



ECONOMIA CIRCULAR E DESENVOLVIMENTO LOCAL SUSTENTÁVEL NA FORMAÇÃO EM UPCYCLING DA BADU DESIGN

TÁISSE MARCOS DE SOUZA; REINALDO DE ALMEIDA COELHO

RESUMO

Esse artigo aborda a capacitação em “Upcycling” oferecida pela Badu Design Circular para mulheres do Complexo da Penha no Rio de Janeiro-RJ. Foram capacitadas 100 mulheres confeccionando bolsas com uso de materiais descartados na comunidade e com parceiros da região, de forma que os produtos pudessem ser reproduzidos pelas mulheres sem depender de agentes de fora do território e até mesmo sem a presença da Badu, visando a geração renda. O objetivo do relato é identificar práticas de desenvolvimento de produtos aplicadas nas especificidades de um território que sejam sustentáveis, o estudo de caso apresenta as etapas da capacitação da Badu que dialogam com os princípios da economia circular, dentro da perspectiva do design. Como procedimentos técnicos foram utilizadas a pesquisa bibliográfica e a análise dos dados coletados em campo e na entrevista semi estruturada com a gestora da empresa, onde foi possível observar que as ações focadas no território da capacitação estão alinhadas aos princípios de sustentabilidade e permitem o desenvolvimento local.

Palavras-chave: Design, Economia Circular, Sustentabilidade, Desenvolvimento Local e Capacitação

1 INTRODUÇÃO

A evolução da sociedade moderna nos grandes centros urbanos está ligada a um sistema de consumo que carrega consigo questões territoriais, políticas e socioambientais. Infelizmente, com a desigualdade social brasileira esse sistema contribui para que uma parcela da população seja excluída desse cenário. Em cidades como o Rio de Janeiro, as favelas são a expressão profunda desta desigualdade e as mulheres compõem uma das facetas da vulnerabilidade social sofrendo com a baixa escolaridade, desemprego e subemprego, gravidez precoce, violências domésticas ou até mesmo com o feminicídio. Consciente dessa realidade, entidades da esfera pública e do terceiro setor criam iniciativas que buscam formas de emancipação das mulheres periféricas por meio do incentivo à geração de renda e ao empreendedorismo. Em parceria com essas entidades, a Badu Design promove capacitações em comunidades, atualmente, segundo a gestora da marca, a Badu já capacitou 1200 mulheres em comunidades periféricas dos estados do Paraná, São Paulo, Rio de Janeiro e Salvador.

A metodologia elaborada pela própria Badu para as capacitações é pautada na economia circular, onde as mulheres aprendem a desenvolver produtos usando como insumo os resíduos disponíveis no território, processo que a empresa intitula de “Upcycling”. Além do uso dos resíduos, a formação prioriza e valoriza prestadores de serviços locais (costureiras, marceneiros, serralheiros entre outros) como parceiros na elaboração dos produtos; compreendendo o território e as suas necessidades, para identificar o seu potencial de criação e produção de bens de consumo. Nesse sentido, a formação da empresa incentiva a

sustentabilidade e fomenta o desenvolvimento local.

Mcdounough e Braungart (2013) enfatizam que a ideia de sustentabilidade local não se limita ao uso de matérias, mas começa por eles. O uso de materiais locais abre portas a empreendimento locais rentáveis. Segundo os autores, o emprego desses materiais e dos serviços dos artesãos das proximidades geraria atividade econômica local e abarcaria a maior quantidade possível de residentes. Diante disso, a pesquisa tem como objetivo descrever a formação em “Upcycling” oferecida pela Badu Design Circular para as mulheres do Complexo da Penha (Rio de Janeiro/RJ), que capacitou 100 mulheres da região desenvolvendo bolsas com câmera de pneu, banners e plásticos, materiais descartados em abundância na comunidade.

Justifica-se a pesquisa, pela iniciativa apresentar uma possibilidade de desenvolvimento de produtos alinhado às perspectivas ambientais e sociais da sustentabilidade, tendo como premissa o desenvolvimento do território; permitindo assim transformações na vida de mulheres em situação de vulnerabilidade, incentivando a economia local e impactando toda a comunidade.

Classifica-se a pesquisa como sendo de natureza básica, qualitativa e descritiva, realizada nos limites de estudo de caso. A coleta de dados contempla a pesquisa bibliográfica, entrevista realizada com a gestora representante da Badu Design Circular, trazendo as perspectivas do design circular e da sustentabilidade voltados para o impacto socioambiental promovido pela Badu Design Circular. A pesquisa foi realizada por meio de um roteiro semiestruturado e a atuação em campo no período de 09 de março de 2023 à 14 de abril de 2023.

2 ESTUDO DE CASO: BADU DESIGN

A Badu Design Circular é uma iniciativa da Ariane dos Santos, administradora e designer, existente desde 2012, quando diante de uma situação de doença familiar, após sair do emprego, viu no empreendedorismo uma oportunidade. Conforme o site da marca, a Badu é caracterizada como um negócio de impacto socioambiental de Curitiba/PR, com foco na economia circular. Segundo a gestora, o negócio atua em três frentes: formação de mulheres em vulnerabilidade social, fomentando o empreendedorismo feminino; desenvolvendo produtos com resíduos para geração de renda e mobilidade social; e em parceria com empresas que destinam seus resíduos industriais transformados pelo design.

FORMAÇÃO UPCYCLING COMPLEXO DA PENHA

O objetivo principal da formação em Upcycling desenvolvida pela Badu Design Circular é o incentivo ao empreendedorismo e a geração de renda por meio do desenvolvimento de produtos feitos com resíduos locais de forma que possam ser reproduzidos e comercializados pelas mulheres. A formação aconteceu na Vila Cruzeiro, uma das favelas do Complexo da Penha no Rio de Janeiro/RJ. A capacitação fez parte de um programa federal voltado ao empreendedorismo feminino e periférico, a duração era de 120 horas e capacitou 100 mulheres. A metodologia desenvolvida pela Badu Design é pautada em quatro pilares: empoderamento, empreendedorismo, valorização do território e desenvolvimento de produtos.

Empoderamento

Essa etapa da oficina consiste em dinâmicas e ferramentas de design para resgatar a autoestima e ampliar as perspectivas das mulheres, trabalhando o autoconhecimento, autocuidado, sustentabilidade e economia circular. O objetivo dessa etapa inicial é que as mulheres se reconheçam como agentes de transformação socioambiental. O módulo é iniciado com um desafio em grupos para criarem um produto com um kit de insumos descartados: resíduos têxteis, MDF, tesoura, cola, aviamentos entre outros, visando desmistificar a ideia que mulheres periféricas não são capazes de desenvolver produtos.

Em seguida a fundadora da Badu aborda o Mapa da Empatia como instrumento para compreender as mulheres participantes, suas realidades e perspectivas com o curso. Debate-se o que as mulheres ouvem quando sinalizam que estão empreendendo, o que pensam, como se sentem, quais suas atitudes em relação a esses sentimentos, suas dores e anseios a partir do empreendedorismo.

Após esse momento de olhar para si, a formação traz ao grupo a temática da sustentabilidade explicando os impactos do lixo da sociedade, são apresentados dados de resíduos sólidos e um panorama sobre economia linear, economia da reciclagem e economia circular. Aborda-se a temática Upcycling debatendo com o grupo formas criativas de se repensar os descartes. As FIGURAS 1,2 e 3 mostram momentos dessa primeira etapa da formação.

Figura 1 |



Figura 2 |



Figura 3



Fonte: Desenvolvida pelos Autores, 2023.

Por fim, nessa primeira etapa, é feita uma análise junto às mulheres dos materiais que se têm guardado sem utilidade que podem se tornar recursos financeiros, das habilidades que possuem que podem ser comercializadas e das pessoas que conhecem na própria comunidade que podem apoiar neste momento empreendedor. Neste dia de formação as mulheres organizaram um bazar com as roupas, sapatos, brinquedos e utensílios domésticos que possuíam em casa sem utilidade. O bazar aconteceu em uma Organização Sem Fins lucrativos (ONG) na própria comunidade. O bazar foi organizado com gestão do próprio grupo e teve um retorno de R\$ 1250,00.

Empreendedorismo

A formação empreendedora não foi uma etapa definida, andou em paralelo a todas as atividades desenvolvidas com o grupo. Desde do mapa da empatia, quando entraram nas suas dores e depois puderam se reconhecer enquanto protagonistas e agentes de mudança, até o processo de desenvolvimento do produto. No desenvolvimento de produtos aprenderam precificação, a organizar uma linha de produção dos produtos onde todas as mulheres pudessem somar com suas habilidades de forma que o produto fosse entregue com qualidade.

É importante destacar aqui a ação do bazar, onde as participantes foram incentivadas a juntar os artefatos que possuíam em casa em bom estado e não usavam mais, para vender num bazar. O bazar foi organizado pelas mulheres, com parcerias dentro da comunidade. Um marceneiro fez as araras com descartes de madeiras de banners, uma instituição do terceiro setor cedeu espaço, o grupo organizou a divulgação através das redes sociais, criando materiais gráficos e grupos de divulgação. O valor arrecadado o grupo decidiu investir em materiais para iniciarem um grupo produtivo. Durante a formação, a metodologia da Badu Design permite que as mulheres se fortaleçam enquanto coletivo, abordando de forma simples temáticas como finanças, governança, marketing, infraestrutura e produto.

Valorização do território.

A valorização do território inicia na valorização das mulheres participantes e das capacidades humanas da região, destacando profissionais que possam somar com as mulheres no desenvolvimento de produto e crescer consequentemente juntos, depois passa pelo processo de identificar os materiais descartados na região, já existentes, com potencialidade de criar produto e por fim pela valorização do cultural, trazendo para dentro dos produtos formas, cores e a identidade do território.

Para trazer as participantes, valor ao território que estavam acostumadas a transitar cotidianamente sem focar nos detalhes e influenciadas pela visão externa e estereotipada do que é uma favela, foi desenvolvida uma ação de caminhada pelas ruas do complexo. Junto a fundadora e a facilitadora, com seus celulares, as mulheres registraram por meio de fotografias os materiais descartados em abundância, formatos e cores nas casas e comércios locais, artefatos e construções que as chamassem a atenção. As fotos registradas pelo grupo foram compiladas e apresentados ao grupo como mostra a FIGURA 4, onde as mulheres analisaram características que se repetiam nas fotos, elementos históricos da comunidade que eram marcantes a maioria do grupo e insumos de fácil acesso para a produção dos produtos como mostra a FIGURA 5.

Figura 4 |

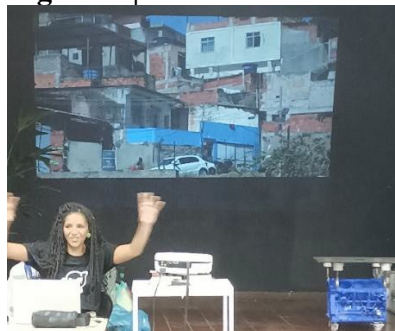
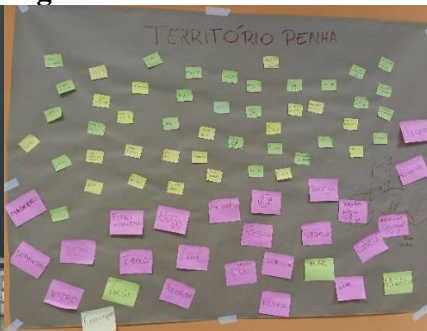


Figura 5



Fonte: Desenvolvido pelos autores, 2023.

Após essa análise, as mulheres definiram os produtos que poderiam ser desenvolvidos.

Desenvolvimento de Produto

Os insumos identificados na comunidade foram banners devido a grande quantidade de comércios, câmeras de pneus, pois a Vila Cruzeiro é uma comunidade com diversas regiões onde o acesso é facilitado por motocicletas, então há na comunidade diversas mecânicas e sacolas plásticas. A metodologia da Badu também segue uma linha projetual, após identificados os materiais, possibilidades de produtos e serviços que podem ser utilizados na própria comunidade iniciou-se um processo de geração de alternativas.

Com as sacolas plásticas a fundadora da Badu juntamente com sua equipe ensinou as mulheres a desenvolver um tecido plástico possível de ser costurado e desenvolvido produtos como mostra a FIGURA 6 e 7. Já com os demais insumos foram montadas estações de trabalho, equipamentos e máquinas de costura contando gerente de produção da Badu para prototipação. Divididas em grupos, as mulheres criaram e apresentaram protótipos. Para todos os materiais foram desenvolvidas bolsas.

Figura 6 |



Figura 7



Fonte: Desenvolvido pelos autores, 2023.

Os protótipos foram reajustados e depois foram identificadas seis mulheres participantes da formação que já costuravam e contratadas 2 costureiras da comunidade como suporte ao desenvolvimento de produtos. As demais mulheres tiveram uma iniciação em costura, costurando sua primeira bolsa que ficou para uso pessoal. Após, todas foram alocadas na produção dentre as etapas de desenvolvimento.

Nas bolsas de sacola de tecido plástico havia mulheres cortando plástico e passando a ferro doméstico para confecção do tecido, outras reproduzindo molde e cortando o tecido conforme o molde para serem costuradas por mulheres iniciantes junto às costureiras de suporte. Outras mulheres ficaram responsáveis pelo molde das bolsas de banner e de câmera de pneu que foram costuradas pelas mulheres que já possuíam experiência. No total foram desenvolvidas nove modelos de bolsas como mostram as FIGURAS 8, 9, 10 e 11.

Figura 8 |



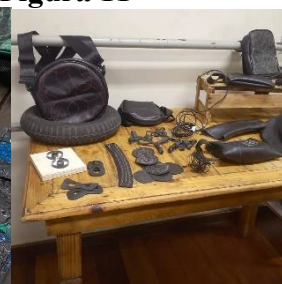
Figura 9 |



Figura 10 |



Figura 11



Fonte: Desenvolvida pelos autores, 2023.

A formação encerrou com a exposição dos produtos desenvolvidos como mostra a FIGURA 12.

Figura 12



Fonte: Desenvolvida pelos autores, 2023.

Durante o processo de desenvolvimento de produtos, as mulheres deixaram moldes cortados e insumos separados para reproduzir os produtos no coletivo mesmo sem a presença da Badu Design.

3 DISCUSSÃO

A discussão situada no campo do design e da economia circular, concentra-se em analisar a capacitação descritas no estudo de caso como alternativa para o desenvolvimento local e sustentável.

A Economia Circular (EC) debate os desafios globais de sustentabilidade e gestão de resíduos, atuando em contrapartida ao sistema de produção e consumo linear e objetivando uma mudança nas práticas de desenvolvimento de produtos e serviços, repensando os recursos e os resíduos. O eixo central do conceito se dá na criação de um ciclo fechado de produção, onde os artefatos produzidos são reutilizados, reciclados ou remanufaturados, reduzindo o desperdício e a extração desenfreada de recursos naturais. Nesse sentido, de acordo com Pereira (2020), formações como a da Badu Design, ao aborda o design como instrumento de fomento para a transformação da lógica linear, circulando insumo descartados e projetando mais um ciclo de vida são economicamente viáveis e ecologicamente eficientes. A estratégia viabiliza o desenvolvimento de produtos e serviços mais duradouros com menor uso de recursos naturais e energéticos.

Segundo Pereira (2020) ampliando o conceito de design para a economia circular, pode-se considerar o design um processo de transformação de materiais que visa a produção de produtos ou serviços que satisfazem as exigências do ambiente humano. Para isso, de acordo com Weetman (2019), no design de produtos são aplicadas abordagens diferentes que possibilitem a reutilização, a reciclagem e o “cascadeamento”, ou seja, o resíduo gerado em um processo produtivo se torna insumo de outro processo.

A capacitação da Badu incentiva uma mudança de perspectiva sobre os descartes, trazendo às mulheres uma forma de desenvolvimento de produtos alinhados as diretrizes da sustentabilidade. Segundo Farias (2023) os processos produtivos de design possibilitam a proposição de novos cenários, processos e sistemas alinhados com as diretrizes de desenvolvimento sustentável, assumindo novas funções diante do panorama socioeconômico e ambiental.

Do ponto de vista ambiental a capacitação está alinhada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis (ODS) definidos pela Organização das Nações Unidas (ONU) ao reaproveitar materiais que se tornariam lixo na comunidade, torna-se necessário pontuar que a nas regiões de favela a coleta de lixo não chegam em todo território. Do âmbito social entende-se que o fomento à geração renda é uma alternativa ao desemprego, segundo Carloto e Gomes (2011) desde da década de 80 a geração de renda assume espaço nas discussões políticas na possibilidade de criação de estratégias alternativas ao emprego formal e assalariado, abordando o discurso da autogestão e do empreendedorismo, na intenção de encobrir a incapacidade política de solucionar o problema do desemprego.

Nesse sentido a capacitação está alinhada à ODS 8 que se refere à “Promover o crescimento econômico inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho digno para todos” (Nações Unidas Brasil, 2024) e à ODS 12 “Garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis” (Nações Unidas Brasil, 2024) ao criar um sistema de produção em coletivo com parcerias e reaproveitamento de insumos da própria comunidade.

Por fim, ao explorar as potencialidades do território e fortalecer agente locais a formação corrobora para o desenvolvimento local. Buarque (2002) conceitua desenvolvimento local como um processo de transformação endógeno que permite a melhoria da qualidade de vida e o dinamismo econômico; tornando-se consistente e sustentável ao criar oportunidades sociais fomentando a economia local ao mesmo tempo que preserva os

recursos naturais.

4 CONCLUSÃO

Ao analisar as reflexões que dialogam entre design no campo da economia circular iniciativas como a Formação em Upcycling da Badu Design abordam novas maneiras de promover o desenvolvimento local e sustentável. As práticas da empresa centralizadas no território permitem a mobilidade econômica e fomento ao empreendedorismo, trazendo novas perspectivas de desenvolvimento socioeconômico às mulheres da comunidade.

Nas perspectivas da economia circular a capacitação se adequa ao conceito de circularidade e no âmbito de design desenha processos produtivos alinhados a sustentabilidade. Contudo, requer uma pesquisa mais aprofundada das reflexões entre o design e território explorando os atributos culturais e identitários que podem ser abordados, compreendendo o território como um ecossistema vivo.

Conclui-se, ao avaliar a formação, que é possível buscar transformações sociais e conservação ambiental através de práticas circulares de desenvolvimento de produtos e a potencialização dos territórios. Ressalta-se a importância de investigar métodos utilizados a nível local que gerem impacto socioambiental, validando práticas sociais como conhecimento.

REFERÊNCIAS

Badu Design Circular. Disponível em: <<https://www.loja.badudesign.com.br>>. Acesso em: 15 abr. 2024.

BUARQUE, S. C. Construindo o desenvolvimento local sustentável – metodologia de planejamento. 4. ed. Rio de Janeiro: Garamond Universitária, 2002.

CARLOTO, C. M; GOMES, A. G. Geração de renda: enfoque nas mulheres pobres e divisão sexual do trabalho. Revista de Serviço Social e Sociedade, n. 105, p. 131-145, jan./mar. 2011. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/sssoc/n105/08.pdf> > Acesso em: 27 nov. 2023.

FARIAS, Bruno Matos de. Economia Circular: Mudança de Paradigma. Revista Epytaia. Edição Anual. Ano: 2023. Produção Técnica – Fluxo Contínuo. V. 1 N. 1 (2023).

Krucken, Lia. Design e território: valorização de identidades e produtos locais. -- São Paulo: Studio Nobel, 2009.

MCDONOUGH, William; BRAUNGART, Michael. Cradle to cradle: criar e recriar ilimitadamente. São Paulo: G. Gili, 2013.

Nações Unidas do Brasil. Disponível em: < <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs/12> >. Acesso em: 14 abr. 2024.

PEREIRA, Luis Carlos Fernandes. Design para economia circular: repensando a forma como fazemos as coisas. Dissertação de Mestrado, 2020. Disponível em: < http://icts.unb.br/jspui/bitstream/10482/40304/1/2020_LuizCarlosFernandesPereira.pdf > Acesso em: 15 abr. 2024.

WEETMAN, Catherine; tradução Afonso Celso da Cunha Serra. Economia Circular: conceitos e estratégias para fazer negócios de forma mais inteligente, sustentável e lucrativa. 1. ed. São Paulo: Autêntica Business, 2019.