

JUNK JOURNAL: PRINCÍPIOS DA SUSTENTABILIDADE E DA ECONOMIA CRIATIVA*JUNK JOURNAL: PRINCIPLES OF SUSTAINABILITY AND CREATIVE ECONOMY**JUNK JOURNAL: PRINCIPIOS DE SOSTENIBILIDAD Y ECONOMÍA CREATIVA*Luana de Barros Maria¹ (luana.maria@fatec.sp.gov.br)Luciana Novaes Russi¹ (luciana.russi@fatec.sp.gov.br)¹Faculdade de Tecnologia de Guaratinguetá-SP**Resumo**

Este artigo apresenta a reutilização e a reciclagem de papel na produção de uma linha de cadernos artesanais por meio da técnica de *Junk Journal*. Objetiva alinhar uma linha de produto artesanal aos princípios da sustentabilidade e da economia criativa a fim de reestruturar a marca do empreendimento LUMA – Encadernação Artesanal e Produtos Criativos. A técnica em questão traz à tona a problemática de utilizar o máximo de recursos possíveis para haver o menor volume de produção de lixo, o que pode chamar a atenção para o consumo consciente considerando-se potenciais consumidores. Trata-se de estudo exploratório, fundamentado em pesquisa bibliográfica, aplicando-se como instrumento de coleta de dados uma escala de importância, para levantamento da opinião de potenciais consumidores na expressão de graus atribuídos a fatores de influência na opção de compra do referido produto. Os resultados obtidos apontam que produtos que reutilizam materiais evitando o descarte de resíduos são extremamente importantes na hora da preferência da compra como o caderno artesanal e que estimular essa iniciativa vem como forma de sua valorização aliando-se a criatividade e inovação.

Palavras-chave: sustentabilidade; economia criativa; produto artesanal; *Junk Journal*.

Abstract

This article presents the reuse and recycling of paper in the production of a line of handmade notebooks using the *Junk Journal* technique. It aims to align a line of artisanal products with the principles of sustainability and creative economy in order to restructure the brand of the LUMA enterprise – Encadernação Artesanal e Produtos Criativos. The technique in question brings to light the problem of using the maximum possible resources to have the lowest volume of waste production, which can draw attention to conscious consumption considering potential consumers. This is an exploratory study, based on bibliographical research, applying an importance scale as a data collection instrument, to survey the opinion of potential consumers in expressing degrees attributed to influencing factors in the option to purchase the said product. The results obtained indicate that products that reuse materials, avoiding the disposal of waste, are extremely important when choosing a purchase, such as handmade notebooks, and that encouraging this initiative comes as a way of valuing them, combining creativity and innovation.

Keywords: sustainability; creative economy; craft product; *Junk Journal*.

Resumen

Este artículo presenta la reutilización y reciclaje de papel en la producción de una línea de cuadernos hechos a mano mediante la técnica *Junk Journal*. Su objetivo es alinear una línea de productos artesanales con los principios de sostenibilidad y economía creativa para reestructurar la marca de la empresa LUMA – Encadernação Artesanal e Produtos Criativos. La técnica en cuestión saca a la luz el problema de utilizar el máximo de recursos posibles para tener el menor volumen de producción de residuos, lo que puede llamar la atención sobre un consumo consciente considerando a los consumidores potenciales. Se trata de un estudio exploratorio, basado en una investigación bibliográfica, aplicando una escala de importancia como instrumento de recolección de datos, para

sondear la opinión de los consumidores potenciales al expresar los grados atribuidos a los factores que influyen en la opción de compra de dicho producto. Los resultados obtenidos indican que los productos que reutilizan materiales, evitando el desecho de residuos, son de suma importancia a la hora de elegir una compra, como los cuadernos hechos a mano, y que fomentar esta iniciativa surge como una forma de valorarlos, combinando creatividad e innovación.

Palabras clave: sostenibilidad; economía creativa; producto artesanal; Junk Journal.

Introdução

Este artigo científico corresponde ao Projeto *Junk Journal*: Produção Criativa e Consumo Consciente e foi desenvolvido no processo de Monitoria de Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação do Centro Paula Souza. A autora é aluna do segundo semestre do curso superior de tecnologia em Gestão Empresarial da FATEC Guaratinguetá.

Apresenta a reutilização e a reciclagem de papel na produção de uma linha de cadernos artesanais por meio da técnica de *Junk Journal*. Objetiva ainda alinhar uma linha de produto artesanal aos princípios da sustentabilidade e da economia criativa a fim de reestruturar a marca do empreendimento LUMA – Encadernação Artesanal e Produtos Criativos.

Em tradução livre *Junk Journal* trata-se de um diário feito com material que se consideraria descartável como lixo. Por meio desta técnica esta autora se aproxima da ideia de reaproveitamento e fazer arte com lixo, estudando cada vez mais para aperfeiçoar não somente a própria técnica como também entender a importância da economia criativa e do consumo consciente.

Este artigo trata em seu referencial teórico de questões ambientais, principalmente no que diz respeito à inadequada disposição do lixo, da problemática dos resíduos sólidos, enfatizando a importância da reciclagem, mostrando seus benefícios ao meio ambiente e à comunidade, além de práticas manuais que estimulam a criatividade e o desenvolvimento social, relacionando-se aos princípios da economia criativa.

Considera-se como contribuição deste estudo o quanto a técnica em questão traz à tona a problemática de utilizar o máximo de recursos possíveis para haver o menor volume de produção de lixo, o que pode chamar à atenção para o consumo consciente tanto para potenciais consumidores quanto para os graduandos de primeiro semestre compreendidos nos cursos de Gestão Empresarial, Gestão Financeira e Logística, os quais participam deste estudo na coleta de dados quali-quantitativos.

Neste estudo exploratório, definiu-se como instrumento de coleta de dados uma escala de importância, a fim de levantar a opinião de potenciais consumidores na expressão de graus atribuídos a fatores de influência na opção de compra de um caderno artesanal feito com a técnica *Junk Journal*.

Em seu desenvolvimento, este artigo organiza-se em quatro seções, sendo a primeira introdutória ao conceito de sustentabilidade; a seguinte, uma conceituação da economia criativa; a

terceira seção apresenta a marca LUMA; a quarta dispõe de levantamento, análise e interpretação dos dados; finalizando com as considerações finais a respeito dos alcances e limites do estudo.

1 Sustentabilidade: contribuições do conceito

Ao se tratar do tema sustentabilidade, deve-se considerar como ponto de partida para se traçar um referencial teórico neste estudo a iniciativa das Nações Unidas ao convocar a Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente Humano, em 1972, em Estocolmo (Suécia). Tal evento e sua Declaração, contendo 19 princípios, estabeleceram as bases para uma agenda ambiental norteadora de ações tanto da ONU quanto de diversas organizações mundiais. Também se deve considerar o Relatório Brundtland (1987), como ficou conhecido o documento **Nosso Futuro Comum**, resultado das discussões na Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, iniciada em 1983 e presidida pela então Primeira Ministra da Noruega, Gro Harlem Brundtland. (JAPIASSÚ; GUERRA, 2017; ONU-Brasil, 2020)

Tais documentos marcaram o início de tantos debates, nas esferas sociais, políticas, econômicas e científicas, e depois de mais de quatro décadas as questões propostas ganharam diversos caminhos e dimensões nessas esferas, no entanto, a urgência ganhou uma gravidade que escapa ao propósito deste estudo, tendo em vista os problemas relacionados ao aquecimento global. De qualquer modo, fazer referência aos princípios surgidos a partir desses documentos auxilia a compreensão de como a sustentabilidade se tornou parte de pequenas ações quer sejam em rotinas domésticas, quer sejam de escolhas sobre a compra e, principalmente, de escolhas sobre os atributos de um produto ou uma marca.

Destaca-se na Declaração de Estocolmo (1972, p. 1), uma responsabilidade do homem ao Estado, no seu direito de desfrutar do meio ambiente, em preservar recursos para as futuras gerações: “um meio ambiente de qualidade tal que lhe permita levar uma vida digna, gozar de bem-estar; e é portador da solene obrigação de proteger e melhorar esse meio ambiente, para as gerações presentes e futuras”. Data deste mesmo ano, o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente — PNUMA. (ONU-Brasil, 2023; PNUMA, 2020)

Da preservação do meio ambiente a um desenvolvimento que se faça sustentável com equidade entre atender necessidades de determinada cultura e economia a cada geração, ainda que se considerem os limites tecnológicos e sociais — assim se destaca em essência o teor do Relatório Brundtland: “O desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades” (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1991, p. 46)

Documentos decisivos para o entendimento de sustentabilidade surgiram em 1992, na Conferência Rio 92. A Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento

(UNCED) recebeu a delegação de 175 países e foi a maior reunião de líderes mundiais da época. O evento pediu aos governos mundiais que reconsiderassem o impacto ambiental das decisões políticas e dos projetos econômicos. Foram assinados documentos importantes como A Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, Agenda 21 e Princípios Florestais. (ONU-Brasil, 2023; PNUMA, 2020)

Da Conferência conhecida como Cúpula da Terra, a Conferência Rio 92, destaca-se a Agenda 21, pelo detalhamento das ações propostas visando articular políticas públicas para redução ao mínimo de resíduos; trata-se de reduzir: consumo, produção, desperdício, perdas, resíduo, poluição, degradação, pobreza e desigualdade. Conforme a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (1995, p. 33), no capítulo 4: “Especial atenção deve ser dedicada à demanda de recursos naturais gerada pelo consumo insustentável, bem como ao uso eficiente desses recursos, coerentemente com o objetivo de reduzir ao mínimo o esgotamento desses recursos e de reduzir a poluição”.

A Agenda 21 traz as primeiras referências formais da política dos 3Rs: Reduzir, Reutilizar, Reciclar, como atitudes básicas na prática da economia de reutilização de materiais aproveitáveis e reciclagem, propondo a conscientização dos consumidores em relação aos impactos dos resíduos, a luta contra o desperdício, reutilização antes de descarte. Como ampliação dessas ações já são propostos por organizações e institutos na área de meio ambiente repensar, recusar, reintegrar, responsabilizar-se (DUARTE, 2020).

Em um parágrafo síntese, o princípio da sustentabilidade pode ser apreendido na definição do Dicionário Ambiental, projeto da Secretaria de Meio Ambiente, Infraestrutura e Logística do Estado de São Paulo (SEMIL):

Como conceito aplicável à realidade do sistema socioeconômico e socioambiental, a Sustentabilidade refere-se ao princípio da busca pelo equilíbrio entre a disponibilidade dos recursos naturais e a exploração deles por parte da sociedade. Busca pelo equilíbrio entre o suprimento das necessidades humanas e preservação dos recursos naturais, não comprometendo as próximas gerações. O conceito de sustentabilidade é complexo, pois atende a um conjunto de variáveis interdependentes, mas podemos dizer que deve ter a capacidade de integrar as questões sociais, energéticas, econômicas e ambientais. (SEMIL, 2022)

Desse modo, depreende-se que o princípio da sustentabilidade se alicerça na equidade e na interdependência; tal como nas sucessivas conferências organizadas pelas Nações Unidas, e em seus documentos, assim como no projeto da Semil (2022), “para que um empreendimento humano seja considerado sustentável, é preciso que ele seja: ecologicamente correto, economicamente viável, socialmente justo e culturalmente diverso”. Portanto, espera-se que a produção da linha de cadernos artesanais da LUMA encadernações se alinhe cada vez mais a tais princípios, como se tratará nas seções seguintes.

1.1 A urgência do Consumo Consciente

O consumo está ligado ao ato de obter bens e serviços por meio da compra; quando é feita de forma desenfreada e excessiva, motivada apenas pelo desejo e impulso afeta diretamente sua saúde financeira caracterizando o que é chamado de consumismo. Segundo o Ministério do Meio Ambiente “a humanidade já consome 30% mais recursos naturais do que a capacidade de renovação da Terra. Se os padrões de consumo e produção se mantiverem no atual patamar, em menos de 50 anos serão necessários dois planetas Terra para atender nossas necessidades de água, energia e alimentos” (BRASIL, 2023).

Essa situação alarmante vem a cada dia mostrando mais a necessidade de novos hábitos para com o ambiente em uma visão mais consciente sobre a razão pela qual consumimos tanto; apesar disso, a importância da sustentabilidade para os consumidores brasileiros tem aumentado. (CNN BRASIL, 2023)

Por isso, é importante disseminar esse conceito e a prática do consumo consciente, dando preferência a marcas que estão cientes dessa causa e da possibilidade de garantir a sustentabilidade da vida no planeta. Segundo um estudo feito pela *The Nature Conservancy* juntamente com outras Universidades em 2019, “até 2050, conforme a população mundial cresce para 10 bilhões, a demanda por recursos naturais atingirá níveis sem precedentes, intensificando os aspectos severos da mudança climática. As principais organizações de desenvolvimento global já estão destacando a poluição do ar e a escassez de água (desafios ambientais) como os maiores perigos à saúde e a prosperidade humana”.

Pequenas mudanças no dia a dia podem fazer a diferença no futuro e ser um consumidor consciente é saber escolher os produtos que compra levando em conta o meio ambiente, a saúde humana e animal, as relações justas de trabalho, além de questões como preço e marca. Em notícia publicada em novembro de 2022, a CNN Brasil apresentou a pesquisa Retratos da Sociedade: Hábitos Sustentáveis e Consumo Consciente, da Confederação Nacional da Indústria (CNI), segundo a qual “metade (50%) dos entrevistados afirmou que verifica se o produto que pretende adquirir foi feito de forma ambientalmente sustentável, sendo que 24% sempre checam, e 26% na maioria das vezes. Em 2019, última edição da percentual era de 19% para ambas as opções”.

Como agente transformador da sociedade pode-se afirmar que um consumidor consciente se define pela consciência de que todo consumo causa impacto positivo ou negativo na economia, na natureza, nas relações sociais e em si mesmo, o que também define a maneira de usar e como descartar o que não serve mais, a escolha das empresas das quais comprar através de pequenos gestos de responsabilidade socioambiental.

1.2 Outra percepção sobre o Lixo

Um das contribuições da sustentabilidade se dá nas mudanças de percepção que é preciso ter sobre o lixo. O lixo é qualquer tipo de resíduo produzido por atividades humanas que é

descartado pela população, de origem orgânica ou inorgânica, tendo-se em vista que, com o avanço tecnológico, o volume do lixo aumentou ao longo da história, trazendo graves consequências sanitárias e ambientais à população. Os dejetos existem desde a fixação do homem no espaço geográfico, mas essa realidade ficou marcada por momentos históricos como a urbanização e industrialização culminando em uma ampla produção de materiais artificiais e grandes quantidades de lixo. A questão do lixo está diretamente ligada ao modelo de desenvolvimento humano, vinculada ao incentivo ao consumismo (CAMPOS, 2023).

Devido ao fato de o Brasil se tratar de um país de grande extensão continental e com desenvolvimento diferente entre as regiões, apresentando diferenças regionais, culturais e econômicas a questão do descarte de lixo tornou-se realmente desafiadora; isso se revela na pesquisa da Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais, Abrelpe: “num país continental como o Brasil, de população superior a 210 milhões de habitantes, cada pessoa produz, em média, 343 quilos de lixo, por ano: no total, cerca de 80 milhões de toneladas de resíduos. O número não seria tão impactante para o meio ambiente e a economia, se tanto resíduo fosse reaproveitado ou reciclado. Mas, no Brasil, somente 4% passa por esse processo”. (MORENO, 2023).

Em 2010 foi criada a Política Nacional dos Resíduos Sólidos (PNRS), a qual se refere a “uma legislação ambiental brasileira que define a responsabilidade na gestão do resíduo sólido e as metas a serem alcançadas por pessoas físicas e jurídicas, obrigando companhias a realizarem o gerenciamento correto dos seus resíduos” (EQ JÚNIOR, 2022). Desse modo, espera-se diminuir a quantidade de lixo direcionada a aterros e lixos, porque contaminam o solo e as águas, sendo importante essa destinação correta a fim de evitar o impacto negativo ao meio ambiente.

Assim o tratamento do lixo consiste em um conjunto de técnicas utilizadas para a destinação correta do lixo, sendo uma ferramenta no combate aos problemas ambientais e sociais. Um caminho para a solução de problemas relacionados ao lixo é apontado pelo Princípio dos Três Rs: Reduzir, Reutilizar e Reciclar, sendo este, um dos pilares da PNRS. É necessário observar as características de cada tipo de resíduo e sua valorização para ver se há a possibilidade de o material retornar ou não à cadeia de produção (AMBIPAR, 2020).

As consequências do lixo para com o meio ambiente e saúde humana são muitas, dentre elas: a poluição da água e do solo podendo haver a contaminação de alimentos cultivados perto dos lixões, a diminuição da biodiversidade, a emissão de diversos poluentes, a proliferação de diversas doenças que tenham vetores presentes no lixo e a perda da qualidade de vida da comunidade local (CAMPOS, 2023).

2 Economia Criativa: outros modos de criar e produzir

O termo já havia sido tratado em relatório do Reino Unido em 1983 e no documentário australiano *Creative Nation* de 1994, mas ganhou reconhecimento mesmo após o lançamento do

best-seller *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas* de John Howkins em 2001 e diz respeito a “ciência que regula a produção, a distribuição e o consumo de bens e serviços. E, de outro lado, temos a criatividade, que significa ser capaz de criar algo novo ou transformar algo que já existe”, correspondendo, assim, à evolução do próprio mercado, juntamente com o avanço digital e o surgimento de novas tecnologias. Tem-se como ideia central usar a criatividade como destaque para a criação de um produto. Ainda é um conceito em evolução, como nas palavras do próprio Howkins, o qual sustenta a ideia de que a economia criativa se assenta sobre a relação entre a criatividade, o simbólico e a economia. (CHEDID, 2017)

Está presente cotidianamente através de seus principais setores: mídia, tecnologia, games e cultura, movida a alternativas inovadoras que geram lucro. A relevância do modelo foi tanta que no Brasil criou-se mesmo que tardiamente a Secretaria de Economia Criativa em 2012 inicialmente vinculadas ao Ministério da Cultura. Foi desativada em 2015, o que revela a incompreensão do governo relativa ao papel do setor criativo no desenvolvimento do país. Contudo, por muitos anos, o Brasil tem se esforçado para converter o sucesso criativo e cultural (por exemplo, aceitação crítica, vernáculo globalmente acessível e uma vibração intangível) em sólidos resultados socioeconômicos: postos de trabalhos, crescimento inclusivo e competitividade. “Este é particularmente o caso em áreas rurais ou urbanas marginais, onde a mobilidade social é severamente tolhida e os caminhos para o empreendedorismo criativo e o emprego são limitados.” (TOM FLEMING; 2018)

Ainda que se apresente para muitos uma ideia equivocada de que o planeta se renovaria constantemente vivendo em um sistema tangível em que se via o crescimento de forma linear gerado a partir do consumo, a gestão dos recursos tem mudado devido aos alertas ambientais gerados pela própria natureza. Por isso na urgência de uma mudança de modelo operacional, entra o processo intangível e a economia criativa que visa o crescimento através do conhecimento, da criatividade, dos valores da marca, da tecnologia e tudo que pode gerar um processo cooperativo, dividindo-se em quatro tipos de recursos e objetivos: social, cultural, ambiental e financeiro.

Como esclarece a especialista Lala Deheinzelin (2016), no mundo redondo que esse novo processo traz, deixa muito claro que “estamos saindo da era industrial, a era industrial achou que o mundo ia ser uma linha de produção, certinha e previsível”, o que não faz mais sentido nos dias de hoje pelo fato da junção dos recursos intangíveis e de sua dinâmica ser imprevisível. Uma empresa não é sustentável apenas pela preocupação com o meio ambiente e por ações voltadas a ele, mas sim por uma série de recursos que envolvem o social, cultural, ambiental e financeiro, podendo promover a revitalização de áreas urbanas degradadas, ou mesmo o desenvolvimento de áreas rurais com herança de patrimônio cultural.

O pensamento é de utilizar tudo que já existe de tangível e diferencia-se através de conceito, marca, design e reputação, compartilha-se o tangível e destaca-se através do intangível. A lógica do compartilhamento é a chave da sustentabilidade no futuro, pois “todo tipo de processo de

sustentabilidade tem que levar em consideração aspectos ligados ao tangível: gestão de resíduos, água, reflorestamento, energia, CO², etc. e o intangível: todas as relações sociais, todo o cuidado com o conhecimento, com os valores humanos, com o tempo das pessoas” (DEHEINZELIN, 2016).

Essa vertente econômica tem refletido em questões como hábitos de consumo, a mudança nas relações humanas, o surgimento de novas profissões, a gestão de recursos escassos e a lógica da geração de riqueza, mais sustentável e consciente. O impacto da Economia Criativa reflete-se no PIB (Produto Interno Bruto), o que tem contribuído para que seja cada vez mais discutida, conforme os dados noticiados pelo Ministério da Cultura (BRASIL, 2023):

O PIB da economia da cultura e das indústrias criativas supera, por exemplo, o índice da indústria automobilística que registrou um valor de 2,1% no mesmo período. Além disso, o levantamento aponta que em 2022 o setor gerou 308,7 mil novos postos de trabalho em comparação com 2021. Forma 7,4 milhões de empregos formais e informais no país, o que equivale a 7% do total dos trabalhadores da economia brasileira. Em 2020 existiam mais de 130 mil empresas de cultura e indústria criativas em atividade no país e a área foi responsável por 2,4% das exportações líquidas do país. (BRASIL, MINISTÉRIO DA CULTURA, 2023).

Em recente notícia da Agência Brasil (2023), Alana Gandra divulga um levantamento feito pela Conferência Nacional da Indústria (CNI): “um milhão de novos empregos serão gerados pela economia criativa até 2030, elevando, em consequência, a atual participação de 3,11% do setor no Produto Interno Bruto (PIB, a soma de todos os bens e serviços fabricados no país”, apontando concentração de vagas no Sul e no Sudeste. Os dados deixam bem claro a importância da economia criativa e de seu crescimento significativo.

A produção de *Junk Journals* é um exemplo inspirador de como a criatividade pode se unir à sustentabilidade e à gestão de resíduos sólidos, gerando benefícios econômicos e culturais. Lembra-se que o artesanato não é apenas uma forma de expressão artística, mas também uma abordagem que pode ajudar a moldar um futuro mais sustentável e com menos desperdício. Portanto, ao escolher produtos artesanais e valorizar a economia criativa, adquire-se não apenas obras de arte, mas também se apoia um modo de produção que respeita o planeta e contribui para um ambiente mais limpo e sustentável.

Pode-se gerenciar o crescimento econômico e atender a demanda crescente por recursos se o desenvolvimento de políticas públicas for crescente não só em âmbito nacional como mundial, pois o alerta já foi dado e colocar o mundo em um caminho de sustentabilidade só terá mudanças significativas daqui a décadas adiante. Mesmo sendo necessária a mudança no padrão de produção, sendo um modelo que requer diversas mudanças de paradigma, a economia criativa demonstra viabilidade em atender demandas humanas enquanto simultaneamente avança em importantes metas de preservação, pois “os limites do planeta não é o que impede o caminho para um futuro sustentável, e sim nossa vontade e criatividade.” (THE NATURY CONSERVANCY, 2019).

3 LUMA – Encadernação artesanal e Produtos criativos

3.1 História do *Junk Journal*

A história do *Junk Journal* remonta à existência dos diários, os quais existem desde a Idade Média, mas eram reservados apenas aos nobres e ao clero, já que tinham acesso a leitura e escrita. A era Renascentista tornou os livros mais comuns e acessíveis, ainda que para os poucos letrados. No século XIX começou uma forma de *Scrapbook*, que antecedeu o surgimento do *Junk Journal*. Os diários, então, eram usados para registrar informações importantes, colecionar e fazer colagens de lembranças de suas vidas. Nesse período surgiram as gráficas e, com elas, belas ilustrações e postais criados por designers, os quais as pessoas colavam em seus diários por considerarem bonitas demais para serem descartadas. A ideia de coletar lembranças cresceu em popularidade a cada década. Com a invenção da fotografia na década de 1820, as pessoas começaram a adicionar fotografias e retratos em seus diários, especialmente os cartões de visita, que se tornaram populares em 1850. (JEKINS, 2023; ORTIZ, 2023)

Acredita-se que o *Junk Journal* começou como uma forma de resistência à ideia de que para fazer arte são necessárias ferramentas caras e acredita-se que tenha vindo a ser chamado assim após a recessão da década de 1940. Em uma tradução simples, significaria “diário de lixo”, não se trata, porém, de algo “feio” ou “sujo”. Essa tendência recente de *Junk Journal* se popularizou em meados dos anos 2000, quando os diários começaram a ficar sofisticados, caros e muito elitistas. Esse processo acelerou com os entusiastas de diário que queriam continuar fazendo registros, porém agora feitos artesanalmente e com materiais como papel reciclado, pedaços de papelão entre outros itens não se exigindo assim comprar materiais caros. (JEKINS, 2023; ORTIZ, 2023)

O *Junk Journal* refere-se, então, a um caderno de memórias no qual se expressa a criatividade, seja escrevendo, desenhando, pintando ou fazendo colagens. Por isso não há regras de como fazer ou sobre o que fazer, é um diário no qual se expressar é o mais importante. É um livro feito à mão com materiais reciclados, sendo assim feito com rótulos de produtos, papéis antigos, notas fiscais, adesivos, desenhos, bijuterias, retalhos de tecido, figuras impressas ou qualquer material que, supostamente como lixo, seria descartado, dando-lhes um novo destino. Geralmente feitos de maneira grosseira, eles apresentam certo traço pessoal, pois apenas olhando o diário se consegue identificar a personalidade de quem o criou.

3.2 LUMA: Origens da Marca

A autora deste artigo desde criança teve ligação com a arte. A lembrança do primeiro estojo de madeira e de uma revista de colorir entregue pelo seu pai é viva até hoje. O cheiro de lápis e suas cores desde cedo despertaram interesse pelo contato com a arte. Colava uma folha sulfite em cima dos cadernos e copiava seus personagens preferidos. Sempre gostou de assistir a desenhos

animados e aos 15 anos costumava desenhar personagens de *Anime* com seus amigos. Essa paixão foi crescendo juntamente com as questões da vida profissional, as quais se relacionam à preservação do meio ambiente.

Decidiu, então, cursar Técnico em Comunicação Visual na ETEC Alfredo de Barros Santos, Guaratinguetá-SP. Em uma aula de Educação Artística, a professora explicou de forma prática sobre o que era Encadernação Artesanal. Interessando-se pelo assunto pesquisou e descobriu o universo dos *journals*. Começou a explorar essa técnica com a produção de cadernos para desenhar, pois eles sempre são caros, então, se produzidos artesanalmente, sairiam mais baratos e com boa qualidade, se comparada ao preço. Desde então, esta autora tem fabricado para amigos e participado de feiras e exposições com produtos ligados à arte como desenhos e cadernos artesanais.

Em outubro de 2017 e 2018, participou do Festival Capivara, na primeira e segunda edições, promovido pela Secretaria da Cultura de Guaratinguetá na Praça Condessa de Frontin, Centro Histórico; e em maio de 2018, da Semana de Arte e Design promovida pela ETEC Alfredo de Barros Santos no shopping Buriti de Guaratinguetá. A marca LUMA — Encadernação Artesanal e Produtos Criativos — surgiu como uma ideia após a participação dessas exposições.

Em 2022, a elaboração de um artigo sobre identidade visual da marca, como Trabalho de Conclusão do Curso Técnico em Comunicação Visual, deu mais clareza sobre o conceito que a marca seguiria, sendo ele Cottage, que é uma estética inspirada na vida rústica e do campo, valorizando a natureza e a prática de tarefas manuais que estimulam a atenção plena e o sentimento de harmonia com a natureza. Nesse trabalho, também se buscou traçar missão, visão e valores: a missão tem o objetivo de equilibrar o estilo de vida de seus consumidores com as necessidades urgentes do planeta, colaborando com sustentabilidade por meio de produtos que evitam o desperdício e o uso de materiais, como o plástico em suas embalagens. A visão está ligada à preocupação com questões socioambientais, reduzindo e evitando materiais que agredem e impactam negativamente o planeta.

Em maio de 2023, esta autora entrou em contato com a Secretaria da Cultura de Guaratinguetá para que se pudesse entender melhor sobre o meio cultural da cidade e em como divulgar os produtos da marca LUMA. Então, os produtos foram avaliados por uma banca responsável pela liberação da Carteira do Artesão, certificando esta autora como artesã.

Levando em conta as intenções da marca LUMA, o *Junk Journal* vem como com potencial para ser um dos principais produtos. A valorização de atividades manuais veio como um processo terapêutico de autoconhecimento, com um significado profundo envolvendo muito mais que um arranjo de papéis velhos e aleatórios, pois um *Junk Journal* reflete através de elementos peculiares a necessidade de beleza, além do valor pessoal e artístico, auxiliando no desenvolvimento social e da própria personalidade.

Para se criar o próprio *Junk Journal* são necessários alguns materiais como: agulha, linha, cola branca, papéis diversos, tesoura, espátula, estilete, furados, papelão, tinta acrílica, berço e régua. Não é necessário ter todos os materiais já que essa criação envolve muito a liberdade de utilizar o que se tem, mas essas são orientações de como personalizar um diário. Outros elementos muito utilizados são: páginas de livro, papéis de revistas e jornais, envelopes, tecidos, botões, rendas, notas fiscais, ingressos de eventos, cartas de baralho dentre outros. O tópico a seguir apresenta as etapas para criação de um *Junk Journal*.

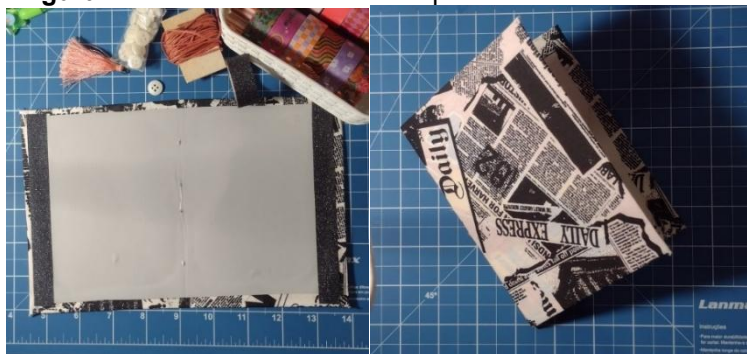
3.3 Passo a passo para criar um *Junk Journal* simples

Serão necessários os seguintes materiais: caderno ou papelão: pode ser um caderno antigo, papelão ou até mesmo folhas soltas; papel de *scrapbook*, papel decorativo ou pano de algodão: para revestir a capa; tesoura e estilete: para cortar papel e outros materiais; agulhão: para furar as páginas da costura; agulha e linha encerada: para costurar as páginas a capa; cola bastão ou cola de silicone: para colar a capa; fitas adesivas decorativas: para enfeitar; canetas coloridas e carimbos: para adicionar detalhes e textos; lápis e régua: para medir e fazer marcações antes de furar as páginas; elementos decorativos: como botões, fitas, rendas, adesivos, fotografias, etc.

Passo Um: Escolher Caderno ou Papelão. Seleciona-se um caderno antigo ou cria-se uma base usando papelão certificando-se de que seja do tamanho desejado para o *Junk Journal*.

Passo Dois: Revestir a Capa interna e externamente. Reveste-se a capa, neste caso foi com pano de algodão externamente e papel contato internamente, medindo-o, cortando-o e colando-o usando cola bastão ou de silicone.

Figura 1 - Passo Dois – revestir capa interna e externamente



Fonte: Autoria própria

Passo Três: Miolo. Após escolher páginas do miolo, corte os papéis deixando-os proporcionais ao tamanho da capa.

Passo Quatro: Costurar as Páginas. Dividem-se as folhas furando-as com o agulhão. Após usa-se uma agulha e linha encerada para costurar a capa ao miolo.

Figura 2 – Passo Quatro – costurar páginas



Fonte: Autoria própria

Passo Cinco: Adicionar Elementos Decorativos. Cole botões, fitas, rendas e outros elementos decorativos em diferentes páginas para adicionar textura e interesse visual.

Passo Seis: Finalizar e Revisar. Revise seu *Junk Journal* para garantir que todas as páginas estejam bem costuradas e que a decoração esteja como desejada.

Figura 3 – Passo Seis – finalizar e revisar



Fonte: Autoria própria

Este material foi apresentado durante a pesquisa com alunos do primeiro semestre por meio de um E-book criado pela autora a fim de apresentar de modo ilustrativo o produto antes de se aplicar a escala de importância, o que será detalhado na seção quatro. Mais exemplos de *Junk Journal* encontram-se no perfil de Instagram da autora, @luma.core, além artes com *Sketchbook*, *Lettering* e ilustrações no estilo *Cartoon*.

4 Criatividade como caminho para a sustentabilidade

4.1 Classificação de método e instrumento de pesquisa

Ao se classificar o método empregado neste estudo, deve-se considerar que ele se realiza no processo de Iniciação Científica de Desenvolvimento Tecnológico e Inovação do CEETEPS, do qual esta pesquisadora faz parte, como aluna do segundo semestre do curso de Gestão Empresarial da FATEC Guaratinguetá. O Projeto – *Junk Journal – produção criativa e consumo consciente* – parte de objetivos que visam propor reutilizar e reciclar papel na produção de cadernos artesanais,

produção que já vem sendo realizada pela pesquisadora; nesta oportunidade, busca-se ainda alinhar a essa produção aos princípios da sustentabilidade e da economia criativa. Portanto, reconhece-se o estágio de aproximação de um objeto de estudo que ainda se estrutura com os passos iniciais desta pesquisa. Desse modo, classifica-se este estudo como exploratório, conforme argumenta Gil:

As pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses a serem testadas em estudos posteriores. De todos os tipos de pesquisa, estão são as que apresentam menor rigidez no planejamento. [...] são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. [...] O produto final deste processo passa a ser um problema mais esclarecido, passível de investigação mediante procedimentos mais sistematizados. (GIL, 2021, p. 26)

Trata-se também de um estudo de abordagem quali-quantitativa, em que após uma revisão da literatura nos eixos de sustentabilidade e economia criativa se busca o levantamento de opiniões de um grupo que represente potenciais consumidores de tais cadernos.

Neste estudo exploratório, definiu-se como instrumento de coleta de dados por uma escala de importância, a fim de identificar a opinião de potenciais consumidores na expressão de graus atribuídos a fatores de influência na opção de compra de um caderno artesanal feito com a técnica *Junk Journal*. Para isso, considera-se que “o conceito de opinião refere-se a julgamento ou crença em relação a determinada pessoa, fato ou objeto. Trata-se, portanto, de um conceito que indica uma representação consciente e estática” (GIL, 2021, p. 153).

Recorre-se ao uso de escalas Likert por se tratar “de elaboração mais simples e caráter ordinal, não medindo, portanto, o quanto uma atitude é mais ou menos favorável” (GIL, 2021, p. 159); já que este estudo objetiva identificar opiniões sem que se considere a categoria de atitudes.

Com base na pesquisa bibliográfica foram elencados seis fatores de influência considerando-se os eixos teóricos aqui tratados: sustentabilidade e economia criativa. Do referencial teórico foram extraídos três princípios atribuídos à economia criativa e três à sustentabilidade, sendo assim organizados:

Itens a, b e c – princípios relacionados à economia criativa:

- a. A criatividade se destaca ao inventar novos usos para os materiais já utilizados.
- b. A estética presente na combinação dos materiais destaca a personalidade do comprador.
- c. O produto artesanal estimula tanto a cultura quanto a economia local.

Itens d, e e f – princípios relacionados à sustentabilidade:

- d. A produção do caderno artesanal reutiliza materiais evitando o descarte de resíduos.
- e. O produto desperta a conscientização sobre hábitos de consumo consciente.
- f. Produtos que estimulem iniciativas de reciclagem devem ser valorizados.

O instrumento de pesquisa foi aplicado nos dias 21 e 23 de novembro. Foram considerados como participantes da pesquisa os alunos do primeiro semestre dos cursos de Tecnólogo em

Logística, Gestão Financeira e Gestão Empresarial. Esta definição se deu pela disponibilidade dos alunos em participar da pesquisa pela oportunidade em identificar potenciais consumidores do produto – caderno artesanal – quais características presentes na produção (por meio da técnica *Junk Journal*) seriam determinantes na escolha de tal produto, se consideradas em graus/níveis de importância / quanto à ordem dos fatores / percepção dos graus.

Além disso, os participantes da pesquisa oferecem um universo com maior disponibilidade de número e acesso à pesquisadora, como aluna da FATEC Guaratinguetá. Em Gestão Empresarial, há 40 matriculados; Em Gestão Financeira, há 35 matriculados; Em Logística, há 39 matriculados.

Os participantes da pesquisa, como graduandos de primeiro semestre, também possibilitam um perfil de consumidor com um senso comum a respeito de princípios de sustentabilidade e economia criativa, pois / já que se encontram em disciplinas ainda não voltadas especificamente em tais áreas; não possuem um olhar preparado, então as percepções podem ser abertas para a espontaneidade e uma primeira impressão

O instrumento de pesquisa, primeiramente, contém quatro questões de identificação de perfil sociocultural a saber: I – faixa etária; II – se estuda e/ou trabalha; III – curso e semestre na FATEC Guaratinguetá; IV – se fez outro curso antes: técnico, graduação, completa ou incompleta.

A escala de importância, na quinta questão, apresenta-se com cinco níveis: (5 pontos) extremamente importante; (4 pontos) muito importante; (3 pontos) importante – considerado como ponto intermediário; (2 pontos) pouco importante; (1 ponto) nada importante. Foi proposta com a seguinte questão:

Considere a escala de importância sobre os fatores descritos ao responder a questão a seguir, assinalando com um X: Ao optar por comprar um caderno artesanal feito com a técnica *Junk Journal*, quais fatores teriam influência nessa opção?

Os participantes foram estimulados a responder por meio da escala de importância após a apresentação de um produto da marca Luma, bem como da explicação da técnica com o auxílio de um E-book elaborado pela pesquisadora.

4.2 Análise e interpretação dos dados

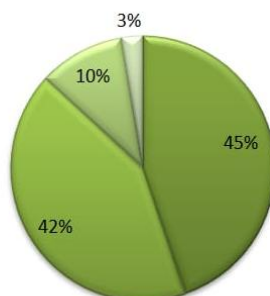
Nas figuras a seguir apresentam-se, primeiramente, o perfil dos participantes obtido; do curso de Gestão Empresarial participaram 29 alunos dos 40 matriculados; de Gestão Financeira 21 dos 35; e de Logística 26 dos 39, tendo então, um total de 76 alunos participantes. Antes da pesquisa, foi divulgado um e-book produzido juntamente com este artigo mostrando etapas de produção de um *Junk Journal* simples, como forma de inteirar sobre o assunto, para assim, então, iniciar a pesquisa.

O item I apresenta a faixa etária: observa-se que a faixa etária predominante dos participantes neste estudo foi de 3% dos 41 a 50 anos, 10% dos 31 a 40, 42% dos 21 a 30 tendo

uma diferença de apenas 3% da faixa predominante, que foi de 17 a 20 com 45%; identifica-se aqui uma possível influência dos resultados atrelados à mentalidade da faixa prevalecente.

Figura 4 – Faixa etária

■ 17 a 20 ■ 21 a 30 ■ 31 a 40 ■ 41 a 50

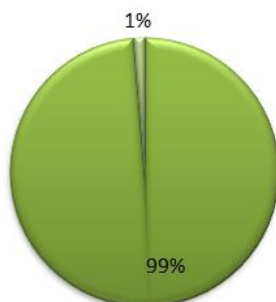


Fonte: Autoria Própria

O item II identifica se o participante estuda e/ou trabalha: em todas as classes, quando foi perguntado se apenas estudam ou se além de estudar também trabalham, nas três o percentual foi acima de 90%, constatando-se que a maioria tem potencial de serem futuros consumidores de produtos da marca LUMA.

Figura 5 – Potenciais consumidores

■ 1 ■ 2

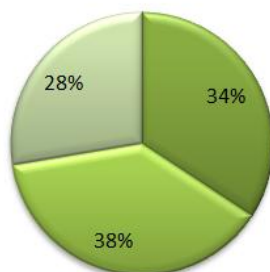


Fonte: Autoria Própria

O item III identifica curso e semestre na FATEC Guaratinguetá: decidiu-se fazer a pesquisa com os primeiros semestres das classes dos cursos de Gestão Empresarial, Logística e Gestão Financeira por ser cursos em que há disciplinas semelhantes que relacionam tópicos aos temas propostos neste artigo, mesmo que de forma introdutória, matérias como a Administração Geral e a de Sociedade, Tecnologia e Inovação. Dos 76 participantes, 28% são alunos do curso de Gestão Financeira, 34% de Logística e 38% de Gestão Empresarial.

Figura 6 – Curso e semestre do participante da pesquisa

■ LOGÍSTICA
■ GESTÃO EMPRESARIAL
■ GESTÃO FINANCEIRA

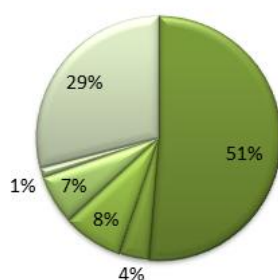


Fonte: Autoria Própria

O item IV identifica se o participante fez outro curso antes; em sua maioria, cursou algum técnico, o que corresponde a 51% do total. É importante salientar que foram formuladas apenas três respostas para esta questão, porém no levantamento foi possível observar a possibilidade de outras respostas, tendo-se então uma ampliação dos dados, pois houve participantes que marcaram duas respostas e os que não marcaram nenhuma, o que fez que fosse necessário acrescentar outras três opções ao gráfico: cursou técnico e outra graduação (incompleta); cursou técnico e outra graduação (completa) e nenhuma das opções anteriores.

Figura 7 – Identificação de cursos anteriores à graduação

■ CURSOU TÉCNICO
■ CURSOU OUTRA GRADUAÇÃO (COMPLETA)
■ CURSOU OUTRA GRADUAÇÃO (INCOMPLETA)
■ CURSOU TÉCNICO E OUTRA GRADUAÇÃO (INCOMPLETA)
■ CURSOU TÉCNICO E OUTRA GRADUAÇÃO (COMPLETA)
■ NENHUMA DAS OPÇÕES ANTERIORES



Fonte: Autoria Própria

O item V apresenta a escala de importância sobre os fatores descritos. Analisaram-se as classes separadamente e observa-se através da tabela e da análise de gráfico a pontuação de cada fator e sua relevância. No caso da classe de Logística, os fatores extremamente importantes foram o **d** com maior percentual, correspondendo 77% dos pontos, o **f** com 62%, e o **b** e o **c** com o mesmo

percentual, sendo exatamente 54%. Em contrapartida, o fator **a** foi considerado o de menor significância sendo de 46%, se considerado na opção por comprar um caderno artesanal.

Tabela 1 – Importância sobre os fatores de influência (Logística)

IMPORTÂNCIA SOBRE OS FATORES DE INFLUÊNCIA- LOGÍSTICA									
	EXTREMAMENTE IMPORTANTE		MUITO IMPORTANTE		IMPORTANTE		POUCO IMPORTANTE		NADA IMPORTANTE
a	12	46%	13	50%	1	4%	0	0%	0
b	14	54%	7	27%	5	19%	0	0%	0
c	14	54%	4	15%	6	23%	2	8%	0
d	20	77%	3	12%	3	12%	0	0%	0
e	13	50%	7	27%	5	19%	1	4%	0
f	16	62%	10	38%	0	0%	0	0%	0

Fonte: Autoria Própria

Na classe de Gestão Empresarial os fatores extremamente importantes foram o **f** com 79% dos pontos, o **d** com 66%, e o **a** com 52%, sendo que o fator de menor importância na faixa do extremamente importante foi o **c**, que apresenta o percentual de 38%.

Tabela 2 – Importância sobre os fatores de influência (Gestão Empresarial)

IMPORTÂNCIA SOBRE OS FATORES DE INFLUÊNCIA- GESTÃO EMPRESARIAL									
	EXTREMAMENTE IMPORTANTE		MUITO IMPORTANTE		IMPORTANTE		POUCO IMPORTANTE		NADA IMPORTANTE
a	15	52%	8	28%	5	17%	1	3%	0
b	12	41%	15	52%	2	7%	0	0%	0
c	11	38%	11	38%	7	24%	0	0%	0
d	19	66%	5	17%	5	17%	0	0%	0
e	12	41%	9	31%	6	21%	2	7%	0
f	23	79%	5	17%	1	3%	0	0%	0

Fonte: Autoria Própria

Na classe de Gestão Financeira, os participantes mostraram que os fatores extremamente importantes foram o **d** com 67%, o **a** com 62%, e o **f** com 52%, tendo em vista que houve dois fatores com o mesmo percentual: 38%, considerados de menor importância sendo eles o **b** e o **c**.

Tabela 3 – Importância sobre os fatores de influência (Gestão Financeira)

IMPORTÂNCIA SOBRE OS FATORES DE INFLUÊNCIA- GESTÃO FINANCEIRA									
	EXTREMAMENTE IMPORTANTE		MUITO IMPORTANTE		IMPORTANTE		POUCO IMPORTANTE		NADA IMPORTANTE
a	13	62%	2	10%	6	29%	0	0%	0
b	8	38%	9	43%	4	19%	0	0%	0
c	8	38%	3	14%	10	48%	0	0%	0
d	14	67%	3	14%	4	19%	0	0%	0
e	9	43%	8	38%	3	14%	1	5%	0
f	12	57%	4	19%	5	24%	0	0%	0

Fonte: Autoria Própria

Os fatores que aparecem predominantemente de extrema importância nas três classes é justamente o elemento chave que precisa ser destacado na hora da divulgação de um caderno artesanal da marca LUMA, pois, visto que, de modo geral, os 76 participantes acreditam que o fator **d** é de maior influência na hora da compra, respondendo a 70%; trata-se de um princípio relacionado à sustentabilidade assim como o segundo mais apontado, o fator **f**, com 67%; isso indica que o conceito de sustentabilidade tem maior visibilidade e entendimento do que os de economia criativa, que está ligado ao terceiro fator mais apontado: o **a**, com 53%.

Tabela 4 – Importância sobre os fatores de influência (Geral)

IMPORTÂNCIA SOBRE OS FATORES DE INFLUÊNCIA										
	EXTREMAMENTE IMPORTANTE		MUITO IMPORTANTE		IMPORTANTE		POUCO IMPORTANTE		NADA IMPORTANTE	
a	40	53%	23	30%	12	16%	1	1%	0	0
b	34	45%	31	41%	11	14%	0	0%	0	0
c	33	43%	18	24%	23	30%	2	3%	0	0
d	53	70%	11	14%	12	16%	0	0%	0	0
e	34	45%	24	32%	14	18%	4	5%	0	0
f	51	67%	19	25%	6	8%	0	0%	0	0

Fonte: Autoria Própria

Os fatores de maior importância que ficam evidentes apresentam relações interdependentes da sustentabilidade como a reutilização de materiais e cuidado com o descarte de resíduos, assim como a valorização do estímulo a iniciativas de reciclagem. O fator criatividade surge como algo inter-relacionado à reutilização inovadora de materiais diminuindo o que seria considerado como descarte de simples lixo. As considerações finais a seguir tratam desses fatores no estágio em que esta pesquisa se encerra.

Considerações Finais

Como consideração final deste estudo, de forma geral, os fatores **d**, **f** e **a** apresentam-se como evidência de que produtos que reutilizam materiais evitando o descarte de resíduos são extremamente importantes na preferência da compra de um produto, neste caso, o caderno artesanal, e além de que estimular essa iniciativa vem como forma de valorização de tal produto, trazendo a criatividade e inovação no uso de resíduos sólidos.

Considera-se que a maioria dos participantes, que veio de formação técnica, vê os conceitos relacionados ao produto caderno artesanal com a técnica *Junk Journal* de forma leiga, através de uma lente do senso comum. Com a análise geral, vê-se que o fator **c** foi o menos pontuado, com 43%, na escala de importância, sendo este ligado à importância do produto artesanal em estimular a cultura quanto à economia local. Classificado como princípio relacionado à economia criativa, acredita-se que foi o menos pontuado devido ao fato de o conceito de economia criativa ser menos conhecido do que os fatores **d** e **f** ligados aos princípios da sustentabilidade, o que acaba sendo mais propagado devido à urgência ambiental com a questão da reciclagem. Nota-se isso, pois todas as classes têm o **d** e o **f** como fatores de maior influência.

Considerando tais fatores, a compra de um produto como esse ainda pode estar mais ligada à curiosidade, por ser incomum e esteticamente bonito, que à questão cultural e ao estímulo à economia. Por serem alunos do primeiro semestre, ainda não tendo cursado disciplinas que explorem as questões ambientais, como a própria Gestão Ambiental, pretende-se como objetivo futuro estender esta pesquisa com as mesmas classes em semestre futuros, pois após este primeiro levantamento de dados, viu-se que é necessário estruturar mais tanto o instrumento de pesquisa quanto à apresentação do produto caderno artesanal, além de buscar conhecimento de outras

ferramentas na área de Marketing. Desse modo, pode-se tratar do alinhamento da marca LUMA em diferentes estágios de identidade e, principalmente, de comunicação da marca.

Considerando ainda que *e-book* elaborado foi de auxílio claro na hora de divulgar o caderno artesanal, em uma tentativa certa de inteirar os participantes sobre a relevância dos conceitos propostos, conclui-se que seria possível a realização de um workshop no qual esses princípios sejam considerados na preparação do material com base nos dados desta pesquisa, pois foi mostrado o passo a passo da produção, tendo a intenção não apenas de divulgar o produto para a compra, mas também de ensinar e mostrar como é feito. O *e-book* também estará disponível gratuitamente nas plataformas digitais da marca LUMA para que sirva para aproximar clientes e curiosos pela marca.

Em estudos futuros, espera-se fazer o aprofundamento de ferramentas de marketing e o estudo sobre empreendedorismo e gestão ambiental, para potencializar a identidade da marca sem desviar de seu objetivo principal de alinhar-se cada vez mais aos princípios da sustentabilidade e da economia criativa.

Agradecimentos

Agradeço ao Centro Paula Souza a oportunidade de aprendizado em seu Programa de Monitoria de Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação. À professora Fernanda Lopes Okido Hashimoto, a disposição e clareza quanto às informações necessárias para que este projeto fosse possível. À prof^a. Luciana N. Russi, a orientação dedicada.

Aos pais, Antônio Carlos Maria e Maria Aparecida de Barros, o encorajamento e a inspiração para que continuasse firme nos estudos, sendo grandes conselheiros.

Dedico este trabalho em memória de meu único irmão Bruno de Barros Maria, que recordo sempre com carinho e amor, e que me faz muita falta.

Referências

AMBIPAR GROUP. **Conheça os 5 Principais Objetivos da Política Nacional de Resíduos Sólidos**. Por Equipe de Redação, Publicado em 8 de dezembro de 2020. Disponível em: <https://ambipar.com/noticias/conheca-os-5-principais-objetivos-da-politica-nacional-de-residuos-solidos/>. Acesso em: 8 out. 2023.

BRASIL, MINISTÉRIO DA CULTURA. **Estudo mostra que PIB da economia da cultura e das indústrias criativas supera o da indústria automobilística**. Publicado em 13/04/2023 15h12. Atualizado em 14/09/2023 17h43. Disponível em: <https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/noticias/estudo-mostra-que-pib-da-cultura-supera-o-da-industria-automobilistica>. Acesso em: 3 nov. 2023.

BRASIL, MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE – MMA. **Responsabilidade Socioambiental**. Quem é o consumidor consciente. Disponível em: <https://antigo.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/consumo-consciente-de-embalagem/quem-e-o-consumidor-consciente/item/7591-o-que-%C3%A9-consumo-consciente.html>. Acesso em: 08 de out. de 2023.

CAMPOS, Mateus. Lixo. **Mundo Educação, Geografia Humana**. Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/o-lixo.htm#:~:text=Qual%20a%20origem%20do%20lixo,no%20desenvolvimento%20das%20atividades%20produtivas>. Acesso em: 8 out. 2023.

CHEDID, Samira. Economia Criativa: você sabe o que é? **ECONOMIA, Politize**. Publicado em: 25/10/2017. Atualizado em: 25/10/2017. Disponível em: <https://www.politize.com.br/economia-criativa/> Acesso em: 03 nov. 2023.

CONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS SOBRE O MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO (1992: Rio de Janeiro). **Agenda 21**. Brasília: Câmara dos Deputados, Coordenação de Publicações, 1995. Disponível em: <https://bd.camara.leg.br/bd/handle/bdcamara/7706>. Acesso em 21 out. 2023.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. **Nosso futuro comum**. 2ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1991.

CNN BRASIL. Metade dos consumidores observa se processo produtivo é sustentável, diz pesquisa. **Economia**, 18/11/2022 às 00:00. Atualizado 24/07/2023 às 15:44. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/metade-dos-consumidores-observa-se-processo-produtivo-e-sustentavel-diz-pesquisa/> Acesso em: 15 de out. de 2023.

DECLARAÇÃO DE ESTOCOLMO, 1972. Organização das Nações Unidas. Divulgado por Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. (Iphan). Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Declaracao%20de%20Estocolmo%201972.pdf>. Acesso em: 8 out. 2023.

DEHEINZELIN, Lala. **Economia Criativa e Sustentabilidade**. 14 de jul. de 2016, Mini doc sobre Economia Criativa e Sustentabilidade produzido pelo Estúdio Anadarco. São Paulo, 2014. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=yvln_8J_pXA. Acesso em: 03 nov. 2023.

DUARTE, Marcos. Os 3Rs da Sustentabilidade. Ecofy, 29/06/2020. Disponível em: <https://ecofy.com.br/revista/artigo/16/os-rs-da-sustentabilidade>. Acesso em: 21 out. 2023.

EQ JÚNIOR CONSULTORIA E PROJETOS. O que é a política nacional de resíduos sólidos. **Blog eqjúnior**. 7 maio 2022. Departamento de Engenharia de Química – UFSCar. Disponível: https://eqjunior.com.br/2022/07/05/o-que-e-a-politica-nacional-de-residuos-solidos/?gclid=CjwKCAiA9dGqBhAqEiwAmRpTC6puE4EFuxKNUdPt8HFSYufRYF3Zm-KxJMZIIpUMZ8UWv_v44fvN-xoCrHkQAvD_BwE Acesso em: 8 out. 2023.

GANDRA, Alana. Economia criativa vai gerar 1 milhão de empregos até 2030. **Agência Brasil, EBC**, Publicado em 01/09/2023 - 18:05, Rio de Janeiro. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2023-09/economia-criativa-vai-gerar-mais-1-milhao-de-empregos-ate-2030>. Acesso em: 15 nov. 2023.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 7ed. 3. Reimpr. São Paulo: Atlas, 2021.

JAPIASSÚ, Carlos Eduardo; GUERRA, Isabella Franco. 30 anos do relatório Brundtland: nosso futuro comum e o desenvolvimento sustentável como diretriz constitucional brasileira / 30 years of the Brundtland report: our common future and sustainable development as a brazilian constitutional directive. **Revista de Direito da Cidade**, EdUERJ, v. 9, n. 4, p. 1884–1901, 2017. DOI: 10.12957/rdc.2017.30287. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/rdc/article/view/30287>. Acesso em: 9 out. 23.

JENKINS, Justine. The Intriguing History of Junk Journals. **House of Mahalo**, september 28, 2023. Disponível em: <https://houseofmahalo.com/history-of-junk-journals/>. Acesso em: 17 set. 2023.

ORTIZ, David K. What are Junk Journals? **Home Education Magazine**, august 1, 2023. Disponível em: <https://www.homeedmag.com/what-are-junk-journals> Acesso em: 17 set. 2023.

NAÇÕES UNIDAS – Brasil - A ONU e o meio ambiente 16 setembro 2020 <https://brasil.un.org/pt-br/91223-onu-e-o-meio-ambiente> Acesso em: 8 out.23.

NATURE CONSERVANCY, THE. Um futuro onde pessoas e natureza prosperam é possível? **Artigos e estudos**. 10 março 2019. Disponível em: https://www.tnc.org.br/conecte-se/comunicacao/artigos-e-estudos/um-futuro-onde-pessoas-e-natureza-prosperam-e-possivel/?gad_source=1&gclid=CjwKCAiA9dGqBhAqEiwAmRpTCzs5Weakm_2aw8MoegN2wU3Kmbqmehek880EATww61LKML0Vn1b4JR0Cjp0QAvD_BwE. Acesso em: 15 out. 2023.

MORENO, Sayonara. Brasil gera cerca de 80 milhões de toneladas de resíduos por ano. **Agência Brasil, EBC**, publicado em 03/04/2023 - 08:08. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/meio-ambiente/audio/2023-04/brasil-gera-cerca-de-80-milhoes-de-toneladas-de-residuos-por-ano#:~:text=Publicado%20em%2003%2F04%2F2023,milh%C3%B5es%20de%20toneladas%20de%20res%C3%ADduos>. Acesso em: 8 out. 2023.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O MEIO AMBIENTE – PNUMA. Reportagem Meio Ambiente em Estudo. **Marcos ambientais**: Linha do tempo dos 75 anos da ONU, 26 jun. 2020. Disponível em: https://www.unep.org/pt-br/news-and-stories/story/environmental-moments-un75-timeline_ Acesso em: 8 out. 23.

SUSTENTABILIDADE. **Dicionário Ambiental**, Prateleira Ambiental, Sustentabilidade, 18/02/2022. Secretaria de Meio Ambiente, Infraestrutura e Logística do Estado de São Paulo. Disponível em: <https://semil.sp.gov.br/educacaoambiental/prateleira-ambiental/sustentabilidade/> Acesso em: 8 out. 23.

TOM FLEMING CREATIVE CONSULTANCY (TFCC). Análise da Situação e Avaliação do Programa de Empreendedorismo Social e Criativo Financiado pelo Newton Fund. Newton Fund / British Council / SEBRAE, 208. Disponível em: https://www.britishcouncil.org.br/sites/default/files/brasil_economia_criativa_online2-fg.pdf Acesso em: 15 nov. 2023.

Recebido em 10/12/2023

Aceito em 26/02/2024