várias pessoas.

¹ Organizações Não Governamentais

Todo o trabalho é desenvolvido no ateliê, situado na sede da RFCC de Indaial e conta com máquina de costura e para forrar botão, bem como tesouras, agulhas, ou seja, todo material para confecção, os quais foram doados por empresas e pelas próprias voluntárias. Quando necessário, as voluntárias buscam parceria com empresas para doação ou apoio para aquisição.

O Centro Universitário Leonardo da Vinci (UNIASSELVI) está localizado na cidade de Indaial, onde também foi fundado em 1999. Atualmente conta com 74 polos de ensino a distância localizados em 15 estados e 6 unidades de ensino presencial, todas em Santa Catarina. A UNIASSELVI também atua na pós-graduação presencial e pós-graduação à distância. Atualmente possui mais de 120 mil alunos ativos, sendo assim o maior grupo de ensino superior privado de Santa Catarina. A UNIASSELVI, oferta hoje na unidade de Indaial, 47 cursos de graduação a distância e 10 cursos de graduação presencial.

O curso de Design-Moda da UNIASSELVI foi autorizado em 2002, reconhecido em 2005 e sua última portaria de reconhecimento é de 2013. Atualmente o curso tem duração de 3 anos e meio, conta com laboratório de costura e acabamento, modelagem, criatividade, desenho, informática com *softwares* específicos e laboratório de fotografia. Com aproximadamente 180 acadêmicos e professores atuantes no mercado de trabalho, o curso visa formar profissionais atuantes desde a criação até a comercialização de produtos.

A Fundação Indaialense de Cultura prefeito Victor Petters, foi instituída no final de 1987, pois havia a necessidade de criar um espaço que incentivasse as expressões culturais do município. A FIC tem como responsabilidade propiciar a arte local e reconhecer os atrativos artísticos do município. Localizada no centro da cidade, no Parque Público Municipal João Schulenburg, tem um total de 39 mil metros quadrados.

Nas dependências da FIC acontecem exposições de artes visuais e plásticas, espetáculos teatrais, de dança, música e patinação artística, feiras, festivais e seminários, divulgação das tradições, apresentações de bandas e orquestras, desfiles de rua, cursos e oficinas, noites culturais e recitais, dentre outras atividades ligadas a cultura. Também propicia cursos e oficinas de artes plásticas, dança, música, folclore, teatro, oficinas e artesanato.

A parceria proposta e empreendida por meio desta pesquisa aplicada envolve também oito confecções do município de Indaial. Todas desenvolvem coleções exclusivas, com comercialização em lojas próprias nos *shoppings* atacadistas ou venda através de representantes. A talhação, etapa de corte do tecido para posterior confecção, é feita internamente por todas confecções participantes, e mesmo utilizando técnicas de encaixe manual ou por meio de *software* específico para melhor aproveitamento da malha ou tecido, todas apresentam um alto índice de resíduo gerado.

Dessa maneira, a articulação política proposta entre os atores envolvidos descritos anteriormente se apresenta como alternativa viável para coordenar um processo que integra atores sociais distintos. O processo compreende conhecimentos do design e da gestão estabelecendo um diálogo entre as empresas têxteis do município de Indaial, a ONG, a universidade e Fundação Cultural. Com a finalidade de atingir uma manutenção economicamente sustentável da RFCC, e a transformação ambientalmente viável dos resíduos têxteis, além da capacitação social promovida pela universidade, bem como promoção e valorização das ações desenvolvidas pela RFCC em parceria com a Fundação Indaialense de Cultura.

Para entendimento da presente pesquisa, destaca-se sua importância econômica, social e ambiental nos desdobramentos teóricos e práticos, conforme descrito a seguir.

2 DESIGN E INOVAÇÃO SOCIAL

Este capítulo discorrerá sinteticamente sobre os temas que direcionaram e fundamentaram o projeto, sendo estes o Design e Inovação Social.

A característica multidisciplinar e interdisciplinar do design se integra à muitas outras áreas de atuação, o que torna tênue e por vezes pouco clara sua definição conceitual, atuação e percepção ao público em geral (MEYER, et al, 2014), no entanto, são as evoluções e complexidades sociais que propõem ao design novos vieses de abordagem, uma vez que o design se encontra intrinsecamente ligado às necessidades humanas. Necessidades estas, que permeiam toda a existência, desde anseios e emoções, necessidades básicas de sobrevivência até soluções que envolvam os rumos de desenvolvimento socioambiental e econômico.

De acordo com Löbach (2011) o design assimila a realização de uma ideia na forma de projetos ou modelos, tendo como resultado um produto passível de produção em série e tendo como finalidade resolver problemas que resultam das necessidades humanas. Consonantemente, para Braga “O design tradicionalmente foi concebido como um processo de criação cujo fim é o bem-estar humano” (BRAGA, 2009, p. 02). Em uma visão holística, para Papanek (1971) a única coisa que realmente importa para o design é como ele se relaciona com as pessoas, e para Simon (1969) como transforma situações existentes em situações preferíveis. A visão desses autores clássicos sobre a atividade do design era visionária, permanece contemporânea e condizente com a realidade atual, bem como, nunca esteve tão compatível com a necessidade social e ambiental.

Nos textos supracitados observa-se que o design tem o foco permanente na resolução de problemas que afligem o ser humano, buscando, portanto, na atuação profissional, meios possíveis para otimizar soluções. O *World Design Organization – WDO* (2017) em seu código de ética profissional, elucida algumas das maneiras pelas quais o design por meio dos designers, pode impactar as relações sociais, econômicas e ambientais. Entre as diretrizes estão a gestão estratégica e consciente de recursos de toda ordem, projetos que visem durabilidade e adaptabilidade, com uso preferencial de recursos renováveis, compartilhamento e disseminação de informações sobre novos meios de produção, uso inteligente de tecnologias e práticas

projetuais, além de um reconhecimento massivo por parte dos designers das suas contribuições para o bem-estar social, individual e público em geral.

Bernardes e Linden (2017) relatam que foi a partir da década de 60, que autores como Victor Papanek e Fritz Schumacher, passaram a debater a responsabilidade social do design. Cunha-se a partir de então o termo Design Social, descrito por Schiavo (2003), como a materialização de uma ideia que propõe um processo de transformação na sociedade. O design social leva os designers a um novo campo de atuação, em que os mesmos assumem uma dimensão mais ética, utilizam de suas habilidades e métodos para avançar com mudanças na sociedade, promovendo inovação social além de valorização regional e qualidade de vida (OLIVEIRA *et. al*, 2016; KRABBENDAM, 2013).

A atuação do design social abrange o contato com regiões, comunidades e/ou organizações pouco favorecidas, geralmente esse contato é promovido e subsidiado por iniciativas governamentais, privadas ou ainda organizações não governamentais (ONGs) para as mais diversas áreas de atuação (PAZMINO, 2007), e dessa atuação podem surgir inovações sociais, caracterizadas por Manzini (2008, p. 61) como “mudanças no modo como indivíduos ou comunidades agem para resolver seus problemas ou criar novas oportunidades”.

Apesar do fato de que inovações sociais podem não ser planejadas ou acontecer espontaneamente, se condições favoráveis forem criadas por meio do design, elas podem ser encorajadas, empoderadas, reforçadas, ampliadas e integradas com programas maiores para gerar mudanças sustentáveis (CIPOLLA, 2012, p.65-66).

De acordo com Martins (2013, p. 47) “inovação social sob a perspectiva do design acontece quando o designer se configura no agente de transformação social”.

E portanto, uma outra vertente do design que apoia a inovação social é o conceito de design participativo, que de acordo com Camargo e Fazani (2014) tem o foco no envolvimento de representantes das pessoas impactadas pelo projeto/produto, ou seja, colaboradores, usuários, clientes, no processo de desenvolvimento do mesmo, não restringindo o desenvolvimento de projetos apenas aos profissionais. Paizan e Mellar (2011), defendem que o design participativo nasce como uma prática democrática de projetar. Del Gaudio (2014), completa essa ideia dizendo que compartilhar tomadas de decisões dentro de um processo de desenvolvimento de projeto é um exercício de democracia. Essa participação mais intrincada entre os atores citados pode promover projetos mais criativos, melhor

adaptados, com alta exequibilidade, uma vez que não provém de uma visão restrita de uma equipe pouco familiarizada com o problema, mas sim, de uma perspectiva descentralizada, enriquecida por quem de fato usa, produz e colabora.

Conseqüentemente, é essencial para a prática do design participativo a discussão aberta entre os envolvidos, o compromisso em participar, tendo em vista que a não participação de outros atores envolvidos com o problema, pode gerar um projeto deficiente e pouco eficaz enquanto solução e a igualdade de argumentação e tomada de decisões.

O design, portanto, nesse estudo, se apresenta como articulador nato de recursos, cujas metodologias e processo criativo têm o objetivo do bem-estar humano. Os ativos de interdisciplinaridade da área só enriquecem as possibilidades em transitar por diversas esferas, sejam elas o industrial, tecnológico ou o social de uma maneira fluída, natural e estratégica.

Dessa forma, a abordagem do design nesse trabalho se dará também em sua vertente social, aplicado à uma Organização Não Governamental (ONG), sendo esta a Rede Feminina de Combate ao Câncer (RFCC), para o desenvolvimento de produtos de valor agregado, tendo como matéria prima, parte do material descartado das indústrias têxteis do município de Indaial-SC.

Com foco na inovação social, este estudo buscará por meio do design social, engajar os atores envolvidos em ações planejadas e coordenadas pela gestão do design, tendo em vista soluções sustentáveis desenvolvidas para a comunidade que se tornem sistemáticas e duradouras.

2.1 Sustentabilidade aliada à Gestão do Design

Este tópico trata da relação entre sustentabilidade e a gestão do design; procura compreender os benefícios, bem como encontrar soluções para gerir positivamente as atividades.

Martins (2004), afirma que o design está relacionado até mesmo a estabilidade das empresas, uma vez que reduz complexidade, tempo e custo de produção, além disso, insere elementos estéticos, de qualidade e valor, concretiza e consolida

marcas; a autora defende o design como uma atividade articuladora e multidisciplinar. Essa afirmação vai ao encontro do que defende Brunner e Emery (2010), que compreendem o design como um veículo de mudança:

O design é um veículo de mudança do pensamento tradicional das organizações, de uma gestão, cujo foco se limita a um produto, para uma gestão da “rede de experiências” (BRUNNER e EMERY, 2010. p. 133).

O design é então um exercício constante de interdisciplinaridade, que busca em tantas outras áreas de atividade, recursos e composições para desenvolver projetos, sendo capaz, por meio dessas características inter e multidisciplinar, de articular, coordenar e planejar, o que para Ogava (2014) torna o design uma atividade consciente de planejamento e desenvolvimento, na busca por soluções inovadoras para o bem-estar humano. Também são essas características de metodologias, planejamento de recursos e coordenação que aproximam o design do campo da gestão. Martins (2004) reconhece, com base em seus estudos, que o design possui inclinação para unir aspectos tangíveis e intangíveis, como uma marca e o seu produto físico, necessidades de usuários e qualidades do produto, valor e custo, além de tecnologia e o fator humano, aspectos esses que são favoráveis à uma gestão estratégica de recursos.

Em conformidade a isto Margolin (2014), afirma que

Como arte da concepção e planejamento, o design ocupa uma posição estratégica entre a esfera da ética da disposição e a esfera da mudança social. Esse é o seu poder. O design é a atividade que gera planos, projetos e produtos. Gera resultados tangíveis que podem servir como demonstrações e argumentos sobre como podemos viver. (MARGOLIN, 2014, p.117).

O conceito de gestão tem sua compreensão no campo da administração, assim como sugerem Martins e Merino (2011), tendo em vista que, segundo os autores, ambas as áreas exercem atividades de organizar, manter funcionando e sob controle, fatores como processos, recursos, grupos de pessoas com o intuito de obter melhores resultados. Pacheco Jr. et al. (2000) compreendem a gestão como:

(...) “arte” de estabelecer, distribuir e integrar racionalmente os recursos para que se tenham requisitos mínimos, com fins de que a organização possa conduzir e animar ações visando atingir seus objetivos, com base em dados do macroambiente, ambiente de tarefa e ambiente interno. (PACHECO Jr. et. al., 2000, p.16)

É nesse contexto que o design se assemelha a gestão, na busca por atingir objetivos, administrar recursos, coordenar inúmeras atividades, empenhando-se na otimização e planejamento para resolver problemas com base em dados e

informações de forma estratégica. Neste cenário de aproximação de atividades e semelhanças conceituais, surgiu o termo Gestão do Design (*Design Management*).

De acordo com Libanio e Amaral (2011, p. 74), as definições de Gestão do Design “surgem na tentativa de encontrar uma explicação especificamente aplicada às organizações” e assim para Mozota (2002), a gestão do design possui dupla intenção:

- Aproximar gerentes e designers: esclarecendo e explicando design aos gestores e respectivamente gerenciamento dos designers, com o objetivo de ajudá-los a conduzir melhor suas atividades;
- E, além disso, esclarecer e delimitar os métodos de gestão para integrar o design na empresa.

Gorb (1990) complementa o pensamento supracitado, quando afirma que a gestão do design busca ampliar os limites dos domínios de atuação do design, não se restringindo ao desenvolvimento de produtos, mas atuando, também, na detecção e proposição de soluções aos problemas gerenciais. A gestão do design nessa perspectiva tende a aliar positivamente os melhores ativos de ambas às áreas, compondo uma gestão mais criativa no que tange a resolução de problemas, conferindo metodologia aos processos, potencializando recursos, combinando estratégias e reunindo fatores, visto que a gestão do design extrapola os limites do setor de design e passa a fazer parte dos níveis estratégicos de empresas e organizações.

De acordo com o WDO (2017), a Gestão do Design funciona como articuladora de todos os elementos que pertencem ao processo de concepção de um produto. Best (2012), acrescenta que a Gestão do Design contribui com todo processo de concepção de produto, um serviço ou até um mercado de atuação, e que pode auxiliar e facilitar a articulação de todos os atores envolvidos em um processo.

Levar qualquer produto, serviço ou experiência ao mercado requer, [...], o apoio e a contribuição de muitas pessoas com conhecimentos, competências e habilidades em domínios diferentes. E a maneira como essas pessoas, processos e projetos são gerenciados pode contribuir decisivamente para o sucesso, ou fracasso, do produto final. A preocupação do estudo da gestão do design é determinar como reunir todas essas pessoas, projetos e processos de forma interdisciplinar e colaborativa, dentro de um contexto empresarial, social, político e ambiental mais amplo, levando em conta uma série de considerações para formar experiência coerente, financeiramente viável e produzida com prazer. (BEST, 2012, pg.9)

Neste estudo, a gestão do design se apresenta como alternativa viável para coordenar um processo que integra atores sociais distintos, uma vez que compreende conhecimentos tanto do design quanto da gestão para estabelecer um diálogo entre as empresas têxteis do município de Indaial, a ONG, a universidade e Fundação Cultural, a fim de atingir objetivos estratégicos que visam uma manutenção economicamente sustentável da RFCC, a transformação ambientalmente viável dos resíduos têxteis, além da capacitação social promovida pela universidade, representada pelo curso de Design-Moda, bem como promoção e valorização das ações desenvolvidas pela RFCC em parceria com a Fundação Indaialense de Cultura.

Para cenários como este, Mozota (2002), defende que a gestão do design surge com a função de coordenar o processo de aprendizado, o qual possibilita condições para outras ações, que podem melhorar e reinventar produtos e organizações. Deve-se esclarecer, no entanto, que a gestão do design nesse estudo não tem intenção de substituir a atual administração da ONG em questão, ao contrário, tem intenção de promovê-la de maneira estratégica, por meio de apoio à políticas que promovam o fortalecimento da atuação da mesma. A gestão do design é mediadora e promotora do diálogo, coordenadora de articulações e planejamentos que virão à contribuir para o bem estar dos envolvidos.

A gestão do design, como explanado, expande os limites do design. Ao relacionar a gestão do design à sustentabilidade, pode-se notar de acordo com Manzini e Vezzoli (2008), que esses limites vão além do processo de concepção e produção, pois não pode-se desenvolver qualquer atividade relacionada ao design sem afronta-la com as relações que terá no meio ambiente.

Sustentabilidade é um conceito que advém do equilíbrio entre aspectos ambientais, econômicos e sociais, que de acordo com Martins (2013), são elementos intrínsecos de um mesmo processo.

Neste aspecto torna-se imprescindível que uma gestão do design esteja aliada à esses princípios, uma vez que, a não inserção da consciência sustentável nas diretrizes estratégicas da gestão do design podem macular todo o processo que objetiva o bem estar humano. Ao observar esses pilares sociais, ambientais e econômicos da sustentabilidade, tem-se então o desenvolvimento do conceito de “design para a sustentabilidade” (MANZINI, 2008). O termo, de uma maneira mais abrangente, pode ser esclarecido como “uma prática de design, educação e pesquisa

que, de alguma maneira, contribui para o desenvolvimento sustentável.” (MANZINI 2008, p. 53).

O avanço da preocupação em relação a situação dos consideráveis problemas ambientais, bem como a constante movimentação das organizações sociais em volta deste tema, tem feito a população repensar novas alternativas sustentáveis. Para Martins e Castro (2007, web), buscar alternativas sustentáveis para o desenvolvimento de produtos se caracteriza como o grande desafio do presente, porém também afirma que este poderá ser atingido, desde que haja uma movimentação e incentivo por parte de todos os envolvidos, inclusive da sociedade.

Com relação ao conceito de desenvolvimento sustentável, Demajorovic, (2003, p. 10) afirma que,

Não se refere especificamente a um problema limitado as adequações ecológicas de um processo social, mas a uma estratégia ou modelo múltiplo para a sociedade, que deve levar em conta tanto a viabilidade econômica como a ecológica. Num sentido abrangente, a noção de desenvolvimento sustentável implica a necessária redefinição das relações sociedade humana-natureza e, portanto, em uma mudança substancial do próprio processo civilizatório. (DEMAJOROVIC, 2003, p. 10)

De acordo com Sachs (2008, p. 117),

[...] o desenvolvimento é um processo com duas vertentes que devem ser compatibilizados, conforme segue:

- em nível econômico, trata-se de diversificar e complexificar as estruturas produtivas, logrando, ao mesmo tempo, incrementos significativos e contínuos da produtividade de trabalho, base do aumento do bem-estar;
- em nível social, deve-se, ao contrário, promover a homogeneização da sociedade, reduzindo as distâncias sociais abismais que separam as diferentes camadas da população. (SACHS, 2008, p. 117)

Segundo Fassi (2014), para que o processo de desenvolvimento sustentável aconteça será necessária a convergência de três forças: a sustentabilidade, o desenvolvimento e a produção industrial, todos em equilíbrio no âmbito ambiental, social e econômico. Deve-se esclarecer, que o conceito de sustentabilidade em sua totalidade é ideal e beira a utopia, uma vez que não seria possível produzir em um sistema completamente fechado, tendo controle absoluto sobre qualquer impacto negativo (PALMIERI et. al., 2014), por isso, se entende que o desenvolvimento sustentável é um processo, que evolui por meio da consciência sustentável e se concretiza em ações que visam a promoção do bem-estar geral.

Um dos meios pelo qual o desenvolvimento sustentável se dá, são as inovações sociais. Por isso, Monteiro et. al. (2016), expõe que o design sustentável é

um recurso para a inovação social em uma escala regional, potencializando a criação de micro-empresendimentos e gerando crescimento econômico, mas que para isso se faz necessário um clima empreendedor, que faça essa parceria gerar frutos, ou seja, levar o design sustentável a beneficiar o design social.

Para Krucken (2009), o “clima empreendedor”, pode ser fomentado em três aspectos:

1. Trabalho em conjunto (comunidade);
2. Desenvolvimento de uma visão estratégica sobre os recursos locais existentes e valorização dos mesmos;
3. Condução e estabelecimento de uma rede favorável ao desenvolvimento local.

No que tange à este estudo, as diretrizes de Krucken (2009) para fomentação de clima empreendedor, estão completamente de acordo com os objetivos iniciais do mesmo e soma-se à isso o desenvolvimento sustentável e a gestão do design na coordenação de todo esse processo.

A gestão do design associada aos princípios da sustentabilidade tende a promover um desenvolvimento sustentável a médio e longo prazo com ações mais equilibradas no meio da comunidade, com vistas à inovações que poderão levar à promoção social. Essa integração de conceitos e ações estão melhor explanadas nos tópicos à seguir.

2.2 Design, Desenvolvimento Sustentável e Artesanato

A inovação social, por meio de um processo que busca melhorar alguma condição, geralmente propõe-se a criar algo, que por vezes nasce de um conhecimento intrínseco e cultural de um ser ou grupo social. Malaguti (2009) argumenta que influências socioculturais tendem a desempenhar um papel relevante para a concepção de produtos, sendo que, todo produto, inconsciente ou não, vem a ser consequência das relações dos atores envolvidos em sua concepção e dos artefatos com a realidade social do ambiente/espço. Um exemplo disso é o artesanato, que de acordo com Borges (2011), é um dos meios de maior importância

para simbolizar a identidade de um povo, sendo a representação não só de técnicas e materiais, mas dos valores coletivos que são estreitamente representados.

O Programa do Artesanato Brasileiro-PAB compreende e define artesanato como “uma das mais ricas formas de expressão da cultura e do poder criativo de um povo. Na maioria das vezes, é a representação da história de sua comunidade e a reafirmação da sua autoestima” (PAB, 2012, p.7). Nesse sentido, no presente estudo, o artesanato seria o fruto de uma relação entre as indústrias têxteis, na forma de seus resíduos têxteis e a RFCC, uma vez que, uma das grandes culturas da região do Vale do Itajaí, onde se encontra a cidade de Indaial é a costura.

Portanto, o reaproveitamento dos resíduos têxteis, somados a capacidade de costura dos voluntários, pode gerar um ativo de valor ambientalmente correto, tendo em vista que o resíduo não seria descartado de maneira incorreta, mas servirá de matéria-prima para novos produtos artesanais, e para que o artesanato não seja visto apenas como assistencialismo, a intervenção do design será significativa. Borges (2011, p.137) defende que, “a aproximação entre designers e artesãos é, sem dúvida, um fenômeno de extrema importância pelo impacto social e econômico que gera e por seu significado cultural”.

O design poderá intervir de forma a propiciar produtos esteticamente desejáveis, contribuir com soluções para o processo de criação e desenvolvimento, além de orientar a divulgação e comunicação desse artesanato, tendo como um dos meios para isso a parceria com a Fundação Cultural do município. De certa maneira há um amplo dever em estruturar saberes em conjunto com os micro-empresendimentos sociais, beneficentes e sustentáveis, auxiliando na qualidade de vida das pessoas e, sobretudo na preservação e conservação do planeta.

Manzini (2008) afirma que algumas iniciativas de comunidades criativas estão sendo desenvolvidas por designers, fazendo com que estas se consolidem e aumentem, melhorando o seu cenário e desenvolvendo soluções e habilidades específicas. Os micro-empresendimentos sociais, portanto, podem colaborar com a preservação dos recursos ambientais e melhorar o contexto social.

O Centro Nacional de Tecnologias Limpas (CNTL, 2016, *web*), sustenta que a indústria da moda produz desperdício relevante, em que o tecido é transformado em retalhos e peças rejeitadas. De acordo com Braungart e McDonough (2013, p. 84), “os resíduos sólidos dos enfeites de tecido e dos recortes de tear apresentam outro

problema, como o fato de grande parte do material usado para a fabricação de têxteis ser de base petroquímica.” Portanto todo esse material, transformado em retalhos em diversos tamanhos, podem sim ser reutilizados, transformados em novos produtos, comercializados e desta maneira contribuir de maneira social, benéfica e sustentável.

Os ecoprodutos surgiram para nutrir a reaplicação de materiais buscando reduzir o impacto ambiental causado pela produção industrial em larga escala. Segundo Araújo (2001, *web*),

O produto ecológico é capaz de despertar a consciência eco-social da comunidade e educar ambientalmente quem o produz e quem o consome. O Brasil é o país mais rico do mundo em matérias-primas naturais renováveis (mais de 20% da biodiversidade planetária), tem um lixo abundante e ainda pouco aproveitado (245 mil toneladas/dia), além de milhões de toneladas de resíduos agrícolas e industriais sem qualquer uso. Em suma, o país reúne todas as condições para ser um verdadeiro celeiro de ecoprodutos e materiais reciclados, gerando emprego e levando cidadania a milhões de pessoas, tornando-se um modelo de sustentabilidade para outras nações. Tecnologia, know-how e criatividade não faltam para isso.

Os ecoprodutos geram emprego e renda, conseqüentemente promovem a cidadania e fazem parte da Economia Criativa, cujos modelos de negócios ou gestão se originam em atividades, produtos ou serviços desenvolvidos a partir do conhecimento, criatividade ou capital intelectual de indivíduos com vistas à geração de trabalho e renda (SEBRAE, 2016, *web*). Portanto a Economia Criativa pode ser encarada como uma fonte transformadora do mundo, pois traz benefícios econômicos e o desenvolvimento social, além de proporcionar qualidade de vida, valorização dos traços culturais de cada localidade, e estimula o crescimento sustentável.

Portanto, todo o estudo abordado referente a gestão do design, inovação social e sustentabilidade, se integra à intenção dessa pesquisa aplicada, uma vez que os temas relacionam-se com o diálogo a ser estabelecido entre a RFCC, a FIC, as empresas têxteis no município de Indaial e a Uniasselvi.

3 ECONOMIA CRIATIVA

O conceito de Economia Criativa surge no início do século 21, entre transformações rápidas da economia global, que podem ser resumidas pelo fortalecimento da relevância do conhecimento como ingrediente do sistema de produção. Desta maneira, a Economia Criativa tenta assimilar “um mundo onde a criatividade, inovação e gerenciamento de riscos tornam-se imperativos da competição econômica” (MADEIRA, 2014, p. 37).

A Economia Criativa ganha destaque como originador de riqueza e transformações sociais. Trata-se de um conceito amplo e que ganha cada vez mais espaço. De acordo com Santos-Duisenberg (2008), ela surge como uma mudança de método, que sai do mais convencional, centrado no comércio e na fabricação industrial, para uma abordagem mais multidisciplinar, que trabalha com economia, cultura e tecnologia, centrada em produtos e serviços criativos. “A Economia Criativa encontra força na criatividade, junto ao conhecimento, apoiada pela conectividade”. (Ibidem, 2008, p.56). Portanto a criatividade é um ingrediente importante tanto para as indústrias criativas como para a economia criativa, e quando aliada ao conhecimento técnico e recursos produtivos é capaz de originar serviços e bens que promovam emoções, experiências e desejos.

De acordo com Reis (2009), a consequência das indústrias criativas é a Economia Criativa, que inclui não só as indústrias criativas como também suas influências nos demais setores da economia. Pode-se exemplificar o caso da moda, que acaba movimentando a cadeia têxtil e as indústrias de confecções. Em resumo, a Economia Criativa compreende que produtos podem ser copiados, porém a criatividade não, ou seja, não é possível copiar a fonte. Desta maneira a criatividade é o ingrediente diferencial para uma economia competitiva de uma região ou país.

Portanto existe uma nova possibilidade, em que a relação de economia e cultura atrelada à sociedade, pode aumentar a perspectiva, o crescimento e o desenvolvimento de muitos países. O padrão de consumo também sofre mudança ao compreender as transformações sociais. A Economia Criativa também agrega valor aos produtos e serviços, o que garante mais competitividade. Pode-se afirmar que é uma área em progressivo crescimento e muito importante para a economia mundial,

certamente pelo fato das atividades que abrangem a área serem inovadoras, a cultura está envolvida e são relevantes geradoras de emprego.

Segundo Madeira (2014, p. 8),

Economia criativa é um conceito novo, ajustado ao delicado equilíbrio entre imperativos econômicos e o patrimônio de uma nação; capta as mudanças radicais advindas da revolução digital e dirige seu foco para outro modo de capitalização da criatividade e do conhecimento. Considerando que nada escapa ao estatuto de mercadoria, torna-se cada vez mais necessário qualificar e mensurar aqueles bens intangíveis.

As atividades que abrangem a Economia Criativa, tem potencial socioeconômico e tratam com criatividade, conhecimento e informação. Pode-se associar empresas que combinam criação, produção e comercialização de bens criativos de natureza cultural e de inovação. São 13 diferentes áreas de empresas que dependem do talento e da criatividade para existirem, são elas: arquitetura, publicidade, design, artes e antiguidades, artesanato, moda, cinema e vídeo, televisão, editoração e publicações, artes cênicas, rádio, softwares de lazer e música. Também compreende modelos de negócios e de gestão, processos, entre outros. (Escola *Design Thinking*, Ebook, 2017)

Desta maneira o talento individual, a criatividade e a inovação são peças chave em iniciativas onde a Economia Criativa está inserida, pois integra esforços artísticos de uma empresa ou pessoa. De acordo com Manzini (2008), define-se criatividade como a capacidade de reorganizar elementos já existentes em novas combinações, e esses grupos podem ser definidos como uma comunidade criativa, que de maneira colaborativa, inventam e aprimoram soluções inovadoras para novos modos de vida.

As comunidades criativas têm uma estreita relação com a economia, pois estas contribuem para a expansão do conhecimento, mas vai além, pois considera

[...] que é parte de um sistema onde o conhecimento e a criatividade devem ser encontrados de maneira difusa por toda sociedade, e não limitados ao conhecimento “formal” e às firmas criativas. Uma sociedade baseada no conhecimento pode tornar-se a espinha dorsal de uma futura sociedade sustentável baseada no conhecimento. (MANZINI, 2008, p.70)

A partir do exposto, a Economia Criativa pode ser encarada como uma fonte transformadora do mundo, pois traz benefícios econômicos e o desenvolvimento social, além de proporcionar qualidade de vida, valorização dos traços culturais de cada localidade e estimula o crescimento sustentável.

Deheinzelin (2006) também afirma que problemas comuns podem ter soluções comuns. Quando se depara com empreendedores culturais que identificam

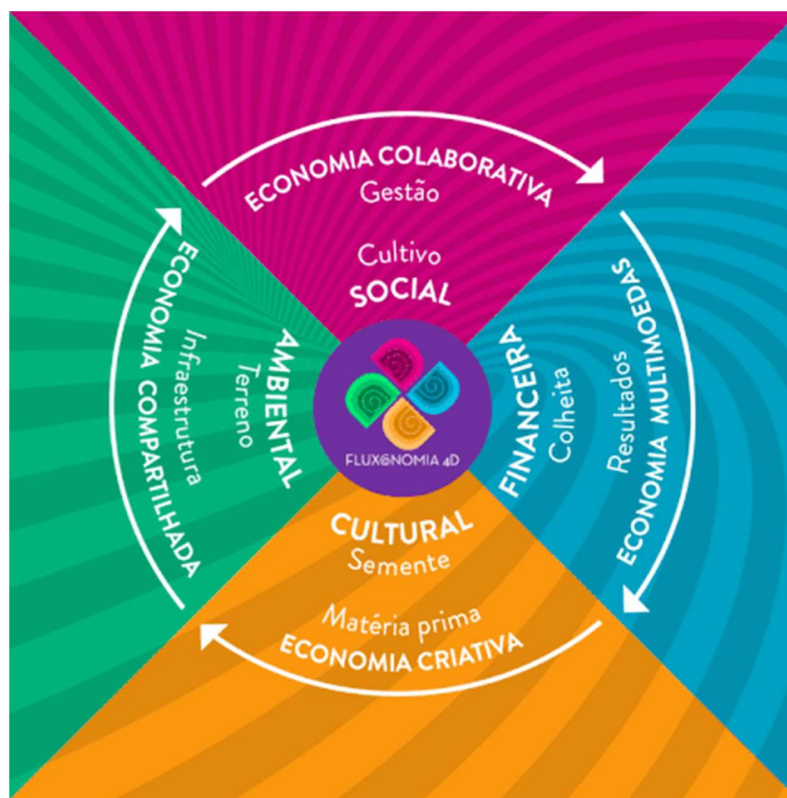
resultados, pode-se elencar um conjunto de procedimentos que podem beneficiar o empreendedorismo e o desenvolvimento ao serem utilizadas nas várias linguagens da cultura ou em outros setores da sociedade ou empresarial.

Os negócios sociais agregam coerência na economia e qualidade aos produtos desenvolvidos. O Portal Brasil (*web*, 2017) destaca que o empreendedorismo social significa um negócio que oferece desenvolvimento para a sociedade e é lucrativo. Empresas sociais, por meio do empreendedorismo social, buscam soluções para problemas da sociedade, auxiliando a população excluída do mercado habitual, combatendo assim a pobreza e diminuindo a desigualdade. Desta maneira, tem-se como objetivo principal dos empreendimentos e negócios sociais a geração de renda e qualidade de vida, pois são economicamente rentáveis.

Newbiggin (2010) afirma que o governo tem um papel importante no processo de cultivar a criatividade, porém a economia se move conforme o movimento criativo das pessoas, e elas por sua vez se movem de acordo com o ritmo das culturas que estão inseridas. Muitos setores estão se movendo rapidamente, que é o resultado de uma mistura de políticas públicas de sucesso, criatividade individual e patrimônio cultural. E por esse motivo a Secretaria da Economia Criativa (SEC) recebeu a tarefa de fomentar, estimular e implementar práticas de desenvolvimento que tivessem a cultura como ponto central, apoiando profissionais e empreendimentos criativos desde abril de 2011, quando entrou em funcionamento (MADEIRA, 2014).

Lala Deheinzelin, co-criadora do arranjo produtivo denominado Fluxonomia 4D (FIGURA 01), através da ferramenta visão 4D, observa sistematicamente quatro dimensões – Cultural, Ambiental, Social e Financeira – buscando 4 economias: Criativa, Compartilhada, Colaborativa e Multivalor (DRAFT, *web*, 2017). A Economia Criativa ocorre na influência da cultura, quando o valor não está no material. A Economia Compartilhada ocorre na influência tecno-ambiental, quando compartilha-se infraestruturas disponíveis. A Economia Colaborativa observa o modelo de gestão, influência social gera valor para os outros. A Economia Multivalor ocorre na influência financeira, quando verifica-se a sustentabilidade do projeto desde os recursos monetários até no âmbito social, ambiental, financeiro e cultural.

Figura 01: Fluxonomia 4D



Fonte: Lala Deheinzelin, (web,2017)

Ao observar e compreender os fluxos é possível perceber que pouco vale recursos financeiros e ambientais se não houver o conhecimento das pessoas. Sendo assim, esse sistema proporcionará uma passagem de uma economia de consumo, insuficiência e disputa para a economia do cuidar e colaborar. Com essa transição será possível visualizar novas oportunidades no futuro desejável para o novo mundo.

Ao fomentar as práticas e empreendimentos criativos e incentivar a associação de vários pequenos, de acordo com Deheinzelin (2013), pode-se ganhar escala, e a integração de muitos, pequenos e diversos, também é interessante para uma etapa de transição. Também será possível testar novos modelos até sair do formato convencional para que se tenha um impacto e funcionamento de uma nova economia, a “Economia da Abundância” colaborativa. A diversidade e o hibridismo são pontos importantes para a Economia Criativa. Reconhecer o seu meio, a sua gente como patrimônio também é uma grande oportunidade. Não basta somente desenvolver a cultura, mas sim desenvolver o país e seu território por meio da cultura.

Desta maneira, as comunidades criativas evoluem e se tornam empreendimentos sociais e de maneira colaborativa, compartilham conhecimento e formam uma rede de pessoas ativas e colaborativas.

Algumas iniciativas relacionadas ao estudo em questão, chamam atenção pelo seu desdobramento, como por exemplo a Retalhar. Imaginada no final de 2013, Jonas Lessa e Lucas Corvacho idealizaram o Retalhar com o objetivo de reciclar uniformes. Na questão ambiental, os sócios evitaram que 15,7 toneladas de material fossem aterradas ou incineradas. Também já atingiram o correspondente a 200 mil mudas de árvores plantadas, contando 231,2 toneladas de carbono que deixaram de ser emitidas no descarte comum têxtil. (Folha de São Paulo, *web*, 2017)

A iniciativa auxilia as empresas, garantindo sigilo as marcas produzidas por elas ao reaproveitar ou desfibrar os produtos. Também auxilia no lado social, ao desenvolver seu projeto em cooperativas de costureiras da periferia de São Paulo e desenvolver produtos com os tecidos impermeáveis. Ao estabelecer uma parceria com o Retalhar, os uniformes impermeáveis usados oriundos de empresas que antes seriam destinados para o aterro ou até incinerados, são descaracterizados e se transformam em mantas para moradores de rua. O produto, além de ser térmico, não molha com facilidade e dura mais tempo que as mantas utilizadas normalmente pelos moradores de rua. Parte do processo é possível observar na figura 02.

Figura 02: Retalhar



Fonte: Projeto Retalhar (2017, *web*)

O projeto retalhar além de reciclar uniformes, empodera costureiras e aquece moradores de ruas com as roupas, agasalhos e mantas desenvolvidos pelo projeto.

Outra iniciativa, o Retalho Fashion foi criada pelo Sinditêxtil-SP após constatar que as 1200 confecções da região do Bom Retiro em São Paulo (SP) produzem 12 toneladas de resíduo têxtil por dia. (Sinditêxtil, *web*, 2017). O projeto tem intensão de formalizar e organizar a coleta do resíduo têxtil realizado pelos catadores, para posteriormente separar os resíduos e preparar a matéria prima para ser vendida às empresas recicladoras. Além de capacitar pessoas para esse processo, irá gerar emprego e renda.

O Sinditêxtil por meio do Retalho Fashion, busca desenvolver um plano de gerenciamento dos resíduos oriundos das confecções e promover a coleta por meio das comunidades de catadores, buscando a preservação ambiental, geração de renda e ocupação qualificada, proporcionando condições justas de trabalho. A iniciativa também restabelece a preservação das condições de limpeza. (Ibdem, *web*, 2017).

O grupo Mulheres de Argila, situado no polo de confecção do Alto do Moura em Caruaru-PE, tem o *jeans* como matéria-prima principal para a produção de vestuário. Como resíduo, tem-se as ourelas que são as laterais dos tecidos. Esse material é entrelaçado, formando um novo tecido, podendo assim confeccionar novos produtos, conforme figura 03.

Figura 03: Ourelas de *jeans* e produtos Mulheres de Argila



Fonte: Mulheres de Argila (2016, *web*)

Outro projeto na cidade de Divinópolis em Minas Gerais, denominado ReciclArte (FIGURA 04), desenvolve oficinas de técnicas artesanais de *patchwork*, fuxico, tecelagem, crochê dentre outras, aproveitando resíduo têxtil provenientes da

cidade. Todas as oficinas são ministradas pelos próprios artesãos da Associação dos Artistas e Artesãos de Divinópolis-MG.

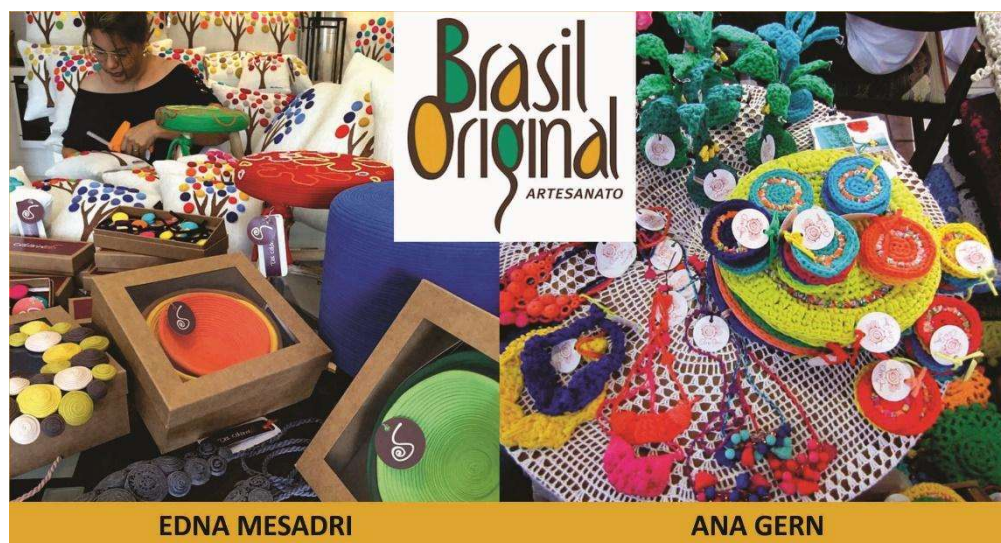
Figura 04: Produtos Reciclarte



Fonte: Projeto ReciclArte Divi (2016, web)

Recentemente o projeto Brasil Original (FIGURA 05), desenvolvido pelo Sebrae, apresentou o artesanato brasileiro para o mercado nacional e internacional nas Olimpíadas e Paraolimpíadas 2016 com quatro *showrooms*, expondo e comercializando produtos de artesãos brasileiros. Durante o evento houve a participação de duas artesãs catarinenses que trabalham no desenvolvimento de acessórios a partir de resíduo têxtil: Ana Gern e Edna Mesadri.

Figura 05: Produtos Ana Gern e Edna Mesadri – Brasil Original



Fonte: Primária (2016)

As iniciativas apresentadas buscam dar um destino a produtos antes descartados, bem como articular o reaproveitamento dos resíduos têxteis à geração de renda. O reaproveitamento dos produtos e resíduos também contribuem com a reinserção de uma mão de obra especializada no mercado.

Nota-se, portanto, que a Economia Criativa está interligada a vários setores, na qual a criatividade encontra diversas oportunidades em inúmeros segmentos. Profissionais do setor criativo são significativos formadores de inovação econômica e social e podem impactar positivamente diversas áreas com respostas econômicas e práticas, o que vem ao encontro da proposta que aqui se pretende apresentar, já que a base para a fundamentação desta pesquisa trata-se da gestão do potencial criativo de voluntárias da RFCC de forma a gerar lucros para esta instituição e conseqüentemente a redução de resíduos provenientes da indústria têxtil regional.

Com base na contextualização apresentada, o próximo capítulo deste projeto explicitará a metodologia por meio da qual se propõe encontrar soluções exequíveis para o destino criativo dos resíduos têxteis que poderá beneficiar a RFCC.

4 METODOLOGIA

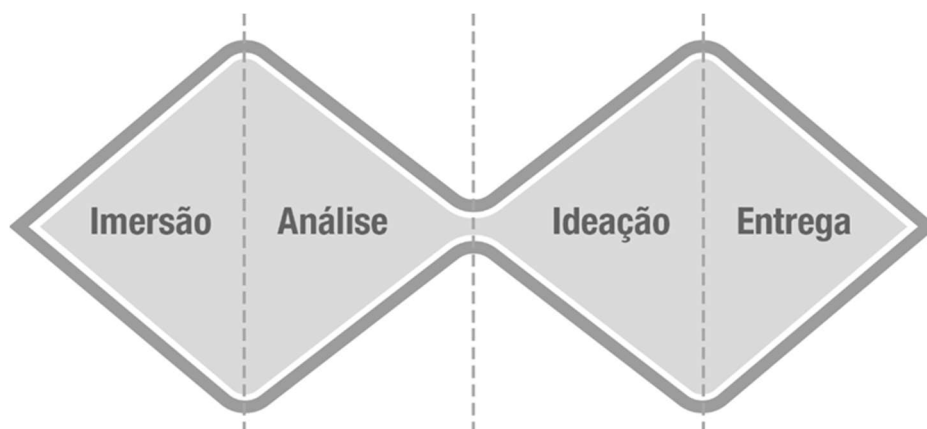
Para o desenvolvimento do trabalho, inicialmente foi realizada uma pesquisa bibliográfica com base em livros e artigos científicos, as quais forneceram referências teóricas que fundamentaram a pesquisa.

Buscando compreender as expectativas da RFCC, a participação da FIC e a colaboração das empresas têxteis participantes do projeto, foi realizada uma pesquisa de abordagem qualitativa exploratória por meio de entrevistas que conforme Gil (1991, p.111),

Este tipo de entrevista é o menos estruturado possível e só se distingue da simples conversação porque tem como objetivo básico a coleta de dados. O que se pretende com entrevistas deste tipo é a obtenção de uma visão geral do problema pesquisado, bem como a identificação de alguns aspectos da personalidade do entrevistado.

O trabalho foi estruturado com base no método do *Design Thinking* composto por 4 etapas: Imersão, Análise, Ideação e Entrega (FIGURA 06), e com a abordagem do Design Participativo, que segundo Schuler e Namioka (1993), favorece a participação dos atores no desenvolvimento das soluções. Sanders (2002), afirma que todas as pessoas têm algo a oferecer ao processo de design e *workshop* para encontrar as soluções e aplicações, afim de pôr em prática os resultados da investigação. Em experiências participativas o usuário é um componente crítico no processo e as pessoas participam de maneira direta e proativa no desenvolvimento, essa é uma maneira de compreender o que o usuário quer, quando quer e como quer.

Figura 06: Diamante Duplo



Fonte: Design council (*web*, 2018)

A fim de compreender como as etapas do *Design Thinking* foram trabalhadas nessa pesquisa, serão descritos nos próximos subtópicos os procedimentos adotados em cada fase.

4.1 Imersão

De acordo com Maurício Vianna et al. (2012), a Imersão pode ser dividida em duas etapas: Preliminar e em Profundidade. A primeira tem como objetivo o reenquadramento e o entendimento inicial do problema, enquanto a segunda destina-se à identificação de necessidades e oportunidades que irão nortear a geração de soluções na fase seguinte do projeto, a de Ideação.

Nesta pesquisa foi adotada a Imersão de Profundidade, ou seja, buscou-se um aprofundamento sobre o envolvimento dos atores e da problemática a ser trabalhada, procurando focar no ser humano, com o objetivo de levantar informações de quatro tipos: o que as pessoas falam; como agem; o que pensam; como se sentem em relação ao problema levantado.

A primeira etapa da imersão aprofundada baseou-se em uma pesquisa descritiva em que foram utilizadas bases de dados, livros, *sites*, revistas, produções científicas e técnico-científicas, que tratam dos fundamentos de design e inovação social, da gestão do design e sustentabilidade; da economia criativa; resíduos têxteis e seu reaproveitamento, além do levantamento das iniciativas desenvolvidas por artesãos e aceitos comercialmente, conforme apresentados anteriormente nos capítulos 2 e 3 desta pesquisa.

A segunda etapa da imersão aprofundada foi a identificação e reconhecimentos dos atores: conhecer as necessidades da RFCC de Indaial; levantar as empresas de confecções que geram resíduo têxtil no município de Indaial e fazer uma avaliação das características dos resíduos; e averiguar a participação da FIC.

Nesta etapa foi desenvolvida a pesquisa de campo qualitativa exploratória com a finalidade de coletar informações por meio de entrevistas com todos os atores identificados para o projeto. Todo projeto foi submetido no comitê de ética, parecer

número 2.064.408, aprovado conforme ANEXO I. Todas as entrevistas também foram aprovadas e constam nos Apêndices A, B e C.

A fim de conhecer as necessidades da RFCC de Indaial, bem como as habilidades e competências do grupo de voluntárias, foram realizadas entrevistas estruturadas que buscou conhecer suas experiências individuais, identificar suas atribuições no grupo, bem como suas dificuldades, desejos, trabalhos já realizados e conhecimentos a respeito de iniciativas semelhantes. O roteiro de entrevista proposto está apresentado no APÊNDICE A. Participaram das entrevistas quatro voluntárias atuantes no “Artesanato Rosa”, ateliê de trabalhos manuais da RFCC de Indaial

Posteriormente foram identificadas e abordadas oito confecções para participarem do projeto:

1. Cheia de Laço Confecções Ltda – ME;
2. Edla Baucke – Epp;
3. Finamor Confecções Ltda – Epp.
4. Oscar dos Reis e Cia Ltda;
5. Poli Confecções Eireli;
6. Protótipo Indústria e Comércio de Confecções Ltda;
7. Schöne Mode Ltda – ME;
8. Tonatua Confecções Ltda.

As confecções participantes foram selecionadas a partir de uma análise dos produtos e matérias-primas utilizadas por elas, para obter uma maior diversidade de resíduo têxtil. O roteiro de entrevista proposto está apresentado no APÊNDICE B.

Finalizando a etapa de imersão, para conhecer a atuação da FIC, foi realizada uma entrevista com as diretoras da entidade para identificar as iniciativas fomentadas pela fundação, parcerias realizadas, programas, cursos e possíveis contribuições da instituição com o projeto, bem como a viabilidade da participação da RFCC com seu trabalho em eventos realizados pela FIC. O roteiro de entrevista proposto está apresentado no APÊNDICE C.

4.2 Análise

A segunda etapa da abordagem *Design Thinking* corresponde a Análise, que de acordo com Maurício Vianna et al. (2012), após as etapas de levantamento de dados da fase de imersão, os próximos passos são análise e síntese das informações coletadas. Para tal, os *insights* são organizados de maneira a obter-se padrões e a criar desafios que auxiliem na compreensão do problema.

Após as entrevistas realizadas com as voluntárias da RFCC, a coleta de dados foi organizada, tabulada e analisada, cuja síntese é demonstrada no quadro 01.

Quadro 01: Entrevista voluntárias RFCC de Indaial

1 – Há quanto tempo você se dedica ao voluntariado?			
Voluntária 01	Voluntária 02	Voluntária 03	Voluntária 04
15 anos	6 anos	28 anos	3 anos
2 – Há quanto tempo você se dedica ao “Artesanato Rosa”?			
Voluntária 01	Voluntária 02	Voluntária 03	Voluntária 04
6 anos	6 anos	6 anos	6 anos
3 – Quais suas atribuições nesse grupo?			
Voluntária 01	Voluntária 02	Voluntária 03	Voluntária 04
Recorte, colagem, fuxico, crochê.	Costura, decoração, bordado, <i>patchwork</i> .	Costura.	Costura, <i>patchwork</i> .
4 – Possui alguma habilidade manual? Qual(is)?			
Voluntária 01	Voluntária 02	Voluntária 03	Voluntária 04
Tricô, bordado, pintura em tecido.	Tricô, crochê, tapeçaria.	Bordado, tapeçaria, culinária.	Tricô, crochê, culinária.
5 – Você tem alguma dificuldade no desenvolvimento de trabalhos manuais? Qual(is)?			
Voluntária 01	Voluntária 02	Voluntária 03	Voluntária 04
Costura.	Pintura.	Pintura, fuxico, coisas muito pequenas.	Bordado ponto cruz, pintura, coisas muito pequenas.
6 – Quais produtos já desenvolveu?			
Voluntária 01	Voluntária 02	Voluntária 03	Voluntária 04
Pantufas de crochê, artigos com fuxico, cabides de maneira forrados.	Tapetes, guirlandas, enfeites natalinos.	Toalhas de louça, avental, produtos que envolvam costura.	<i>Patchwork</i> (toalhas, bolsas, trilhos de mesa).
7 – Você gostaria de aprender alguma nova técnica específica? Qual(is)?			
Voluntária 01	Voluntária 02	Voluntária 03	Voluntária 04
Costura de <i>patchwork</i> .	Não	Como o grupo é polivalente, cada uma tem uma habilidade específica, todas dominamos as técnicas necessárias.	Técnicas de modelagem de roupa.
8 – Você já desenvolveu algum produto a partir do resíduo têxtil? Se sim, qual(is) produto(s)?			
Voluntária 01	Voluntária 02	Voluntária 03	Voluntária 04

Trabalhos com fuxico.	Trabalhos com <i>patch</i> aplique.	Muitos produtos desenvolvidos no Artesanato Rosa são feitos a partir do resíduo. Ex: perna de calça, restos de tecido.	<i>Patchwork</i> com resíduo recebido pelo artesanato.
9 – Você tem conhecimento de iniciativas que utilizam o resíduo têxtil como matéria prima para o desenvolvimento de produtos?			
Voluntária 01	Voluntária 02	Voluntária 03	Voluntária 04
A APAE recicla malha (em tiras) confeccionando tapetes.	APAE confeccionava tapetes com resíduos de malha.	APAE produzia tapetes/capachos com restos de malha.	APAE, tapetes com malha.

Fonte: Primária, com base nas entrevistas (2017)

Ao analisar todas as respostas das voluntárias da RFCC de Indaial, observa-se que cada voluntária possui uma atribuição no grupo e suas habilidades são levadas em consideração na divisão de tarefas do grupo. Os produtos desenvolvidos são diversificados e metade das voluntárias não percebe a necessidade de aprender uma nova técnica específica. Outro detalhe importante é a habilidade que o grupo possui em desenvolver trabalhos a partir do resíduo têxtil.

Na sequência, foram também estruturadas as entrevistas com os oito proprietários das confecções, cuja análise dos dados coletados e tabulação das respostas é apresentada no quadro 02.

Quadro 02: Entrevista confecções

Empresa	1 – Que tipo de sobras/resíduo a empresa gera e qual o percentual:
Cheia de Laço Confeccões Ltda – ME	100% <i>viscolycra</i>
Edla Baucke – Epp	35% renda 25% viscose 20% sarja 15% tecido plano 5% <i>jeans</i> 2% tricolini
Finamor Confeccões Ltda – Epp	70% <i>viscolycra</i> 30% meia-malha
Oscar dos Reis e Cia Ltda	20% <i>viscolycra</i> 20% flamê 10% tecido plano 10% renda 10% ribana 10% diferenciados 5% meia-malha 5% moletinho 5% <i>cotton</i> 5% tricolini
Poli Confeccões Eireli	20% meia-malha 20% ribana 10% <i>viscolycra</i>

	10% tecido plano 10% tricolini 6% devore 5% flamê 5% botonê 5% moleton 5% moletinho 4% renda
Protótipo Ind. e Com. de Confeccões Ltda	90% meia-malha 6% piquê 4% ribana
Schöne Mode Ltda – ME	30% viscose 25% tecido plano 10% meia-malha 10% <i>viscolycra</i> 10% <i>cotton</i> 10% sarja 5% tricolini
Tonatua Confeccões Ltda	80% meia-malha 10% piquê 10% <i>viscolycra</i>
Empresa	2 – Do total de malha/tecido que a empresa utiliza na produção, qual o percentual médio de resíduo gerado?
Cheia de Laço Confeccões Ltda – ME	Média de 150kg/mês
Edla Baucke – Epp	Média de 25%
Finamor Confeccões Ltda – Epp	18 a 20%
Oscar dos Reis e Cia Ltda	15%
Poli Confeccões Eireli	Em média 22%
Protótipo Ind. e Com. de Confeccões Ltda	20%
Schöne Mode Ltda – ME	3 a 5% média
Tonatua Confeccões Ltda	10%
Empresa	3 – É possível dimensionar o tamanho das aparas/sobras?
Cheia de Laço Confeccões Ltda – ME	Sim, no programa de encaixe
Edla Baucke – Epp	Dependendo do modelo a ser produzido, pode ter 12m de comprimento por 20cm de largura. Não é possível dimensionar o tamanho das sobras.
Finamor Confeccões Ltda – Epp	Tamanho bem reduzido.
Oscar dos Reis e Cia Ltda	Não, pois é relativo de modelo a modelo.
Poli Confeccões Eireli	Muito relativo, pois como trabalhamos com uma variedade enorme de modelos, dificilmente fizemos mais de duas vezes o mesmo modelo, logo, as sobras são muito variadas.
Protótipo Ind. e Com. de Confeccões Ltda	Não é possível, pois são inúmeros artigos diferentes.
Schöne Mode Ltda – ME	10cm x 10cm média
Tonatua Confeccões Ltda	São tiras pequenas com aproximadamente 5 cm de largura
Empresa	4 – A empresa possui algum programa de reutilização do resíduo gerado? Se sim, como funciona e qual quantidade é reaproveitada?
Cheia de Laço Confeccões Ltda – ME	Não
Edla Baucke – Epp	Apenas pagamos o descarte do resíduo a uma empresa.
Finamor Confeccões Ltda – Epp	Não reutiliza. Descarta através da Momento Engenharia – Blumenau. Autorizada pela FATMA.
Oscar dos Reis e Cia Ltda	Sim, vendemos para empresas especializadas em resíduos.

Poli Confecções Eireli	Não possuímos, fizemos a venda do resíduo para um terceirizado.
Protótipo Ind. e Com. de Confecções Ltda	Não. É vendido a uma empresa de reciclagem.
Schöne Mode Ltda – ME	Não.
Tonatua Confecções Ltda	Não. Fazemos doações para terceiros.
Empresa	5 – Qual a percepção da empresa sobre uma entidade beneficente, no caso, a Rede Feminina de Combate ao Câncer, reutilizar os resíduos/aparas para desenvolver novos artefatos?
Cheia de Laço Confecções Ltda – ME	Um ótimo destino para o resíduo e até hoje temos dificuldade de encontrar destino.
Edla Baucke – Epp	O resíduo poderia ser utilizado.
Finamor Confecções Ltda – Epp	A rede poderia fazer um teste.
Oscar dos Reis e Cia Ltda	Bem positiva.
Poli Confecções Eireli	Uma entidade séria, podemos ajudar com a doação dos resíduos.
Protótipo Ind. e Com. de Confecções Ltda	Acho interessantes desde que seja para ajudar essa entidade que tanto ajuda as pessoas.
Schöne Mode Ltda – ME	Nenhuma objeção.
Tonatua Confecções Ltda	Seria interessante, porém o resíduo gerado são irregulares e de difícil aproveitamento.
Empresa	6 – A empresa apoiaria uma parceria com a Rede Feminina de Combate ao Câncer no fornecimento do resíduo/aparas para desenvolver novos artefatos?
Cheia de Laço Confecções Ltda – ME	Com certeza.
Edla Baucke – Epp	Sim, apoiaria.
Finamor Confecções Ltda – Epp	Apoiamos, se for viável para a rede.
Oscar dos Reis e Cia Ltda	Sim, porém tem que ver a quantidade e como faríamos referente ao meio ambiente, dependendo da quantidade.
Poli Confecções Eireli	Sim, apoiaria.
Protótipo Ind. e Com. de Confecções Ltda	Sim, acho interessante e apoio.
Schöne Mode Ltda – ME	Pode ser analisada.
Tonatua Confecções Ltda	Pode ser analisada.
Empresa	7 - (OPCIONAL) Relate informações que julgar importante para o desenvolvimento do presente projeto:
Cheia de Laço Confecções Ltda – ME	Não respondeu
Edla Baucke – Epp	Não respondeu.
Finamor Confecções Ltda – Epp	Não respondeu.
Oscar dos Reis e Cia Ltda	Podemos sim começar o processo e ver o andamento. Podemos definir uma quantidade inicial e ir conversando.
Poli Confecções Eireli	Podemos separar as partes maiores dos resíduos de cada enfiado para que a rede Feminina tenha um melhor aproveitamento. Podemos fazer a entrega semanalmente na sede da Rede Feminina.
Protótipo Ind. e Com. de Confecções Ltda	Não respondeu.
Schöne Mode Ltda – ME	Ver quais produtos serão feitos para a Rede Feminina. Se terá condições com o tamanho dos retalhos.
Tonatua Confecções Ltda	Não respondeu.

Fonte: Primária, com base nas entrevistas (2017)

Ao considerar as respostas, observa-se que o percentual de resíduo gerado pelas empresas é muito alto e que não existe um programa para o reaproveitamento em nenhuma das empresas, somente descarte e comercialização. A resposta foi extremamente positiva ao serem questionados a respeito da possibilidade de uma parceria para a doação de resíduos para a RFCC.

Por fim, foram também tabuladas as entrevistas com as diretoras da FIC, apresentado no quadro 03.

Quadro 03: Entrevista diretoras FIC

1 – Quais iniciativas que a FIC fomenta?	
Diretora 01	Diretora 02
A FIC – fomenta cursos nas áreas de artes, pinturas, música teatro e dança, nesta concepção ainda engloba grupos de destaque na Grupo de dança Stella Alpina, Banda FIC, Orquestra Trá lá lá, Coral da FIC, Orquestra de Câmara de Indaial e Grupo de Teatro Trapos e Farrapos.	A Fundação Indaialense de Cultura fomenta práticas promovendo a conservação e a divulgação das tradições culturais através do folclore, artesanato, música, dança, artes plásticas e visuais, expressões artísticas diversas; Incentiva a edição de livros e outras publicações que estudem, divulguem ou incentivem as tradições histórico-culturais do Município; Promove estudos e pesquisas sobre a história, as tradições, a arquitetura, o folclore, a genealogia e outros aspectos de interesse cultural. Para realização de tais ações, a FIC mantém cursos voltados para as diversas áreas artísticas e culturais, a Biblioteca Pública Municipal Cruz e Sousa, o Arquivo Histórico Municipal Theobaldo Costa Jamundá e o Museu Ferroviário Ernesto Silvestre da Silva.
2 – A FIC já desenvolveu ou desenvolve algum trabalho em parceria com uma ONG /entidade beneficente? Se sim, qual(ais) atividade(s) é(são) desenvolvida(s)?	
Diretora 01	Diretora 02
No momento a FIC tem parcerias com associações do município, como a Associação de Artesãos de Indaial, que engloba a economia solidária e associações de musicais.	A FIC já realizou e realiza, eventualmente, algumas parcerias em eventos com ONG's diversas. Exemplo: comemoração do Dia dos Namorados, Páscoa e Natal.
3 – Quais habilidades, programas ou cursos a FIC possui e que podem colaborar com a RFCC de Indaial?	
Diretora 01	Diretora 02
A Fundação pode entrar como parceira na exposição deste material na entidade ou mesmo encaminhamento do material para ser vendido durante as feiras de artesanato que estão se constituindo em nossa cidade e região, umas das ações poderia ser o grupo da Rede Feminina ter acesso um estande na Feira de Rua <i>Bummeln</i> e promover a comercialização deste material.	A FIC pode colaborar com ações da RFCC com a oferta de cursos voltados às mais diversas expressões artísticas, desenvolvendo habilidades motoras para a produção de novos produtos artesanais. Também pode auxiliar na promoção de eventos e participações de feiras artesanais, a exemplo da <i>Bummeln</i> – Feira de Rua que acontece mensalmente na Beira Rio de Indaial, com venda de produtos artesanais.
4 – De que maneira a FIC pode contribuir no desenvolvimento de um artesanato com uma identidade cultural do município?	
Diretora 01	Diretora 02
A identidade cultural dos nossos produtos ainda é muito discutida, por se tratar ainda de uma	A FIC pode auxiliar na elaboração e execução de um produto que tenha origem artesanal com

construção, o que estamos fazendo é apreciar todas as manualidades que consistem neste processo e a partir dele construir nossa identidade. A Fundação faz um movimento de fomentação através de ações conjuntas e parcerias, como a Feira de <i>Bummeln</i> , a Festa do Colono, Festinver de Gaspar, Natal FIC entre outros, juntamente essas parcerias trazem cursos e aperfeiçoamentos para os artesãos.	seus profissionais e/ou auxiliando na articulação com a Associação Indaialense de Artesãos que possui como associados diversos artesãos dos mais variados segmentos artesanais.
5 – Em qual evento promovido pela FIC a RFCC poderia estar inserida com a exposição/divulgação dos produtos desenvolvidos pelo grupo “Artesanato Rosa”?	
Diretora 01	Diretora 02
Contamos com muitos eventos durante o ano, mas acredito que participar da Feira de Rua <i>Bummeln</i> é uma maneira de ser visto na comunidade.	O grupo “Artesanato Rosa” poderia estar presente nos diversos eventos promovidos pela Entidade: Natal em Indaial, Feira de Rua <i>Bummeln</i> , Páscoa <i>Ostergarten</i> e também em festas promovidas pelo município, como: FIMI, Festa do Colono.
6 - (OPCIONAL) Relate informações que julgar importante para o desenvolvimento do presente projeto:	
Diretora 01	Diretora 02
Acredito no artesanato como potencialidade criativa e é uma maneira de construirmos alicerces para desenvolver habilidades. Trabalhar a perspectiva de uma construção de identidade de nosso município é fundamental para tomarmos a direção e o papel do cidadão contando com parcerias entre o público as associações e o privado.	Não respondeu.

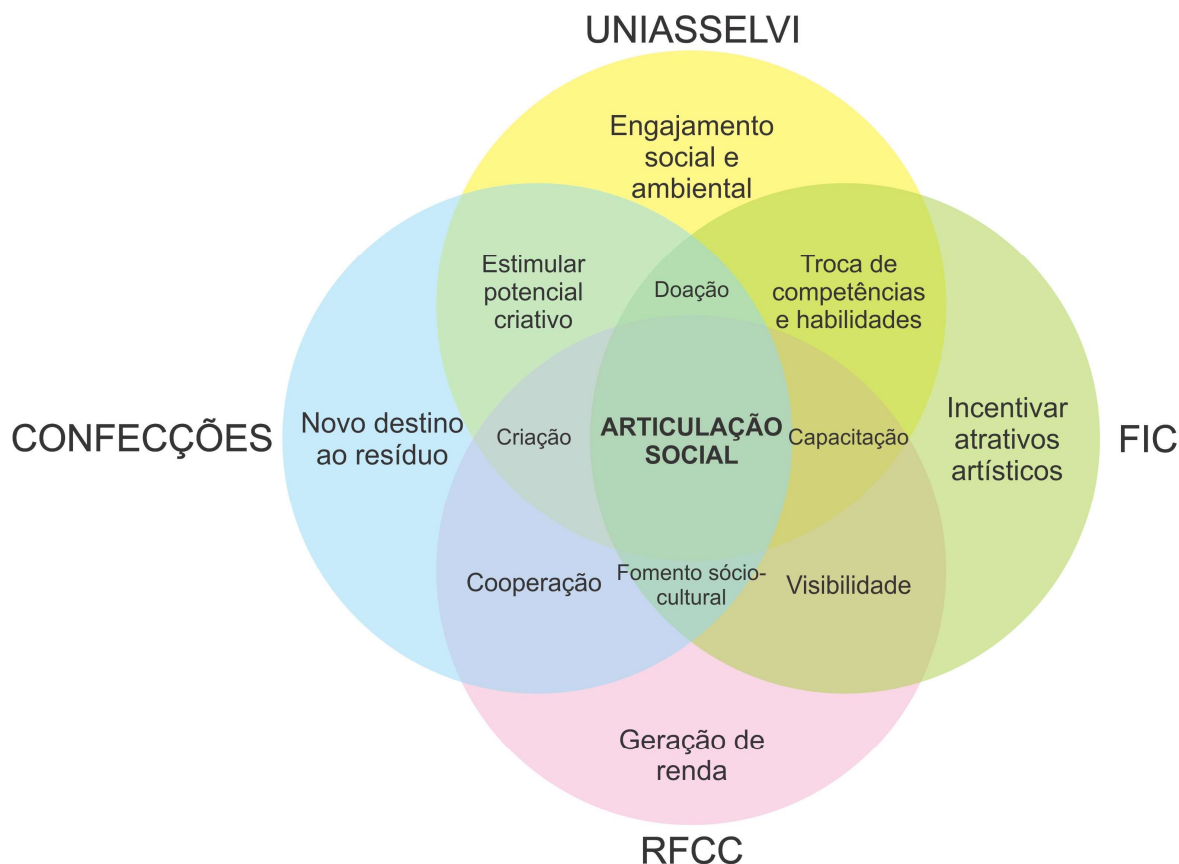
Fonte: Primária, com base nas entrevistas (2017)

Ao analisar as respostas das diretoras da Fundação Indaialense de Cultura, observa-se que existe um potencial de colaboração com a RFCC no desenvolvimento e principalmente na divulgação e comercialização do material a ser desenvolvido. Destaca-se a possibilidade de participação na Feira de Rua *Bummeln*, que acontece mensalmente na Beira Rio do município.

A UNIASSELVI, apresenta-se aqui como articuladora principal desta proposta, na representação da pesquisadora, que teve a iniciativa de juntar as diversas instituições identificadas e desenvolver uma gestão de design que contribua para a sustentabilidade da RFCC.

Após a identificação e reconhecimento dos atores envolvidos nesta pesquisa, foi possível sistematizar um processo para uma articulação entre as entidades envolvidas, apresentado por meio de um infográfico (FIGURA 07), em que mostra a relação, atuação e envolvimento dos atores e de que forma é possível construir a articulação entre eles.

Figura 07: Atuação e envolvimento dos atores



Fonte: Primária, com base nas entrevistas (2017)

Observa-se, portanto, que a parceria proposta entre a RFCC, a FIC, a UNIASSELVI e as confecções do município de Indaial se mostra possível nas respostas das entrevistas aplicadas, demonstrando receptividade e viabilidade.

Nesta etapa também foi realizado um estudo relacionado aos resíduos disponíveis, material disponibilizado à pesquisadora pelas empresas de confecção, em média 500gr de resíduo têxtil de diferentes características, de acordo com os produtos em fabricação. Os materiais foram identificados e separados buscando alternativas de artefatos possíveis de serem desenvolvidos por meio destes e dos conhecimentos específicos das voluntárias do RFCC.

Importante ressaltar o interesse por parte das empresas em buscar um novo destino ao resíduo têxtil, além de estimular o potencial criativo na parceria com a UNIASSELVI e a cooperação com a RFCC. Essa receptividade demonstrada nas entrevistas foi sobretudo pela oportunidade de oferecer um novo destino ao resíduo gerado.

Os resíduos fornecidos tinham composições e gramaturas diferentes; coloração e estampas diversificadas; dimensões desiguais e tecidos variados, conforme observa-se na figura 08.

Figura 08: Resíduos têxteis disponibilizados pelas confecções



Fonte: Primária (2017)

A diversificação do material ampliou a possibilidade de estudos sobre a aplicação do resíduo, porém as dimensões podem trazer dificuldades para a confecção dos novos produtos.

O material cedido foi transportado para a UNIASSELVI para ser estudado.

Todos os materiais foram identificados, selecionados e separados de acordo com dimensões e características, cor, gramatura e estampa.

4.3 Ideação

A fase da ideação de acordo com Maurício Vianna et al. (2012) tem como intuito gerar ideias inovadoras para o tema do projeto e, para isso, utilizam-se as ferramentas

de síntese criadas na fase de análise para estimular a criatividade e gerar soluções que estejam de acordo com o contexto do tema trabalhado.

Esta etapa foi desenvolvida pela pesquisadora em conjunto com a estagiária da UNIASSELVI a fim de identificar detalhes relevantes do material cedido pelas empresas, possibilitando a compreensão e futura aplicação do resíduo de maneira adequada pela RFCC. Neste sentido foram utilizadas as ferramentas de mapa mental respondendo as seguintes questões: o que é? quando usar? como aplicar? (FIGURA 09).

Figura 09: Mapa mental



Fonte: Primária (2017)

A partir do mapa mental foi realizado um *brainstorming* em que a pesquisadora e a estagiária selecionaram algumas referências de produtos para gerar ideias e propor alternativas. Todas as indicações e discussões realizadas nesta etapa foram importantes e facilitaram o desenvolvimento do processo. A discussão gerou um painel visual de ideias para a geração de alternativas e posterior prototipagem, conforme apresenta a figura 10.

Figura 10: Painel visual (1) pompom de malha para enfeites de porta, chaveiros e artigos decorativos; (2) porta copos; (3) tapa olho; (4) porta caneta e lápis; (5) porta guardanapo; (6) caixa porta objetos; (7) marca páginas; (8) organizador de cabos; (9) pegador de panela.



Fonte: Primária (2017)

Como resultado do *brainstorming*, optou-se por desenvolver o tapa olho e dois modelos de marca páginas, imagens 3 e 7 da figura 10, em virtude da dimensão dos resíduos cedidos pelas confecções, facilidade e agilidade para confeccionar esses artigos, além de serem produtos diferentes dos que usualmente o grupo já confecciona.

Em seguida iniciou-se a fase de teste do material (modelagem e costura) com o resíduo cedido, geração de alternativas de produtos, identificação das necessidades da RFCC e as restrições que o material cedido apresenta.

A diversidade de resíduos se mostrou um ponto positivo, possibilitando diversas experimentações, porém suas dimensões foram um complicador no processo criativo, pois muitos produtos não foram possíveis de serem desenvolvidos em função disso.

A gramatura também foi outro complicador, pois tecidos de maior peso e grossos foram mais difíceis de serem manipulados e não possuíam a mesma maleabilidade que tecidos e malhas leves.

Todos os protótipos e testes foram realizados e confeccionados nos laboratórios do curso de Design-Moda da UNIASSELVI (Laboratório de Criatividade, Ateliê de Costura e Laboratório de Acabamento), que contam com máquinas de

costura e talhação, tesouras, agulhas, linhas e demais materiais de apoio necessários para confecção dos protótipos (FIGURA 11).

Figura 11: Prototipação dos produtos marca páginas



Fonte: Primária (2017)

Os modelos prototipados correspondem a um marca página em formato de vestido, fixado com elástico de 1cm de largura, tamanho 12cm x 6cm, que identifica a página quando posicionado no meio do livro, entre páginas; o outro, em formato de coração, tamanho 10cm x 6cm, identifica a página quando posicionado no canto da página do livro.

Também foi prototipado uma viseira 'tapa olhos', tamanho 19cm x 7cm, utilizando o resíduo cedido pelas empresas e acrescentados de aviamentos como enchimento de fibra e elástico com 1cm de largura. Os materiais extras foram da RFCC.

A figura 12 apresenta estes modelos confeccionados que serviram de amostras para a realização das próximas etapas do processo.

Figura 12: Produtos



Fonte: Primária (2017)

Após selecionados os produtos a serem desenvolvidos pelas voluntárias da RFCC, aconteceu o *workshop*, que conforme Pinheiro (2011), a pluralidade do grupo gera um potencial criativo bem maior que individualmente, além de envolver o participante. Ainda de acordo com Santa Rosa (2013), todas as ponderações são avaliadas com a condicionante de serem executadas ou não. O Design Participativo também foi uma abordagem importante neste processo, pois conforme afirma Schuler e Namioka (1993) a participação do usuário é indispensável para compreender a ânsia existente do grupo, possibilitando voz ativa no desenvolvimento das soluções. Sanders (2012) corrobora enfatizando que a participação direta e ativa das partes interessadas no processo de desenvolvimento torna as ideias mais criativas e as pessoas se beneficiam delas.

O *workshop* que foi executado na RFCC de Indaial, tem como base Santa Rosa (2013), que relata que essas atividades práticas possibilitam o envolvimento do participante bem como suas considerações devem ser avaliadas e eventualmente colocadas em prática. A metodologia utilizada no *workshop* visa melhorar a prática do usuário, com novas soluções, sendo o mesmo coautor do processo e sua participação é determinante para o sucesso do projeto. O método de trabalho tem como cerne criar

novas maneiras de utilizar o principal resíduo do município de Indaial, oriundo das indústrias de confecção.

O encontro do grupo ocorreu na sede da RFCC de Indaial (FIGURA 13), desenvolvido pela estagiária Taíse Rockenbach, acadêmica do sétimo semestre do curso de Design-Moda da UNIASSELVI, com o auxílio da pesquisadora, na capacitação das voluntárias para a confecção dos produtos a partir do resíduo selecionado. Considerando que o grupo de voluntárias é pequeno, a participação de todas foi de extrema importância para a conclusão com êxito da atividade. Levou-se em consideração o conhecimento e experiência do grupo, pois a bagagem de competências e habilidades acumulada pelas voluntárias contribuíram com ideias e auxiliaram no processo de confecção dos produtos, muitas vezes simplificando processos. Sanders (2012) afirma que a experiência participativa não é simplesmente um método ou um conjunto de metodologia, mas sim o conhecimento e o desejo das pessoas.

Figura 13: *Workshop*



Fonte: Primária (2017)

Tendo em vista que o grupo é polivalente e cada uma das voluntárias possuem aptidões específicas e dominam muitas técnicas, o *workshop* não demandou necessidade de desenvolvimento de novas habilidades. Dessa maneira houve um

processo de co-criação dos produtos idealizados pela pesquisadora e estagiária, ao proporem alternativas na construção dos produtos, reduzindo processos e otimizando etapas na confecção dos produtos de maneira mais rápida e fácil, além de apresentarem novas propostas de produtos a serem produzidos com o material cedido pelas confecções, como suporte para pratos, pegador de panela e porta guardanapos.

4.4 Entrega (Prototipação)

A prototipação de acordo com Maurício Vianna et al. (2012) tem como função auxiliar a validação das ideias geradas e, apesar de ser apresentada como uma das últimas fases do processo de *Design Thinking*, pode ocorrer ao longo do projeto em paralelo com a Imersão e a Ideação.

No processo aqui apresentado, após o *workshop*, as voluntárias do RFCC produziram 4 tapa olhos, 6 marca páginas modelo 1 e 10 marca páginas modelo 2.

A figura 14 mostra o resultado dos produtos confeccionados pelas voluntárias.

Figura 14: Produtos confeccionados pelas voluntárias



Fonte: Primária (2017)

Todos artigos produzidos pelas voluntárias foram precificados, sem envolvimento da pesquisadora e estagiária, para posterior comercialização.

4.4.1 Comercialização

Posteriormente a confecção dos produtos, fez-se contato com a FIC para auxiliar a RFCC na divulgação do projeto. No calendário de eventos do município, observou-se que a melhor opção para a RFCC era participar da feira *Bummeln*, realizada no segundo sábado de cada mês com o apoio da Associação Indaiense de Artesãos e da Prefeitura Municipal. A feira comercializa produtos de diversos segmentos, como: artesanatos, trabalhos manuais, antiguidades, colecionáveis e brechó de roupas, além atividades culturais como música, literatura e gastronomia de rua. A data para participação do Artesanato Rosa na feira da Av. Beira Rio, foi o dia 09 de setembro de 2017, conforme demonstra a figura 15.

Figura 15: Feira *Bummeln* (1. Vista da Av. Beira Rio com os stands; 2. Stand da RFCC; 3 e 4. Produtos confeccionados pelas voluntárias em exposição)



Fonte: Primária (2017)

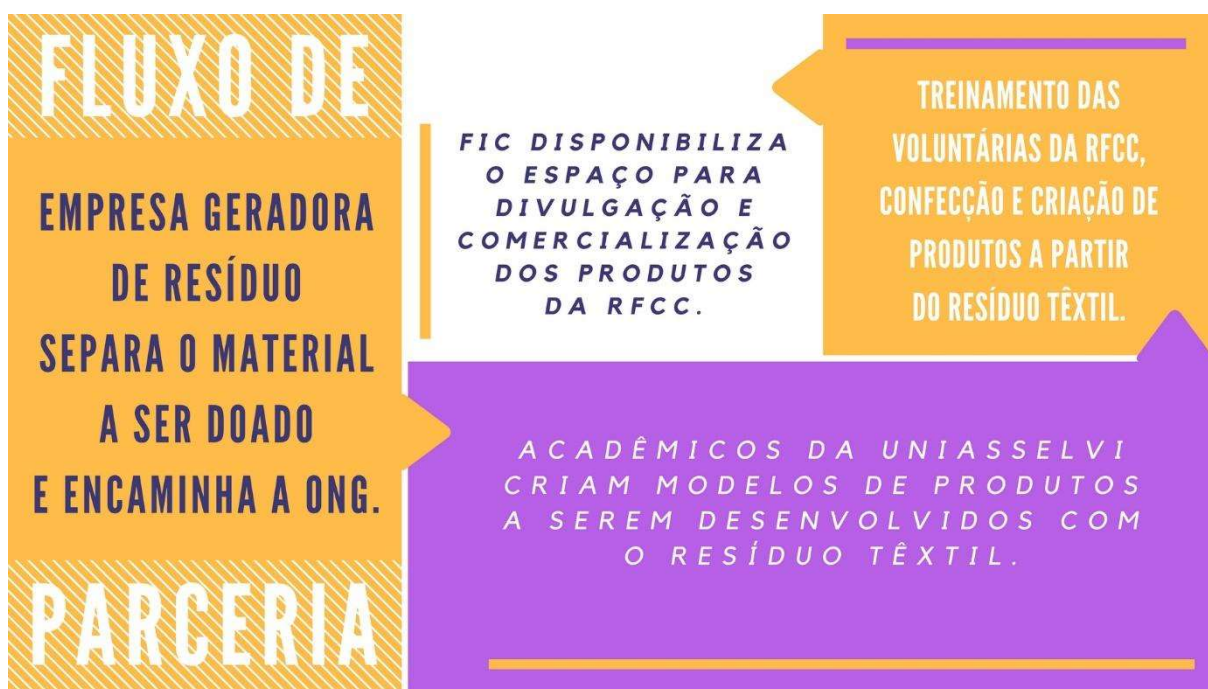
O desafio em participar de um evento de grande visibilidade no município foi muito grande, e na ocasião observou-se a relevância de demonstrar para a sociedade os trabalhos realizados pela RFCC, como a coleta de material para o exame Papa Nicolau de maneira gratuita, drenagem linfática em pacientes mastectomizadas, além de atendimento voluntário de profissionais da saúde. A comercialização de camisetas do Outubro Rosa, além de ter a renda revertida para a ONG, busca conscientizar a população para a prevenção do câncer de mama e oportunamente, a divulgação dos produtos desenvolvidos com o resíduo têxtil criou uma nova oportunidade para a RFCC buscar recursos financeiros para sua sustentabilidade.

Destaca-se que a participação em feiras é fundamental para a RFCC, pois é uma oportunidade para a divulgação de produtos e serviços oferecidos pela ONG, e para a comercialização dos produtos, além da sede da RFCC.

Conforme infográfico apresentado na figura 07, a FIC é uma entidade que busca incentivar a cultura e o turismo no município de Indaial. Segundo Deheinzelin (2006), a economia criativa está baseada na construção de recursos intangíveis, como cultura e turismo, proporcionando uma sociedade mais sustentável, pois prioriza-se empreendedores culturais. A FIC proporcionou visibilidade ao possibilitar a participação da RFCC na feira de rua com os produtos desenvolvidos a partir da troca de competências e habilidades com a instituição de ensino.

Após concluída toda interlocução com os quatro atores do presente projeto, finaliza-se o ciclo proposto no início desse capítulo e para isso construiu-se um infográfico apresentado na figura 16, que representa o fluxo da parceira estabelecida, que conta com participação ativa dos representantes das entidades cujo êxito se deu pela efetividade do projeto, pelo comprometimento, o estímulo e experiência de todos os envolvidos, reforçando a necessidade de ações que promovam a sustentabilidade, tema que vem sendo discutido cada vez mais em todos os setores.

Figura 16: Fluxo de parceria



Fonte: Primária (2018)

De maneira a aproximar ainda mais as empresas do município de Indaial envolvidas no projeto e a RFCC, e para divulgar e sensibilizar pontualmente essa ação, buscou-se a ACIDI (Associação Empresarial de Indaial), inserindo um novo ator na cadeia.

Em reunião com o Diretor Executivo da associação, Sr. Sidomar Loos, no dia 23 de novembro de 2017, discutiu-se sobre os projetos que eles já apoiam e divulgam, bem como a repercussão e engajamento dos associados em relação as iniciativas já apoiadas. Também foram analisadas formas de divulgação do projeto desenvolvido pela pesquisadora entre os associados, pois a ACIDI se demonstrou muito positiva em relação a essa divulgação. O Sr. Sidomar sinalizou que atualmente o meio mais eficaz para divulgar iniciativas como esta é o *e-mail* enviado para a todos, contendo as informações necessárias para conscientizar e estimular os empresários.

Como a ACIDI possui normas para envio desse material, com informações que devem respeitar o modelo estabelecido pela associação, fez-se necessária uma reunião da pesquisadora com a agência de comunicação que atende a ACIDI, a Singular Comunicação, também situada no município de Indaial. No dia 05 de Dezembro de 2017 em conversa com a Sr. Marcio Sodré, proprietário da agência, foram discutidos todos os pontos importantes do projeto, objetivos, problema e seu

impacto no município. A partir das informações, a agência criou um nome, uma logo e um *slogan* para o projeto, conforme demonstra a figura 17.

Figura 17: Projeto Pano pra Manga



Fonte: Singular Comunicação (2017)

A agência também desenvolveu o material a ser encaminhado via *e-mail* à todos os associados da ACIDI, que traz informações da RFCC, detalhes do projeto e busca despertar a consciência ambiental das empresas, dando um novo destino ao resíduo gerado por elas (FIGURA 18). O material foi encaminhado aos 356 associados que receberam a iniciativa de maneira positiva e muitos demonstraram interesse em iniciar a separação do material para ser doado a RFCC.

Figura 18: Informe enviado aos associados da ACIDI



Projeto

PANO PRA MANGA

AÇÃO SOLIDÁRIA EM PROL DA REDE FEMININA

Mudar o destino das mulheres através da prevenção ao câncer de mama é a principal função da Rede Feminina de Combate ao Câncer. Mas há outro destino que pode ser mudado, e você pode nos ajudar.

DOE SOBRAS DE TECIDOS PARA A REDE FEMININA.
(Tecidos leves com mais de 50 cm²)

A ACIDI, a FIC e o curso de moda da Uniasselvi darão nova forma aos resíduos doados, com a confecção de artesanato, com muita criatividade e senso de sustentabilidade. As peças serão comercializadas na RFCC com todo o lucro revertido à própria instituição.

Simultaneamente evita-se que toneladas de resíduos sejam descartadas no lixo comum e promove-se uma nova forma de contribuir financeiramente com uma entidade que ajuda milhares de mulheres.

Confira as parcerias que já estão dando pano pra manga!

- CHEIA DE LAÇO CONFECCÕES
- ELD CONFECCÕES
- FINAMOR CONFECCÕES
- PARADO NO AR
- ZEBE GRÁU
- PROTÓTIPO CONFECCÕES
- SCHÖNE MODE
- TONATUR CONFECCÕES

Entre em contato com a RFCC ou com Caroline Hadlich (Uniasselvi)
47 9 9903 0892



Apoio:



Analisando todo ciclo finalizado bem como a parceria estabelecida com a ACIDI, percebe-se que o resultado final da articulação definida cumpriu todas as etapas firmadas e evidenciou as potencialidades dos atores. Por esse motivo, faz-se necessário o desenho de um método de trabalho, evidenciando que o presente projeto pode ser difundido para demais RFCC em outras localidades.

5 PROPOSTA DE GESTÃO

Para o desenvolvimento da proposta de gestão, foram estudados os autores Ambrose e Harris (2011) e Maurício Vianna et al. (2012) para *Design Thinking*, Ambrose (2011) para *brainstorming*, Santa Rosa (2013) e Pinheiro (2011) para *workshop*, Schuler e Namioka (1993) e Sanders (2002) para Design Participativo e Deheinzelin (2006 e 2017) para Economia Criativa e Fluxonomia 4D.

Toda proposta foi elaborada de maneira a estimular a participação dos diversos setores de um município, buscando a sustentabilidade do projeto. Portanto o resultado dessa pesquisa aplicada é uma metodologia de trabalho, concebida para envolver diversos atores, desde a captação da matéria-prima até o produto final comercializado. Vale ressaltar que toda a prática realizada neste projeto e agora descrita só é possível se a colaboração for a mola propulsora de todas as atividades propostas.

Dessa maneira, a primeira etapa condiz com a palavra **prospecção**, pois para iniciar todo trabalho é necessário selecionar empresas geradoras de resíduos capazes de serem transformados e que sua reutilização em um novo produto tenha valor comercial. Após selecionadas as empresas participantes, o resíduo deve ser separado por elas, para posterior cessão. Importante que o resíduo seja entregue a ONG na forma de doação, sem que a empresa tenha vantagem comercial nesta etapa. Outrora sim, o benefício de dar um novo destino a parte do resíduo gerado pela empresa.

De posse do material, a segunda etapa, que se refere a instituição de ensino, foi definida com a palavra **investigação**, pois aqui se faz necessário o auxílio do corpo discente e docente. É de responsabilidade da instituição analisar todo o material doado pelas empresas geradoras de resíduos e entender as possíveis aplicações. Nesta etapa ocorre também o processo criativo por meio de ferramentas do design para criação de produtos com valor comercial, além da prototipação dos artefatos, utilizando as instalações e laboratórios da instituição. Em seguida é organizado a capacitação dos voluntários da ONG por meio de *workshops* de co-criação para o desenvolvimento dos produtos a partir das habilidades e conhecimentos do grupo, pois o compartilhamento dos saberes são de extrema importância nesta etapa.

Posteriormente, inicia-se a terceira etapa, **concepção**. A ONG, com um grupo de voluntários e com a estrutura interna confecciona os produtos. Nesse processo, caso a sede da ONG não disponha de estrutura para produção, uma parceria pode ser estabelecida com a instituição de ensino, desde que autorizada pelas partes.

A quarta etapa denomina-se **divulgação**. A parceria com associações empresariais do município que possa ser responsável pelo material visual e gráfico, bem como a divulgação da iniciativa na comunidade empresarial é fundamental para obter novas parcerias com fornecedores de resíduos.

A quinta e última etapa remete-se a palavra **exposição**, pois para finalizar todo ciclo, a participação de um órgão do primeiro setor, município, traz toda extensão desse trabalho, afinal essa etapa busca abrir espaço e fomentar a propagação do projeto por meio da participação da ONG em eventos municipais, regionais, estaduais, nacionais e internacionais, tendo em vista a repercussão positiva de todo trabalho realizado. Sendo assim se dá a comercialização dos produtos pelos voluntários da ONG, em eventos abertos a sociedade e com participação ativa do primeiro setor.

Após desenvolvidas as cinco etapas da metodologia, o processo foi estruturado um infográfico, conforme demonstrado na figura 19.

Figura 19: Proposta metodológica



Fonte: Primária (2018)

Observa-se, portanto, que as empresas de confecções encontram um novo destino para parte do resíduo gerado na produção, a universidade coopera com a análise do material e o processo criativo, a ONG produz os artefatos para a comercialização que contribui para sua sustentabilidade, a ACIDI divulga a iniciativa para a comunidade empresarial e a FIC incentiva a RFCC em eventos culturais no município. Essa sistematização origina a economia do 'cuidar'.

Essa gestão propõe um método para contribuir com um trabalho social, auxiliando a RFCC; ambiental, na reutilização de parte do resíduo gerado pelas confecções; cultural, no incentivo aos hábitos e costumes do município; financeira, proporcionando a manutenção e continuidade de todo trabalho.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista que o objetivo principal da presente pesquisa aplicada foi articular por meio da gestão de design um processo de cooperação entre a ONG Rede Feminina de Combate ao Câncer-RFCC de Indaial e as indústrias de confecção da região de Indaial, o Centro Universitário Leonardo Da Vinci - UNIASSELVI e a Fundação Indaialense de Cultura-FIC, conclui-se que os resultados foram alcançados.

O estudo demonstrou que a reutilização dos resíduos têxteis para criação de novos produtos, propiciado pela capacidade de costura das voluntárias da RFCC, pode gerar um ativo de valor ambientalmente correto e comercial, ajudando na sustentabilidade da entidade. Desta forma foi possível disseminar uma maior consciência ambiental, motivando a participação dos atores envolvidos neste projeto em um ciclo virtuoso.

A gestão do design proposta apresenta-se como uma alternativa viável para coordenar um processo que integrou a RFCC do município de Indaial, a FIC, a UNIASSELVI e as indústrias de confecções da região. Portanto foram estudados temas relacionados ao campo do design, inovação social, gestão do design, sustentabilidade e economia criativa para fundamentar o trabalho e estruturar um diálogo entre os atores envolvidos a fim de atingir os objetivos estratégicos que visam a manutenção economicamente sustentável da RFCC, a minimização do impacto ambiental dos resíduos têxteis das indústrias de confecção de Indaial, além da capacitação promovida pela UNIASSELVI, representada pelo curso Design-Moda, bem como a promoção e valorização das ações desenvolvidas pela RFCC em parceria com a Fundação Indaialense de Cultura.

A relação estabelecida entre as indústrias têxteis por meio da disponibilização dos resíduos de malha e tecido; a RFCC com atuação marcante no voluntariado e no desenvolvimento de trabalhos manuais; a FIC com a representatividade perante o município e atuação no fomento a cultura e a UNIASSELVI com a participação de docentes e discentes na prática sustentável e criativa do projeto, demonstrou que unindo essas frentes, é possível uma sinergia com grande potencial econômico, ambiental e social.

Como coordenadora e professora do curso de Design-Moda da UNIASSELVI, a pesquisa empreendida propiciou um maior engajamento do curso com as questões sociais, além de uma aproximação da instituição com a comunidade. Importante ressaltar que a análise dos materiais realizado pela acadêmica foi desenvolvida na instituição de ensino com apoio de professores. Toda documentação de estágio foi assinada pela UNIASSELVI, que teve inclusive o regulamento de estágio do curso de Design-Moda alterado, após aprovação da direção, para atender a demanda deste projeto e de futuros projetos ligados ao primeiro setor. Particularidade de grande valia que deve ser destacada é o interesse da instituição em dar continuidade ao presente projeto de mestrado em outras instituições da cidade, inclusive em municípios vizinhos onde a UNIASSELVI atua.

A participação da aluna/estagiária da UNIASSELVI e da pesquisadora na organização e realização do *workshop* com as voluntárias da RFCC, foi muito produtivo, pois além de demonstrar os protótipos criados e capacitar o grupo, houve também um processo de co-criação de outros produtos. Nesta etapa destaca-se o grande interesse em conceber produtos que podem ser desenvolvidos com o material doado pelas confecções, oportunizando e incentivando a colaboração do grupo de voluntárias. Importante ressaltar alguns pontos positivos nessa etapa, quais sejam:

- A abertura de contato da RFCC de Indaial com um maior número de confecções do município, possibilitando futuras doações e parceria para outros projetos como Outubro Rosa, Caminhada Rosa, entre outros;
- Desenvolver produtos com materiais que tenham características diferentes dos usualmente utilizados pelas voluntárias;
- Dispor do auxílio de uma acadêmica do curso de Design-Moda no processo criativo, para ajuda-las a criar e confeccionar produtos que anteriormente nem imaginavam produzir.

Finalmente, o contato com a FIC proporcionou a disponibilização de um espaço para RFCC em um evento municipal, o que propiciou a comercialização dos produtos idealizados pela UNIASSELVI e produzidos pela ONG. O evento, de grande visibilidade no município, abriu as portas da instituição tanto no trabalho social que ela já realiza, bem como na exposição de trabalhos confeccionados pelo grupo de voluntárias. O envolvimento da FIC fortalece e incentiva a expressão cultural, além de estimular a promoção e valorização dos produtos desenvolvidos pela RFCC.

Com o intuito de ampliar o contato com as empresas no município de Indaial, buscou-se parceira com a ACIDI, que resultou na divulgação do projeto denominado 'Pano pra Manga', trazendo resultados ainda mais positivos. Nesta etapa a pesquisadora trabalhou com a agência de comunicação Singular, que desenvolveu toda identidade visual e material de divulgação do projeto entre os associados.

O desenvolvimento de um modelo de gestão de design com base nos conceitos da economia criativa, demonstra a sustentabilidade econômica, ambiental e social do processo. O modelo é composto por cinco etapas, nas quais são descritas as ações que podem ser realizadas por cada ator em determinada fase.

Diante do exposto, o projeto alcançou o resultado esperado respondendo ao problema de pesquisa com a estruturação de uma articulação de parcerias entre as empresas de confecção da região de Indaial, o primeiro setor e a universidade com a Rede Feminina de Combate ao Câncer de Indaial para a valorização e geração de renda para a entidade por meio da gestão de design. O método proposto procurou extrair de cada ator envolvido o potencial necessário para viabilização do projeto, estreitou laços e efetivou parcerias.

Pretende-se, como próximo passo, realizar uma ação de precificação de todas as etapas e ações propostas, a fim de verificar a sustentabilidade do processo e estruturar novas estratégias, no sentido de criar bases para alavancar novos investimentos.

Nesse projeto, todas as discussões realizadas, buscaram aproximar a academia do mercado, a fim de incentivar o pensamento sustentável. Espera-se que esse relatório técnico estimule a sociedade a repensar o reuso dos materiais descartados, mostrando que a mudança é possível.

Acredita-se, portanto, que a presente pesquisa aplicada pode ser replicada, independentemente da localidade ou região no país, tendo em vista que o descarte de materiais é uma prática comum nas empresas e a necessidade de auxiliar entidades como a RFCC é constante, o que torna esta iniciativa de grande impacto social.

REFERÊNCIAS

- ACIDI. **Associados**. Disponível em: <<http://www.acidi.net/associados.php>> Acesso em: 15/jan/2018.
- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul; BELLOLI. **Design thinking: s.m. ação ou prática de pensar o design**. BELLOLI, Mariana (Tradutor). Porto Alegre: Bookman, 2011.
- ARAÚJO, Márcio Augusto. **Produtos ecológicos para uma sociedade sustentável. Instituto para o Desenvolvimento da Habitação Ecológica**. São Paulo: 2013. Disponível em: <<http://www.idhea.com.br/pdf/sociedade.pdf>> Acesso em: 10/abril/2013.
- Artesãos catarinenses expõem durante as Olimpíadas e Paraolimpíadas**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sc/noticias/artesaos-catarinenses-expoem-durante-as-olimpiadas-e-paraolimpiadas,69b8d2bf0dc46510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acesso em: 19/setembro/2016.
- BERNARDES, Mauricio Moreira e Silva; LINDEN, Júlio Carlos de Souza van der (orgs.). **Design em pesquisa**. Porto Alegre : Marcavisual, 2017. p. 196-216
- BEST, Kathryn. **Fundamentos de gestão do design**. Porto Alegre: Bookman, 2012.
- BRAGA, Eduardo Cardoso. **Em busca de um design ecocêntrico**. In. SILVA, Jofre; MOURA, Mônica; SANTOS, Aguinaldo dos (orgs.). Anais do 2º Simpósio Brasileiro de Design Sustentável. São Paulo: Rede Brasil de Design Sustentável, 2009.
- BORGES, A. **Design + Artesanato: O Caminho Brasileiro**. São Paulo: Terceiro Nome, 2011.
- BRAUNGART, Michael; MCDONOUGH, William. **Cradle to Cradle: criar e reciclar ilimitadamente**. São Paulo: Editora G. Gili, 2013.
- BRUNDTLAND, G. H. **Nosso Futuro Comum**. Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento. Fundação Getúlio Vargas: Rio de Janeiro, 1991.
- BRUNNER, R., & EMERY, S. **Gestão Estratégica do Design: Como um Ótimo Design Fará as Pessoas Amarem Sua Empresa**. São Paulo: M. Books, 2010.
- CAMARGO, Liriane. S. A; FAZANI, Alex Jose. **Explorando o design participativo como prática de desenvolvimento de sistemas de informação**. InCID: R.Ci. Inf e Doc. Ribeirão Preto, v.5, n.1, p. 138-150, mar/ago. 2014.
- CIPOLLA, C. **Design, inovação social e sustentabilidade**. In: MORAES, D. et al. (Org.). Coleção Cadernos de Estudos Avançados em Design: Inovação. Barbacena: EdUEMG, 2012.

CNTL – Centro Nacional de Tecnologias Limpas. Disponível em: <www.senairs.org.br/cntl> - Acesso em: 30/setembro/2016.

DEHEINZELIN, L. **Contexto global atual, economia criativa e colaborativa.** Mar 2013. Disponível em: <https://www.academia.edu/4247860/CONTEXTO_GLOBAL_ATUAL_ECONOMIA_CRIATIVA_E_COLABORATIVA> Acesso em: 17/maio/2017.

DEHEINZELIN, L. **Economia criativa e empreendedorismo cultural.** Maio 2006. Disponível em: <<http://laladeheinzelin.com.br/wp-content/uploads/2010/07/2005-eneacult-economia-criativa-e-empreendedorismo-cultural.pdf>> Acesso em: 23/maio/2017.

DEL GALDIO, Chiara. **Design participativo e inovação social:** a influência dos fatores contextuais. Tese de Doutorado- Pontifícia Universidade Católica- Rio de Janeiro- 2014.

DEMAJOROVIC, Jacques. **Sociedade de risco e responsabilidade socioambiental:** perspectivas para a educação corporativa. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.

Design Council. **The Design Process: What is the Double Diamond?** Disponível em: <<https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/design-process-what-double-diamond>> Acesso em 16/fevereiro/2018.

Escola *Design Thinking*. **Economia Criativa:** como explorar e crescer no mundo dos negócios. Descola, Echos, 2017. Disponível em: <http://escoladesignthinking.echos.cc/arquivos/blog/ebook_economia_criativa.pdf> Acesso em 21/maio/2017.

FASSI, E.; JR, C. **Inovação tecnológica e sustentabilidade: possíveis ferramentas para uma necessária interface.** REVISTA EDUCAÇÃO & TECNOLOGIA, CURITIBA, V.8, P. 97-109, 2014.

Fluxonomia 4D. Disponível em: < <http://laladeheinzelin.com.br/servicos/palestras-2/economia-criativa/>>. Acesso em: 23/maio/2017.

FREITAS, Simone Araújo de; SILVA, Karla Alcione da; PECCINI, Alejandro Alvarado. **Caracterização dos Resíduos Sólidos Gerados por Indústrias de confecção.** Anais do III Congresso Brasileiro de Gestão Ambiental, 2012.

FONTOURA, Antônio M. EdaDe - **Educação de crianças e jovens através do design.** Florianópolis, 2002. 337 p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, 2002. Folha de São Paulo. **Retalhar recicla uniformes, empodera costureiras e aquece moradores de rua.** Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/empreendedorsocial/2016/11/1828569-retalhar-recicla-uniformes-empodera-costureiras-e-aquece-moradores-de-rua.shtml>> Acesso em 02/julho/2017.

Fundação Indaialense de Cultura Victor Petters – Histórico. Disponível em: <http://www.fic-indaial.org/web/conteudo_agregado.php?codigoAgregado=11&titulo=Funda%E7%E3o#ancora>. Acesso em: 22/julho/2017.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

GORB, P. (org.) **Design Management.** New York: Van Nostrand Reinhold, 1990.

Histórico da RFCC – Florianópolis. Disponível em: <http://www.rfcc.org.br/florianopolis/fp_historico.html> - Acesso em: 10/setembro/2016.

IBGE - Síntese do Município. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/v3/cidades/municipio/4207502>> - Acesso em: 05/abril/2017.

KRUCKEN, L. **Design e Território- valorização de identidades e produtos locais.** Ed. Studio Nobel, 2009.

LIBANIO, Claudia de Souza; AMARAL, Fernando Gonçalves. **Aspectos da Gestão de Design abordados em dissertações e teses no Brasil:** uma revisão sistemática. Revista Produção Online, Florianópolis, v. 11, n. 2, p.565-594, abr. 2011. Trimestral. Disponível em: <<http://producaoonline.org.br/rpo/article/view/878>>. Acesso em: 09/abril/2017.

LÖBACH, B. Design Industrial — **Bases para a configuração dos produtos industriais.** São Paulo: Edgard Blücher; 2011.

MADEIRA, Mariana Gonçalves. **Economia criativa:** implicações e desafios para a política externa brasileira. Brasília: FUNAG, 2014.

MALAGUTI, C. **Design e Valores Materializados: Cultura, Ética e Sustentabilidade.** In: MORAES, D.; et al. (orgs.). Cadernos de Estudos Avançados em Design: Sustentabilidade I. Barbacena: EdUEMG, 2009.

MANZINI, Ezio. **Design para a inovação social e sustentabilidade:** Comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

MANZINI, Ezio, VEZZOLI, Carlos. **O Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

MARGOLIN, Victor. **Políticas do artificial: ensaios e estudos sobre design.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2014

MARTINS, Suzana Barreto; CASTRO, Marina. **Moda sustentável: trajetória da criação, produção e comercialização.** In: Simpósio Brasileiro em Design Sustentável, SBDS, I, 2007, Curitiba. Disponível em: <<http://www.design.ufpr.br/sbds>> Acesso em: 28/Setembro/2016.

MARTINS, Rosane Fonseca de Freitas. **A gestão de design como estratégia organizacional: um modelo de integração do design em organizações** / Rosane Fonseca de Freitas Martins. – Florianópolis, 2004.

MARTINS, Roseane Fonseca de F.; MERINO, Eugenio A. D.. **A Gestão de design como Estratégia Organizacional**. 2ª Ed. Londrina: Rio Books/ eduel, 2011.

MCQUILLAN, H. **Zero-waste pattern cutting process**. 2010. Disponível em: <<http://centerforpatterndesign.com/content/Zerowaste.pdf>> Acesso em: 12/abril/2015.

MEYER, Guilherme Corrêa. SCALETSKY, Celso Carnos. VACCARO, Guilherme. AZEVEDO, Débora. **Imagem social do design: um estudo sobre como designers e não designers descrevem o design**. Blucher Design Proceedings, Dezembro de 2014, Número 4, Volume 1. Disponível em: <www.proceedings.blucher.com.br/11ped> Acesso em: 05/fevereiro/2018.

MESACASA, Andréia. **A indústria de confecção do vestuário do município de Pato Branco: aspectos de desenvolvimento, gestão, design e proposta de reaproveitamento dos resíduos têxteis**. Dissertação de Mestrado. Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Pato Branco, 2012.

MILAN, Gabriel Sperandio; VITTORAZZI, Camila; REIS, Zaida Cristiane dos. **A redução de resíduos têxteis e de impactos ambientais: um estudo desenvolvido em uma indústria de confecção do vestuário**. Anais do XIII Semead, 2010.

MONTEIRO, Pedro Duarte Cortesão. **A questão do Design (in)definições e equívocos entre forma, fama e função**. Tese- Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa - Lisboa · 2014

MOZOTA, Brigitte Borja de. **Design Management**. Paris: Éditions d'Organization, 2002.

Mulheres de Argila. Disponível em: <<https://www.facebook.com/MulheresDeArgila/?fref=ts>>. Acesso em: 25/setembro/2016.

Mulheres de Argila. Disponível em: <<http://mulheresdeargila.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 25/setembro/2016

NEWBIGIN, John. **A ECONOMIA CRIATIVA: um guia introdutório**. Reino Unido: British Council, 2010.

OGAVA, Camila de Cássia das Dores. **Contraposição entre a teoria da gestão de design e a realidade das mpes catarinenses confeccionistas de vestuário: apontamentos da necessidade de uma abordagem sistêmica da gestão de design**. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós Graduação em Design e Expressão Gráfica – UFSC – Florianópolis– 2014.

OLIVEIRA, I. C. M. De; MARQUES, A. M.D. R; GUEDES, M.D. G.P.R. **Design Social para valorização de uma identidade local- Design de Sistemas Sociais**. 3º Congresso Internacional de Moda e Design (CIMODE)- Buenos Aires- Argentina-2016.

O que é Economia Criativa. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-economia-criativa,3fbb5edae79e6410VgnVCM2000003c74010aRCRD>> – Acesso 30/setembro/2016.

O futuro é 4D e o dinheiro não é tudo: conheça os desafios da rede Fluxonomia, da futurista Lala Deheinzelin. Disponível em: <<http://projetodraft.com/o-futuro-e-4d-e-o-dinheiro-nao-e-tudo-conheca-os-desafios-da-rede-fluxonomia-da-futurista-lala-deheinzelin/#sthash.1tmZ7hx8.dpuf>> - Acesso em: 16/abril/2017.

PACHECO JÚNIOR, W. et al. **Gestão da segurança e higiene do trabalho: contexto estratégico, análise ambiental, controle e avaliação das estratégias**. São Paulo: Atlas, 2000.

PAIZAN, D.C.; MELLAR, H.G. **Envolvendo os alunos de design de tecnologia educacional: aprendendo com design participativo**. Estudos Linguísticos e Literários: Saberes e expressões globais. Foz do Iguaçu,2011.

PALMIERI, A.P., TEIXEIRA, J. M., JACOMEL, B. FIGUEIREDO, L. F. G. de,E. MERINO, A. D. , CAMPOS, L. M. S. **Desenvolvimento sustentável e exequibilidade: Sistematização de debate sociocêntrico participativo em decisões organizacionais no desenvolvimento de projetos**. Design e Tecnologia, v.4, n.08, p. 11-22, dez. 2014.

PAPANEEK, Victor (1985 [1971]) - **Design for the real world: human ecology and social change (second edition, completely revised)**. Chicago: Academy Chicago Publishers.

PAZMINO, Ana Verónica. **Uma reflexão sobre Design Social, Eco Design e Design Sustentável**. I Simpósio Brasileiro de Design Sustentável. Curitiba, setembro de 2007

PINHEIRO, Tennyson e ALT Luis. **Design thinking Brasil: empatia, colaboração e experimentação para pessoas, negócios e sociedade**. 1 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

Portal Brasil. **Empreendedorismo social gera lucro e desenvolvimento**. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2012/02/empreendedorismo-social-gera-lucro-e-desenvolvimento>> Acesso em: 23/maio/2017.

PROGRAMA DO ARTESANATO BRASILEIRO (PAB). **Base conceitual do artesanato brasileiro**. Brasília, 2012. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior.

Projeto ReciclArte. Disponível em: <<http://projetoarticlartedivi.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 19/setembro/2016.

RAIS - Relação Anual de Informações Sociais. Disponível em: <<http://pdet.mte.gov.br/rais?view=default>> - Acesso em 04/avril/2017.

REIS, Ana Carla F. (Org.); MARCO, Kátia de (Org.). **Economia da cultura: ideias e vivências.** Rio de Janeiro : Publit, 2009.

Resumo Projeto Retalho Fashion. Disponível em: <http://sinditextilsp.org.br/retalho_fashion/site/resumo.pdf>. Acesso em 02/julho/2017.

Retalho Fashion. Disponível em: <<http://www.sinditextilsp.org.br/index.php/retalho-fashion>>. Acesso em: 02/julho/2017.

Rotas estratégicas setoriais para a indústria catarinense 2011: Têxtil & Confecção. Florianópolis: FIESC, 2014.

SACHS, Ignacy. **Desenvolvimento: Incluyente, Sustentável e Sustentado.** Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

SANDERS, Elizabeth. **From User-Centered to Participatory Design Approaches.** Disponível em: <http://maketools.com/articles-papers/FromUsercenteredtoParticipatory_Sanders_%2002.pdf>. Acesso em: 09/julho/2017.

Santa Rosa, José Guilherme. **Ergodesign participativo: um possível caminho para a Inovação no Design de Interfaces, produtos, ambientes, serviços e processos.** In: Ana Cristina L. S. Barbosa; Márcia Moreira Rangel; Myrtes Raposo. (Org.). **Ergonomia Design Usabilidade Interação.** 1ed. Juiz de Fora: MAMM/UFJF, 2013.

SANTOS-DUISENBERG, Edna dos. **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento,** São Paulo: Caderno Itaú Cultural, 2008.

SCHULER, Douglas; NAMIOKA, Aki. **Participatory Design: Principles and Practices.** New Jersey: CRC Press, 1993.

SCHIAVO, Marcio Ruiz. **Centro de conhecimento / O Valor do Design. Comunicarte.** Disponível em: <http://www.comunicarte.com.br/design1.0/cent_valor.html>. Acesso em: 10/abril/2013.

SIMON, Herbert A. (1996 [1969]) - **The sciences of the artificial.** Cambridge, Massachussets; London: M.I.T. Press.

VIANNA, Maurício et al. **Design Thinking: Inovação em negócios.** 1. ed. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012. Disponível em: <https://cdn2.hubspot.net/hubfs/455690/Ofertas/E-books/Arquivos/Livro_Design_Thinking_-_Inovao_Negcios.pdf>. Acesso em: 14/fevereiro/2018.

WDO. World Design Organization. **About WDO - Code of Professional Ethics**. Disponível em: <<http://wdo.org/about/professional-practice/>> Acesso em: 06/Julho/2017.

ANEXO I – Parecer Consubstanciado do CEP



UNIVERSIDADE DA REGIÃO
DE JOINVILLE UNIVILLE



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: Gestão do design e sustentabilidade para o terceiro setor: uma proposta para a rede feminina de combate ao câncer de Indaial

Pesquisador: CAROLINE HADLICH

Área Temática:

Versão: 1

CAAE: 67409717.9.0000.5366

Instituição Proponente: FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DA REGIÃO DE JOINVILLE - UNIVILLE

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 2.064.408

Apresentação do Projeto:

A Rede Feminina de Combate ao Câncer – RFCC, considerada uma das maiores ONGs (Organizações Não Governamentais) do País, foi fundada no Brasil em 1946, porém, em Santa Catarina iniciou suas atividades em 1961. Como entidade sem fins lucrativos, busca por meio de um grupo de voluntárias, atender enfermos, e desde sua fundação presta relevante trabalho voluntário, demonstrando a importância da prevenção do câncer, sempre com ênfase no câncer do colo do útero e de mama.

A Rede Feminina de Combate ao Câncer de Indaial foi fundada em 1990 e conta atualmente com aproximadamente 80 voluntárias. O atendimento ao público prioriza a realização da coleta de material para o exame Papa Nicolau de maneira gratuita; drenagem linfática em pacientes mastectomizadas, desde que encaminhadas pelo médico. Oferece também atendimento voluntário dos seguintes profissionais da saúde: ginecologista, psicólogo, fisioterapeuta e nutricionista.

Para manter a estrutura de funcionamento, considerando secretária, auxiliar de serviços gerais, enfermeira, custos fixos e manutenção, a entidade conta apenas com o rendimento do brechó de roupas e acessórios, além de materiais doados pela comunidade e empresas. Atualmente, os produtos desenvolvidos no ateliê da RFCC de Indaial são confeccionados de acordo com a demanda, ou seja, datas comemorativas como dias dos pais, dia das mães, Páscoa, Natal, dentre

Endereço: Rua Paulo Malschitzki, nº 10. Bloco B, Sala 17.

Bairro: Zona Industrial

CEP: 89.219-710

UF: SC

Município: JOINVILLE

Telefone: (47)3461-9235

E-mail: comitetica@univille.br



Continuação do Parecer: 2.064.408

outras. Os trabalhos também são feitos conforme encomendas das próprias voluntárias ou público que frequenta o estabelecimento, seja para fazer exames, drenagem linfática ou adquirir produtos no brechó. A grande maioria dos produtos são desenvolvidos com materiais e insumos doados pela comunidade, empresas, lojas e pelas próprias voluntárias da RFCC atuantes ou não no ateliê. Mas também compra-se material específico, caso necessário, porém sempre feito com verba própria do grupo.

A equipe de trabalho conta atualmente com 6 voluntárias com conhecimentos e habilidades para desenvolver várias atividades como: costura manual e à máquina, bordado, pintura, dentre outras. Destaca-se a colaboração entre as voluntárias no desenvolvimento destes trabalhos, pois para concluir um produto é necessária a atuação de várias pessoas.

Todo o trabalho é desenvolvido no ateliê, situado na sede da RFCC de Indaial e conta com máquina de costura e para forrar botão, bem como tesouras, agulhas, ou seja, todo material para confecção, os quais foram doados. Quando necessário, as voluntárias buscam parceria com empresas para doação ou apoio para aquisição.

O município de Indaial, segundo dados do IBGE (2017, web), conta com 65.000 habitantes e de acordo com RAIS (2015, web) a cidade possui 941 estabelecimentos no total. O setor de Confecções soma 384 estabelecimentos, ou seja 41% da indústria. Segundo o relatório Rotas Estratégicas Setoriais para a Indústria Catarinense 2022 Têxtil & Confecção (2014), Indaial é a quarta cidade do estado em número de estabelecimentos e de empregos do setor Têxtil & Confecção, seguida por Blumenau, Brusque e Gaspar respectivamente.

A percepção da acadêmica sobre os problemas do resíduo têxtil nas indústrias da região de Indaial, associada as dificuldades da RFCC, levou a proposta de articular, por meio de uma gestão de design, a capacitação profissional na universidade local (UNIASSELVI) e a parceria com a Fundação Indaialense de Cultura para valorização dos produtos gerados pelas voluntárias da RFCC.

A necessidade de encontrar mais destinos para o resíduo têxtil e o impacto social do projeto, sobretudo na articulação dos atores envolvidos (empresas de confecção, RFCC, primeiro setor e a Universidade), são os aspectos mais relevantes do projeto, além de agregar valor por meio do design aos produtos produzidos pelo grupo de voluntárias do RFCC, e na geração de renda para a instituição, trazendo uma maior conscientização aos envolvidos.

No âmbito profissional, além dos conhecimentos que a pesquisa proporcionará, a possibilidade de replicação do processo para a RFCC de outras localidades possibilitará a disseminação do trabalho. Como coordenadora e professora do curso de Design-Moda da UNIASSELVI, a pesquisa

Endereço: Rua Paulo Malschitzki, nº 10. Bloco B, Sala 17.

Bairro: Zona Industrial

CEP: 89.219-710

UF: SC

Município: JOINVILLE

Telefone: (47)3461-9235

E-mail: comitetica@univille.br



Continuação do Parecer: 2.064.408

empreendida poderá trazer um maior engajamento do curso com as questões sociais, além de uma aproximação da instituição com a comunidade. No âmbito pessoal, esta pesquisa aplicada proporcionará satisfação pessoal ao encontrar um novo destino ao resíduo têxtil do município de Indaial, bem como auxiliar a Rede Feminina de Combate ao Câncer a gerar renda para a entidade.

Objetivo da Pesquisa:

OBJETIVO GERAL

Articular por meio da gestão de design um processo de cooperação entre indústrias de confecção e a RFCC de Indaial, em parceria com a UNIASSELVI e a Fundação Indaialense de Cultura para capacitação e valorização dos produtos desenvolvidos pelas voluntárias da entidade.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Levantar as empresas de confecções que geram resíduo têxtil no município de Indaial;
- Analisar as características dos resíduos têxteis das empresas de confecções do município de Indaial;
- Conhecer as necessidades da RFCC de Indaial, bem como as habilidades e competências do grupo de voluntárias;
- Sistematizar um processo de gestão para uma articulação entre as entidades envolvidas;
- Capacitar as voluntárias para o desenvolvimento de artefatos
- Propor estratégias para a sustentabilidade do atelier das voluntárias da RFCC.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

A presente pesquisa implica em riscos mínimos, tendo em vista que serão feitas somente entrevistas com base em um questionário. As perguntas não trarão constrangimentos aos entrevistados, pois tem como propósito conhecer as características técnicas para viabilização das parcerias e do desenvolvimento de novos produtos pelas voluntárias da RFCC. Como benefício aos participantes da pesquisa, é informado que para a Rede Feminina de Combate ao Câncer será beneficiada pelo novos saberes a partir da capacitação a ser realizada pela UNIASSELVI, assim como pela geração de renda dos novos produtos; para as confecções do município de Indaial terão mais um destino do resíduo têxtil; para a Fundação Indaialense de Cultura fomentará a cultura local e estabelecerá novas parcerias; para o Centro Universitário Leonardo da Vinci–UNIASSELVI se aproximará da comunidade local e desenvolverá ainda mais a consciência socioambiental.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Endereço: Rua Paulo Malschitzki, nº 10. Bloco B, Sala 17.
Bairro: Zona Industrial **CEP:** 89.219-710
UF: SC **Município:** JOINVILLE
Telefone: (47)3461-9235 **E-mail:** comitetica@univille.br



UNIVERSIDADE DA REGIÃO
DE JOINVILLE UNIVILLE



Continuação do Parecer: 2.064.408

A pesquisa conta com 20 participantes, que enquadram-se nos seguintes critérios de inclusão: mulheres voluntárias da Rede Feminina de Combate ao Câncer de Indaial e empresas de confecção do mesmo município que aceitarem participar da pesquisa; não sendo selecionado os participantes que RFCC e empresas de municípios vizinhos, fiações e facções e empresas que não aceitarem participar da pesquisa.

Os participantes da pesquisa deverão participar através de entrevista, a qual poderá ser gravada. Foi informado que a análise dos dados será através de gráficos e tabelas.

É mencionado que os dados oriundos da pesquisa ficarão sob a posse e guarda do pesquisador por cinco anos e a forma de descarte.

Os custos da pesquisa são informados detalhadamente e apresenta a forma de custeio que é financiamento próprio.

Quanto ao cronograma, é informado que a pesquisa iniciará em jun/17, prevendo sua conclusão em nov/17, onde espera-se como resultado estabelecer parcerias entre Rede Feminina de Combate ao Câncer de Indaial, empresas de confecção do município, Fundação Indaialense de Cultura e o Centro Universitário Leonardo da Vinci.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

A Folha de Rosto apresentada está completa.

O TCLE formulado está de acordo com a Res. CNS 466/12.

As Cartas de anuência são apresentadas, datadas e assinadas pelos responsáveis das instituições.

Os instrumentos para coleta de dados pertinentes à pesquisa foram apresentados.

Recomendações:

Ao finalizar a pesquisa, o (a) pesquisador (a) responsável deve enviar ao Comitê de Ética, por meio do sistema Plataforma Brasil, o Relatório Final (modelo de documento na página do CEP no sítio da Univille Universidade).

Segundo a Resolução 466/12, no item

XI- DO PESQUISADOR RESPONSÁVEL

Endereço: Rua Paulo Malschitzki, nº 10. Bloco B, Sala 17.

Bairro: Zona Industrial

CEP: 89.219-710

UF: SC

Município: JOINVILLE

Telefone: (47)3461-9235

E-mail: comitetica@univille.br

Continuação do Parecer: 2.064.408

XI.2 - Cabe ao pesquisador:

d) Elaborar e apresentar o relatório final;

Modelo de relatório para download na página do CEP no sítio da Univille Universidade.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

O projeto Gestão do design e sustentabilidade para o terceiro setor: uma proposta para a rede feminina de combate ao câncer de Indaial, sob CAAE 67409717.9.0000.5366 do (a) pesquisador(a) CAROLINE HADLICH, de acordo com a Resolução CNS 466/12 e complementares foi considerado APROVADO após análise.

Informamos que após leitura do parecer, é imprescindível a leitura do item "O Parecer do CEP" na página do Comitê no sítio da Univille, pois os procedimentos seguintes, no que se refere ao enquadramento do protocolo, estão disponíveis na página. Segue o link de acesso <http://www.univille.edu.br/status-parecer/645062>

Considerações Finais a critério do CEP:

Diante do exposto, o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade da Região de Joinville - Univille, de acordo com as atribuições definidas na Res. CNS 466/12, manifesta-se pela aprovação do projeto de pesquisa proposto.

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_901563.pdf	20/04/2017 18:32:27		Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Projeto_Carol.pdf	20/04/2017 18:30:15	CAROLINE HADLICH	Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	Carta_de_anuencia_UNIASSELVI.pdf	20/04/2017 17:19:11	CAROLINE HADLICH	Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	Carta_de_anuencia_To_na_tua.pdf	20/04/2017 17:18:53	CAROLINE HADLICH	Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	Carta_de_anuencia_Schone_mode.pdf	20/04/2017 17:18:36	CAROLINE HADLICH	Aceito
Declaração de	Carta_de_anuencia_RFCC.pdf	20/04/2017	CAROLINE	Aceito

Endereço: Rua Paulo Malschitzki, n° 10. Bloco B, Sala 17.**Bairro:** Zona Industrial**CEP:** 89.219-710**UF:** SC**Município:** JOINVILLE**Telefone:** (47)3461-9235**E-mail:** comitetica@univille.br

Continuação do Parecer: 2.064.408

Instituição e Infraestrutura	Carta_de_anuencia_RFCC.pdf	17:18:16	CAROLINE HADLICH	Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	Carta_de_anuencia_Prototipo.pdf	20/04/2017 17:17:57	CAROLINE HADLICH	Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	Carta_de_anuencia_Poli.pdf	20/04/2017 17:17:31	CAROLINE HADLICH	Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	Carta_de_anuencia_Oscar.pdf	20/04/2017 17:17:15	CAROLINE HADLICH	Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	Carta_de_anuencia_Finamor.pdf	20/04/2017 17:16:57	CAROLINE HADLICH	Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	Carta_de_anuencia_FIC.pdf	20/04/2017 17:16:36	CAROLINE HADLICH	Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	Carta_de_anuencia_Edla.pdf	20/04/2017 17:16:17	CAROLINE HADLICH	Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	Carta_de_anuencia_Cheia_de_laco.pdf	20/04/2017 17:15:57	CAROLINE HADLICH	Aceito
Folha de Rosto	Folha_de_Rosto.pdf	19/04/2017 20:32:20	CAROLINE HADLICH	Aceito
Outros	Termo_Uso_Imagem.pdf	19/04/2017 20:17:17	CAROLINE HADLICH	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE.pdf	19/04/2017 20:15:31	CAROLINE HADLICH	Aceito
Outros	Entrevista_FIC.pdf	19/04/2017 20:14:29	CAROLINE HADLICH	Aceito
Outros	Entrevista_RFCC.pdf	19/04/2017 20:14:11	CAROLINE HADLICH	Aceito
Outros	Entrevista_Confeccoes.pdf	19/04/2017 20:13:37	CAROLINE HADLICH	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

Endereço: Rua Paulo Malschitzki, n° 10. Bloco B, Sala 17.

Bairro: Zona Industrial

CEP: 89.219-710

UF: SC

Município: JOINVILLE

Telefone: (47)3461-9235

E-mail: comitetica@univille.br



UNIVERSIDADE DA REGIÃO
DE JOINVILLE UNIVILLE



Continuação do Parecer: 2.064.408

JOINVILLE, 15 de Maio de 2017

Assinado por:
Marcia Luciane Lange Silveira
(Coordenador)

Endereço: Rua Paulo Malschitzki, nº 10. Bloco B, Sala 17.

Bairro: Zona Industrial

CEP: 89.219-710

UF: SC

Município: JOINVILLE

Telefone: (47)3461-9235

E-mail: comitetica@univille.br

APÊNDICE A – Roteiro entrevista RFCC de Indaial

UNIVERSIDADE DA REGIÃO DE JOINVILLE | UNIVILLE | MESTRADO PROFISSIONAL EM DESIGN

ENTREVISTA

O presente questionário faz parte do projeto de pesquisa no Mestrado Profissional em Design da Univille intitulado **“GESTÃO DO DESIGN E SUSTENTABILIDADE PARA O TERCEIRO SETOR: UMA PROPOSTA PARA A REDE FEMININA DE COMBATE AO CÂNCER DE INDAIAL”**. As questões abaixo pretendem levantar informações sobre as características do grupo **“Artesanato Rosa”** que atua na Rede Feminina de Combate ao Câncer de Indaial - RFCC desenvolvendo produtos artesanais. As informações coletadas serão relevantes para a pesquisa. Em caso de dúvida, entre em contato com a pesquisadora responsável Caroline Hadlich (hadlichcarol@gmail.com - fone: (47) 99903-0892.

1 – Há quanto tempo você se dedica ao voluntariado? _____

2 – Há quanto tempo você se dedica ao “Artesanato Rosa”? _____

3 – Quais suas atribuições nesse grupo?

4 – Possui alguma habilidade manual? Qual(is)?

5 – Você tem alguma dificuldade no desenvolvimento de trabalhos manuais? Qual(is)?

6 – Quais produtos já desenvolveu?

7 – Você gostaria de aprender alguma nova técnica específica? Qual(is)?

8 – Você já desenvolveu algum produto a partir do resíduo têxtil? Se sim, qual(is) produto(s)?

9 – Você tem conhecimento de iniciativas que utilizam o resíduo têxtil como matéria prima para o desenvolvimento de produtos?

APÊNDICE B – Roteiro entrevista Confeções

UNIVERSIDADE DA REGIÃO DE JOINVILLE | UNIVILLE | MESTRADO PROFISSIONAL EM DESIGN

ENTREVISTA

O presente questionário faz parte do projeto de pesquisa no Mestrado Profissional em Design da Univille intitulado “**GESTÃO DO DESIGN E SUSTENTABILIDADE PARA O TERCEIRO SETOR: UMA PROPOSTA PARA A REDE FEMININA DE COMBATE AO CÂNCER DE INDAIAL**”. As questões abaixo pretendem levantar informações sobre as características do resíduo têxtil gerado pela empresa. As informações coletadas serão relevantes para a pesquisa. Em caso de dúvida, entre em contato com a pesquisadora responsável Caroline Hadlich (hadlichcarol@gmail.com - fone: (47) 99903-0892.

1 – Que tipo de sobras/resíduo a empresa gera e qual o percentual: (você pode assinalar mais de uma opção)

- | | | |
|--|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Meia-malha (%) | <input type="checkbox"/> Viscolycra (%) | <input type="checkbox"/> Outros: |
| <input type="checkbox"/> Piquê (%) | <input type="checkbox"/> Cotton (%) | <input type="checkbox"/> _____ (%) |
| <input type="checkbox"/> Ribana (%) | <input type="checkbox"/> Tactel (%) | <input type="checkbox"/> _____ (%) |
| <input type="checkbox"/> Devorê (%) | <input type="checkbox"/> Jeans (%) | <input type="checkbox"/> _____ (%) |
| <input type="checkbox"/> Flamê (%) | <input type="checkbox"/> Sarja (%) | <input type="checkbox"/> _____ (%) |
| <input type="checkbox"/> Botonê (%) | <input type="checkbox"/> Tecido plano (%) | <input type="checkbox"/> _____ (%) |
| <input type="checkbox"/> Moletom (%) | <input type="checkbox"/> Renda (%) | <input type="checkbox"/> _____ (%) |
| <input type="checkbox"/> Moletinho (%) | <input type="checkbox"/> Tricolini (%) | <input type="checkbox"/> _____ (%) |

2 – Do total de malha/tecido que a empresa utiliza na produção, qual o percentual médio de resíduo gerado?

3 – É possível dimensionar o tamanho das aparas/sobras?

4 – A empresa possui algum programa de reutilização do resíduo gerado? Se sim, como funciona e qual quantidade é reaproveitada?

5 – Qual a percepção da empresa sobre uma entidade beneficente, no caso, a Rede Feminina de Combate ao Câncer, reutilizar os resíduos/aparas para desenvolver novos artefatos?

6 – A empresa apoiaria uma parceria com a Rede Feminina de Combate ao Câncer no fornecimento do resíduo/aparas para desenvolver novos artefatos?

7 - (OPCIONAL) Relate informações que julgar importante para o desenvolvimento do presente projeto:

APÊNDICE C – Roteiro entrevista FIC

UNIVERSIDADE DA REGIÃO DE JOINVILLE | UNIVILLE | MESTRADO PROFISSIONAL EM DESIGN

ENTREVISTA

O presente questionário faz parte do projeto de pesquisa no Mestrado Profissional em Design da Univille intitulado **“GESTÃO DO DESIGN E SUSTENTABILIDADE PARA O TERCEIRO SETOR: UMA PROPOSTA PARA A REDE FEMININA DE COMBATE AO CÂNCER DE INDAIAL”**. As questões abaixo pretendem levantar informações sobre possíveis maneiras da Fundação Indaialense de Cultura – FIC auxiliar no desenvolvimento de produtos utilizando resíduo têxtil. As informações coletadas serão relevantes para a pesquisa. Em caso de dúvida, entre em contato com a pesquisadora responsável Caroline Hadlich (hadlichcarol@gmail.com - fone: (47) 99903-0892.

1 – Quais iniciativas que a FIC fomenta?

2 – A FIC já desenvolveu ou desenvolve algum trabalho em parceria com uma ONG /entidade beneficente? Se sim, qual(ais) atividade(s) é(são) desenvolvida(s)?

3 – Quais habilidades, programas ou cursos a FIC possui e que podem colaborar com a RFCC de Indaial?

4 – De que maneira a FIC pode contribuir no desenvolvimento de um artesanato com uma identidade cultural do município?

5 – Em qual evento promovido pela FIC a RFCC poderia estar inserida com a exposição/divulgação dos produtos desenvolvidos pelo grupo “Artesanato Rosa”?

6 - (OPCIONAL) Relate informações que julgar importante para o desenvolvimento do presente projeto:

APÊNDICE D – Modelo termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE)

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado(a) para participar da pesquisa intitulada “**GESTÃO DO DESIGN E SUSTENTABILIDADE PARA O TERCEIRO SETOR: UMA PROPOSTA PARA A REDE FEMININA DE COMBATE AO CÂNCER DE INDAIAL**”, desenvolvida pela mestranda Caroline Hadlich, sob orientação da professora Msc.. Anna Luiza de Sá Cavalcanti do Programa de Mestrado em Design da UNIVILLE.

Este projeto de pesquisa tem por objetivo articular, por meio da gestão de design, um processo de cooperação entre indústrias de confecção de Indaial e a Organização não governamental Rede Feminina de Combate ao Câncer de Indaial, em parceria com a UNIASSELVI e a Fundação Indaialense de Cultura para capacitação e valorização dos produtos desenvolvidos pelas voluntárias da referida ONG. A pesquisa justifica-se pela necessidade de criar e fortalecer as relações entre as organizações que serão envolvidas, para a qualificação das voluntárias no desenvolvimento de artefatos a partir dos resíduos têxteis das indústrias de Indaial com a finalidade de geração de renda para a entidade.

Caso aceite participar, você será entrevistado com base em um questionário escrito e oral, e registros de imagem/voz poderão ser utilizados. Os riscos são mínimos, mas apesar dos instrumentos de pesquisa serem preparados com o cuidado necessário, é difícil afirmar que nenhum entrevistado passará por constrangimentos. Dessa maneira, você terá total liberdade de se recusar a responder perguntas que, de alguma forma, lhe constranger.

Sua participação é muito importante para a pesquisa e os benefícios, além da colaboração com o propósito do projeto, está relacionado com os desdobramentos da articulação, favorecendo a redução do envio de resíduo para aterro ou outra destinação. Além disso, você poderá ter acesso aos resultados do estudo em concordância com o pesquisador. Porém, é necessário esclarecer que não haverá qualquer compensação ou remuneração por participar.

Todas as informações coletadas serão guardadas pela responsável da pesquisa durante 5 anos e após este período o material impresso será picotado, e os arquivos digitais serão excluídos.

A pesquisa acontecerá entre 08 de maio e 26 de junho 2017. Caso tenha dúvidas, antes, durante e após a realização da pesquisa, procure o pesquisador responsável **Caroline Hadlich**, em horário comercial, pelo e-mail: hadlichcarol@gmail.com ou pelo fone: (47) 99903-0892.

ATENÇÃO: A sua participação em qualquer tipo de pesquisa é voluntária. Em caso de dúvida quanto aos seus direitos, escreva para o Comitê de Ética em Pesquisa da Univille. Endereço – Rua Paulo Malschitzki, 10 - Bairro Zona Industrial - *campus* Universitário – CEP 89219-710 Joinville – SC ou pelo telefone (47) 3461-9235. Após ser esclarecido(a) sobre as informações do projeto, no caso de aceitar fazer parte do estudo, assine o consentimento de participação do sujeito, que está em duas vias. Uma delas é sua e a outra é do pesquisador responsável. Em caso de recusa você não será penalizado(a) de forma alguma.

Pesquisador responsável:

Nome: _____

Assinatura: _____

CONSENTIMENTO DE PARTICIPAÇÃO DO SUJEITO

Eu, _____, abaixo assinado, concordo em participar do presente estudo como sujeito e declaro que fui devidamente informado e esclarecido sobre a pesquisa e os procedimentos nela envolvidos.

Local e data: _____

Assinatura do Sujeito ou Responsável legal: _____

Telefone para contato: _____

APÊNDICE E – Modelo da carta de anuência Instituição

DECLARAÇÃO DE INSTITUIÇÃO CO-PARTICIPANTE

Indaial, ____ de _____ de 2017.

Declaramos para os devidos fins que concordamos com os itens citados no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido que será assinado pelos sujeitos de pesquisa participantes de nossa empresa. Assim, autorizamos **Caroline Hadlich**, aluna do Mestrado Profissional em Design da UNIVILLE – Universidade da Região de Joinville, a realizar a pesquisa com o título **“Gestão do design e sustentabilidade para o terceiro setor: uma proposta para a Rede Feminina de Combate ao Câncer de Indaial”**.

Cumpriremos o que determina a Resolução CNS 466/2012 e contribuiremos com a pesquisa mencionada sempre que necessário, fornecendo informações.

Sabemos que nossa instituição poderá a qualquer fase desta pesquisa retirar esse consentimento. Também foi, pela pesquisadora acima mencionada, garantido o sigilo e assegurada a privacidade quanto aos dados confidenciais envolvidos na pesquisa.

Concordamos que os resultados deste estudo poderão ser apresentados por escrito ou oralmente em congressos e/ou revistas científicas, de maneira totalmente anônima.

Colocamo-nos à disposição para qualquer dúvida que se faça necessária.

Atenciosamente,

Diretor / Gerente

CPF: _____

Instituição

APÊNDICE F – Modelo da carta de anuência Empresa

DECLARAÇÃO DE INSTITUIÇÃO CO-PARTICIPANTE

Indaial, ____ de _____ de 2017.

Declaramos para os devidos fins que concordamos com os itens citados no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido que será assinado pelos sujeitos de pesquisa participantes de nossa empresa. Assim, autorizamos **Caroline Hadlich**, aluna do Mestrado Profissional em Design da UNIVILLE – Universidade da Região de Joinville, a realizar a pesquisa com o título **“Gestão do design e sustentabilidade para o terceiro setor: uma proposta para a Rede Feminina de Combate ao Câncer de Indaial”**.

Cumpriremos o que determina a Resolução CNS 466/2012 e contribuiremos com a pesquisa mencionada sempre que necessário, fornecendo informações.

Sabemos que nossa empresa poderá a qualquer fase desta pesquisa retirar esse consentimento. Também foi, pela pesquisadora acima mencionada, garantido o sigilo e assegurada a privacidade quanto aos dados confidenciais envolvidos na pesquisa.

Concordamos que os resultados deste estudo poderão ser apresentados por escrito ou oralmente em congressos e/ou revistas científicas, de maneira totalmente anônima.

Colocamo-nos à disposição para qualquer dúvida que se faça necessária.

Atenciosamente,

Diretor / Gerente

Empresa / Carimbo

AUTORIZAÇÃO

Nome do autor: CAROLINE HADLICH

RG: 4.830.462 - SSP/SC

Título do Projeto Final: GESTÃO DO DESIGN PARA A SUSTENTABILIDADE NO TERCEIRO SETOR: UMA PROPOSTA PARA A REDE FEMININA DE COMBATE AO CÂNCER DE INDAIAL

Autorizo a Universidade da Região de Joinville – UNIVILLE, através da Biblioteca Universitária, disponibilizar cópias do projeto final de minha autoria.

Joinville, 28 de abril de 2018.


Mestranda