



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
UNIDADE ACADÊMICA DE ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

**INTERFACES ENTRE ECONOMIA CRIATIVA E
ARTESANATO: DA TEORIA À PRÁTICA**

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

JOSÉ LUIS ROZENDO BRAZ

CAMPINA GRANDE – PB, 2023



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

JOSÉ LUIS ROZENDO BRAZ

**INTERFACES ENTRE ECONOMIA CRIATIVA E
ARTESANATO: DA TEORIA À PRÁTICA**

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Lúcia Santana de Freitas

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Campina Grande, como pré-requisito para obtenção do título de Mestre em Administração.

CAMPINA GRANDE – PB, 2023



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
POS-GRADUACAO EM ADMINISTRACAO

Rua Aprigio Veloso, 882, - Bairro Universitario, Campina Grande/PB, CEP 58429-900

FOLHA DE ASSINATURA PARA TESES E DISSERTAÇÕES

JOSÉ LUIS ROZENDO BRAZ

"INTERFACES ENTRE ECONOMIA CRIATIVA E ARTESANATO: DA TEORIA À PRÁTICA"

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA-UFCG) como pré-requisito para obtenção do título de Mestre em Administração.

Aprovado em: 09/08/2023

Profa. Dra. Lúcia Santana de Freitas - PPGA/UFCG
Orientadora

Profa. Dra. Ana Cecília Feitosa de Vasconcelos - PPGA/UFCG
Examinadora Interna

Profa. Dra. Isabela Andrade de Lima Morais - PPHTUR/UFPE
Examinadora Externa

Campina-Grande-PB, 2023



Documento assinado eletronicamente por **LUCIA SANTANA DE FREITAS, PROFESSOR(A) DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 14/08/2023, às 09:36, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 8º, caput, da [Portaria SEI nº 002, de 25 de outubro de 2018](#).



Documento assinado eletronicamente por **ANA CECILIA FEITOSA DE VASCONCELOS, PROFESSOR(A) DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 14/08/2023, às 10:43, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 8º, caput, da [Portaria SEI nº 002, de 25 de outubro de 2018](#).



Documento assinado eletronicamente por **Isabela Andrade de Lima Morais, Usuário Externo**, em 14/08/2023, às 17:55, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 8º, caput, da [Portaria SEI nº 002, de 25 de outubro de 2018](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://sei.ufcg.edu.br/autenticidade>, informando o código verificador **3678805** e o código CRC **0919965C**.

B827i Braz, José Luis Rozendo.
Interfaces entre economia criativa e artesanato: da teoria à prática /
José Luis Rozendo Braz. – Campina Grande, 2023.
115 f. : il. color.

Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de
Campina Grande, Centro de Humanidades, 2023.

"Orientação: Profa. Dra. Lúcia Santana de Freitas".
Referências.

1. Economia Criativa. 2. Artesanato. 3. Desenvolvimento
Econômico. 4. Indústrias Criativas. 3. Artesanato. I. Freitas, Lúcia
Santana de. II. Título.

CDU 330:745(043)

AGRADECIMENTOS

Escrever esta seção é voltar no tempo. É uma prece de agradecimento a Deus. Por isso, inicio agradecendo a Ele, pelas grandes coisas que tem feito na minha vida, por me fazer forte quando sou fraco e por estar comigo em todos os momentos.

Ao meu pai, José Jair (*in memoriam*), por tudo que me ensinou e por todo amor sem medidas que me doou. Gratidão e saudade!

Aos meus familiares, em especial à minha amada mãe, Sandra Rozendo e ao meu irmão Júnior Araújo, por todo amor, carinho e pela torcida que antecede cada conquista. Obrigado pelo apoio incondicional de sempre. Amo vocês!

À minha orientadora, Profa. Dra. Lúcia Santana por sua generosidade, grandeza e disponibilidade. Obrigado por conduzir tudo com muita competência, paciência e por ter contribuído para que eu concluísse esta etapa da minha vida acadêmica.

Aos professores do PPGA/UFCG, que com tanto empenho e dedicação levam esse programa adiante. Agradeço pelos conhecimentos compartilhados, como também por toda palavra de apoio e incentivo.

Aos queridos colegas da turma quatro, que fizeram de nossos encontros momentos de conhecimentos partilhados, trocas de experiências e de boas risadas. Em especial, agradeço a Geisa Magna, pela amizade, por sempre me ajudar a desafogar, pelos incentivos, pelas risadas e perrengues compartilhados.

À banca examinadora, Profa. Dra. Ana Cecília e Profa. Dra. Isabela Andrade, pelas contribuições necessárias e indispensáveis para o enriquecimento deste estudo.

Às artesãs entrevistadas, pela disponibilidade em participar da pesquisa.

Aos amigos e amigas que, pela verdade de suas presenças em minha vida, saberão que minha gratidão pertence a eles.

Por fim, agradeço à Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado da Paraíba (Fapesq-PB) e a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pelo apoio financeiro que foi fundamental para a execução desta pesquisa.

“Não existe um momento ou compreensão que não seja ao mesmo tempo criação. O ser humano é por natureza um Ser Criativo. No ato de perceber, ele tenta interpretar. Nesse interpretar, já começa a criar”.

Fayga Ostrower

INTERFACES ENTRE ECONOMIA CRIATIVA E ARTESANATO: DA TEORIA À PRÁTICA

RESUMO

O objetivo desta pesquisa é analisar as interfaces entre economia criativa e artesanato. Para tanto, foi elaborado três capítulos. Assim, o primeiro artigo analisou a evolução das publicações científicas do campo da economia criativa, no período de 1945 até 2022. Adotou-se o procedimento bibliométrico no mapeamento das publicações da base de dados *Web Of Science*, com o apoio do *software* CitNetExplorer. A análise constatou que as publicações contribuíram para diferentes áreas, tais como, geografia, estudos ambientais, negócios e dentre outros, indicando ser uma área multidisciplinar. O segundo artigo identificou as categorias e aspectos centrais dos estudos sobre economia criativa e artesanato nas publicações científicas, no período de 1945 a 2022. Foi uma pesquisa bibliográfica, elaborada a partir da *Web Of Science* e *Scopus*. Os dados foram analisados com o auxílio do *software* Bibliometrix, como também, pelo Iramuteq. Os resultados indicaram que os estudos sobre a área estão divididos em 4 categorias de pesquisas, a saber, impactos do artesanato, aspectos relacionados ao produto artesanal, redes sociais e características do artesão. Por fim, o terceiro artigo analisou as interfaces entre o artesanato e a economia criativa, a partir de um estudo de caso no Projeto de Artesãs Sereias da Penha, localizado em João Pessoa, Paraíba. Logo, foi realizado um estudo de caso, de natureza qualitativa/exploratória. A coleta se deu por meio de entrevistas semiestruturadas, bem como dados secundários. Os dados foram analisados a partir da análise de conteúdo, com auxílio do *software* ATLAS.ti. Os resultados apontam que o saber tradicional transmitido pelo artesão contribui para a economia criativa, uma vez que ela tem como fator chave o conhecimento tradicional. Além disso, o valor simbólico do produto é um atributo essencial para ambas as temáticas, visto que possui alto valor cultural. Ademais, as interações sociais surgem como facilitadoras das capacidades criativas locais, dado que tende a fortalecer a área da economia criativa e do artesanato nos aspectos econômicos, sociais e ambientais.

Palavras-chave: Economia criativa. Indústrias Criativas. Artesanato.

INTERFACES BETWEEN CREATIVE ECONOMY AND HANDICRAFTS: FROM THEORY TO PRACTICE

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the interfaces between the creative economy and handicrafts. To this end, three chapters were written. The first article analyzes the evolution of scientific publications in the field of creative economy from 1945 to 2022. The bibliometric procedure was used to map publications in the *Web Of Science* database, with the support of the CitNetExplorer *software*. The analysis found that the publications contributed to different areas, such as geography, environmental studies, business and others, indicating that it is a multidisciplinary area. The second article identified the categories and central aspects of studies on the creative economy and handicrafts in scientific publications from 1945 to 2022. It was a bibliographical survey based on *Web Of Science* and *Scopus*. The data was analyzed using Bibliometrix *software*, as well as Iramuteq. The results indicated that studies in the area are divided into four research categories, namely the impact of crafts, aspects related to the craft product, social networks and the characteristics of the craftsman. Finally, the third article analyzed the interfaces between handicrafts and the creative economy, based on a case study of the Sereias da Penha Artisan Project, located in João Pessoa, Paraíba. A qualitative/exploratory case study was carried out. Data was collected through semi-structured interviews and secondary data. The data was analyzed using content analysis and ATLAS.ti *software*. The results show that the traditional knowledge passed on by craftspeople contributes to the creative economy, since traditional knowledge is a key factor. In addition, the symbolic value of the product is an essential attribute for both themes, since it has a high cultural value. Furthermore, social interactions appear to facilitate local creative capacities, which tends to strengthen the area of the creative economy and handicrafts in economic, social and environmental terms.

Keywords: Creative economy. Creative Industries. Handicrafts.

LISTA DE FIGURAS

INTRODUÇÃO	15
CAPÍTULO 1	22
Figura 1 – Delineamento para busca e análise das produções	28
Figura 2 – Indicativo das publicações no período de 1945 a 2022	29
Figura 3 – Publicações mais relevantes separadas por <i>clusters</i>	34
Figura 4 – Visualização do <i>Cluster 1</i>	35
Figura 5 – Visualização do <i>Cluster 2</i>	36
Figura 6 – Visualização do <i>Cluster 3</i>	38
Figura 7 – Visualização do <i>Cluster 4</i>	39
Figura 8 – Visualização do <i>Cluster 5</i>	40
CAPÍTULO 2	45
Figura 1 – Classificação para as indústrias criativas	49
Figura 2 – Procedimento de coleta de dados e definição da amostra do estudo	51
Figura 3 – Produção Científica sobre economia criativa entre 1945 e 2022	52
Figura 4 – Impacto do Autor	53
Figura 5 - Classificação Hierárquica Descendente	57
Figura 6 - Divisão das Classes por Análise Fatorial de Correspondência (AFC)	60
Figura 7 – Análise de Similitude	62
CAPÍTULO 3	65
Figura 1 – Elementos do Artesanato e Economia Criativa	72
Figura 2 – Desenho metodológico	76
Figura 3 – Peças confeccionadas pelas Sereias da Penha	77
Figura 4 – Rede Dimensão Características do Produtor	81
Figura 5 – Rede Dimensão Aspectos do Produto	85
Figura 6 – Rede Dimensão Redes Sociais	88
Figura 7 – Rede Dimensão Impacto do Produto	90

LISTAS DE TABELAS

INTRODUÇÃO	15
Tabela 1 – Estrutura da Dissertação.....	20
CAPÍTULO 1	22
Tabela 1 - Autores com maior número de publicações	30
Tabela 2 - Instituições que mais publicam	31
Tabela 3 - Periódicos com maiores publicações.....	32
Tabela 4 - Informações sobre as redes de citações dos <i>clusters</i>.....	33
CAPÍTULO 2	45
Tabela 1 - Ranking dos artigos mais citados.....	53
Tabela 2 - Características do Corpus Textual	56
CAPÍTULO 3	65

LISTA DE QUADROS

INTRODUÇÃO	15
CAPÍTULO 1	22
Quadro 1 – Síntese dos <i>Clusters</i>	41
CAPÍTULO 2	45
CAPÍTULO 3	65
Quadro 1 – Identificação dos entrevistados	78
Quadro 2 – Definição das Categorias	79

LISTA DE ABREVIACOES/SIGLAS

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística;

DCMS – Departamento de Cultura, Mídia e Esportes;

FIRJAN - Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro;

MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços;

PAB – Programa do Artesanato Brasileiro;

PNDA - Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato;

PAP – Programa de Artesanato da Paraíba;

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio s Micro e Pequenas Empresas;

SEC/MinC – Secretaria da Economia Criativa do Ministério da Cultura;

UNCTAD – Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento;

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura;

WIPO – Organização Mundial de Propriedade Intelectual.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
1 Objetivos	18
1.1.1 Objetivo Geral	18
1.1.2 Objetivos Específicos	18
1.2 Justificativa	18
1.3 Modalidade da dissertação	19
CAPÍTULO 1	22
ECONOMIA CRIATIVA: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA (1945-2022)	23
1 Introdução	23
2 Economia Criativa: evolução conceitual e aspectos tratados	25
3 Procedimentos Metodológicos	27
4 Apresentação e Análise dos Resultados	28
4.1 Indicativos quantitativos da produção científica	29
4.1.1 Crescimento quantitativo da produção	29
4.1.2 Autores que mais publicam	30
4.1.3 Instituições que mais publicam	31
4.1.4 Periódicos científicos com maiores publicações	32
4.2 Indicativos qualitativos da produção científica	32
4.2.1 Os principais temas de pesquisa sobre economia criativa	32
4.2.3 Cluster 1 – Dinâmica da Economia Criativa	34
4.2.4 Cluster 2 – Cidade Criativa	36
4.2.5 Cluster 3 – Agenda Política	37
4.2.6 Cluster 4 – Classe criativa	39
4.2.7 Cluster 5 – Sustentabilidade e Economia Criativa	40
4.3 Síntese dos <i>Clusters</i>	41
5 Conclusões	43
CAPÍTULO 2	45
ECONOMIA CRIATIVA E ARTESANATO: CATEGORIAS E ASPECTOS CENTRAIS DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA (1945-2022)	46
1 Introdução	46
2 Indústria Criativa e o Setor do Artesanato	48
3 Procedimentos Metodológicos	50
4 Apresentação e Análise dos Resultados	51

4.1 Indicativos quantitativos da produção científica	52
4.2 Indicativos quali-quantitativos da produção científica	56
4.2.1 Classificação Hierárquica Descendente.....	56
4.2.2 Análise Fatorial por Correspondência	59
4.2.3 Análise de Similitude.....	61
5 Conclusão	62
CAPÍTULO 3	65
ARTESANATO E ECONOMIA CRIATIVA: O CASO DO PROJETO SEREIAS DA PENHA	66
1 Introdução	66
2 Artesanato e economia criativa no Brasil.....	67
3 Artesanato e economia criativa na Paraíba	70
4 Interfaces entre artesanato e a economia criativa	71
4.1 Características do Produtor	72
4.2 Aspectos do produto	73
4.3 Redes Sociais	74
4.4 Impactos do produto	75
5 Procedimentos Metodológicos	76
5.1 Tipo de Pesquisa	77
5.2 Estratégia de pesquisa e unidade de análise.....	77
5.3 Coleta de Dados	78
5.4 Procedimentos de Análise de Dados.....	78
6 Análise e Discussão dos Resultados.....	80
6.1 Dimensão Características do Produtor.....	80
6.2 Dimensão Aspectos do Produto	85
6.3 Dimensão Redes Sociais	87
6.4 Dimensão Impactos do Produto	90
7 Considerações Finais	93
CONCLUSÃO.....	97
REFERÊNCIAS	101

INTRODUÇÃO

INTRODUÇÃO

Os estudos e publicações que abordam a economia criativa de maneira aprofundada tiveram origens nas duas últimas décadas. Por ser considerada um fenômeno relativamente recente e ainda em consolidação, a sua definição tem variado entre as diversas visões de autores da área, como também de governos de diferentes países. Apesar das lacunas existentes, as interpretações do campo têm contribuído de maneira significativa para aumentar o conhecimento da área, fomentar discussões no meio acadêmico e levar o entendimento dessa nova economia aos governos.

Diante de uma economia concentrada no tradicional modelo industrial fordista, via-se a necessidade da transição para uma economia que não fosse voltada unicamente para esse modelo, mas que se concentrasse na geração criativa de ideias, ou seja, de bens intangíveis (Borges, 2005). A necessidade de mudar para uma economia baseada no conhecimento era vista como uma alternativa mais eficiente para o enfrentamento dos problemas da sociedade (Vesela & Klimova, 2014).

O ritmo acelerado das mudanças econômicas e sociais ocorridas ao longo dos anos gerou um contexto adequado para o destaque da chamada economia criativa, fenômeno que já era vivenciado desde a década de 1990 como um setor específico da sociedade. Entretanto, foi somente a partir de 1994 que o termo ficou reconhecido, por meio do conceito de *Creative Nation*, se estabelecendo efetivamente em 2001, após aparecer em uma capa da revista *Business Week*, sob o título de *Creative Economy – the 21 century corporation* (Miguez, 2007; Howkins, 2001).

Nessa perspectiva, a economia que era fundamentada somente no uso acentuado da mão de obra humana cedeu espaço, gradativamente, para a economia criativa, considerada parte integrante de uma economia baseada no conhecimento, moldada pela criatividade individual, habilidades e talentos (Bendassolli et al., 2009; Reis, 2008; White, Gunasekaran & Roy, 2014), fatores que se associam a objetivos econômicos, e são, portanto, ativos comercializáveis (Miguez, 2007).

Uma vez detentora de aspectos econômicos, culturais e sociais que se relacionam com a propriedade intelectual dos diferentes setores da sociedade (UNCTAD, 2008), a economia criativa pode ser definida como um modelo que contribui para o crescimento através de suas características únicas, estas que prezam pela junção da criatividade e do conhecimento, levando como conceito a criação e distribuição de produtos culturais e intelectuais, movimentando, assim, a economia e gerando empregos (Fathurahman & Huseini, 2018; Howkins, 2001).

Considerada parte integrante do conceito de economia criativa, as indústrias criativas atuam nos segmentos criativos e possuem a criatividade como o principal insumo, sendo vistas como um fenômeno potencializador do desenvolvimento econômico e social dos países (Bendassolli et al., 2009; Meleiro & Fonseca, 2012). Outrossim, esse tipo de indústria se fundamenta nas habilidades e talentos individuais, no qual utiliza a propriedade intelectual para gerar riqueza e empregos (DCMS, 2006). Logo, tal setor tem se destacado pelo crescimento nos últimos anos, especialmente pelas contribuições ofertadas à sociedade (FIRJAN, 2022).

Dessa forma, as indústrias criativas integram os diversos setores da sociedade, a saber, patrimônio (sítios culturais e patrimônio cultural), artes (artes visuais e artes dramáticas), mídia (publicações e mídia impressa) e criações funcionais (design, mídia nova e serviços criativos) (UNCTAD, 2010). Especialmente o patrimônio cultural tem se destacado pela sua relevância e por contribuir para as diversas dimensões da sociedade, este quando bem gerenciado tende a atrair investimentos de forma sustentável e consequentemente contribuir para desenvolvimento local através do envolvimento das comunidades locais (UNESCO, 2021).

Dentre os segmentos que integram o patrimônio cultural e que tem impactado positivamente os países, tem-se o artesanato, produto oriundo da combinação de conhecimentos e habilidades técnicas do artesão (Sennett, 2009). Considerado tanto patrimônio material quanto imaterial, tem ganhado cada vez mais espaço na sociedade devido a sua capacidade de gerar renda e desenvolvimento (Jakob & Thomas, 2015; Luckman, 2015).

Para tanto, a atividade artesanal se configura como um trabalho manual que possui relevância econômica e social, representando, sobretudo, as características do povo de uma determinada região (Lopes et al., 2010; Falcão, 2008). Assim, por ser um dos segmentos que mais se alinha com a economia criativa, o artesanato se destaca pela criatividade, experiência, conhecimento e perpetuação de valores, fatores que são fundamentais e que caracterizam a economia criativa (Reis, 2008).

Dessa forma, dada as similaridades existentes na literatura entre o artesanato e a economia criativa, a saber, impacto do produto (artesanato), características do produtor (artesão), aspecto do produto (artesanato), e redes sociais, faz-se necessário analisar como ocorre essa relação. Assim, apresenta-se como problema de pesquisa: **Até que ponto o artesanato se alinha com a economia criativa?** Levando em consideração esse problema, a seguir são apresentados os objetivos gerais e específicos, seguido da justificativa.

1 Objetivos

1.1.1 Objetivo Geral

- Analisar as interfaces entre economia criativa e artesanato.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Analisar a evolução das publicações científicas do campo de pesquisa da economia criativa, no período de 1945 até 2022.
- Identificar as categorias e aspectos centrais dos estudos sobre economia criativa e artesanato nas publicações científicas, no período de 1945 a 2022;
- Analisar as interfaces entre o artesanato e a economia criativa, a partir de um estudo de caso no Projeto de Artesãs Sereias da Penha.

1.2 Justificativa

A relevância dessa investigação consiste na importância que a economia criativa e o artesanato têm apresentado na atualidade (Oliveira, Araújo & Silva, 2013; Friel, 2020; Jones, Van Assche & Parkins, 2021). Segundo a Firjan (2022), as atividades econômicas criativas movimentaram no Brasil cerca de R\$ 217,4 bilhões em 2020, valor que representa 2,91% do Produto Interno Bruto (PIB), colocando o país nas primeiras posições da participação no PIB por meio da Economia Criativa. O artesanato, por sua vez, representa um segmento de atuação abrangente e transversal, que movimenta R\$ 50 bilhões ao ano e que gera renda para cerca 10 milhões de pessoas (IBGE, 2018). Logo, ambos contribuem para impulsionar o desenvolvimento econômico e se assemelham por terem uma essência baseada na propriedade intelectual, criatividade, talentos e habilidades humanas.

Nesta perspectiva, considerando a importância da temática, do potencial produtivo do artesanato e da capacidade criativa do artesão, buscar entender as interfaces entre economia criativa e artesanato torna-se necessário, já que não existem pesquisas que discutam a relação entre elas, deixando, portanto, lacunas a serem respondidas na literatura, especialmente no campo empírico do Brasil, país que tem muito a ser explorado nesse setor.

Dessa forma, esta pesquisa pode trazer implicações relevantes, ao passo que busca analisar as interfaces entre economia criativa e artesanato. Assim, mapeará o desenho científico

da economia criativa e do artesanato, identificará os principais focos de pesquisa da temática estudada e, por fim, analisará até que ponto o artesanato se alinha com a economia criativa a partir de um estudo empírico. Para tanto, esta pesquisa visualiza uma tentativa de avançar com o conhecimento da área, bem como estimular o desenvolvimento de pesquisas futuras que contemplem o campo.

Destaca-se que a escolha do lugar e objeto de pesquisa explica-se pelo fato de ser situado na cidade de João Pessoa, Paraíba, esta que recebeu o título de cidade criativa na categoria de artesanato, passando a integrar o grupo seletivo de 295 cidades que compõem a rede de cidades criativas da Unesco (UCCN). Assim, optou-se pela Associação Sereias da Penha por ser considerada um dos principais projetos de artesanato de João Pessoa, anunciado pela Unesco.

Para tanto, os resultados desta pesquisa poderão ser úteis para que os atores que integram o projeto sereias da penha, compreendam que a criatividade, conhecimento, habilidade e o talento humano são recursos inesgotáveis e que se renovam com o uso constante. Outrossim, os resultados poderão chegar a nível governamental e contribuir para a formulação de políticas públicas que aproximem e integrem o artesanato e a economia criativa, no intuito de traçar um desenvolvimento local mais viável e que leve em consideração as expressões culturais, valores, talentos locais e dentre outros, viabilizando, assim, uma gama de oportunidades sociais e econômicas para o setor artesanal.

1.3 Modalidade da dissertação

Esta dissertação adotou como modelo a modalidade de artigos, conforme previsto no regulamento (Art. 1º, Resolução CPPGA/UFCG Nº 04/2018), do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Campina Grande (PPGA/UFCG), e se construirá da seguinte forma (Tabela 1).

Tabela 1 – Estrutura da Dissertação

PROBLEMA: Até que ponto o artesanato se alinha com a economia criativa?				
OBJETIVO GERAL: Analisar as interfaces entre economia criativa e artesanato.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ARTIGO CORRESPONDENTE	METODOLOGIA		
		FONTES DE DADOS	TÉCNICA DE DADOS	ANÁLISE DE DADOS
1: Analisar a evolução das publicações científicas do campo de pesquisa da economia criativa, no período de 1945 até 2022.	Artigo 1: Economia Criativa: Um estudo bibliométrico da produção científica (1945-2022)	Bibliográfica: base de dados <i>Web Of Science</i>	Revisão sistemática da literatura através de um estudo bibliométrico	Quali-quantitativa: Bibliométrica e historiográfica via <i>software</i> : CitNetExplorer
2: Identificar as dimensões e aspectos centrais dos estudos sobre economia criativa e artesanato nas publicações científicas, no período de 1945 a 2022.	Artigo 2: Economia Criativa e Artesanato: dimensões e aspectos centrais da Produção Científica (1945-2022)	Bibliográfica: base de dados <i>Scopus</i> e <i>Web Of Science</i>	Quali-quantitativa: Classificação Hierárquica Descendente; Análise Fatorial por correspondência e Análise de similitude.	Análise via Bibliometrix – pacote do <i>software</i> R; e <i>software</i> Iramuteq
4: Analisar as interfaces entre a economia criativa e o artesanato, a partir de um estudo de caso na Associação de Artesãs Sereias da Penha.	Artigo 3: Economia Criativa e Artesanato: O Caso da Associação Sereias da Penha	Estudo de caso qualitativo.	Entrevistas semiestruturadas; e análise documental.	Análise de conteúdo com auxílio do <i>software</i> Atlas.ti

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Além desta introdução, o presente trabalho se estrutura da seguinte forma:

Capítulo 1: Economia Criativa: Um estudo bibliométrico da produção científica (1945-2022), que corresponde ao conteúdo do primeiro artigo dessa dissertação. Constitui-se de uma análise bibliométrica sobre a evolução das publicações científicas do campo de pesquisa da economia criativa, no período de 1945 até 2022, na base de dados da *Web Of Science*, a partir do termo “*economy creative*”, contendo no título, resumo e palavras-chaves dos artigos. Os dados foram analisados através da bibliometria e da formação de redes historiográfica via *software*: CitNetExplorer.

Capítulo 2: Economia Criativa e Artesanato: dimensões e aspectos centrais da Produção Científica (1945-2022), que corresponde ao conteúdo do segundo artigo dessa dissertação. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica, elaborada através das publicações indexadas nas bases de dados da *Web Of Science* e *Scopus*. A busca foi realizada a partir dos termos “*creative economy*” and “*craftsmanship*” OR “*creative economy*” and “*craft*” OR “*creative economy*” and “*artisans*” OR “*creative economy*” and “*artisanal entrepreneurship*”, contendo no título, resumo e palavras-chaves dos artigos Os indicadores quantitativos iniciais foram analisados através do Bibliometrix – pacote do *software* R. Posteriormente, os dados foram tratados com o apoio do *software* Iramuteq.

Capítulo 3: Economia Criativa e Artesanato: O Caso da Associação Sereias da Penha, refere-se ao conteúdo do terceiro artigo. Considerando as conformidades existentes na literatura entre os dois conceitos, foram analisadas as interfaces entre o artesanato e a economia criativa a partir de um estudo de caso no Projeto de Artesãs Sereias da Penha. Para isso, através da literatura estudada, foi identificado elementos que se assemelham em ambas as temáticas, gerando, assim, dimensões e categorias, a saber, características do produtor (saber tradicional, criatividade e competências empreendedoras); Aspectos do produto (valor simbólico e criatividade); Redes sociais (interações entre atores); e Impactos do produto (ambiental, econômico e social).

CAPÍTULO 1

**ECONOMIA CRIATIVA: UM ESTUDO
BIBLIOMÉTRICO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA
(1945-2022)**

ECONOMIA CRIATIVA: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA (1945-2022)

Resumo

Este estudo buscou analisar a evolução das publicações científicas do campo de pesquisa da economia criativa, no período de 1945 até 2022, avançando na compreensão sobre o desenvolvimento do campo, as principais publicações, seus respectivos autores e temas abordados. Para tanto, foi adotado o procedimento bibliométrico no mapeamento das publicações da base de dados internacional *Web Of Science*, que contou com o apoio do *software* CitNetExplorer para fazer a análise de *clustering* dos 489 artigos. Dessa forma, constatou-se um avanço nas produções, visto que se inicia em 2001 com apenas uma publicação, e se acentua com uma elevada quantidade de artigos entre 2008 e 2021. Ademais Comunian é a pesquisadora que contém mais publicações, além de possuir o maior número de citações. Salienta-se que através da análise de *clustering* constatou-se que as publicações contribuíram para diversas áreas, dentre elas, geografia, estudos ambientais e negócios, demonstrando, portanto, que a economia criativa é uma área multidisciplinar. Além disso, os achados indicaram o crescimento e fortalecimento de uma linha de estudos que se dedica a analisar o ensino superior e a economia criativa, o que pode contribuir para aumentar as discussões e publicações sobre a temática no meio acadêmico, como também, ocasionar a inclusão nos currículos dos cursos, fomentando atividades e ações que estimulem as ideias e a criatividade dos discentes. Para tanto, através deste panorama atual sobre a economia criativa, identificou-se a amplitude do tema em diversas áreas e como este vem sendo tratado ao longo dos anos.

Palavras-chaves: Economia Criativa. Bibliometria. CitNetExplorer.

1 Introdução

Em virtude do crescimento e da importância dos setores criativos na economia, bem como da sua vinculação com o desenvolvimento, a economia criativa tem sido alvo de diversos debates nos ambientes acadêmicos e nas agendas governamentais. Considerada como uma alternativa para a geração atual, quando se imagina novos modelos de desenvolvimento que excedam os tradicionais o fenômeno da economia criativa entra em pauta, defendendo a ideia de que uma sociedade baseada no conhecimento pode ser viável.

Mesmo sendo alvo de discussões, a economia criativa representa uma área relativamente nova e que está em constante evolução devido às experiências vivenciadas em diversos países e aos estudos acadêmicos que envolvem a temática (UNCTAD, 2010; Queiroz & Paradela, 2018). Assim, o termo ganhou relevância a partir dos trabalhos de John Howkins, em 2001, que abordou como a criatividade e a economia podem se relacionar para gerar valor e riqueza.

Frente aos desafios econômicos ocorridos nas últimas décadas, muitos países tiveram que se adaptar a novos modelos econômicos, tais como, a economia criativa (UNCTAD, 2010), fenômeno que passou a ganhar importância e se destacar devido ao seu papel relevante para a sociedade, sendo um modelo indispensável para superar os desafios econômicos das nações (Vesela & Klimova, 2014). Logo, devido a sua importância, bem como o envolvimento que a economia criativa possui com os diversos setores da sociedade, os últimos anos foram marcados pelo crescimento dos debates em torno da temática.

Dessa forma, a economia criativa vem sendo utilizada e interpretada de maneira diferente entre os países, ganhando atenção, especialmente, entre os pesquisadores e governos que pretendem reformular seu modelo de desenvolvimento. Assim, a temática tem sido estudada sob diversas perspectivas, a saber, indústrias criativas (Howkins, 2001; UNCTAD, 2010); cidades criativas, classe criativa e trabalhadores criativos (Florida, 2002, 2011); produtos criativos (Guilherme & Gondim, 2018); turismo criativo (Wattanacharoensil & Schuckert, 2014); ensino superior criativo (Comunian, Gilmore & Jacobi, 2015), entre outros. Trabalhos mais recentes têm abordado a sustentabilidade na economia criativa (Kacerauskas, Streimikiene & Bartkute, 2021).

Embora o campo da economia criativa envolva diversos setores e atividades da sociedade, nota-se que a área ainda permanece fragmentada, apesar de estar em evolução. Dessa forma, considerando que ainda existem lacunas a serem respondidas para compreender as tendências deste campo de conhecimento e seus expoentes, este artigo teve como objetivo analisar a evolução das publicações científicas do campo de pesquisa da economia criativa, no período de 1945 até 2022.

Para tanto, o universo analisado foram os artigos publicados na base de dados *Web of Science (WoS)*, no período de 1945 a fevereiro de 2022, resultando em 489 publicações com o termo *creative economy* no título, resumo e palavras-chaves. No intuito de demonstrar o comportamento da literatura, realizou-se um estudo bibliométrico por meio de uma análise quantitativa/qualitativa e análise de *cluster* historiográfica do campo através do *software* CitNetExplorer.

São raros os estudos bibliométricos publicados sobre a temática, exceto, Silva et al., (2017) e Almeida & Dias (2022), que não utilizaram bases de dados internacionais. Neste sentido, a presente pesquisa se diferencia dos outros estudos, pois além de analisar artigos oriundos de uma das bases de dados mais recomendadas, realiza a análise de *cluster* historiográfica através da identificação das redes derivadas dos artigos mais destacados no

contexto pesquisado. Logo, com os resultados é possível apontar os principais temas trabalhados, como também indicar tendências emergentes e lacunas a serem sanadas, corroborando, assim, para que pesquisadores interessados no tema compreendam a estrutura do campo e realizem pesquisas futuras.

A estrutura deste trabalho, além desta introdução, é constituída por outras quatro seções. A segunda seção aborda um breve referencial teórico que consiste na evolução conceitual e aspectos tratados nas abordagens da economia criativa. Na seção seguinte descreve-se o percurso metodológico adotado nesta pesquisa. Em seguida, apresenta-se a análise dos dados com as principais publicações da temática e os principais temas de pesquisa abordados. Por fim, a última seção consiste nas considerações sobre a pesquisa.

2 Economia Criativa: evolução conceitual e aspectos tratados

As últimas décadas foram marcadas pelo nascimento de economias sustentadas no conhecimento – principal fator de produção –, cuja ideia se resume ao imaterial (Castells, 1996; Yigitcanlar, O’Connor & Westerman, 2008; Carlucci, 2014). Segundo Barcellos, Botura & Ramirez (2015, p. 3) “A economia do século XXI baseada no conhecimento, em sua expansão, deu espaço aos serviços criativos”, parte integrante da economia criativa (Peters, 2010).

Dessa forma, a economia criativa, que se insere na economia do conhecimento, apareceu pela primeira vez em 1994, no relatório *Creative nation: commonwealth cultural policy*, mas só foi popularizado em Londres no ano de 2001, quando saiu na capa da revista *Business Week*, intitulada *The Creative*, após John Howkins estudar a relação entre a criatividade e a economia em seu livro *The creative economy: how people make Money from ideas*.

Foi na obra de Howkins que a economia criativa teve sua primeira definição, descrita como “uma atividade transacional de produtos criativos que são bens e serviços que possuem valor econômico” (Howkins, 2001, p.8), sendo, portanto, uma forma de comercializar e vender ideias. Logo, foi a partir de tal publicação que se expandiu a discussão sobre a temática, a qual recebeu uma maior atenção tanto da academia quanto das indústrias. Entretanto, embora o termo tenha ganhado destaque, ainda existe um consenso acerca de uma definição única, isso porque, diferentes percepções e contribuições na área continuam sendo propostas na literatura (Santos-Duisenberg, 2008; Cislighi et al., 2013; Kon, 2016; Guilherme, 2017).

Dada as discussões em torno da economia criativa nos últimos anos, estudos mais recentes indicaram que esse fenômeno se difere dos modelos tradicionais – sustentados em valores tangíveis –, isso porque, são modelos que buscam se adaptar à nova conjuntura

econômica, tendo como características o intangível e o simbólico, compreendido como atividades, bens e serviços que se sustentam pela propriedade intelectual, a qual passou a ser valorizada com o advento da economia do conhecimento (Oliveira, Araújo & Silva, 2013; De Jesus & Perrotta, 2020; Kon, 2016). Logo, é uma dinâmica que contribui para a promoção do desenvolvimento local e para a inclusão social, uma vez que estrutura os setores, ampliam as capacidades locais e ofertam produtos que possuem grande potencial econômico (UNCTAD, 2010; De Pádua & Cavalcanti, 2018).

Para tanto, pode-se dizer que a economia criativa busca através do conhecimento gerar valor por meio da criatividade. Isto indica que é uma economia baseada em recursos imateriais inesgotáveis, visto que a criatividade e o conhecimento são infinitos, logo, se renovam e multiplicam com o uso. Assim, é um modelo concentrado na geração de ideias, no qual o potencial criativo – inerente ao homem – quando aliado ao conhecimento (Howkins, 2001; Leal, 2007) torna-se uma possível resposta aos desafios existentes, visto que a economia criativa é tida como uma estratégia de desenvolvimento e de promoção da inclusão social (Newbiggin, 2010; Oliveira, 2016).

Nesta perspectiva, ao contrário do modelo industrial fordista, a economia criativa surge como um conceito que tem como força motriz a criatividade, e como pilar as ideias e o conhecimento, estes considerados os principais fatores de produção (Rani & Wulandari, 2018). Assim, tal fenômeno se apresenta como um conceito em evolução (UNCTAD, 2010; Queiroz & Paradela, 2018), que expande a criatividade para toda a economia, integrando os processos socioeconômicos e os meios criativos (Moore, 2014).

Markusen et al., (2008) definem a economia criativa como um conjunto de indústrias que giram em torno de clusters criativos, os quais se estruturam através de empresas criativas e atividades culturais que favorecem o desenvolvimento do produto criativo. Potts et al., (2008, pág. 171) corrobora conceituando como o “conjunto de agentes em um mercado caracterizado pela adoção de novas ideias dentro das redes sociais para produção e consumo”. Já Santos-Duisenberg (2008), destaca que é um tipo de economia com uma abordagem histórica e multidisciplinar, que tem como base a relação entre economia, cultura e inovação, e que se concentra em produtos e serviços criativos com valor cultural.

Embora não se tenha um consenso quanto à conceituação da temática, nota-se um nexo entre as percepções dos autores, isso porque, a economia criativa surge através de um processo que abrange a criação, elaboração e distribuição de produtos e serviços criativos com valor cultural (Santos-Duisenberg, 2008), estes que são originados de ideias, conhecimentos (Rani &

Wulandari, 2018; Potts et al., 2008) e talentos individuais (Kon, 2016), que empregados de maneira estratégica, tende a gerar uma força de trabalho criativa (Markusen et al., 2008).

Para tanto, apesar da literatura indicar que a economia criativa vem se desenvolvendo em um paradigma de sucesso caracterizado por uma produção científica crescente, ela ainda permanece fragmentada. Assim, analisar o desenvolvimento desse campo e sua evolução temática no decorrer dos anos, torna-se fundamental para compreender os focos de estudos que vem sendo explorados na literatura e que tem contribuído para o avanço do conhecimento da área.

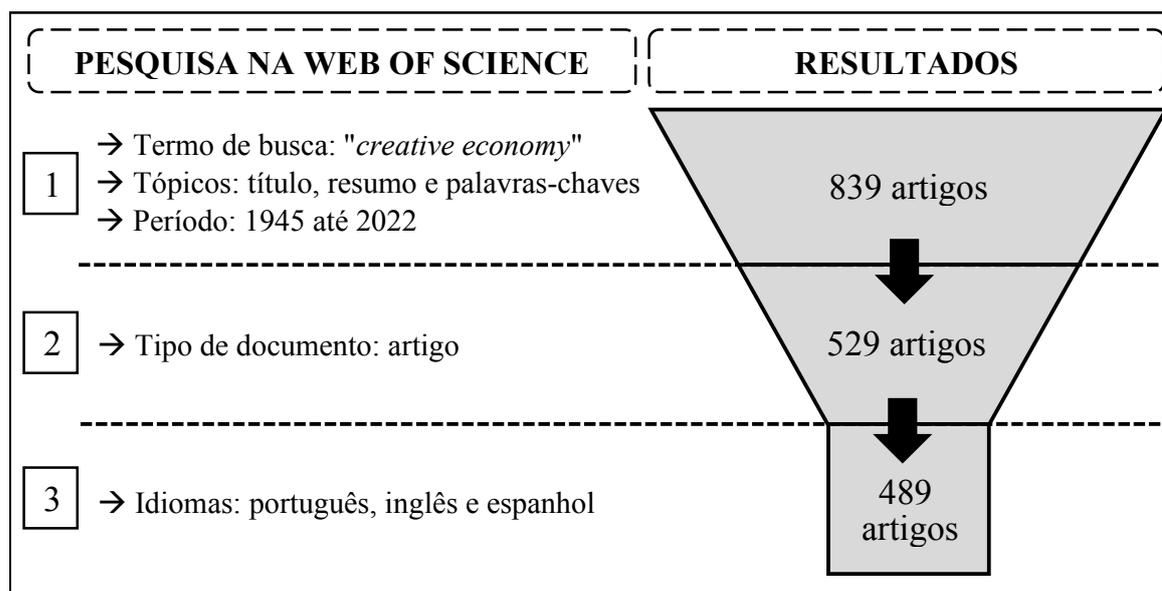
3 Procedimentos Metodológicos

O objetivo deste estudo foi analisar a evolução temática do campo de pesquisa sobre economia criativa, no período de 1945 até 2022. Para tanto, foram investigados os pontos centrais nos estudos sobre a temática da economia criativa. Quanto ao procedimento técnico, foi utilizado o estudo bibliométrico com o auxílio do *software* CitNetExplorer, com o intuito de compreender como a pesquisa neste campo tem evoluído e os principais temas que vêm sendo estudados. A pesquisa bibliométrica tem sido utilizada, principalmente, para analisar as principais tendências de pesquisa e sua trajetória, bem como, a estrutura do conhecimento de um campo de estudo (Wu et al., 2017).

Utilizou-se a base de dados da *Web of Science (WoS)* por ser considerada uma fonte de dados de alta confiabilidade e um dos maiores bancos de dados, além de possuir estrutura acessível para uso de diversos *softwares* (Lucas, Freddy & Viera, 2013). A busca foi realizada a partir do termo “*creative economy*”, contendo no título, resumo e palavras-chaves dos artigos, totalizando 839 publicações.

Na etapa de refinamento da busca, foi incluído apenas as publicações que compõem a coleção principal do banco de dados da WoS, com artigos publicados em português, inglês e espanhol. Além disso, optou-se por documentos classificados na modalidade de artigo. Após os refinamentos, resultou-se em uma base composta por 489 artigos que foram introduzidos no *software* CitNetExplorer. Esses passos estão detalhados na Figura 1.

Figura 1 – Delineamento para busca e análise das produções



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Quanto a ferramenta de análise de dados, utilizou-se o *software Citation Network Explorer - CitNetExplorer*, que permite o pesquisador analisar os dados e visualizar as redes de citações de publicações científicas relevantes por meio dos agrupamentos (van Eck & Waltman, 2014). O *software* foi escolhido por fornecer a cronologia das publicações que evidenciam a evolução do tema, além de permitir a visualização das publicações que são fortemente conectadas entre si em termos de citações e de oferecer funcionalidades sofisticadas para detalhar as redes de citações (van Eck & Waltman, 2014a, 2014b). Tal ferramenta traz grandes contribuições por meio da historiografia das redes, minimizando a influência do pesquisador na análise dos resultados e aumentando a confiabilidade.

Para analisar os principais temas do campo de pesquisa da economia criativa optou-se pela técnica de agrupamentos de artigos por ano e por proximidade (*clustering*). O método de agrupamento utilizado pelo CitNetExplorer baseia-se na teoria de que publicações fortemente conectadas entre si em termos de relações de citação tendem a estar no mesmo agrupamento. Assim, um *cluster* geralmente é interpretado para representar um tipo de tema na literatura científica (van Eck & Waltman, 2014a, 2014b).

4 Apresentação e Análise dos Resultados

Os resultados desta pesquisa serão apresentados em duas subseções: Inicialmente, para identificar o comportamento da literatura sobre economia criativa será apresentado os indicativos quantitativos, a saber, o crescimento quantitativo da produção científica, autores

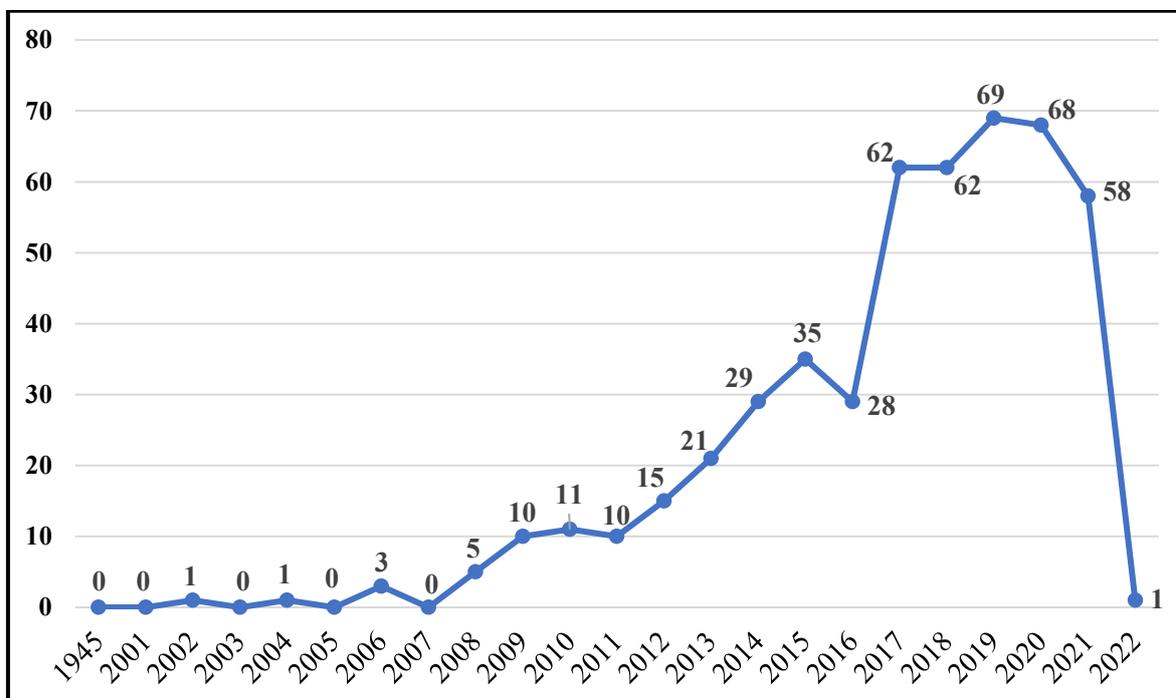
com maior número de publicações, instituições que mais contribuíram com produção científica e periódicos científicos mais influentes. Em seguida, será apresentado o aspecto qualitativo, com uma análise de *cluster* historiográfica do campo estudado através do *software* CitNetExplorer.

4.1 Indicativos quantitativos da produção científica

4.1.1 Crescimento quantitativo da produção

Com o intuito de compreender sua ampliação, bem como se aprofundar no debate sobre a temática, fez-se necessário demonstrar o aumento da produção científica sobre economia criativa. Assim, levando em consideração o período de 1945 a 2022, a pesquisa identificou 489 publicações indexadas na base de dados da *Web of Science (WoS)*, disponibilizadas até a última data de consulta, fevereiro de 2022. O quantitativo das publicações sobre a temática pode ser visualizado na Figura 2, representada pelo gráfico de linha da quantidade de artigos publicados por ano.

Figura 2 – Indicativo das publicações no período de 1945 a 2022



Fonte: Elaborado pelos autores a partir da WoS

Conforme a Figura 2, entre os anos de 1945 e 2001 não existe nenhum registro de publicação de artigos científicos na plataforma da *Web of Science*. A primeira produção publicada foi de Tepper em 2002, intitulada *Creative Assets and the Changing Economy*. Nessa

pesquisa o autor faz uma avaliação crítica sugerindo formas pelas quais acadêmicos e formuladores de políticas podem abordar de maneira útil a noção de economia e cultura em mudança, focalizando no trabalho criativo para que se tenha uma economia mais robusta, criativa e uma vida cultural mais diversificada.

Destaca-se que apesar de apresentar um pequeno número de publicações entre os anos de 2003 e 2007, observa-se que houve um aumento dos registros a partir de 2008, prevalecendo uma tendência de crescimento nos anos seguintes, embora apresente um leve decréscimo nos anos de 2011, 2016 e 2018. Outrossim, os últimos cinco anos foram marcados por uma quantidade significativa de artigos publicados, registrando um recorde em 2019 quando atingiu sessenta e nove publicações. Além disso, conta-se que entre 2017 e 2022 estão concentradas aproximadamente 65% do total de publicações sobre economia criativa, o que indica uma atenção crescente dos pesquisadores pela temática nesse período. Portanto, apesar de apresentar algumas oscilações, observa-se que a tendência geral foi de um aumento da produção científica, especialmente a partir de 2017.

4.1.2 Autores que mais publicam

A Tabela 1 apresenta os autores mais produtivos da literatura sobre economia criativa. Assim, entre as 489 publicações identificadas, Comunian é a única pesquisadora que contém onze estudos sobre a temática, além de possuir o maior número de citações. Em seguida, Kacerauskas aparece com 7 artigos publicados, embora apresente um baixo número de citações quando comparado com os autores das primeiras colocações. Grodach se destaca com 6 documentos, como exposto na Tabela 1. Posteriormente, observa-se uma similaridade entre as quantidades de artigos publicados, no qual 6 autores aparecem com 4 publicações cada, seguido de 3 pesquisadores com 3 documentos cada. Para tanto, nota-se que nem sempre os autores com maior número de publicações estão entre os mais citados.

Tabela 1 - Autores com maior número de publicações

Autores	Documentos	Número de citações
Comunian, R.	11	406
Kacerauskas, T.	7	43
Grodach, C.	6	243
Banks, M.	4	223
Schlesinger, P.	4	120
Neuwirth, R. J.	4	35
de Beukelaer, C.	4	24
de Figueiredo, J. L.	4	8
de Jesus, D. S. V.	4	7

Kong, L.	3	87
Foster, N.	3	84
Pratt, A. C.	3	62

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

Grande parte dos estudos de Comunian, pesquisadora com o maior número publicações, estão voltados para a área da educação, com temas que abordam o ensino superior criativo, capital humano criativo, disciplinas criativas e a intersecção com o ensino superior. Destaca-se que pesquisas que envolvam as instituições de ensino superior são consideradas fundamentais para o campo da economia criativa, visto que são lugares que possuem um grande compromisso em debater e transferir o conhecimento criativo (Comunian, Gilmore & Jacobi, 2015).

4.1.3 Instituições que mais publicam

Os pesquisadores identificados nos 489 artigos estão afiliados a 191 instituições. Entretanto, na Tabela 2 encontra-se apenas as 12 instituições com maiores quantitativos de publicações. Assim, para a identificação delas levou-se em consideração o número de registros.

Tabela 2 - Instituições que mais publicam

Organização	País	Registros
<i>King's College London</i>	Inglaterra	18
<i>University of Leeds</i>	Inglaterra	9
<i>Vilnius Gediminas Technical University</i>	Lituânia	9
<i>University of Glasgow</i>	Inglaterra	7
<i>Queensland University of Technology Qut</i>	Austrália	7
<i>National University of Singapore</i>	Malásia	7
<i>University of Texas System</i>	Estados Unidos	6
<i>University of Melbourne</i>	Austrália	6
<i>University College London</i>	Inglaterra	5
<i>University of Macau</i>	China	5
<i>University of Manchester</i>	Inglaterra	4
<i>University of Birmingham</i>	Inglaterra	4

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

A instituição com maior número de publicações, conforme indicado na Tabela 2, é a *King's College London*, com 18 registros. Em seguida a *University of Leeds* e a *Vilnius Gediminas Technical University* aparecem na mesma posição, ambas com 9 publicações. Por conseguinte, nota-se uma certa similaridade entre o quantitativo de publicações das instituições. Já com relação aos países, verifica-se que a maioria das instituições são oriundas da Inglaterra. Destaca-se que de acordo com o relatório *Creative Economy Outlook*, publicado em 2018 pela Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento, a Inglaterra é o sexto país

no mundo que mais exporta bens criativos, considerada, portanto, um dos grandes expoentes da economia criativa mundial.

4.1.4 Periódicos científicos com maiores publicações

Entre as 489 publicações foram identificados um total de 291 periódicos, constando na Tabela 3 apenas os 12 com maiores publicações. Observa-se que em número de registros o periódico *International Journal of Cultural Policy* ficou em primeiro no ranking, alcançando um total de 26 artigos.

Tabela 3 - Periódicos com maiores publicações.

Nome do periódico	Registros	Nº de citações	JCR
<i>International Journal of Cultural Policy</i>	26	576	1.533
<i>Regional Studies</i>	13	266	4.672
<i>European Planning Studies</i>	13	184	3.269
<i>Sustainability</i>	13	33	3.251
<i>Brazilian Journal of Operations Production Management</i>	13	7	-
<i>Cultural Trends</i>	10	45	1.600
<i>Cities</i>	9	212	5.835
<i>Urban Studies</i>	7	425	4.663
<i>Technological Forecasting and Social Change</i>	7	177	8.593
<i>International Journal of Urban and Regional Research</i>	6	119	4.364
<i>Journal of Arts Management Law and Society</i>	6	80	-
<i>Journal of Planning Education and Research</i>	5	281	7.217

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

Quanto ao número de citações, constata-se que os artigos publicados nos periódicos *International Journal of Cultural Policy* e *Urban Studies*, tiveram um maior número de citações, totalizando 576 e 425, respectivamente. Em contrapartida, apesar dos periódicos *Sustainability* e *Brazilian Journal of Operations Production Management* estarem entre os que mais publicam (4º e 5º), eles apresentam um número de citações baixo quando comparados aos demais. Outrossim, o *Journal of Planning Education and Research*, terceiro periódico mais citado (285 citações), se encontra na última posição de publicações, possuindo apenas 5 registros.

4.2 Indicativos qualitativos da produção científica

4.2.1 Os principais temas de pesquisa sobre economia criativa

Com o intuito de identificar os principais temas que permeiam o campo em estudo, foi realizada uma análise temática sobre economia criativa por meio do CitNetExplorer. Os tópicos centrais de pesquisa podem ser encontrados através da análise de *clustering*, que revela a

proximidade de temas presentes nos agrupamentos de publicações. O principal parâmetro é a resolução que controla o tamanho dos grupos gerados, ou seja, quanto maior o valor do parâmetro, maior o quantitativo de *clusters* que serão gerados (van Eck & Waltman, 2014a, 2014b). Nesse sentido, para a análise desta pesquisa foi empregado o parâmetro de resolução padrão (1,00).

Para obter uma análise mais aprofundada de cada um dos grupos em diferentes níveis, fez-se necessário o uso da técnica de *drill down*, que analisou separadamente os documentos pertencentes a cada *cluster* para melhor visualização da rede de publicações. O *software* gerou cinco grupos que foram analisados por meio da publicação pioneira, publicação com maior pontuação de citação e a publicação mais recente. A Tabela 4 mostra as informações sobre as redes de citações para os cinco *clusters*, os quais receberam cores diferentes e estão listados por tamanho do maior para o menor.

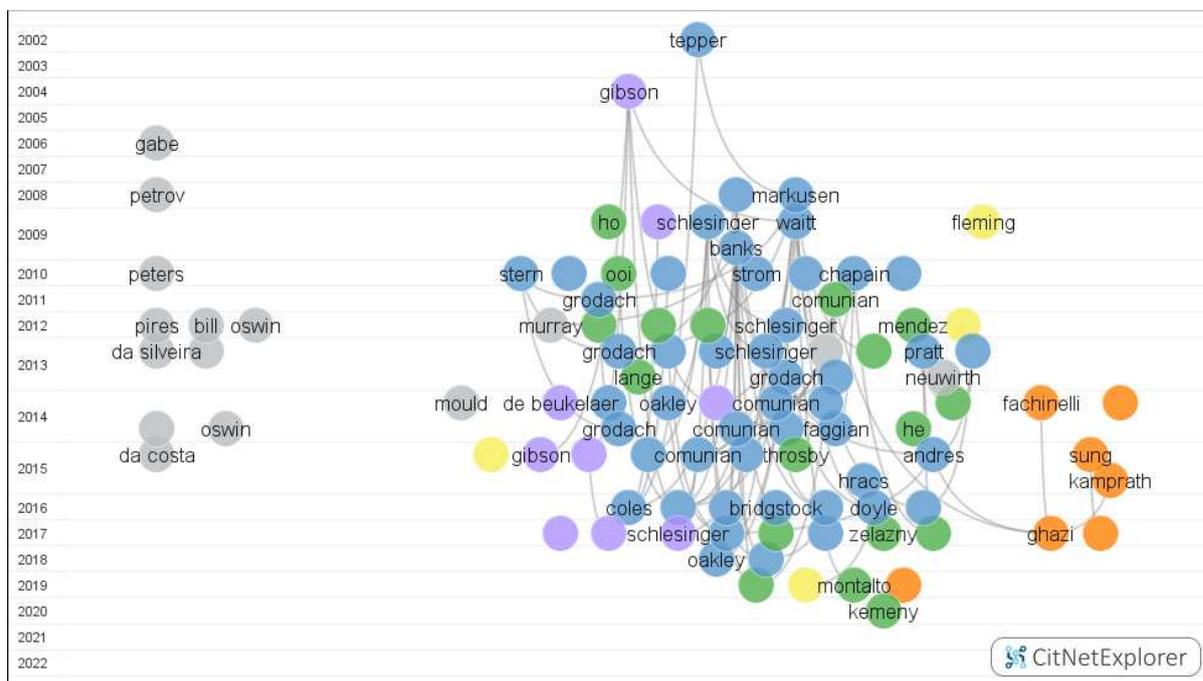
Tabela 4 - Informações sobre as redes de citações dos *clusters*

<i>Clusters</i>	Número de Publicações	Número de citação / links	Número de Publicações com ≥ 5 citações	Número de publicações entre os 50 artigos mais citados
<i>Cluster azul</i>	111	198	28	26
<i>Cluster verde</i>	50	65	2	8
<i>Cluster lilás</i>	25	27	2	1
<i>Cluster laranja</i>	19	20	1	1
<i>Cluster amarelo</i>	10	9	1	-

Fonte: Rede de publicações gerada no CitNetExplorer, 2022.

Conforme a Tabela 4, o primeiro *cluster* apresentou 111 publicações (cor azul), o segundo *cluster* 50 artigos (cor verde), o terceiro *cluster* 25 documentos (cor lilás), o quarto *cluster* 19 registros (cor laranja) e o quinto *cluster* 10 produções (cor amarela). O *cluster* azul é o mais denso e possui 198 links de citação com outros autores, além disso, ele se destaca por conter 28 documentos que possuem 5 ou mais citações, e por ter 26 artigos entre os mais citados. Salienta-se que 274 publicações não pertencem a nenhum *cluster*, ou seja, dentre os 489 registros, apenas 215 formam os 5 *clusters*. A visualização da rede de citação com os principais artigos é representada na Figura 3.

Figura 3 – Publicações mais relevantes separadas por *clusters*



Fonte: Rede de publicações gerada no CitNetExplorer, 2022.

Os artigos acoplados nos *clusters* (Figura 3) são representados pelo sobrenome do primeiro autor. Devido a função de agrupamento cada publicação de um grupo indica a aproximação dos artigos dentro da rede de citações. Assim, a localização horizontal entre as publicações significa as relações de citações com outros trabalhos, enquanto a localização vertical representa o período de publicação (van Eck & Waltman, 2014a, 2014b).

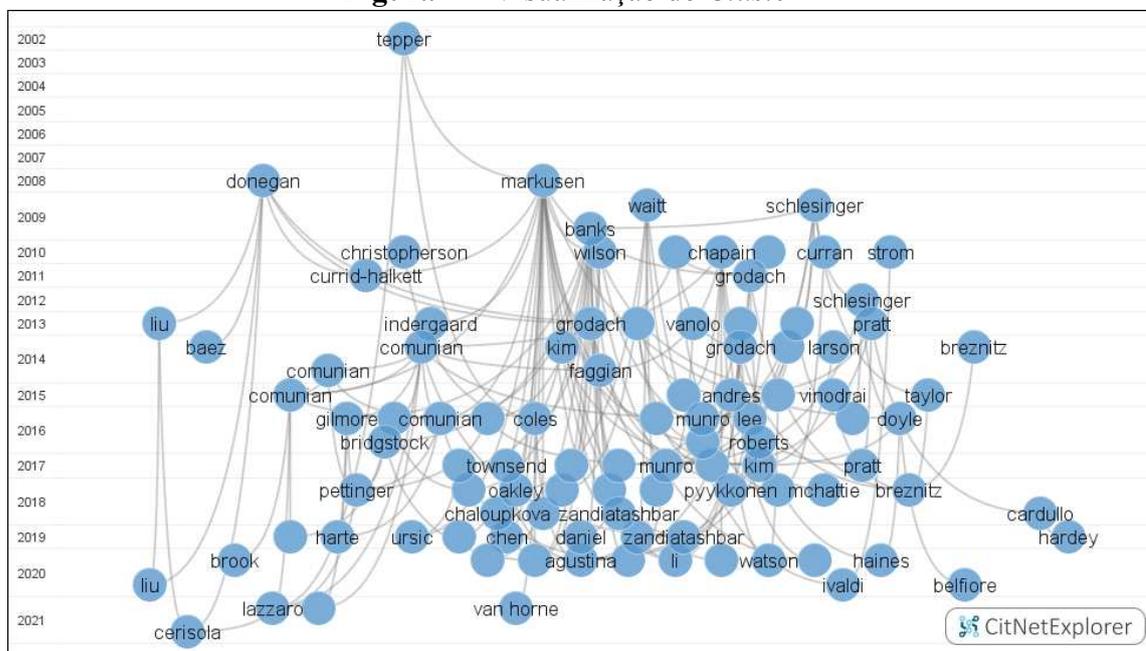
4.2.3 Cluster 1 – Dinâmica da Economia Criativa

O *cluster* 1 (azul) possui 111 artigos com 198 links de citação no período de 2002 a 2021 (Figura 4). Após a análise das produções, constatou-se que os focos de estudos deste grupo são: Economia criativa, indústria criativa, definições da economia criativa, relações entre o ensino superior e a economia criativa, turismo e economia criativa, economia criativa como fonte de mudança econômica, mecanismos funcionais da economia criativa, disseminação de políticas que estimulem a economia criativa.

Com base nas publicações que pertencem a este grupo, o *cluster* 1 foi denominado Dinâmica da Economia Criativa, uma vez que os registros deste grupo apresentam um número considerável de artigos teóricos que exploram aspectos históricos e conceituais da economia

criativa, como também, experiências vivenciadas em diversas áreas dos setores criativos. Para tanto, observa-se que este grupo segue na atualidade com diversas publicações.

Figura 4 – Visualização do Cluster 1



Fonte: Rede de publicações gerada no CitNetExplorer, 2022.

No *cluster 1*, o artigo pioneiro foi publicado em 2002 por Tepper, intitulado *Creative assets and the changing economy*. Este estudo avalia criticamente a economia em mudança e os ativos criativos. Os resultados da pesquisa trazem à tona a importância de explorar as mudanças que vinham ocorrendo nas organizações, especialmente no que se refere ao trabalho criativo, além de apontar caminhos para o desenvolvimento da inovação e da diversidade no âmbito da economia criativa. Logo, tal estudo trouxe reflexões pertinentes sobre a temática, contribuindo, portanto, para pesquisas futuras (Tepper, 2002).

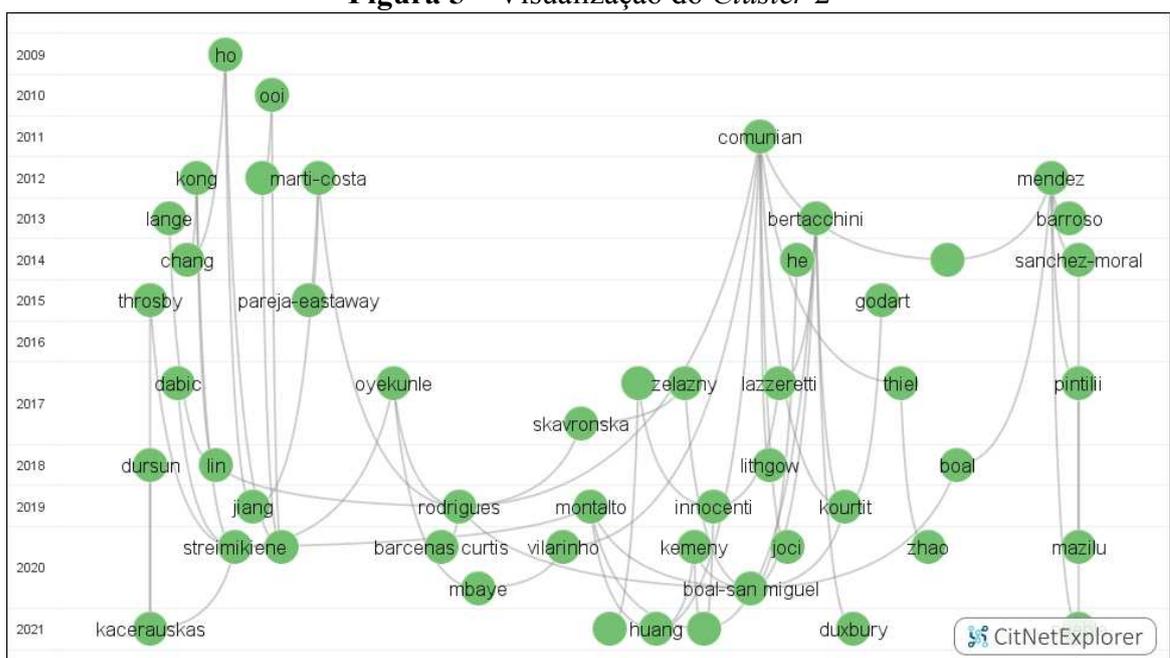
O artigo *Defining the Creative Economy: Industry and Occupational Approaches*, de autoria de Markusen et al., (2008), foi considerado o mais citado neste *cluster*, com 30 citações. Dada a necessidade de clareza do campo, os autores trouxeram neste trabalho definições sobre a economia criativa, explorando os fundamentos conceituais dos termos criativo e cultural. Assim, identificaram que a definição do campo possui uma abordagem multidisciplinar, podendo abranger diferentes setores e ocupações, tais como, áreas de mídia, design, artes visuais e cênicas, além de empresas comerciais, sem fins lucrativos e esferas informais (Markusen et al., 2008).

A publicação mais recente do *cluster* é a de Cerisola & Panzera (2021) *Cultural and Creative Cities and Regional Economic Efficiency: Context Conditions as Catalyzers of Cultural Vibrancy and Creative Economy*, que busca avaliar as repercussões econômicas regionais decorrentes das características culturais e criativas urbanas, além de explorar o papel das condições territoriais no favorecimento desse processo. De acordo com autores, este é o primeiro trabalho empírico que realiza tal avaliação, isso porque, eles focam nos efeitos das variáveis urbanas na produção regional, o que permite avaliar a força dos potenciais culturais e criativos locais. Ao final do estudo, eles identificam uma relação significativa entre as características culturais, criativas e a eficiência econômica em termos de efeitos positivos sobre a produção regional (Cerisola & Panzera, 2021).

4.2.4 Cluster 2 – Cidade Criativa

O *cluster* 2 (verde) possui 50 publicações com 65 links de citação no período de 2009 a 2021 (Figura 5). Os focos centrais deste grupo estão voltados para os espaços urbanos, produção cultural e criativa, crescimento econômico, desenvolvimento urbano, setores criativos, importância da infraestrutura cultural nas cidades, desempenho criativo local, planejamento urbano e formas de mensuração da cultura em áreas urbanas. Dessa forma, este *cluster* foi denominado cidade criativa, considerando a ênfase dos artigos em compreender melhor o papel que as artes, a cultura e a criatividade podem desempenhar no desenvolvimento das cidades.

Figura 5 – Visualização do Cluster 2



Fonte: Rede de publicações gerada no CitNetExplorer, 2022.

O primeiro artigo publicado do *cluster 2* foi escrito por Ho (2009), denominado “*The Neighbourhood in the Creative Economy: Policy, Practice and Place in Singapore*”. Em sua pesquisa o autor realiza um estudo sobre a economia criativa e os fatores que influenciam o desenvolvimento deste fenômeno na cidade de Singapura. Dentre os resultados, observou-se que o desenvolvimento de uma economia criativa pautada em políticas tende a trazer impactos e contribuições para o crescimento de atividades voltadas para o setor, fato que foi identificado no caso estudado (Ho, 2009).

O artigo mais citado neste *cluster*, com 17 citações, foi publicado por Comunian (2011), nominado “*Rethinking the Creative City: The Role of Complexity, Networks and Interactions in the Urban Creative Economy*”, e baseia-se nos princípios da teoria da complexidade (TC) para abordar questões em torno das cidades criativas. Assim, através de um estudo de caso em Newcastle-Gateshead, foi constatado que o desenvolvimento cultural de uma cidade é um Sistema Adaptativo Complexo (CAS) e segue os princípios da complexidade. Ademais, os resultados indicaram que uma cidade que prioriza a infraestrutura cultural tem maior probabilidade de promover um clima criativo e cultural e, conseqüentemente, contribuir para o desenvolvimento da classe criativa e de redes (Comunian, 2011).

Com base em estudos anteriores que analisaram e compararam índices de sustentabilidade e criatividade (Streimikiene & Kacerauskas, 2020), o artigo mais recente do *cluster 2* – *The creative economy and sustainable development: The Baltic States* –, publicado em 2021, por Kacerauskas, realiza um estudo de caso para analisar a sustentabilidade em um evento cultural situado na Lituânia. Os resultados da pesquisa apontaram que participantes de eventos voltados para a economia criativa preferem participar de atividades culturais com impacto positivo no desenvolvimento sustentável, embora os organizadores não estejam atentos a atender tais preferências. Logo, o estudo conclui que eventos culturais devem considerar os critérios de sustentabilidade, a fim de aumentar a atratividade para os clientes (Kacerauskas, Streimikiene & Bartkute, 2021).

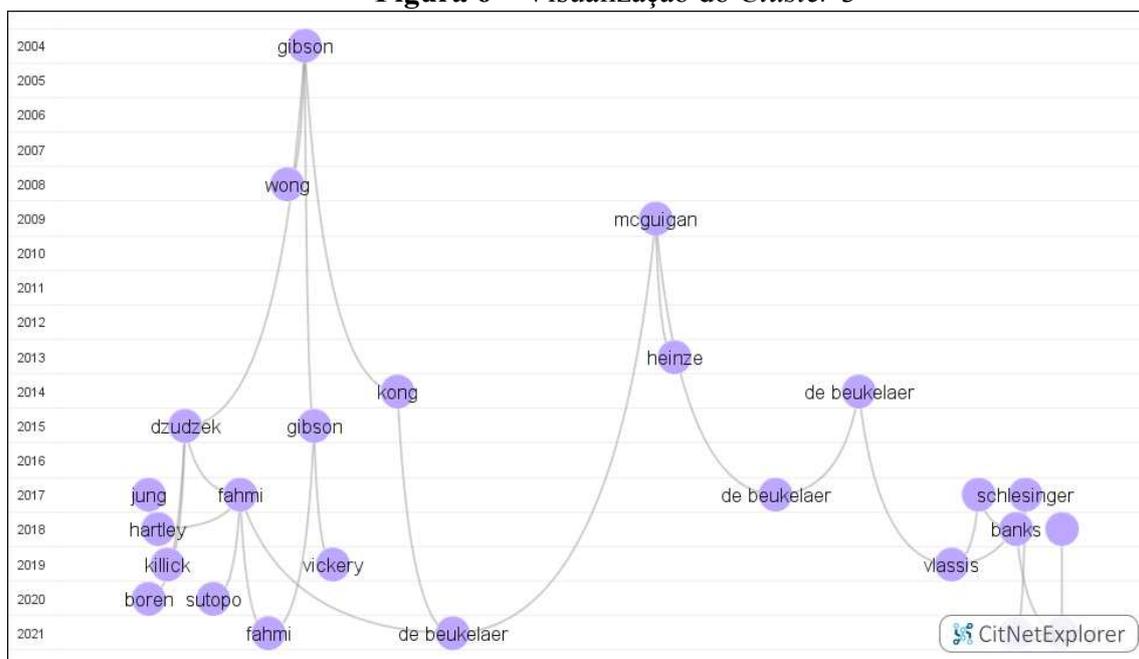
4.2.5 Cluster 3 – Agenda Política

O *cluster 3* (lilás) possui 25 publicações, com 27 links de citação no período de 2004 a 2021 (Figura 6). Os principais temas abordados são: desenvolvimento, formulação de políticas, pensamento político sobre cultura, políticas culturais, políticas educacionais criativas, políticas

voltadas para a criatividade e cultura, estratégias políticas, clusters criativos, agentes públicos, políticas criativas. Assim, esse *cluster* foi denominado agenda política sobre economia criativa, visto que há uma concentração de artigos que analisam a temática sob o viés político, com programas, políticas e ações que fomentam o desenvolvimento da área.

O artigo de Gibson & Klocker (2004), intitulado “*Academic publishing as 'creative' industry, and recent discourses of 'creative economies': some critical reflections*”, se destaca como sendo o pioneiro e o mais citado. Esta pesquisa foi desencadeada após as inquietações dos autores diante da ausência crítica de reflexividade nos estudos do campo da economia criativa. Para tanto, é realizado uma crítica às formas de circulação dos saberes científicos, a partir da teorização dos acadêmicos como produtores criativos e da produção do conhecimento como parte da economia criativa (Gibson & Klocker, 2004).

Figura 6 – Visualização do Cluster 3



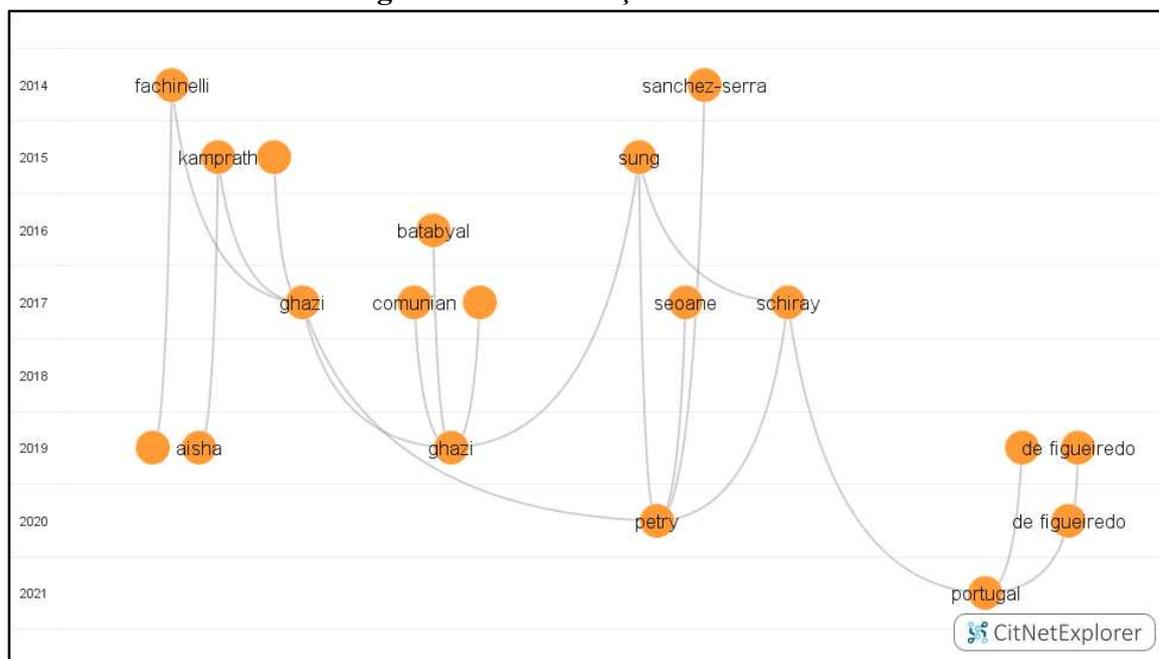
Fonte: Rede de publicações gerada no CitNetExplorer, 2022.

A publicação mais recente é de autoria de Campbell (2021), intitulada “*Reimagining the creative industries in the community arts sector*”. Neste estudo é realizado uma análise por meio do projeto de pesquisa “Programas Comunitários de Artes para Jovens com Incubadoras de Indústrias Criativas”, no intuito de investigar as práticas de trabalho e avaliar o que as indústrias criativas podem aprender com este setor sobre inclusão. Os resultados apontaram que as atividades desenvolvidas no setor de artes comunitárias podem instigar ideias para que as indústrias criativas – através da rearticulação de suas dimensões – possam criar um ambiente inclusivo e solidário (Campbell, 2021).

4.2.6 Cluster 4 – Classe criativa

O *cluster* 4 (laranja) possui 19 publicações e 20 links de citação no período de 2014 a 2021 (Figura 7). Os focos de estudos são: inovação, criatividade, atividades criativas, ambiente cultural, empreendedorismo criativo, talento criativo, capital criativo, trabalho cultural e criativo e produtores criativos. Nesse sentido, esse *cluster* foi denominado classe criativa por possuir pesquisas que enfocam no potencial criativo e intelectual dos indivíduos que compõe o setor criativo.

Figura 7 – Visualização do *Cluster* 4



Fonte: Rede de publicações gerada no CitNetExplorer, 2022.

O artigo pioneiro do *cluster* 4 é dos autores Fachinelli, Carrillo & D’Arisbo (2014), nominado “*Capital system, creative economy and knowledge city transformation: Insights from Bento Goncalves, Brazil*”. É um estudo brasileiro sobre o uso do sistema de capital genérico como ferramenta baseada em valor na cidade de Bento Gonçalves – RS. Conforme os autores, os resultados indicaram que o sistema do capital contribui para entender onde estão o valor e o potencial criativo existente nos setores de uma cidade, especialmente quando relacionados a economia criativa (Fachinelli, Carrillo & D’Arisbo, 2014).

O artigo “*The creative economy in global competition*”, do autor Sung (2015), foi considerado o mais citado nesse *cluster*, com 3 citações. Essa publicação buscou compreender a economia criativa no âmbito acadêmico por meio de pesquisas em diferentes áreas, refletindo a diversidade e a inclusão que o campo possui. Os resultados apontaram que a temática pode

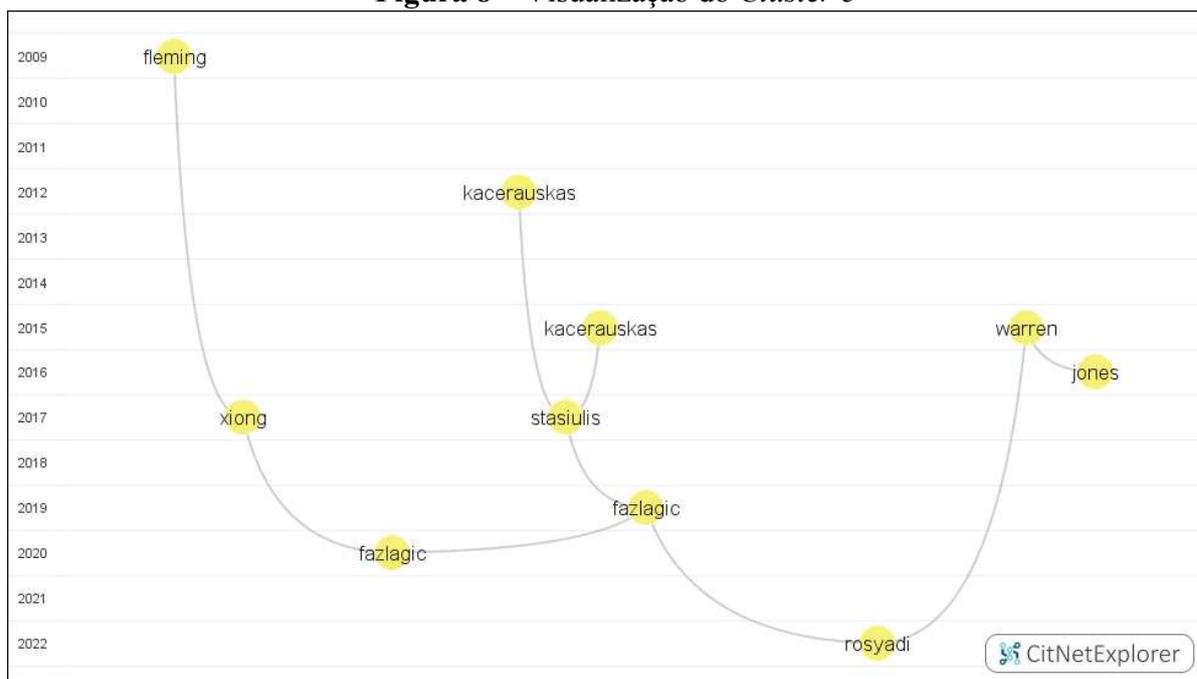
ser interpretada a partir de múltiplas lentes e que possui uma variedade de conceitos que contribuem para o avanço da área (Sung, 2015).

O artigo mais recente desse *cluster* é de Portugal et al., (2021), denominado “*The Favela as a Place for the Development of Smart Cities in Brazil: Local Needs and New Business Strategies*”. Nesta pesquisa é apresentada uma análise bibliográfica sobre os vocábulos favelas, *branding* e economia criativa, considerando o conceito de cidades inteligentes. Logo, dada a forte presença da criatividade dentro das favelas, com base na literatura observou-se que as atividades locais impulsionam o crescente desenvolvimento das comunidades, fato que sugere como influência a intersecção entre os três termos estudados pelos autores (Portugal et al., 2021).

4.2.7 Cluster 5 – Sustentabilidade e Economia Criativa

O *cluster* 5 (amarelo) possui 10 publicações com 9 links de citação no período de 2009 a 2022 (Figura 8). Os temas mais recorrentes são: desenvolvimento sustentável, governo local, tecnologia social, ambiente social e econômico, políticas públicas, criatividade social, recursos naturais e questões ambientais. Com base nos estudos desse grupo, o *cluster* 5 foi denominado Sustentabilidade e Economia Criativa, visto que os artigos abordam a economia criativa sobre o viés sustentável, partindo de uma lógica de respeito à natureza e as pessoas.

Figura 8 – Visualização do *Cluster* 5



Fonte: Rede de publicações gerada no CitNetExplorer, 2022.

O primeiro artigo publicado do *cluster 5* é de autoria de Fleming (2009), denominado “*Creative Economic Development, Sustainability, and Exclusion in Rural Areas*”. Em sua pesquisa, a autora determina as características da economia criativa no condado de Chatham, Carolina do Norte e, num contexto de gentrificação rural, analisa as relações entre a economia criativa e a sustentabilidade. Após identificar as atividades de economia criativa local, constatou-se que estas são apropriadas para o desenvolvimento rural sustentável. Ademais, em termos de sustentabilidade, podem ser mais eficazes como estratégias econômicas do que estratégias ambientais e de justiça social (Fleming, 2009).

O artigo mais citado neste *cluster*, com 4 citações, foi publicado por Fazlagic & Skikiewicz (2019), nominado “*Measuring sustainable development - the creative economy perspective*”. Essa publicação se propõe a desenvolver um modelo de medição de desenvolvimento sustentável para economias criativas em municípios poloneses, preenchendo assim, uma lacuna na literatura. O artigo baseia-se no conhecimento teórico e prático dos relatórios anuais das unidades do governo local, além das entrevistas realizadas entre os representantes dos condados poloneses (Fazlagic & Skikiewicz, 2019).

A publicação mais recente é de autoria de Rosyadi et al., (2021), intitulada “*Barriers of public policy faced by SMEs of creative economy in Indonesia*”. Neste estudo é realizado uma análise para identificar as barreiras que as pequenas e médias empresas (PMEs) do setor criativo na Regência de Banyumas, na Indonésia, tem enfrentado. Os resultados apontaram que o desenvolvimento das PMEs na economia criativa é limitado pela falta de apoio dos formuladores de políticas locais e do governo local (Rosyadi, 2021).

4.3 Síntese dos *Clusters*

Após a análise de *clustering* foi possível identificar alguns aspectos de cada agrupamento, permitindo realizar a comparação entre eles. Assim, o Quadro 1 apresenta uma síntese dos *clusters*, com os focos de pesquisas que foram identificados nas publicações e seus respectivos autores, seguido das considerações sobre os grupos formados.

Quadro 1 – Síntese dos *Clusters*

PRINCIPAIS FOCOS DE ESTUDOS	AUTORES
Cluster 1 - Dinâmica da Economia Criativa	Markusen et al., 2008; Banks & Hesmondhalgh, 2009; Waitt & Gibson, 2009; Chapain & Comunian, 2010;
Economia criativa, indústria criativa, definições da economia criativa, relações entre o ensino superior e a economia criativa, turismo e economia criativa, economia criativa como fonte de	

mudança econômica, mecanismos funcionais da economia criativa, disseminação de políticas que estimulem a economia criativa.	Comunian, Taylor & Smith, 2014.
Cluster 2 - Cidade Criativa	Comunian, 2011; Mendez, et al., 2012; Grodach, 2012; Pareja-Eastaway & Miquel, 2014; Thiel, 2017; Lazzeretti et al., 2017; Montalto et al., 2023.
Espaços urbanos, produção cultural e criativa, crescimento econômico, desenvolvimento urbano, setores criativos, importância da infraestrutura cultural nas cidades, desempenho criativo local, planejamento urbano, formas de mensuração da cultura em áreas urbanas.	
Cluster 3 - Agenda Política	Murray & Gollmitzer, 2012; Silveira, 2013; Marsh, 2016; Fahmi, McCann & Koster, 2017; Lee, 2019; Dinardi, 2019.
Desenvolvimento, formulação de políticas, pensamento político sobre cultura, políticas culturais, políticas voltadas para a criatividade e cultura, estratégias políticas, agentes públicos, políticas criativas.	
Cluster 4 – Classe Criativa	Bridgstock & Cunningham, 2016; Munro, 2017; Chen, Chang & Pan, 2018; Duxbury, 2019; England, 2023.
Inovação, criatividade, atividades criativas, ambiente cultural, empreendedorismo criativo, talento criativo, capital criativo, trabalho cultural e criativo, produtores criativos.	
Cluster 5 – Sustentabilidade e Economia Criativa	Fleming, 2009; Kacerauskas, Streimikiene & Bartkute, 2021; Fazlagic & Skikiewicz, 2019; Yan & Liu, 2023.
Desenvolvimento sustentável, governo local, tecnologia social, ambiente social e econômico, políticas públicas, criatividade social, recursos naturais e questões ambientais.	

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Verificou-se que o *cluster 1* (Dinâmica da Economia Criativa) é o responsável pela abertura dos estudos no campo da temática, tendo a sua primeira publicação em 2002, com apenas 1 artigo. Entre os anos de 2003 e 2006 não houve publicações em nenhum *cluster*, somente em 2007 que o número aumentou para 2. Os anos seguintes, por sua vez, apresentaram um crescimento contínuo. Já o *cluster 2* (cidades criativas) teve sua primeira publicação em 2009, com uma evolução nos anos consecutivos. Embora o *cluster 3* (Agenda Política) apresente oscilações no quantitativo de artigos no decorrer dos anos, ele é considerado o segundo mais antigo, com a primeira publicação em 2004. Em contrapartida, o *cluster 4* (Classe criativa) foi último a ser originado, apresentando sua primeira publicação somente a partir de 2014. Já o *cluster 5* (Sustentabilidade e Economia Criativa) teve abertura a partir de 2009.

Destaca-se que embora os *clusters* apresentem diferentes anos de surgimento e diversos períodos de concentração de artigos, foi somente a partir de 2008 que houve um crescimento notável nas publicações. Isso indica que os trabalhos sobre economia criativa tiveram um desenvolvimento contínuo nos anos seguintes. Ademais, os 5 grupos formados possuem estudos atuais, com trabalhos publicados recentemente em 2021.

Constatou-se também que os *clusters* 1, 2 e 3 apareceram mais próximos, sinalizando, portanto, maior relação entre eles. Além disso, pode-se dizer que os *clusters* 2 e 3 se originaram do *cluster* 1 (considerado o pioneiro e maior), visto que estão contidos completamente sobre ele. Já os *clusters* 3 e 4 apresentaram um menor grau de sobreposição com relação aos demais agrupamentos, indicando, assim, pouca ou nenhuma conexão com os demais.

5 Conclusões

Com o intuito de permitir uma visão mais abrangente sobre a temática da economia criativa, foram identificados os principais autores, como também, instituições e periódicos que mais contribuem em termos de publicações. Além disso, foi realizada a análise de *clustering*, com a finalidade de descrever a evolução do campo de pesquisa e os focos de estudos que permeiam a área.

Em relação ao conteúdo dos autores que mais publicam, verificou-se que Comunian é a pesquisadora que mais se destaca, possuindo 11 publicações voltadas em especial para a área da educação, especificamente para o ensino superior e a economia criativa. Além disso, ela é a autora que possui o maior número de citações, com um total de 406 citações. A instituição que mais tem publicado sobre economia criativa é a *King's College London*, com 18 registros. Outrossim, observou-se que as instituições mais influentes são predominantemente oriundas da Inglaterra, país considerado um dos berços e grandes expoentes da economia criativa mundial (UNCTAD, 2010). Quanto aos periódicos, constatou-se que o *International Journal of Cultural Policy* possui o maior número de artigos (26) e de citações (576).

No tocante as publicações, identificou-se um avanço na área estudada, visto que o campo inicia em 2001, com apenas uma publicação, e a partir de 2006 começa a crescer e se tornar mais denso, se acentuando entre 2008 e 2021. Inicialmente os trabalhos eram mais focados nos aspectos conceituais da economia criativa. Posteriormente os estudos se voltaram para cidades criativas, políticas públicas, planejamento urbano, desenvolvimento sustentável, classes criativas, trabalho cultural e criativo, dentre outros.

Destaca-se que os achados também indicaram o crescimento e fortalecimento de uma linha de estudos que se dedica a analisar o ensino superior juntamente com a economia criativa. Isto pode aumentar as discussões e publicações sobre a economia criativa no meio acadêmico, como também, ocasionar inclusões da temática nos currículos dos cursos, fomentando atividades e ações que estimulem as ideias e a criatividade dos discentes, estes que poderão aplicar os conhecimentos obtidos na sociedade.

Verifica-se que os diversos estudos contribuíram para ampliar a perspectiva de análise do campo de pesquisa, permitindo examinar o fenômeno através de múltiplas lentes teóricas e práticas, corroborando nas áreas de geografia, estudos ambientais, urbanos e culturais, negócios e dentre outros. Logo, isso indica que a economia criativa é uma área multidisciplinar.

Para tanto, esta pesquisa trouxe uma contribuição relevante para o mapeamento da literatura sobre economia criativa nas últimas décadas, visto que diminui uma lacuna ao identificar os autores, periódicos e instituições mais influentes, além de verificar os focos de pesquisas mais estudados. Para tanto, trouxe uma visão do panorama atual sobre a economia criativa, demonstrando a importância do tema e como este vem sendo tratado ao longo dos anos, contribuindo, portanto, para orientar futuras pesquisas, uma vez que possibilita acompanhar o histórico e desenvolvimento dos estudos sobre a temática.

Quanto aos estudos da área, embora exista um crescimento nas pesquisas sobre o campo, ainda existem lacunas e questões a serem solucionadas, tais como, a necessidade de estudos empíricos que envolvam os diversos setores da economia criativa, principalmente com métodos que possam ser replicados por outros pesquisadores. Outrossim, se faz necessário o desenvolvimento de trabalhos para mensuração da economia criativa, visto que foram encontrados poucos em torno da temática.

Esta pesquisa teve como limitação ter abrangido somente os artigos científicos publicados na *Web of Science (WoS)*, porém minimizado pelo fato de ser uma das bases de dados mais recomendadas do mundo, na qual indexa somente os periódicos mais citados em suas respectivas áreas. Em futuros estudos bibliométricos sobre economia criativa, sugere-se abordar outras bases de dados, como a *Scopus*, como também adentrar com maior profundidade nos diferentes focos de estudos de cada *cluster* e suas respectivas bases teóricas.

CAPÍTULO 2

**ECONOMIA CRIATIVA E ARTESANATO:
DIMENSÕES E ASPECTOS CENTRAIS DA
PRODUÇÃO CIENTÍFICA (1945-2022)**

ECONOMIA CRIATIVA E ARTESANATO: CATEGORIAS E ASPECTOS CENTRAIS DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA (1945-2022)

Resumo

Este artigo possui como objetivo identificar as categorias e aspectos centrais dos estudos sobre economia criativa e artesanato nas publicações científicas, no período de 1945 a 2022. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica, elaborada a partir das publicações disponíveis nas bases de dados *Web Of Science* e *Scopus*. Os dados foram analisados com o auxílio do Bibliometrix – pacote do *software* R, como também, pelo *software* Iramuteq, através de uma análise léxica seguida das técnicas de Classificação Hierárquica Descendente (CHD), Análise Fatorial de Correspondência (AFC) e Análise de similitude. Em relação as publicações, observou-se que os primeiros trabalhos surgiram somente a partir de 2010, indicando ser um campo de pesquisa recente e com poucas produções na área. O autor que apresenta maior impacto é Grodach, possuindo o índice H igual a 2, ele também se destaca por possuir o maior número de citações entre as publicações consideradas. Para tanto, com a análise do *software* Iramuteq, verifica-se que os estudos sobre a área estão divididos em 4 categorias de pesquisas, a saber, impactos do artesanato, aspectos relacionados ao produto artesanal, redes sociais e características do artesão. Essas dimensões estão divididas em dois grupos, no qual foi possível identificar que o grupo A possui abordagens mais teóricas, tipologias e classificações sobre a temática do que o grupo B, este que por sua vez, se concentra na aplicação de pesquisas empíricas, com experiências práticas voltadas para a área.

Palavras-chave: Economia Criativa. Indústria Criativa. Artesanato. Artesãos.

1 Introdução

Nos últimos anos é perceptível o contínuo crescimento de segmentos voltados para as indústrias criativas, coincidentemente, tem aumentado também o interesse da sociedade por serviços e produtos criativos, estes que se originam do trabalho e da entrega de valor simbólico criado por profissionais criativos, e que contribuem para gerar impacto nas diversas dimensões da sociedade.

Por sua relevância econômica e seu crescimento nos últimos anos, o fenômeno das indústrias criativas tem sido alvo de discussões sob diversas perspectivas, fato que tem contribuído cada vez mais para que a temática ganhe espaço em diferentes setores da sociedade, devido sua capacidade de gerar bens culturais, empregos e desenvolver o potencial intelectual dos trabalhadores (Budziewicz-Guzlecka, 2018; Fathurahman & Huseini, 2018).

As indústrias que se enquadram na economia criativa tem se destacado não somente pelo crescimento nos últimos anos, mas principalmente pelas contribuições ofertadas à sociedade (Leadbeater, 2008 Fathurahman & Huseini, 2018), impulsionando o

desenvolvimento econômico através da geração de propriedade intelectual (Howkins, 2001; Hou, Lu & Hung, 2019) e transformando ideias que decorrem da criatividade em produtos e processos de impacto (Reis, 2008).

Dada a sua relevância, nota-se que as indústrias criativas estão presentes em diferentes áreas, tais como, patrimônio (sítios culturais e patrimônio cultural), artes (artes visuais e artes dramáticas), mídia (publicações e mídia impressa) e criações funcionais (design, mídia nova e serviços criativos) (UNCTAD, 2010). Nesse sentido, dentre os diversos setores elencados no relatório da UNCTAD, tem-se o do patrimônio cultural, especialmente, o artesanato, atividade que se diferencia por possuir características únicas que envolvem a cultura e tradição (Bramanti, 2012; Irias & Farias, 2016).

Considerado um dos campos que mais se alinha com a economia criativa, o artesanato se destaca pela predominância da criatividade, conhecimento e a perpetuação de valores, fatores comuns na economia criativa (Reis, 2008). Assim, a atividade artesanal tem sido foco de diversas discussões que envolvem o desenvolvimento de economias (Luckman, 2015; Yair, 2011; Markusen, 2007), fato que tende a contribuir para uma melhor integração entre cultura, economia e políticas públicas, tornando, assim, o campo cada vez mais reconhecido.

Diante da importância que o artesanato vem apresentando nos últimos anos, a temática tem se tornado interesse de diversos estudiosos. Na academia, uma literatura crescente tem estudado o artesanato na contemporaneidade (Poser, 2008; Holmes, 2015; Corey, 2023), sob a ótica do desenvolvimento (Jones, Van-Assche & Parkins, 2021; Teixeira et al., 2011; Bellver et al., 2023), da sustentabilidade (Chen, 2022; Brown & Vacca, 2022), dentre outros.

Entretanto, embora a área venha sendo foco de diferentes pesquisas, nota-se que ainda existem lacunas a serem respondidas, tais como, estudos que abordem o artesanato e a economia criativa, haja vista que a literatura existente trabalha outras perspectivas das indústrias criativas (Moore, 2014; Austin, Hjorth & Hessel, 2018; Luckman, 2018; Campbell, 2021). Assim, considerando tal situação, este artigo tem como objetivo determinar as principais dimensões de estudos sobre economia criativa e artesanato nas publicações científicas, no período de 1945 a 2022.

A estrutura deste trabalho, além desta introdução, é formada por outras quatro seções. A segunda seção apresenta uma breve fundamentação teórica da indústria criativa e do setor artesanal. Na seção seguinte descreve-se o percurso metodológico adotado nesta pesquisa, seguido da análise dos dados. Por fim, a última seção consiste nas considerações finais sobre a pesquisa.

2 Indústria Criativa e o Setor do Artesanato

Com o advento da sociedade do conhecimento as relações entre informação, criatividade e conhecimento se intensificaram. A partir disso, surgiram diversos mecanismos de promoção e incentivo ao mercado baseado na criatividade e, conseqüentemente, as indústrias criativas passaram a se destacar e contribuir para o desenvolvimento dos países por meio de seus produtos e serviços simbólicos. Conforme a UNCTAD (2008), após o surgimento desse setor inúmeras definições e interpretações sobre a temática começaram a aparecer.

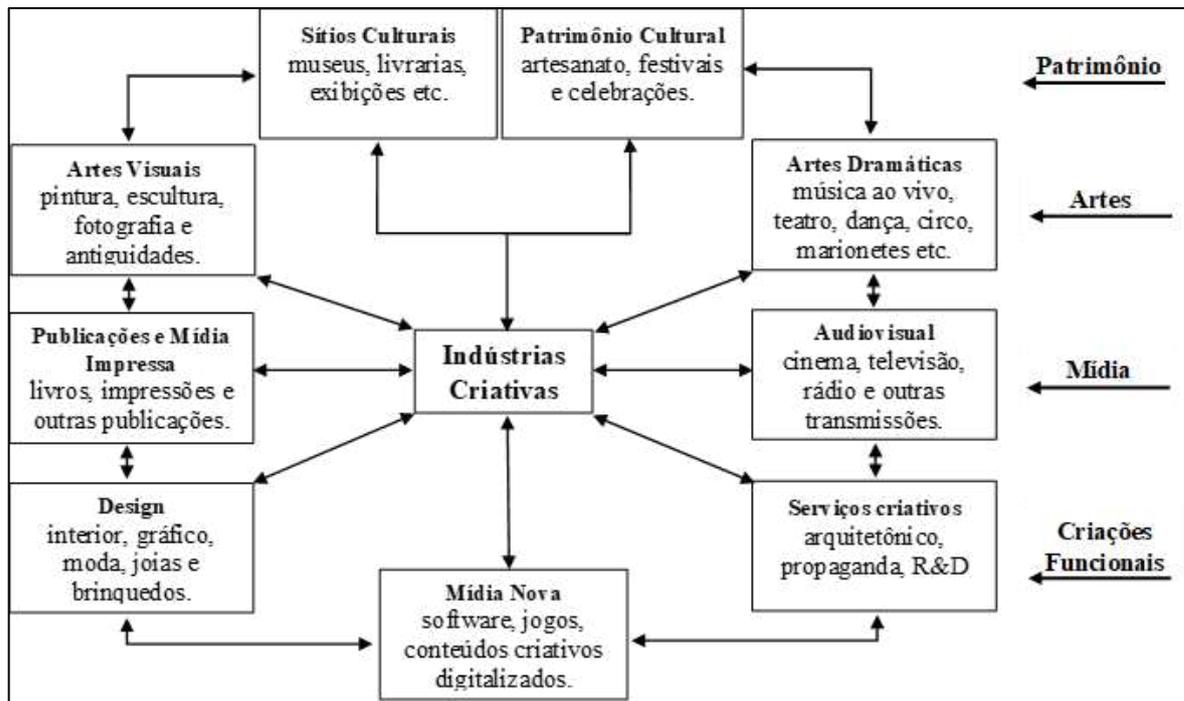
De acordo com o Departamento de Cultura, Mídia e Esporte da Grã-Bretanha (2001), as indústrias criativas “tem sua origem na criatividade, habilidade e talento individual e que têm potencial para a criação de riqueza e emprego através da geração e exploração de recursos intelectuais”, logo, pode-se dizer que a propriedade intelectual é um dos principais insumos responsáveis pelo desempenho econômico de tal setor. Outrossim, esse tipo de indústria se destaca por ter um meio de produção que busca priorizar o intangível, o simbólico e o único (Reis, 2008). Martinaityte & Kregzdaite (2015) as descreveram como um setor multidisciplinar que conecta tecnologia, ciência, cultura e negócios.

Dessa forma, por meio da propriedade intelectual (DCMS, 2005; Lugoboni et al., 2014) as indústrias criativas produzem bens e serviços criativos que excedem os limites tradicionais com suas formas peculiares e impactam a economia e os diversos contextos sociais (Howkins, 2001; Reis, 2012; Linhares & Da Silva, 2018). Hesmondhalgh (2002) corrobora ao pontuar que elas são responsáveis por gerar significado social.

Ademais, considerando a importância que as indústrias criativas possuem para a economia, Howkins (2001) pontua que a relação entre criatividade e economia tende a gerar valor e riqueza, fato que Gibbon (2011) destaca ao descrever que as atividades dessa área são responsáveis pelo crescimento nas economias. Nota-se, portanto, que a relevância econômica das indústrias criativas é um fenômeno crescente, no qual a criatividade, o conhecimento e a cultura possuem papel de protagonistas.

Para tanto, o relatório da UNCTAD traçou um perfil das indústrias desse setor e propôs um modelo de apoio à definição delas como instrumento norteador de política pública, agrupando-as em grupos, como apresentado na Figura 1.

Figura 1 – Classificação para as indústrias criativas



Fonte: UNCTAD, 2012.

Conforme a Figura 1, a UNCTAD classifica as indústrias criativas em quatro grupos e nove subgrupos, a saber, patrimônio (sítios culturais e patrimônio cultural), artes (artes visuais e artes dramáticas), mídia (publicações e mídia impressa) e criações funcionais (design, mídia nova e serviços criativos). Salienta-se que todos esses setores tem como base a propriedade intelectual (Andres & Round, 2015).

Focando no subgrupo do patrimônio cultural, especialmente nas indústrias criativas do artesanato, pode-se dizer que este setor se apresenta como uma tendência fundamental da economia criativa, visto que contribui para o desenvolvimento local e crescimento econômico (Oliveira, 2007; Bouette & Magee 2015). Ademais, se destaca por prezar pelos costumes e tradições, fatores representativos do patrimônio (Khongphokhanun, Koseyayothin & Somtrakool, 2013), além de possuir em sua estética características únicas, que aliada a criatividade e as habilidades do produtor gera produtos e serviços que impactam a economia (Khaire 2019).

Graças à capacidade de conectar saberes e habilidades, a indústria criativa do artesanato tem representado um ressurgimento econômico (Friel, 2020), uma vez que essa atividade demonstra como os trabalhadores e as comunidades podem prosperar e se desenvolver frente ao capitalismo (Jones, Van-Assche & Parkins, 2021).

Dessa forma, o artesanato é definido como uma atividade econômica que transforma matérias-primas em artefatos, os quais são decorrentes do feito à mão, munidos de criatividade e valor cultural (Mascêne & Tedeschi, 2010; Albino, 2014). Logo, é considerado algo tradicional que combina o conhecimento e a habilidade do produtor (Jakob & Thomas 2015; Sennett, 2009), se contrapondo à produção padronizada (Luckman, 2015).

Para tanto, o artesanato surge como uma atividade criativa impulsionadora do desenvolvimento, visto que movimentada a economia local através da geração de emprego e renda (IBGE, 2018; Abisuga-Oyekunle & Fillis, 2016; Yang et al., 2018), sendo, portanto, um mecanismo basilar de ganhos financeiros (Sehnm et al., 2020). Para além disso, essa atividade representa a identidade de um povo, refletindo seus aspectos culturais e simbólicos que perpassam gerações (Borges, 2011; Brandão, Silva & Fischer, 2012).

Entretanto, embora a literatura apresente estudos que envolva o artesanato, nota-se a falta de pesquisas que abordem a economia criativa e o artesanato. Portanto, realizar estudos que envolvam esses dois campos, torna-se fundamental para compreender as categorias e aspectos centrais que vêm sendo exploradas na literatura e que, conseqüentemente, tem contribuído para o avanço da área.

3 Procedimentos Metodológicos

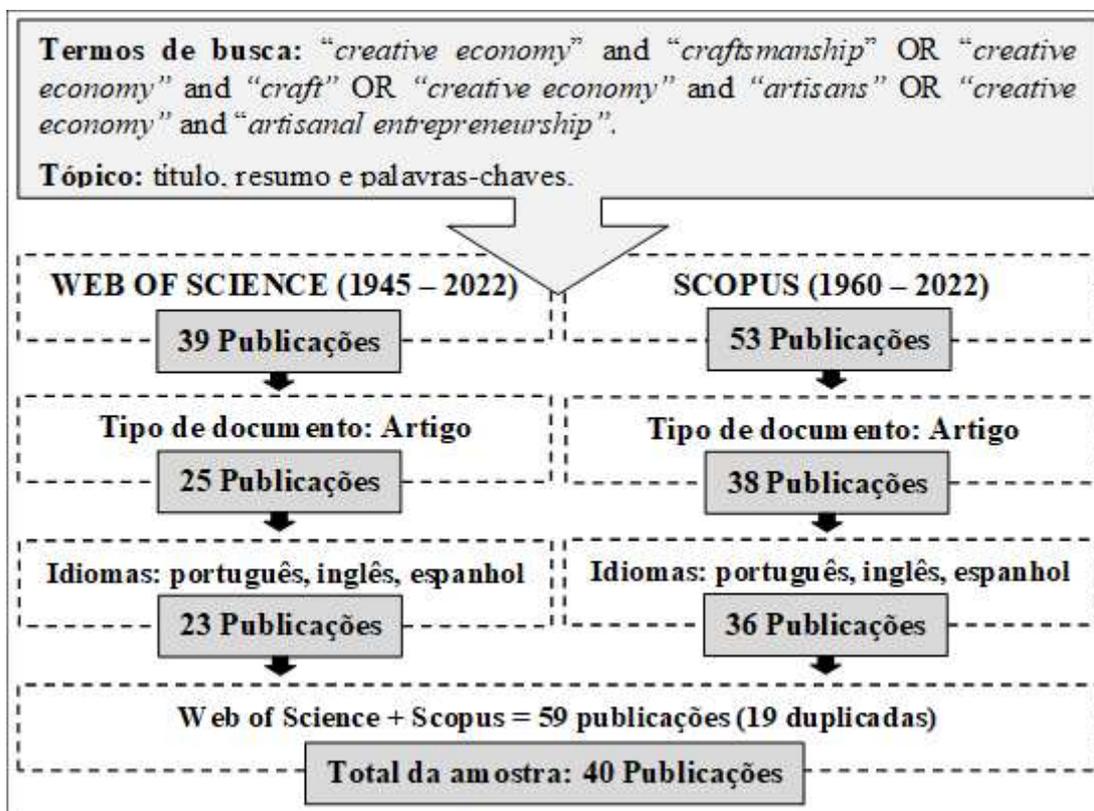
Este estudo é uma revisão sistemática da literatura utilizando um *software* de análise de dados qualitativos assistidos por computador - CAQDAS (Rademaker, Grace & Curda, 2012), com o intuito de identificar as categorias e principais aspectos que vem sendo abordado pelos estudiosos da economia criativa, especialmente no campo do artesanato.

O levantamento bibliográfico foi realizado através de consulta nas bases de dados da *Scopus* e *Web of Science*, consideradas tradicionais, a nível de periódicos internacionais, sendo, portanto, referência para pesquisas de diferentes áreas científicas (Mongeon & Paul-Haus, 2016). A busca foi realizada a partir dos termos “*creative economy*” and “*craftsmanship*” OR “*creative economy*” and “*craft*” OR “*creative economy*” and “*artisans*” OR “*creative economy*” and “*artisanal entrepreneurship*”, contendo no título, resumo e palavras-chaves dos artigos, publicados entre os anos de 1945 a 2022.

A coleta da pesquisa resultou em um total de 58 artigos, distribuídos em 35 publicações na base *Scopus* e 23 artigos científicos na base *Web of Science*. Entretanto, foi realizado um cruzamento dos artigos e detectado a repetição de 18 documentos. Quanto ao refinamento, foram incluídas apenas as publicações classificadas na modalidade artigo, publicados em

português, inglês e espanhol. Após a retirada dos artigos duplicados e dos refinamentos, resultou-se em uma base com 40 documentos. Esses passos estão detalhados na Figura 2.

Figura 2 – Procedimento de coleta de dados e definição da amostra do estudo



Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Com relação aos procedimentos técnicos, a priori, para obter informações das publicações, a exploração dos dados foi feita através do *Bibliometrix*, pacote do *software R*, que fornece diversas opções de análises para pesquisas em bibliometria. Além disso, para compreender as abordagens que envolvem a pesquisa, os títulos, palavras-chaves e resumos dos artigos foram submetidos à análise textual lexicográfica, com auxílio do *Incerfade de R pour Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires (Iramuteq)*, *software* gratuito e desenvolvido sob a lógica *open source*, que realiza a categorização dos dados textuais por meio da semelhança dos vocabulários presentes no texto, na intenção de auxiliar na compreensão dos sentidos e, portanto, apontar elementos representativos referentes ao estudo (Camargo & Justo, 2013). Para tanto, será realizada a Classificação Hierárquica Descendente, Análise Fatorial por Correspondência e Análise de Similitude como métodos de tratamento dos dados.

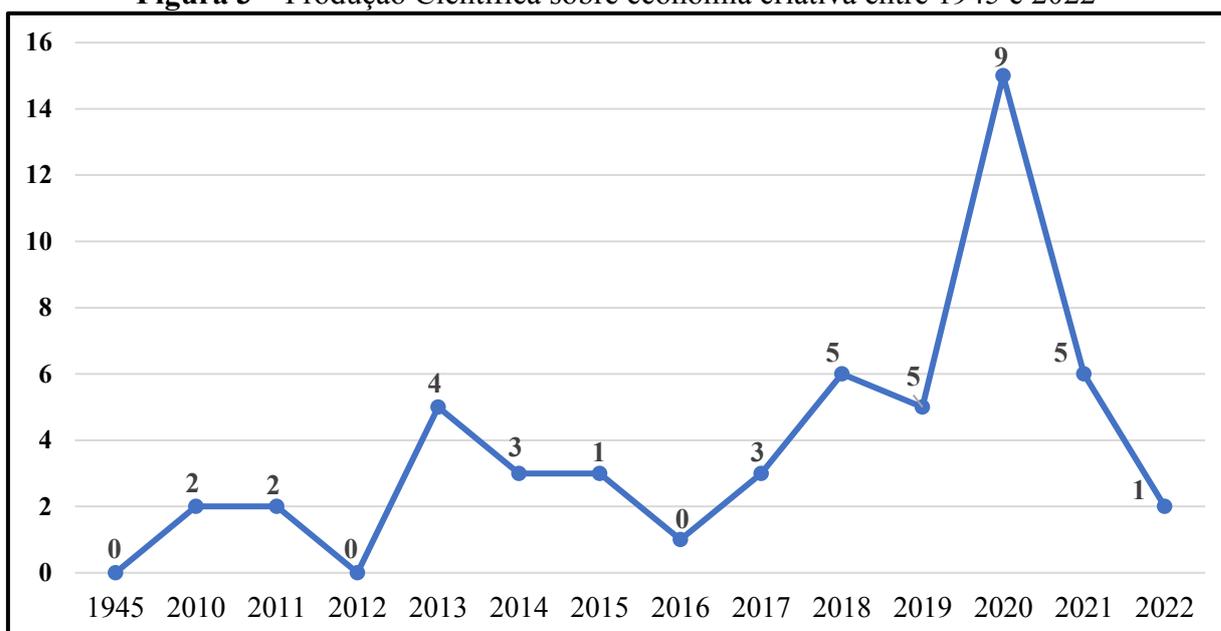
4 Apresentação e Análise dos Resultados

Os resultados são demonstrados em duas subseções: Inicialmente, para identificar o comportamento da literatura sobre economia criativa será apresentado o crescimento quantitativo da produção científica, o impacto dos autores, artigos mais citados, periódicos e países mais influentes. Em seguida, será apresentado a Classificação Hierárquica Descendente, Análise Fatorial por Correspondência e Análise de Similitude.

4.1 Indicativos quantitativos da produção científica

O quantitativo dos 40 artigos científicos indexados na base da *Scopus* e na *Web of Science* durante o período de 1945 até 2022, pode ser visualizado na Figura 3 representada pelo gráfico de linha de quantidade de publicações por ano.

Figura 3 – Produção Científica sobre economia criativa entre 1945 e 2022



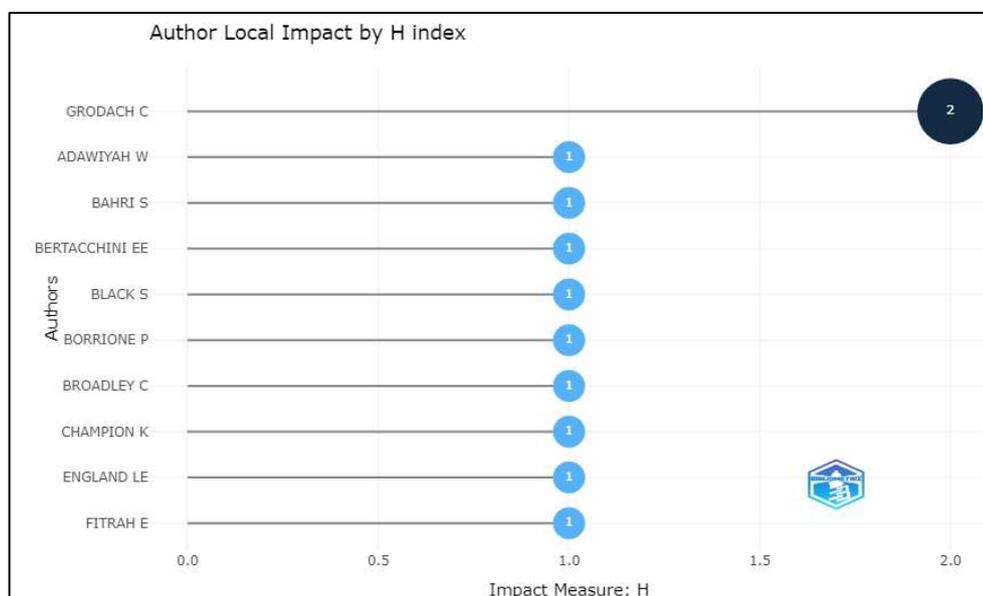
Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

Conforme a Figura 3, entre os anos de 1945 e 2009 não existe registro de publicação sobre a temática nas duas plataformas. Os primeiros artigos foram publicados em 2010, intitulados *What'll it be? Cocktail bartenders and the redefinition of service in the creative economy*, de autoria de Ocejo, e *Planning for the creative economy: The live music scene in Halifax*, dos autores Grant, Hagget & Morton. Observa-se no decorrer dos anos um pequeno crescimento nas publicações do campo, seguido de oscilações. No entanto, em 2020 houve um aumento considerável de produções quando comparado com os outros períodos, concentrando aproximadamente 22% do total de publicações sobre economia criativa e artesanato. Para tanto,

embora o ano de 2020 tenha apresentado o maior número de publicações, constata-se que a tendência geral foi de poucas produções científicas publicadas no campo.

A Figura 4 apresenta o impacto individual dos autores da área a partir do índice H (h-index), proposto por Hirsch (2005), para conciliar a produtividade do autor com seu impacto. Esta maneira de avaliar torna-se necessária, visto que analisar apenas a quantidade de publicações pode ocultar a relevância de cada artigo (Thomaz, Assad & Moreira, 2011). Com base na Figura 4, Grodach possui o índice igual a 2, isto indica que pelo menos 2 trabalhos dele tiveram no mínimo 2 citações por outros artigos. Logo, ele é o pesquisador que apresenta maior impacto quando comparado aos demais.

Figura 4 – Impacto do Autor



Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

Na Tabela 1, apresenta-se a classificação dos dez artigos mais citados no período estudado, seus respectivos autores, ano de publicação e periódicos. Confrontando os dados da Figura 4 com os da Tabela 1, nota-se que os dois trabalhos de Grodach, autor com maior impacto, estão entre os três artigos mais citados. Destaca-se que, embora a publicação de Bertacchini & Borrione, (2013) seja a segunda mais citada, os autores encontram-se com um índice igual a 1, quanto ao impacto.

Tabela 1 - Ranking dos artigos mais citados

N	Autor	Título do Artigo	Periódico	Citações
1	Grodach, (2011)	Art Spaces in Community and Economic Development:	Journal of Planning	159

		Connections to Neighborhoods, Artists, and the Cultural Economy	Education and Research	
2	Bertacchini & Borrione, (2013)	The Geography of the Italian Creative Economy: The Special Role of the Design and Craft-based Industries	Regional Studies	74
3	McRobbie, (2013)	Fashion matters Berlin; city-spaces, women's working lives, new social enterprise?	Cultural Studies	36
4	Grodach, O'Connor & Gibson (2017)	Manufacturing and cultural production: Towards a progressive policy agenda for the cultural economy	City, Culture and Society	35
5	Luckman, (2018)	Craft entrepreneurialism and sustainable scale: resistance to and disavowal of the creative industries as champions of uilding ta growth	Cultural Trends	26
6	Ocejo, (2010)	What'll it be? Cocktail bartenders and the redefinition of service in the creative economy	City, Culture and Society	19
7	McHattie, Champion & Broadley (2018)	Craft, textiles, and cultural assets in the Northern Isles: Innovation from tradition in the Shetland Islands	Island Studies Journal	18
8	Sjölander-Lindqvist, Skoglund & Laven (2020)	Craft beer – building social terroir through connecting people, place and business	Journal of Place Management and Development	15
9	Leissle, K. (2017)	“Artisan” as Brand: Adding Value In A Craft Chocolate Community	Food, Culture and Society	14
10	Da Costa, D. (2015)	Sentimental capitalism in contemporary India: Art, heritage, and development in Ahmedabad, Gujarat	Antipode	11

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

O artigo intitulado “*Art Spaces in Community and Economic Development: Connections to Neighborhoods, Artists, and the Cultural Economy*” do autor Grodach (2011), representa o estudo mais citado, com 159 citações. Esse trabalho foi publicado no *Journal of Planning Education and Research*, e busca identificar a contribuição dos espaços de artes para o desenvolvimento comunitário e econômico, através de um estudo empírico na região de Dallas-Fort Worth (Grodach, 2011).

O segundo artigo mais citado, “*The Geography of the Italian Creative Economy: The Special Role of the Design and Craft-based Industries*”, de Bertacchini & Borrione (2013), obteve 74 citações, e foi publicado no *Regional Studies*. Esse artigo analisa a estrutura da economia criativa italiana e seus padrões geográficos de localização, cidade conhecida por sua rica herança cultural e por se destacar na produção artesanal baseada no design (Bertacchini & Borrione, 2013).

O artigo “*Fashion matters Berlin; city-spaces, women’s working lives, new social enterprise?*” de autoria de McRobbie (2013), foi publicado na *Cultural Studies*, e se encontra como o terceiro mais citado, com 36 citações. Esse trabalho tem como foco de pesquisa o design de moda no contexto da economia criativa, no qual os autores investigaram os processos que sustentam tal setor (McRobbie, 2013).

O quarto artigo mais citado “*Manufacturing and cultural production: Towards a progressive policy agenda for the cultural economy*”, de Grodach, O’Connor & Gibson (2017), foi publicado no periódico *City, Culture and Society*, e apresentou 35 citações. Os autores partem da união entre a economia cultural e o trabalho feito à mão, e como o próprio título do artigo indica, é realizado um estudo teórico em torno da política urbana e da economia cultural, abordando questões políticas e alternativas voltadas para as indústrias culturais, pequenas manufaturas e produção artesanal (Grodach, O’Connor & Gibson, 2017).

Luckman (2018) aparece na quinta posição com seu artigo “*Craft entrepreneurialism and sustainable scale: resistance to and disavowal of the creative industries as champions of building growth*”, publicado na *Cultural Trends*, com 26 citações. Ele faz uma análise sobre os discursos que permeiam os artesãos frente às ideias capitalistas convencionais. Conforme o autor, “fazer o que você ama” sugere que a prática artesanal vai além do financeiro, envolve também um trabalho pautado em valores (Luckman, 2018).

A publicação “*What’ll it be? Cocktail bartenders and the redefinition of service in the creative economy*”, de autoria de Oejo (2010), é proveniente do periódico *City, Culture and Society*, e se encontra na sexta posição do *ranking*, possuindo 19 citações. Neste trabalho é realizado um estudo etnográfico no campo da produção artesanal, no intuito de identificar o papel da criatividade no trabalho no âmbito da economia criativa (Oejo, 2010).

O sétimo artigo mais citado “*Craft, textiles, and cultural assets in the Northern Isles: Innovation from tradition in the Shetland Islands*”, de McHattie, Champion & Broadley (2018), foi publicado no *Island Studies Journal*, e apresenta 18 citações. Esse artigo estudou a inovação em design na economia criativa nas Ilhas do Norte da Escócia, especificamente, no arquipélago de Shetland, no intuito de delinear uma abordagem de inovação de design focada em articular o valor dos saberes coletivos e das capacidades inovadoras do artesanato (McHattie, Champion & Broadley, 2018).

O artigo “*Craft beer: building social terroir through connecting people, place and business*”, dos autores Sjölander-Lindqvist, Skoglund & Laven (2020), oriundo do *Journal of Place Management and Development*, aparece na oitava posição, com 15 citações. A pesquisa

está voltada para o setor gastronômico artesanal, e busca propor o conceito de *terroir* social para se aprofundar nas condições fenomenológicas e epistemológicas do empreendedorismo alimentar de pequena escala (Sjölander-Lindqvist, Skoglund & Laven, 2020).

A publicação “*Artisan as Brand: Adding Value In A Craft Chocolate Community*”, de Leissle (2017), foi publicada no periódico *Food, Culture and Society*, e se encontra na nona colocação, possuindo 14 citações. Neste trabalho, o autor busca investigar o artesão enquanto profissional que agrega valor ao produto e a comunidade, deixando de ser conhecido meramente como a “classe trabalhadora” (Leissle, 2017).

Da Costa (2015) aparece na décima posição do *ranking* com o artigo intitulado “*Sentimental capitalism in contemporary India: Art, heritage, and development in Ahmedabad, Gujarat*” publicado na *Antipode*, com 11 citações. O autor realiza uma discussão em torno da economia criativa, ao investigar espaços de produção artística e patrimonial em Ahmedabad, Índia, sob a ótica do conceito de capitalismo sentimental (Da Costa, 2015).

4.2 Indicativos quali-quantitativos da produção científica

4.2.1 Classificação Hierárquica Descendente

A análise lexicográfica se baseia na proximidade, frequência e percentual de força da relação entre as palavras do corpus textual. Assim, a análise do corpus proveniente dos 40 resumos dos artigos foi subdividida em 195 segmentos de texto (TS), e denotou 6.962 ocorrências de palavras, apresentadas em 1.739 formas distintas, com a frequência média de 35 palavras para cada forma.

Dessa forma, por meio da Classificação Hierárquica Descendente, foram analisados os 147 segmentos de texto, retendo 75,38% do total de textos para elucidação das classes, garantindo, portanto, a confiabilidade da análise, visto que o índice mínimo de Unidades de Contexto Elementares (UCE) aceitável para processar os dados é de 70% (Camargo & Justo, 2013). Assim, Tabela 2 mostra um resumo desta análise.

Tabela 2 - Características do Corpus Textual

Nº Ocorrências	Nº de Palavras	Média de palavras segmento	Nº de Palavras ≥ 3	Lemas	Nº de Segmento Textual	Nº de Segmentos Classificados	Nº de Grupos	Nº de Classes
6.962	1.739	35	373	1.469	195	147	2	4

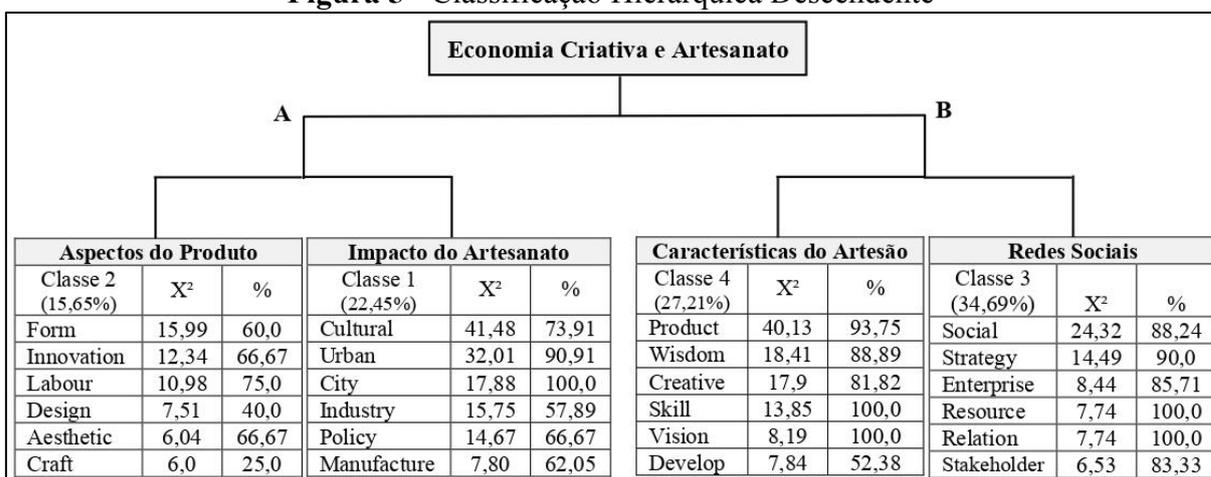
Fonte: Elaborado pelos autores, a partir do Iramuteq.

Por meio do processamento o diagrama resultou em 2 grupos independentes (A e B), que emergiram 4 classes, subdivididas e agrupadas segundo correlação entre elas, e que se relacionaram aos aspectos relativos à economia criativa e o artesanato (Figura 5). Para a configuração das classes, se estabeleceu como critérios de inclusão as 6 palavras mais relacionadas a temática em estudo, cujo qui-quadrado (χ^2) exibisse valor de significância $p \leq 0,01$, que conforme a escala de significância de Fisher corresponde à evidência forte.

Assim, a Figura 5 denota as palavras organizadas em um dendrograma e suas respectivas classes, as quais são advindas das partições de conteúdo dos resumos. O primeiro grupo, formado pelas classes 2 e 1, representou 38,1% dos segmentos de texto. Complementarmente, o segundo grupo composto pelas classes 4 e 3, foi o mais representativo, totalizando 61,9% dos segmentos de texto.

A classe 1 representa 22,45% (33 de 147 TS), enquanto a classe 2 abrange 15,65% (23 de 147 TS), a classe 3 comporta 34,69% (51 de 147 TS) e a classe 4 contém 27,21% (40 de 147 TS). Destaca-se que as classes foram originadas através da análise da semelhança das palavras. Contudo, a interpretação de cada uma delas ocorre por meio da análise do pesquisador, com o resgate dos textos em que os vocábulos foram retirados. Logo, para análise dos dados foi necessário realizar a leitura dos artigos estudados.

Figura 5 - Classificação Hierárquica Descendente



Fonte: Elaborado pelos autores, a partir do Iramuteq.

Na Figura 5, visualiza-se o dendrograma que apresenta as quatro classes advindas das publicações. Os vocábulos presentes na classe 1 (*Cultural, urban, city, industry, policy e manufacture*), permitiram a denominação de “Impactos do Artesanato”, representado por 22,45% dos segmentos de texto analisados. Essas palavras vão ao encontro com os pensamentos

de autores que abordam as indústrias criativas sob a ótica do desenvolvimento (Scott, 2004; Liu & Chiu, 2017). Conforme McHattie, Champion & Broadley (2018), considerando a capacidade que o artesanato tem de desenvolver economias, tal atividade tem se tornado um meio de reestruturação das economias locais e, conseqüentemente, uma forma de estímulo da economia criativa.

Para tanto, além de ser uma atividade econômica ligada a identidade e cultura local, o artesanato também se destaca pela capacidade de gerar emprego e renda local (Abisuga-Oyekunle & Fillis, 2016). Assim, pode-se dizer que uma localidade com maior concentração de trabalhadores criativos, tais como, artesãos, tende a possuir um melhor desempenho econômico, visto que esses atores possuem capacidade de se desenvolver de acordo com o próprio estilo de vida e os atrativos turísticos (Florida, 2002; Richards, 2009). Logo, dada a importância do artesanato e seu impacto na sociedade, desenvolver e aprimorar políticas públicas que impulsionem a economia criativa é fundamental, principalmente no setor artesanal, haja vista que os trabalhadores desse ramo enfrentam diariamente diversos desafios para acompanhar o mercado (Makhitha, 2015; Grodach, O'Connor & Gibson, 2017).

Conforme o relatório da UNCTAD (2010), dentre os princípios das indústrias criativas tem-se a criação, produção e distribuição de produtos e serviços. Assim, a classe 2, “Aspectos do Produto”, que representou 15,65% dos dados textuais analisados, se associa aos princípios propostos em tal documento. As palavras “*Form, innovation, labour, design, aesthetic e craft*” denotaram uma compreensão pautada na produção do produto, fator que possui um papel fundamental no processo de compra e venda, representando não somente a estética, mas também, a valorização do caráter manual e cultural da peça, isso porque, apresenta características culturais da região em que se é produzida, tornando, assim, a cultura como essência da criatividade. Logo, a estética dos produtos culturais e criativos se mune por uma linguagem que remete a cultura de determinada região (Wang, 2018; Yeh & Lin, 2011).

Ademais, o “*design*”, termo que também compõe a classe 2, se destaca na produção por possuir um elo com a inovação (Broadley, Champion & McHattie, 2017). Wang (2018), ao realizar um estudo sobre os produtos culturais criativos, pontua que aspectos como a inovação no design tende a despertar o interesse dos clientes. Entretanto, aderir ao design cultural e artesanal nos produtos tem sido um dos grandes entraves para as indústrias criativas (Adamson, 2007), fato que pode ser decorrente da falta de oportunidades que indivíduos e comunidades artesanais encontram para crescer e desenvolver sua arte (Jones, Van-Assche & Parkins, 2021).

A classe 3 foi intitulada “Redes Sociais”, totalizando 34,69% do corpus analisado. Emergiram como principais palavras dessa classe: “*Social, strategy, enterprise, resource, relation, stakeholders*”. Tal classe condiz com a percepção de Potts et al., (2008), ao entenderem que as indústrias criativas funcionam a partir de redes de colaboração, que estão inseridas nos “mercados de redes sociais” originados através de interações.

Dessa forma, pode-se dizer que é através de contatos que as relações se estruturam e se fortalecem, gerando, assim, conexões entre os atores envolvidos (Reyes Jr. et al., 2012), criando uma espécie de “nós” entre eles (Lazzarini, 2008). Sob o viés econômico, as redes das indústrias criativas e culturais proporcionam acesso ao mercado e aos recursos, como também a troca de ideias e experiências. Logo, considerando que as redes servem como suporte aos profissionais criativos, prezar por esses vínculos pode ser visto como uma das estratégias possíveis para o fortalecimento do artesanato (Comunian, 2011).

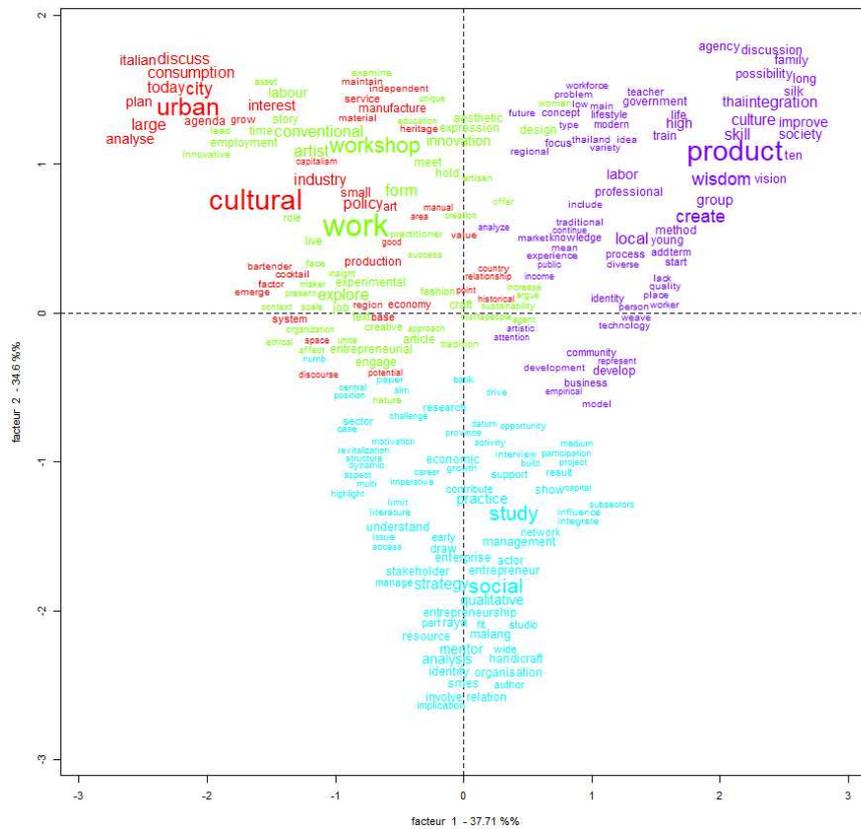
Por fim, a classe 4, denominada “Características do Artesão” que englobou 27,21% dos segmentos textuais, destacou os vocábulos “*Product, wisdom, creative, skill, vision, develop*”, revelando elementos relacionados as habilidades do profissional criativo, temática que se alinha com as pesquisas de Florida (2002, 2011), o qual classifica os trabalhadores criativos de acordo com suas ocupações, dentre elas o artesão (artista), que se expressa através da habilidade de criar produtos criativos (Gouvêa & Vôra, 2018).

De acordo com Florida (2002) os membros da classe criativa se diferenciam pelo conhecimento e criatividade que possuem. Esse tipo de trabalhador se mune de atributos exclusivamente humanos, algo seletivo, que o permite gerar conteúdos criativos – novas ideias e tecnologias –, e criar produtos e serviços inovadores, através da autonomia e da oportunidade de se expressar, despertando, assim, interesse nos clientes (Flew, 2012; Stasiulis, 2017).

4.2.2 Análise Fatorial por Correspondência

Na Figura 6, tem-se a Análise Fatorial de Correspondência (AFC) com as classes divididas nos quadrantes do plano cartesiano, o que permite ter uma melhor visualização das palavras. O tamanho dos termos é diretamente proporcional à sua importância dentro da respectiva classe.

Figura 6 - Divisão das Classes por Análise Fatorial de Correspondência (AFC)



Fonte: Elaborado pelos autores, a partir do Iramuteq.

Com base na Figura 6, percebe-se nitidamente a divisão das classes através do agrupamento das palavras em suas devidas categorias. A classe aspectos do produto (verde) encontra-se no quadrante 1, apresentando também alguns termos centralizados no plano, se posicionando no cruzamento entre eixos e se subdividindo nos quatro quadrantes. Assim, apesar dessa classe apresentar uma maior força no quadrante 1, nota-se que ela também interage com as outras três categorias. Isso sugere que os aspectos do produto estão associados com as outras categorias geradas, sobretudo, com o impacto do artesanato.

Concentrada no quadrante 1, na parte superior do plano encontra-se a classe dos impactos do artesanato (vermelho) que interage fortemente com a classe dos aspectos do produto. Com predominância no segundo quadrante, a classe características do artesão (lilás) interage também com o quarto quadrante, especificamente com a classe das redes sociais (azul), esta que se subdivide entre o terceiro e quarto quadrante.

Portanto, nota-se que a figura evidencia as classes impactos do artesanato, características do artesão e redes sociais circundando e interagindo com a classe aspectos do produto, mas com pouca interseção entre elas, o que reforça a visão de todos os segmentos

estarem bem delimitados, interagindo em maior intensidade com a classe que abriga os elementos relacionados a produção do produto.

4.2.3 Análise de Similitude

Em uma última etapa, realizou-se a análise de similitude, que explora as conexões entre os eixos centrais, deixando em destaque as ocorrências simultâneas entre os termos e facilitando a visualização dos resultados (Marchand & Ratinaud, 2012). Em geral, ela sintetiza as classes que foram geradas na classificação hierárquica descendente. Assim, na Figura 7 é possível identificar as expressões mais utilizadas no contexto da economia criativa e do artesanato.

Observa-se que as palavras centrais do estudo “*creative*” e “*economy*” aparecem em destaque com ramificações aos demais termos. Pela análise de similitude (Figura 7), existe uma forte relação entre a temática principal estudada com “*cultural*”, termo que está presente em diversos estudos (Marinho, 2014; Grodach, O'Connor & Gibson, 2017; Montalto et al., 2023) que envolve a área, tais como, o trabalho de Yeh & Lin (2011), intitulado *Applying Local Culture Features into Creative Craft Products Design*, em que se busca analisar a integração das características da cultura local no design de produtos culturais criativos.

Outra palavra que merece destaque pela importância no campo em estudo é “*value*”, vocábulo que está centralizado na análise e é foco de estudos por autores da área (Prempree, Chantachon & Wannajun, 2014; Leissle, 2017; Broadley, Champion & McHatter, 2017), dentre eles, Tuite & Horton (2019), com o artigo “*Crafting symbolic value: art, craft and independent fashion*”, que abordou o valor simbólico e cultural envolvido nas interações entre os setores da moda, das artes e do artesanato.

No mesmo espaço gráfico existem outros termos que possuem relações com “*creative*” e “*economy*” e que são fundamentais para a área, a saber, “*innovation*”, que dentre os estudos (Broadley, Champion & McHattie, 2017; Wanniarachchi, Dissanayake & Downs, 2020) está presente na pesquisa dos autores McHattie, Champion & Broadley (2018), intitulada *Craft, textiles, and cultural assets in the Northern Isles: innovation from tradition in the Shetland Islands*, no qual abordam a inovação em design voltada para a articulação do saber coletivo, do artesanato e dos profissionais criativos. Ademais, dada a sua importância no contexto da economia criativa, vale evidenciar a palavra “*industry*” (Budziewicz-Gruźlecka, 2017; Liu & Chiu, 2017) esta que se destaca pela proximidade dos termos centrais de estudo, confirmando, portanto, sua importante relação com a pesquisa.

trabalhos através do *software* IRAMUTEQ, gerando a Classificação Hierárquica Descendente, análise fatorial por correspondência e análise de similitude.

No tocante as publicações que envolvem os dois termos em estudo, observou-se que os primeiros trabalhos surgiram somente a partir de 2010, indicando ser um campo de pesquisa recente. No decorrer dos anos houve um pequeno crescimento nas publicações, seguido de oscilações. Embora o ano de 2020 tenha apresentado o maior quantitativo de publicações, constatou-se que a tendência geral foi de poucas produções na área entre o período estudado.

Em relação aos autores mais influentes, Grodach é o pesquisador que apresenta maior impacto quando comparado com os demais, possuindo o índice H igual a 2, o que indica que pelo menos 2 trabalhos dele tiveram no mínimo 2 citações por outros artigos. O mesmo autor se destaca por possuir o artigo mais citado, qual seja “*Art Spaces in Community and Economic Development: Connections to Neighborhoods, Artists, and the Cultural Economy*”. Ademais, Grodach é o pesquisador com maior número de citações.

Com a análise do *software* IRAMUTEQ, verifica-se que os estudos sobre a área estão divididos em 4 categorias de pesquisas que permeiam a temática estudada, a saber, impactos do artesanato, aspectos relacionados ao produto artesanal, redes sociais e características do artesanato. Essas dimensões estão divididas em dois grupos, no qual foi possível identificar que o grupo A possui mais abordagens teóricas, tipologias e classificações sobre a temática do que o grupo B, este que por sua vez, se concentra mais na aplicação de pesquisas empíricas, com experiências práticas voltadas para a área.

Com relação aos artigos analisados, observou-se que nos métodos científicos apresentados existe uma predominância de pesquisas empíricas, com abordagem qualitativa, e, como procedimento de coleta de dados o uso de entrevistas. Quanto a análise de dados, prevaleceu a análise de conteúdo. Ademais, a área que mais apresentou estudos sobre a temática foi a de ciências sociais, seguido de artes, negócios e gestão, respectivamente.

Dessa forma, este estudo contribuiu para o campo da economia criativa e do artesanato ao fornecer uma visão geral do andamento do campo e identificar as dimensões e elementos mais representativos, bem como suas conexões, por meio de uma visão das produções científicas (1945-2022) publicadas nas bases de dados *Scopus* e *Web of Science*. Além disso, a revisão sistemática da literatura trouxe contribuições relevantes ao identificar autores e publicações científicas que abordam os elementos encontrados. Contudo, a pesquisa identificou que ainda existe uma literatura escassa, principalmente brasileira.

Esta pesquisa teve como limitação ter abrangido somente trabalhos científicos publicados nas bases de dados da *Web of Science* e *Scopus*. Entretanto, para minimizar tal limitação, deve-se reconhecer que os periódicos de maior prestígio estão nestas bases. Logo, os trabalhos abordados nesta pesquisa tendem a ser notáveis no campo.

Por ser uma área relativamente nova na academia e considerando que esta pesquisa identificou poucas produções, propõe-se novos trabalhos sob outras perspectivas teóricas, com o intuito de se aprofundar nos estudos sobre economia criativa e artesanato. Aponta-se também a necessidade de se avançar em pesquisas empíricas sobre a temática no contexto brasileiro.

CAPÍTULO 3

ECONOMIA CRIATIVA E ARTESANATO: O CASO DO PROJETO SEREIAS DA PENHA

ARTESANATO E ECONOMIA CRIATIVA: O CASO DO PROJETO SEREIAS DA PENHA

Resumo:

Baseado na criatividade, habilidades e talentos individuais, o artesanato e a economia criativa se destacam pela geração de empregos e renda por meio da exploração da propriedade intelectual. Assim, considerando a relação existente na literatura entre os dois temas, o objetivo desse trabalho é analisar as interfaces entre o artesanato e a economia criativa, a partir de um estudo de caso no Projeto de Artesãs Sereias da Penha. Para isso, a partir da literatura estudada, foi identificado elementos que se assemelham em ambas as temáticas, a saber, características do produtor (saber tradicional, criatividade e competências empreendedoras); Aspectos do produto (valor simbólico e criatividade); Redes sociais (interações entre atores); e Impactos do produto (ambiental, econômico e social). Assim, foi realizado um estudo de caso, de natureza qualitativa/exploratória. A coleta se deu por meio de entrevistas semiestruturadas, bem como dados secundários. Os dados foram analisados a partir da análise de conteúdo, com auxílio do software ATLAS.ti. Os resultados apontam que o saber tradicional transmitido pelo artesão contribui para a economia criativa, uma vez que tem como fator chave o conhecimento tradicional. Além disso, o valor simbólico do produto é um atributo essencial para ambas as temáticas, visto que possui alto valor cultural. Ademais, as interações sociais surgem como facilitadoras das capacidades criativas locais, dado que tende a fortalecer a área da economia criativa e do artesanato, nos aspectos econômicos, sociais e ambientais.

1 Introdução

A origem do artesanato está intimamente relacionada com o surgimento do homem. Na idade média esse tipo de atividade era frequente, pois as produções oriundas do trabalho cooperado surgiam como um meio utilizado para suprir as necessidades de mercado e consumo da época. Entretanto, frente às evoluções ocorridas ao longo dos anos, o setor passou por vários desafios devido ao advento da sociedade industrial, no qual se desenvolveu uma preferência por objetos produzidos pelas máquinas em detrimento do artesanal.

Mesmo diante das mudanças ocorridas e da desvalorização de algumas habilidades artesanais decorrentes da legitimidade da máquina, a globalização impulsionou o surgimento de uma economia global baseada na cultura e no consumo de produtos artesanais, os quais foram responsáveis por agregar valor através da cultura e da história, contribuindo, assim, para a geração de emprego e renda (Friel & Santagata, 2007; Yang et al., 2018). Assim, além do artesanato representar e propagar a identidade cultural local, passou a gerar desenvolvimento, ganhando, conseqüentemente, destaque e reconhecimento graças às suas características peculiares (Bramanti, 2012).

Considerando as particularidades que envolvem o setor, faz-se necessário encará-lo para além de uma identidade cultural geradora de desenvolvimento (Yang et al., 2018; Petry et al., 2020), isso porque, os seus princípios se aproximam da economia criativa, esta que gera lucro através do produto criativo – o artesanato –, detém um valor simbólico (Howkins, 2001) e se mune da forma de expressão humana, fruto do trabalho criativo do artesão (Friel, 2020).

Dessa forma, conceituado como uma expressão cultural que possui um valor material e imaterial, e que está inserido entre a tradição e a contemporaneidade (Alvim, 1983; Keller, 2014; Friel, 2020), o artesanato possui como uma das principais características o reconhecimento como bem patrimonial (Sennett, 2009; Frayling, 2017), se classificando como um bem imaterial na categoria de patrimônio cultural das indústrias criativas (UNCTAD, 2012). Para tanto, a indústria artesanal faz jus a criatividade, ao conhecimento e a geração de valores, elementos que caracterizam a economia criativa (Reis, 2008).

Nesta perspectiva, uma vez inserido dentro das indústrias criativas, torna-se oportuno estudar empiricamente o artesanato e a economia criativa, dado que a literatura disponível sobre a temática ainda é escassa, isto é, as produções desse campo abordam questões mais amplas (Luckman, 2018; Campbell, 2021), e não a relação entre as temáticas. Isto posto, considerando a escassez de pesquisas que contemplem os diversos setores da economia criativa, especialmente, o artesanato brasileiro, essa pesquisa tem como objetivo analisar as interfaces entre o artesanato e a economia criativa, a partir de um estudo de caso no Projeto de Artesãs Sereias da Penha.

Para tanto, o estudo contribuirá para a reflexão dos artesãos do projeto sobre o direcionamento de suas atividades, sobretudo, no tocante aos aspectos relacionados a economia criativa. Espera-se, também, que essa pesquisa sirva de base para futuras produções que venham a surgir, por trazer reflexões relevantes para o campo estudado. Logo, devido à relevância que o artesanato e a economia criativa têm assumido na sociedade, torna-se uma questão chave a ser estudada.

Este artigo encontra-se estruturado em cinco seções. Seguindo desta introdução, apresenta-se o referencial teórico que aborda o artesanato e a economia criativa no Brasil e na Paraíba. Em seguida, tem-se as dimensões do artesanato e da economia criativa. Na quarta seção, detalham-se os procedimentos metodológicos. Os resultados são apresentados e discutidos na quinta seção. E, por fim, têm-se as considerações finais dos autores.

2 Artesanato e economia criativa no Brasil

Considerado uma das mais ricas formas de expressão cultural e de poder criativo, o artesanato surge como representação da diversidade cultural material e imaterial de um povo. Especialmente no Brasil, país da miscigenação, a atividade artesanal que simboliza os indivíduos e as comunidades sempre esteve relacionada à subsistência das tradições, fato que contribuiu para a consolidação da diversidade cultural e valorização identitária (Fronza & Buonano, 2017).

Dessa forma, o artesanato brasileiro, dotado de definições e significados, exemplifica diferentes saberes e culturas de um determinado local, sendo, portanto, uma forte expressão da identidade cultural (Lemos, 2011; Teixeira et al., 2011). Assim, o fazer artesanal torna-se diverso e rico, tanto pelas matérias primas que são utilizadas, quanto pelas técnicas de elaboração dos artefatos (Lima, 2009).

Aliado ao caráter cultural e identitário, a atividade artesanal mostra-se como um importante vetor da economia do país, uma vez que contribui para a geração de emprego e renda (IBGE, 2014). O crescimento desse setor é, em parte, resultado de uma trajetória de políticas públicas que iniciaram na década de 1970, através do Decreto nº 80.098 de 08 de agosto de 1977, que instituiu o Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato – PNDA, sob a supervisão do Ministério do Trabalho, com o intuito de coordenar as iniciativas orientadas para a promoção do artesão, produção e comercialização do artesanato brasileiro.

Em 21 de março de 1991, foi revogado o Decreto n.º 80.098 e os arts. 1º, 2º, 3º, 5º e 8º do Decreto nº 83.290, instituindo, assim, o Programa do Artesanato Brasileiro (PAB), sob a supervisão da Secretaria Nacional de Promoção Social, que surgiu com o intuito de gerar trabalho, renda e trazer melhorias para os artesãos, consolidando, assim, o artesanato no Brasil. Destaca-se que, atualmente, o programa é de competência do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC).

No final da década de 1990, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) passou a atuar junto ao setor por meio do Programa Sebrae de Artesanato, com o objetivo de “Fomentar o artesanato de forma integrada, enquanto setor econômico sustentável que valoriza a identidade cultural das comunidades e promove a melhoria da qualidade de vida, ampliando a geração de renda e postos de trabalho” (SEBRAE, 2004, p.14). Atualmente, o Sebrae atua diretamente no artesanato de cada Estado, dando suporte desde a criação do produto até sua comercialização.

Dessa forma, com o apoio das políticas e programas nacionais o artesanato passou a ganhar mais destaque no país, movimentando cerca de cinquenta bilhões todos os anos, além

de ser fonte de renda para 10 milhões de brasileiros (SEBRAE, 2022). Ademais, percebe-se que além de comportar diversas dimensões que materializam expressões locais e artísticas, dando sentido a identidade cultural, o artesanato, associa-se, também, ao turismo, à gastronomia, à moda, à decoração, dentre outros.

Outrossim, considerando o artesanato como bem cultural intangível (UNESCO, 2003), seus valores, criatividade, sentimentos e símbolos – não mensuráveis –, são atributos essenciais do produto artesanal, fazendo jus a economia criativa, esta que é fundamentada no simbólico e no singular (Howkins, 2001), com uma abordagem humanística, que preza pela peculiaridade local e pelas diferenças culturais. Para tanto, sabendo que a economia criativa procura oferecer atividades que utilizem a própria cultura e raízes, ela surge como uma importante ferramenta para a sociedade, uma vez que gera desenvolvimento econômico e social através das habilidades criativas (Howkins, 2001; Florida, 2002; Reis, 2008).

Assim, tendo em vista a relevância do setor criativo para o Brasil, foi criada em 2012, através do decreto nº 7743, a Secretaria da Economia Criativa do Ministério da Cultura (SEC/MinC), com a missão de “conduzir a formulação, a implementação e o monitoramento de políticas públicas para o desenvolvimento local e regional, de modo a tornar a cultura um eixo estratégico nas políticas públicas de desenvolvimento do Estado brasileiro, apoiando, assim, os empreendimentos criativos” (BRASIL, 2012).

De acordo com o Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, em 2020 a participação da indústria criativa foi de 2,91% em relação ao PIB brasileiro, resultando num aporte de R\$ 217,4 bilhões para a economia do país. Ainda conforme o estudo, as peças artesanais estão entre os produtos brasileiros que mais tem se destacado no mercado de luxo internacional. Como exemplo, tem-se as criações do estilista Ronaldo Fraga, que são inspiradas nas tradições culturais brasileiras e já foram apresentadas em diversos países internacionais (FIRJAN, 2022).

Destaca-se que de acordo com um levantamento realizado pela Organização Mundial de Propriedade Intelectual (WIPO), o Brasil ocupa a 54ª posição no ranking mundial dos Índices Globais de Criatividade, sendo o 2º país da América Latina com o maior índice de criatividade, ficando atrás apenas do Chile, que ocupa a 50ª posição (WIPO, 2022). Nota-se, portanto, que a economia criativa tem crescido e conquistado cada vez mais espaço no Brasil, a exemplo do artesanato que, através de produtos feitos à mão, resulta em peças que percorrem o mundo, refletindo a diversidade cultural brasileira e levando o setor a um lugar de destaque na importação e no comércio mundial.

Regionalmente, a economia criativa tem se destacado em algumas localidades, a exemplo do Nordeste, que em 2020 foi foco de um mapeamento realizado pelo Sebrae com o objetivo de compreender o ecossistema de economia criativa na região, no qual identificou-se 515 negócios fundamentados no capital intelectual, cultural e na criatividade, sendo 63% da área cultura (SEBRAE, 2020).

Ademais, alguns setores da economia criativa têm se destacado mais em algumas regiões, especialmente no Norte e Nordeste, a área de cultura – que engloba o artesanato –, tem apresentado uma maior participação no total de vínculos criativos dentro de cada Estado. Na Paraíba, os vínculos criativos de cultura representam 13,6% do total, sendo o Estado nordestino com maior percentual (FIRJAN, 2022). Assim, observa-se que a expressividade da movimentação do artesanato na atualidade torna justificável o apoio de governos a tal atividade, uma vez que prezar pela proteção, estímulo e valorização desse setor é fundamental para a conservação da diversidade e da riqueza cultural, bem como para o desenvolvimento local (Souza, Sá & Costa 2018).

3 Artesanato e economia criativa na Paraíba

Conhecido pela sua cultura rica e diversificada, o Nordeste brasileiro é destaque quando o quesito é produção artesanal (Vainsencher, 2007; Lemos, 2011). Os Estados nordestinos produzem peças artesanais que fazem um recorte de toda diversidade e amplitude que a região possui. A Paraíba, marcada pela influência de vários povos europeus, indígenas e africanos, assume em seus artefatos peculiaridades típicas da cultura regional, materiais como o bordado, o barro, o couro e a renda estão entre os mais comuns a serem encontrados na produção artesanal.

Considerando ser um dos setores que mais tem levado a Paraíba a se destacar no âmbito nacional e internacional, o artesanato tem sido um meio de geração de renda e inclusão social no Estado, movimentando a economia, cultura e turismo. Contudo, é oportuno destacar que o desenvolvimento desse setor é fruto, também, de programas e políticas que foram criadas ao longo de sua trajetória.

Nesta perspectiva, constituído por diversos atores – formais e informais –, e com o intuito de gerenciar as políticas voltadas para o artesanato, em 01 de janeiro de 2003, foi instituído o Programa de Artesanato da Paraíba (PAP), criado através do decreto estadual 24.647/2003, ligado à Secretaria de Estado do Turismo e Desenvolvimento Econômico, órgão executivo do Programa de Artesanato Brasileiro. O PAP trouxe visibilidade para o setor,

valorização do trabalho e da cultura regional, além de geração de emprego e renda para às famílias que vivem da atividade (Sobrinho & Helal, 2016). Aliado a tal programa, surgiram outras parcerias com o objetivo de promover o desenvolvimento da cadeia produtiva do artesanato, tais como, Sebrae, Projeto Cooperar, prefeituras municipais, dentre outros.

Com a finalidade de apoiar as ações do PAP, em 06 de fevereiro de 2004, foi criada através do Decreto governamental nº 24.840, a Curadoria do Artesanato da Paraíba, a qual é composta por 07 pesquisadores voluntários, estudiosos e especialistas da área de Artesanato e Arte Popular, que buscam analisar, classificar e cadastrar os artesãos paraibanos (PAP, 2004).

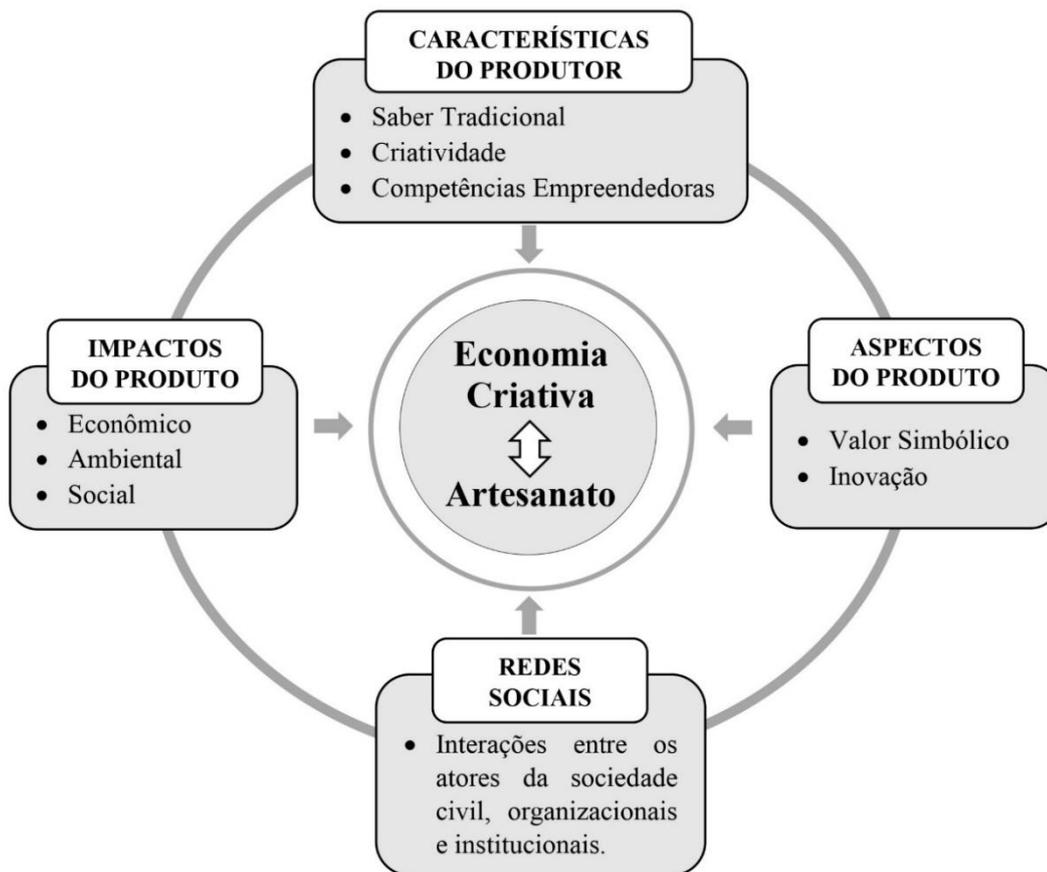
Passados 20 anos de sua existência, o PAP continua sendo um grande suporte para os artesãos paraibanos através da realização de cursos, palestras, auxílio para participação em eventos de nível nacional e internacional, como também, organização de feiras para divulgação e venda dos produtos artesanais no Estado. Como exemplo, tem-se o Salão do Artesanato Paraibano, evento que acontece na capital João Pessoa voltado para a comercialização de produtos artesanais. Encontros desse porte contribuem fortemente para a promoção do rico e diversificado artesanato paraibano, enaltecendo a cultura local e promovendo a geração de renda.

Para tanto, pode-se dizer que o incentivo e o investimento ao artesanato paraibano foram estratégias impulsionadoras que contribuíram para que, em 2017, João Pessoa se tornasse a primeira cidade do Nordeste a integrar a Rede Mundial de Cidades Criativas da Unesco (UCCN), sendo, também, a única cidade brasileira a possuir o título pela categoria de Artesanato e Artes Folclóricas. Assim, a capital acumulou experiências exitosas que a consolidou no roteiro turístico – nacional e internacional – e como modelo de gestão criativa, tonando-se reconhecida por contribuir com o desenvolvimento local (UNESCO, 2021).

4 Interfaces entre artesanato e a economia criativa

Com base na literatura existente entre o artesanato e a economia criativa, foi possível identificar elementos que se assemelham em ambas as temáticas. Assim, definiu-se as seguintes dimensões e categorias: características do produtor (saber tradicional, criatividade e competências empreendedoras); Aspectos do produto (valor simbólico e inovação); Redes Sociais (Interações entre os atores); e, Impactos do produto (econômico, ambiental e social), como observa-se na Figura 1.

Figura 1 – Elementos do Artesanato e Economia Criativa



Fonte: Elaboração própria, com base na literatura, 2023.

4.1 Características do Produtor

É através da imaginação e da habilidade manual de indivíduos detentores de saberes que é atribuído forma, função e sentido a determinado objeto (Ramos, 2013). Nesse sentido, para que o produto artesanal seja produzido faz-se necessário passar por um elemento imaterial, o conhecimento dos artesãos, os quais possuem um saber tradicional, fruto da tradição e da relação com os elementos locais, algo que é construído através de técnicas que são herdadas e repassadas de pai para filho, isto é, de geração para geração (Prempree, Chantachon & Wannajun, 2014; Guimarães & Pinheiro, 2018; Ribeiro, 1983; Cavalcante & Vasconcelos, 2022).

Dessa forma, é dentro das comunidades que acontecem o compartilhamento desse saber, que traduz a cultura de um povo por meio de sentidos e significados que são expressos no artesanato, permitindo, assim, agregar memórias, estabelecer conhecimentos e, sobretudo, manifestar o sentimento de pertencimento a identidade local (Sennett, 2009; UNCTAD, 2010; Vargas, 2016). Logo, o saber tradicional, tido como característica do artesão, é uma forma de

afirmação da própria comunidade, ou seja, da identidade local (Prempree, Chantachon & Wannajun, 2014; Guimarães & Pinheiro, 2018; Friel, 2020).

Ademais, é através do trabalho criativo dos artesãos que os produtos artesanais ganham forma (Rhoden, et al., 2017). Assim, além de ser constituída como identidade do artesão, a criatividade caracteriza o próprio trabalho do artífice e dá sentido à atividade artesanal (Loup & Rakotovahiny, 2010; De Munck, 2019). Dessa forma, tida como algo natural do ser humano, a criatividade se faz presente em todo o processo de produção do artefato, sendo, assim, um diálogo – fonte de criatividade – entre o artesão e sua obra (Glăveanu, 2013).

Na economia criativa não é diferente, isso porque, ela possui como matéria-prima base a criatividade, na qual defende a ideia de que o valor econômico deve ser extraído do capital intelectual e criativo, propriedade exclusiva dos indivíduos. Assim, a criatividade torna-se um recurso basilar na dinâmica das indústrias criativas (Bendassolli et al., 2009; Wilson, 2010; Kacerauskas, 2020). Logo, tanto no artesanato quanto na economia criativa, a criatividade é um dos principais recursos produtivos, e quando alinhada ao conhecimento técnico, gera produtos criativos (UNCTAD, 2010).

Enquadrada no nível individual, a competência empreendedora, característica do produtor, reúne atributos que o diferencia dos demais, uma vez que proporciona uma visão empreendedora, com estratégias e criação de valores (Antonello, 2005; Smagina & Ludviga, 2021). Assim, além de ser detentor do saber artesanal, o artesão possui competências que o torna empreendedor, que aliado ao conhecimento e as experiências adquiridas permite ter um olhar estratégico e coletivo (Yadav et al., 2023; Silva, Xavier Filho & Damascena, 2019; Hoyte, 2018).

Nesse sentido, é através das competências empreendedoras que o artesanato tende a se tornar uma atividade produtiva duradoura, contribuindo, assim, para sua expansão e para a economia criativa, haja vista que as indústrias criativas têm como essência o espírito empreendedor, flexibilidade e capacidade de aprendizado rápido (Hagoort & Thomassen 2007).

4.2 Aspectos do produto

Proveniente da transformação manual da matéria-prima, o produto artesanal, se destaca por ser um objeto dotado de valor simbólico – com elementos intangíveis –, oriundo da cultura local de seus produtores (Silva, 2016; Cavalcante & Vasconcelos, 2022). Assim, o que vai determinar o valor simbólico dos produtos são as diferentes perspectivas sociais e culturais atribuídas a ele (Ravasi & Rindova, 2013; Tuite & Horton, 2019). Pode-se dizer, portanto, que

a aquisição e o consumo dos artefatos ocorrem, especialmente, devido ao valor simbólico que as peças conseguem expressar, tais como, memórias, sentimentos, sentidos e tradições, tanto daqueles que as confeccionam quanto dos que as adquirem (Silva, 2016; Jourdain, 2018; Vargas, 2016).

A economia criativa segue esta mesma vertente, visto que as indústrias criativas estão priorizando cada vez mais criar e oferecer produtos que expressem emoções, sentimentos e experiências aos consumidores. Os pesquisadores Lawrence & Phillips (2002), explicaram em um estudo que os produtos culturais criativos vêm sendo adquiridos, em parte, devido ao seu valor simbólico. Logo, observa-se que o valor dos produtos não advém unicamente dos seus aspectos físicos ou mercadológicos, mas também, do valor atribuído pelos consumidores.

Para além do valor simbólico, o produto artesanal, se destaca, também, pela inovação presente nas peças (Gohoungodji & Amara, 2020; Wanniarachchi, Dissanayake & Downs, 2020), as quais expressam a riqueza cultural e se diferenciam no mercado. Assim, o trabalho feito à mão preserva a aura do produto único e diferenciado, com matérias-primas exclusivas, técnicas originais, história e traços típicos que retratam a realidade local. Tal como no artesanato, na economia criativa, a inovação surge como um fator basilar do produto, tido como a força que move as indústrias criativas. Ou seja, é a partir da inovação que os negócios se diferenciam dos demais (Granados, Bernardo & Pareja, 2017; Wohl, 2021).

4.3 Redes Sociais

Por proporcionar troca de conhecimentos e, conseqüentemente, melhorias nos negócios (Rolow, Floriani, & Amal, 2011), as redes sociais surgem como um forte mecanismo representativo das interações existentes entre os atores da sociedade civil, cooperativas, sindicatos e associações comunitárias, atores organizacionais (empresas privadas) e institucionais (representantes do Estado nas três esferas, federal, estadual, municipal e órgãos de apoio). Esses atores estão fortemente ligados uns aos outros, como se fossem “nós” interconectados (Castells, 2009).

Dessa forma, a atividade artesanal resulta das relações criadas localmente, cujos laços são tecidos e transformados ao longo do tempo. Assim, desde a aquisição da matéria prima até a comercialização do produto artesanal, faz-se necessário estabelecer relações com os diversos atores da sociedade, uma vez que aumenta a capacidade de criação e a escala de produção artesanal, além de agregar aos indivíduos e grupos (Lages, Braga & Morelli, 2004; Lee, 2015; Shafí, Sarker & Junrong, 2019).

Para tanto, no âmbito da economia criativa, as relações são constituídas por complexas redes entre diferentes atores, que operam desde a produção até o consumo, com o intuito de ampliarem as trocas de conhecimentos e experiências (Potts et al., 2008; Seok & Nam, 2022). Logo, a interação entre os diferentes atores sociais traz à tona a sinergia na busca pelo desenvolvimento local.

4.4 Impactos do produto

A dimensão impacto do produto aborda as contribuições oferecidas do ofício para a sociedade. Assim, ao passo que necessita de pouco capital, o artesanato, tem se destacado por ser uma atividade econômica produtiva que possui um forte fator de desenvolvimento, haja vista que além de proporcionar aos artesãos melhores condições de vida, atua contra o desemprego, gerando, assim, renda para a comunidade que produz (Brandão, Silva & Fischer, 2012; Luckman, 2015). Logo, com um ritmo de expansão crescente, a atividade artesanal vem impactando positivamente o crescimento econômico (Lemos, 2011).

Frente a isto, pelas suas características culturais e criativas, bem como pelo seu impacto causado na sociedade, o artesanato vai ao encontro dos aspectos postos pela economia criativa, isso porque, as atividades que englobam esse modelo econômico impactam positivamente as economias (UNCTAD, 2010; Domenech, Molina & Koster, 2022). Para tanto, quando analisado na ótica da economia criativa, o artesanato se destaca economicamente, ao combinar seu potencial econômico com o cultural e potencializar o desenvolvimento local (Oliveira, 2007; Jones, Van Assche & Parkins, 2021).

Outrossim, considerando que parte da matéria-prima utilizada na confecção de alguns tipos de artesanato advém naturalmente do meio ambiente (Alves, 2012; Violin, Nachif & Castilho, 2019), quando abordado sob o viés ambiental, o artesão, por ter o conhecimento e a habilidade necessária para participar de todo o processo de confecção da peça, se encarrega, geralmente, pela retirada do material da natureza, ficando sobre sua responsabilidade em manter uma convivência harmoniosa com o meio ambiente. Ademais, estudos recentes apontam a importância de práticas sustentáveis voltadas para o artesanato (Vanderploeg & Lee, 2019; Panneels, 2023), contribuindo, assim, para o incentivo à sustentabilidade, bem como a redução da extração de recursos naturais e diminuição do desperdício de materiais.

Na economia criativa, as indústrias criativas vêm apresentando destaque quando o assunto é desenvolvimento sustentável (Fleming, 2009; Fazlagic & Skikiewicz, 2019; Yan & Liu, 2023; Liang, Abdela & Meng, 2023), isso porque, esse tipo de economia oferece a

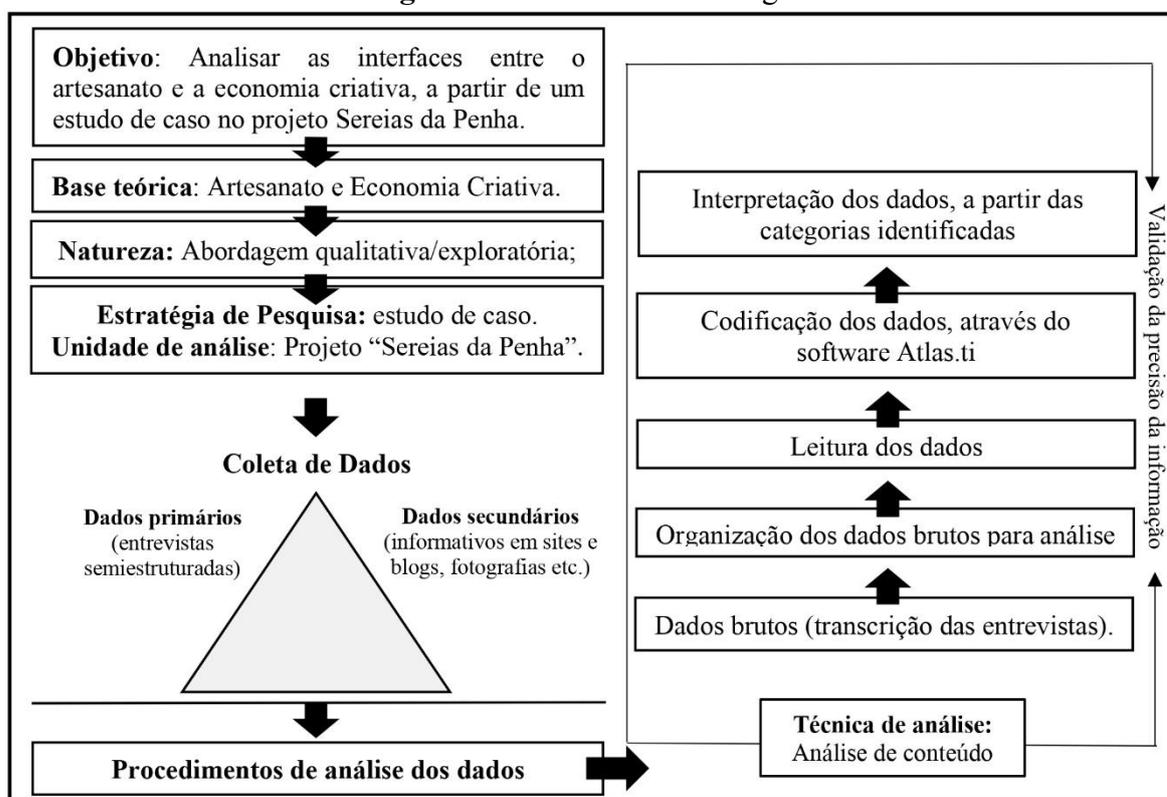
possibilidade de reformular os modelos existentes na sociedade (Deheinzelin, 2009), logo, apresenta uma ligação diretamente com a promoção do desenvolvimento sustentável, uma vez que se utiliza recursos intangíveis que são renovados com o uso.

Para além dos aspectos econômicos e ambientais, o artesanato representa um meio de transformação social, visto que gera emprego, promove inclusão social e o resgate da autoestima dos artesãos, além de ser um instrumento de igualdade entre os sexos (Adams-Price & Steinman, 2007; Pollanen, 2015; Adams-Price & Morse, 2018). Aliado a isso, tem-se a economia criativa, que preza por sociedades inclusivas (Deheinzelin, 2009), promovendo a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano (Howkins, 2001; UNCTAD, 2010).

5 Procedimentos Metodológicos

Essa seção apresenta os procedimentos metodológicos que foram utilizados para atender o objetivo deste artigo. Assim, o design metodológico da pesquisa (Figura 2) apresenta a sequência que dá conexão do objetivo do estudo até os procedimentos de análise que foram utilizados na investigação (Villarreal Larrinaga, 2017).

Figura 2 – Desenho metodológico



Fonte: Adaptado pelos autores, com base em Creswell (2010) e Villarreal Larrinaga (2017).

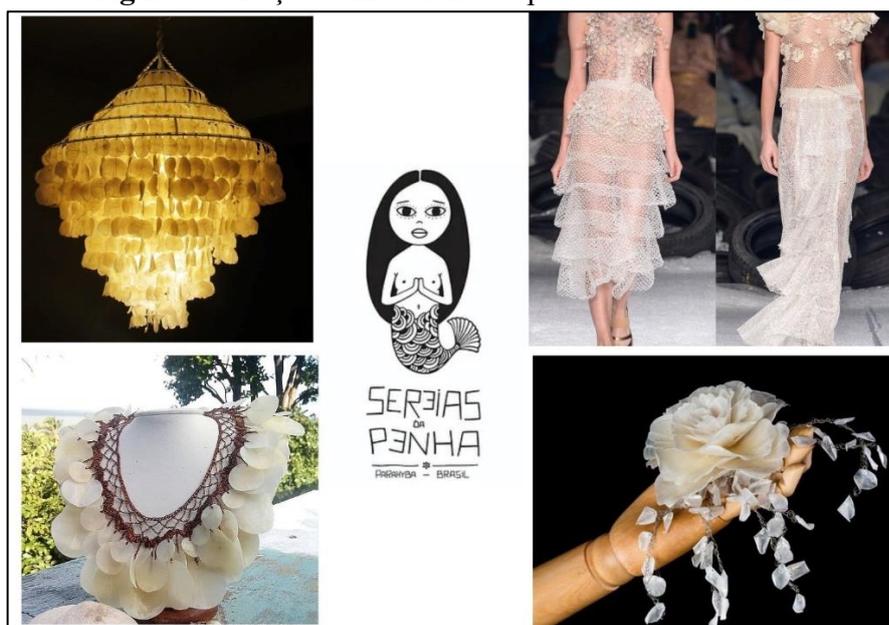
5.1 Tipo de Pesquisa

Foi realizado uma pesquisa de natureza qualitativa, tendo em vista que se pretende compreender o processo que acontece o fenômeno através das ideias contidas nas narrativas dos sujeitos, explorando as condições da vida real e buscando compreender como ocorre a relação com os aspectos teóricos, possibilitando assim, o desenvolvimento de discursos capazes de ilustrar, confirmar ou se opor a teoria estudada (Merriam, 1998; Creswell, 2010; Villarreal Larrinaga, 2017). Quanto aos objetivos, configura-se como pesquisa exploratória, por buscar se aprofundar na temática para compreender o fenômeno (Creswell, 2010).

5.2 Estratégia de pesquisa e unidade de análise

Com o intuito de investigar o fenômeno no contexto real, optou-se pelo método de estudo de caso (Villarreal Larrinaga, 2017). Destaca-se que a escolha do caso se deu por ser considerado um dos principais projetos de artesanato de João Pessoa, anunciado pela Unesco. Dessa forma, criado em 2014, o projeto “Sereias da Penha”, está situado na Praia da Penha, em João Pessoa, Estado da Paraíba, no qual produz e comercializa peças artesanais feitas com escamas de peixes, fio de cobre e conchas de mariscos, além de realizar oficinas e capacitação. O surgimento deste projeto contou com o apoio da Prefeitura Municipal de João Pessoa (PMJP), do Instituto Federal da Paraíba (IFPB) e do SEBRAE (Falcão & Alves, 2015). Na figura 3, tem-se a logomarca do projeto e algumas peças que foram confeccionadas pelas artesãs.

Figura 3 – Peças confeccionadas pelas Sereias da Penha



Fonte: Blog Sereias da Penha, 2023

Atualmente, o grupo é composto por 6 artesãs que são chamadas no figurativo de “Sereias”, e se destacam pelo trabalho feito à mão, através da confecção com escamas de peixes de diversos acessórios, tais como, buquê de noiva, luminárias, blusas, saias, colares, brincos, bolsas e outros artefatos. As peças produzidas já foram exportadas para países como Suíça e Argentina. Logo, por meio delas que as artesãs mostram a importância da preservação ambiental, com o reaproveitamento de materiais que dialogam com o design, moda e economia criativa.

No tocante à definição dos sujeitos da pesquisa, a partir de uma amostragem não probabilística, por intencionalidade, optou-se por entrevistar os atores envolvidos no diretamente no projeto “Sereias da Penha”, isto é, as artesãs que participam ativamente no processo de produção das peças artesanais, dentre as 6 artesãs que compõe o projeto, 4 foram entrevistadas. Assim, o Quadro 1, apresenta a identificação dos entrevistados.

Quadro 1 – Identificação dos entrevistados

Identificação	Sexo	Atividade desenvolvida
E1	Feminino	Coordenadora e artesã
E2	Feminino	Vice coordenadora e artesã
E3	Feminino	Artesã
E4	Feminino	Artesã

Fonte: Dados da pesquisa, 2023

5.3 Coleta de Dados

As técnicas de coleta de dados foram escolhidas conforme a abordagem do trabalho. Dessa forma, considerando a natureza qualitativa e no intuito de alcançar o objetivo proposto, optou-se por múltiplas fontes de dados (Eisenhardt & Graebner, 2007), incluindo entrevistas semiestruturadas com as artesãs, bem como dados secundários (artigos, fotos, informativos, redes sociais, *websites* etc.). Conforme Eisenhardt & Graebner (2007) e Yin (2005), utilizar múltiplas fontes de dados tende a contribuir para o desenvolvimento de boas pesquisas qualitativas. Quanto ao roteiro, este foi construído através das dimensões e categorias encontradas na revisão da literatura. Ao todo, foram realizadas 4 entrevistas semiestruturadas, as quais foram gravadas e transcritas.

5.4 Procedimentos de Análise de Dados

No que concerne aos procedimentos de análise dos dados, será utilizado a Análise de Conteúdo (Bardin, 2016). Para tanto, considerando as dimensões e categorias identificadas na

literatura, o Quadro 3 apresenta o detalhamento das categorias que foram escolhidas no trabalho para serem analisadas, bem como, as respectivas bases teóricas.

Quadro 2 – Definição das Categorias

DIMENSÃO – CARACTERÍSTICAS DO PRODUTOR		
CATEGORIAS DE ANÁLISE	SÍNTESE	BASE TEÓRICA
SABER TRADICIONAL	São habilidades e conhecimentos herdados que estão vinculados a identidade cultural local e, que, naturalmente, tem que passar de geração para geração.	Ribeiro, 1983; Sennett, 2009; UNCTAD, 2010; Vargas, 2016; Prempre, Chantachon & Wannajun 2014
CRIATIVIDADE	É a capacidade de criar, inventar ou imaginar algo novo que desperte o interesse do cliente, sendo, portanto, influenciado por fatores socioculturais.	Loup & Rakotovahiny, 2010; De Munck, 2019; Wilson, 2010; Kacerauskas, 2020
COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS	São competências que permitem o produtor fazer uso de ferramentas de planejamento, transmitir visão, estratégias e ações na criação de valores (tangíveis ou intangíveis), ter um olhar estratégico e buscar oportunidades.	Silva, Xavier Filho & Damascena, 2019; Smagina & Ludviga, 2021; Hoyte, 2018; Hagoort & Thomassen 2007
DIMENSÃO – ASPECTOS DO PRODUTO		
VALOR SIMBÓLICO	São os significados sociais e culturais atribuídos ao produto, e que expressam sentimento de pertencimento, memórias, sentidos e tradições, tanto no produtor quanto no cliente.	Ravasi & Rindova, (2013); Tuite & Horton, 2019; Jourdain, 2018; Silva, 2016; Vargas, 2016
INOVAÇÃO	São produtos que possuem novas técnicas ou uso de novas matérias-primas, de forma que mantenha sua identidade, incorporando elementos culturais.	Granados, Bernardo & Pareja, 2017; Gohoungodji & Amara, 2020; Wohl, 2021
DIMENSÃO – REDES SOCIAIS		
INTERAÇÕES ENTRE OS ATORES	São as interações entre os atores da sociedade civil, cooperativas, sindicatos e associações comunitárias, atores organizacionais (empresas privadas) e institucionais (representantes do Estado nas três esferas federal, estadual, municipal e órgãos de apoio).	Lee, 2015; Shafi, Sarker & Junrong, 2019; Seok & Nam, 2022
DIMENSÃO – IMPACTOS DO PRODUTO		
ECONÔMICO	Está relacionado a geração de empregos e renda, e melhores condições de vida para o produtor e para a comunidade.	UNCTAD, 2010; Lemos, 2011; Luckman, 2015; Domenech, Molina & Koster, 2022
AMBIENTAL	Essa categoria está voltada para a preservação do meio ambiente, em que se busca ter práticas sustentáveis, bem como utilizar materiais naturais e reutilizáveis na produção das peças.	Vanderploeg & Lee, 2019; Panneels, 2023; UNCTAD, 2010
SOCIAL	Está ligado a inclusão social, resgate da autoestima dos artesãos e a igualdade entre os sexos, além de promover a diversidade cultural.	UNCTAD, 2010; Pollanen, 2015; Adams-Price & Morse, 2018

Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Quanto aos procedimentos de análise dos dados, foi utilizado como ferramenta de apoio o software Atlas.ti. que contribui significativamente com análises qualitativas, garantindo maior sistematicidade na análise dos dados, através da organização das categorias de análise e da formação de redes associadas, permitindo a visualização das conexões existentes entre as informações codificadas (Sampieri, Collado & Lucio, 2014). Ademais, por possuir uma gama

de recursos, o software escolhido otimizou o tempo e facilitou o processo de análise proposto por Bardin (2016). Salienta-se que a ferramenta não faz autoanálise de conteúdo, logo, o pesquisador precisa estar imerso em todo o processo de análise (Silva Junior & Leão, 2018).

Dessa forma, com o auxílio do Atlas.ti, após a transcrição do material, foi possível realizar a leitura e selecionar os trechos mais relevantes das entrevistas, denominados pelo software como citações (*quotes/quotation*), e representados por códigos (*codes*), permitindo, assim, agrupar as categorias e interligá-las entre si por meio das redes. Logo, quanto maior o número de *quotations*, maior a relevância do indicador para os entrevistados.

6 Análise e Discussão dos Resultados

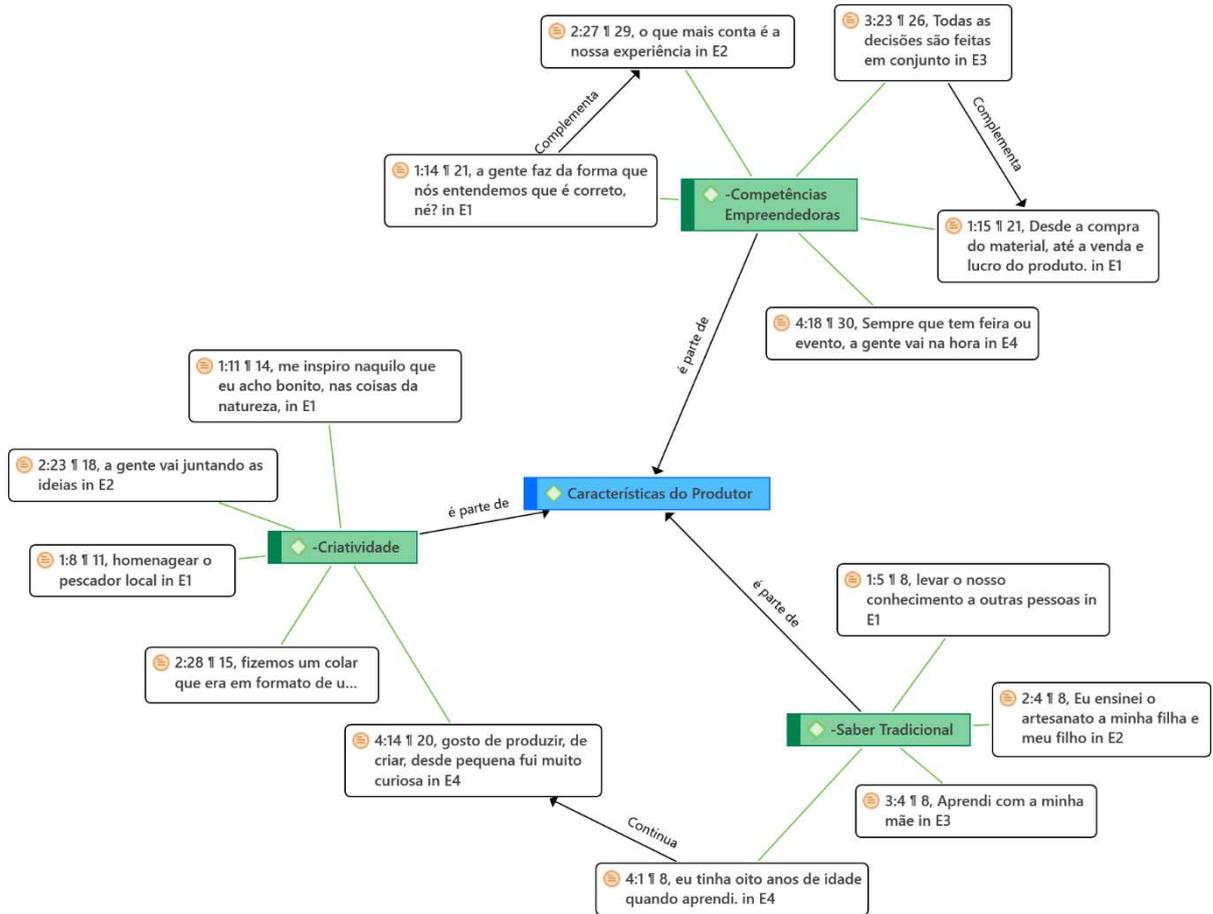
Nesta seção serão apresentados os resultados das entrevistas realizadas com as artesãs que fazem parte do Projeto Sereias da Penha. Para tanto, a lexicografia apresentada pelo software ATLAS.ti considerou a análise textual de quatro entrevistas divididas em três dimensões e dez categorias (*códes*), possuindo 118 citações (*quotes/quotation*) ao total.

Dessa forma, a dimensão características do produtor que possui três categorias de análise (saber tradicional, criatividade e competências empreendedoras), apresentou 34 citações. A dimensão aspectos do produto que compreende duas categorias (valor simbólico e inovação) 29 citações. A dimensão redes sociais formada por uma categoria (Interações entre os atores) 22 citações, e a dimensão Impactos do produto constituída por três categorias (econômico, ambiental e social) 33 citações. Salienta-se que a contextualização de cada dimensão e categorias de análise estão estruturadas com base na literatura, conforme especificado nas seções anteriores.

6.1 Dimensão Características do Produtor

A dimensão características do produtor aborda os conhecimentos e as habilidades do artesão, indivíduo que transforma a matéria-prima bruta ou manufaturada em produto acabado (artesanato) (Sennett, 2009; Prempre, Chantachon & Wannajun, 2014). Assim, são aspectos que contemplam os repasses de saberes, relação com as tradições, culturas e a comunidade local, bem como, questões relacionadas a criatividade e ao empreendedorismo. Para tanto, os discursos das artesãs foram agrupados em três categorias, conforme observado na Figura 4.

Figura 4 – Rede Dimensão Características do Produtor



Fonte: *Software* ATLAS.ti, com base nas entrevistas, 2023.

Por ser uma atividade que possui em suas raízes o compartilhamento de técnicas por meio de gerações de famílias (Ribeiro, 1983; Vargas, 2016), analisar o **saber tradicional** torna-se fundamental para edificar a identidade tanto do artesão local, quanto do artefato que se produz. Assim, com base nos dados levantados, constatou-se que, dentre as quatro artesãs entrevistadas, três relataram que as técnicas artesanais foram construídas por meio de familiares, ou seja, de geração para geração, conforme exposto a seguir:

Eu aprendi fazer artesanato com minhas tias, porque eu convivia muito com elas [...] aprendi a abordar, eu aprendi a fazer ponto de cruz, aprendi a fazer fuxico também, e durante um certo tempo eu fiz umas bonecas [...] E fui adquirindo uma certa experiência com artesanato (Entrevistada E2).

Aprendi com a minha mãe. Ela fazia né, aí desde pequenininha fui aprendendo a fazer. Aí fui crescendo, virando mocinha, adulta e cada vez mais me interessando pelo artesanato, e melhorando as técnicas também. Hoje em dia, é um trabalho que eu amo, e que já passei para minha filha também (Entrevistada E3).

Eu tinha oito anos de idade quando comecei no artesanato [...] aí mamãe fazia, camiseta, toalha de banquete de dois metros por três, à linha super fina né? meinhas de crochê. Aí o que é que nós fizemos? Eu e a minha irmã mais velha, aprendemos o

crochê pra mamãe absorver mais encomendas e ter mais renda em casa (Entrevistada E4).

Observa-se que as técnicas foram adquiridas naturalmente, ao longo da vida das artesãs, devido a convivência familiar, fato que vai ao encontro do pensamento de Sennett (2009), ao relatar que o artesanato é um elemento de tradição familiar, visto que os saberes são adquiridos através da continuidade de gerações. Fischer & Soares (2010), corroboram mostrando a relevância da família para o trabalho do artífice, ao destacar que os saberes da atividade artesanal são tradicionalmente transmitidos de pais para filhos, como observado na fala de E2: “Eu ensinei o artesanato a minha filha e meu filho desde que eles eram novinhos também”. Logo, repassar o saber ainda no berço tende a estabelecer um sentimento de pertencimento e de comunidade desde a infância (Ribeiro, 1983; Ramos, 2013).

Dada a importância que a transmissão de habilidades e conhecimentos entre gerações familiares possui na vida de quem produz o artesanato, compartilhar os saberes adquiridos com a comunidade local através de instrumentos como oficinas, treinamentos e aulas, apresenta-se como um elo de fortalecimento da identidade cultural (Tscha et al., 2012; Ramos, 2013). Assim, considerando a conexão existente entre as artesãs e a comunidade em que vivem, observou-se que, embora elas apresentem interesse em transmitir o conhecimento para o âmbito local, atualmente, existe um entrave que as impede de realizar tal atividade, conforme relata a E3 “a gente não tem condição de fornecer o material pra todo mundo. Então a gente precisa de uma ajuda. E aí a gente está vendo alguns recursos, algum meio de trazer o curso pra cá.”

Ademais, a entrevistada E1 corrobora, pontuando que “estamos lutando para entrar num projeto, né? Na lei Paulo Gustavo, onde esse projeto é justamente pra levar o nosso conhecimento a outras pessoas que queiram aprender a arte e dar continuidade ao artesanato com as escamas”. Verificou-se, portanto, que a atual gestão do município de João Pessoa não tem dado o suporte suficiente para que elas desenvolvam atividades de capacitação, fato que se contrapõe ao apoio dado pela gestão anterior, que valorizava a arte do “fazer com as mãos”, segundo as entrevistadas.

Dessa forma, apesar das artesãs possuírem saberes que as permitam trabalhar com a atividade artesanal e, conseqüentemente, satisfazer os preceitos da economia criativa, o fato de não conseguirem transmitir tal conhecimento para a comunidade local, pode comprometer a permanência da atividade ao longo do tempo, visto que é uma economia sustentada no conhecimento (Castells, 1996; Yigitcanlar, O’Connor & Westerman, 2008; Carlucci, 2014),

que engloba fatores econômicos, culturais e sociais, e que preza pelo estímulo do crescimento através de atividades que incentivem o conhecimento e a criatividade.

Outrossim, considerada uma característica fundamental para o produtor, a **criatividade** surge como uma variável presente e necessária para o desenvolvimento de novos produtos, os quais decorrem da junção da propriedade intelectual com os aspectos econômicos, culturais e sociais (Loup & Rakotovahiny, 2010; De Munck, 2019). Para tanto, considerando a capacidade que o artesão tem em produzir bens por meio do próprio conhecimento (Sennett, 2009), o desejo de criar se faz presente fortemente quando o quesito é criatividade no artesanato, é o que diz a entrevistada E4:

Eu gosto de produzir, de criar, desde pequena fui muito curiosa, gostava de fazer coisas diferentes, de criar coisas diferentes [...] minha mãe fazia as roupas das minhas bonecas, eu ficava observando, e sempre queria ajudar ela, aí eu fazia umas roupas diferentes também, eu amava. E com a escama de peixe não é diferente, as vezes eu estou em casa e do nada surge uma ideia pra criar a peça, aí eu faço o rabisco e fico desejando a peça, até conseguir tirar do papel e criar. Eu só fico sossegada quando eu crio a peça (Entrevistada E4).

Nota-se que a tradição artesanal construída ainda na infância se remete tanto ao ato de observar a sua mãe realizando a atividade, quanto ao contato direto com a produção, fato que pode ter contribuído para estimular a sua criatividade, uma vez que o contato com os materiais físicos que as crianças vivenciam na infância tende a influenciar em suas habilidades futuras (Sennett, 2009). Ademais, as experiências adquiridas durante a vida das artesãs podem se expressar de diversas formas através da criatividade no artesanato.

Ainda no tocante a criatividade, dada a sua relação com a economia criativa (Wilson, 2010; Kacerauskas, 2020) e, conseqüentemente, com os aspectos culturais, pode-se dizer que a relação dos indivíduos com a cultura influencia fortemente nas produções, como observado na fala da E1: “semana passada mesmo participamos de um evento, o Brasil Mostra Brasil, nesse evento nós apresentamos uma luminária, peça única, que foi feita por mim. E eu coloquei o nome dela de pescaria, pra homenagear a pesca artesanal da nossa região.” Para tanto, verificase que a criação de peças artesanais, tais como, a luminária, é resultado da combinação da criatividade das artesãs com as habilidades técnicas, processo que caracteriza o trabalhador criativo.

Frente ao saber tradicional e a criatividade, as **competências empreendedoras** surgem como mecanismos que reúnem diferentes habilidades e conhecimentos voltados ao empreendedorismo, e que são influenciados por diversos aspectos peculiares ao indivíduo

(Yadav et al., 2023; Smagina, 2021). Os autores Oliveira, Cavedon & Figueiredo (2012), pontuam que a atividade artesanal necessita de planejamento, fator fundamental para que ela permaneça sustentável e constante. Assim, verificou-se que, embora as artesãs não possuam conhecimento técnico sobre empreender, elas se sustentam nas experiências adquiridas na prática do trabalho, como destacado a seguir:

nós realizamos sim todo um planejamento [...] a gente faz da forma que nós entendemos que é correto, né? Desde a compra do material, até a venda e lucro do produto [...] digamos que eu produzi uma luminária, essa luminária foi vendida por quatrocentos reais. Então uma parte fica pra o material, outra parte fica pra uma reserva que a gente tem e a outra parte vem pra mim, que fui eu que produzi (Entrevistada 01).

tudo que vamos fazer, combinamos entre a gente. A gente senta, a gente conversa, principalmente se tiver algum evento. Pronto, agora em outubro tem a Expor Favela Paraíba [...] então a gente já se inscreveu, então a gente já está pensando em se reunir, pra ver o que a gente vai produzir pra esse evento [...] o que é que vai fazer, e o que é que não vai, o que é que já tem pronto. (Entrevistada 02).

Na realidade, quando a gente vai criar determinada peça, a gente sempre conversa entre si, entre a gente. Eu nunca tomo alguma decisão pra criar uma peça sozinha. Se eu pensei naquela peça, a gente senta, analisa quais são os recursos que a gente vai gastar, o que vai precisar pra aquela peça, se a gente tem dinheiro suficiente pra comprar os materiais e de que forma vai ser criada. (Entrevistada 03).

Com apenas as experiências adquiridas ao longo dos anos, nota-se o cuidado com o planejamento que as artesãs apresentam quando estão desenvolvendo suas atividades, fato que é recorrente no setor do artesanato, isso porque, em uma pesquisa realizada por Silva, Xavier Filho & Damascena (2019), constatou-se que as experiências obtidas durante o trabalho manual tendem a contribuir para o desenvolvimento de competências empreendedoras, fato que foi identificado na realidade das entrevistadas.

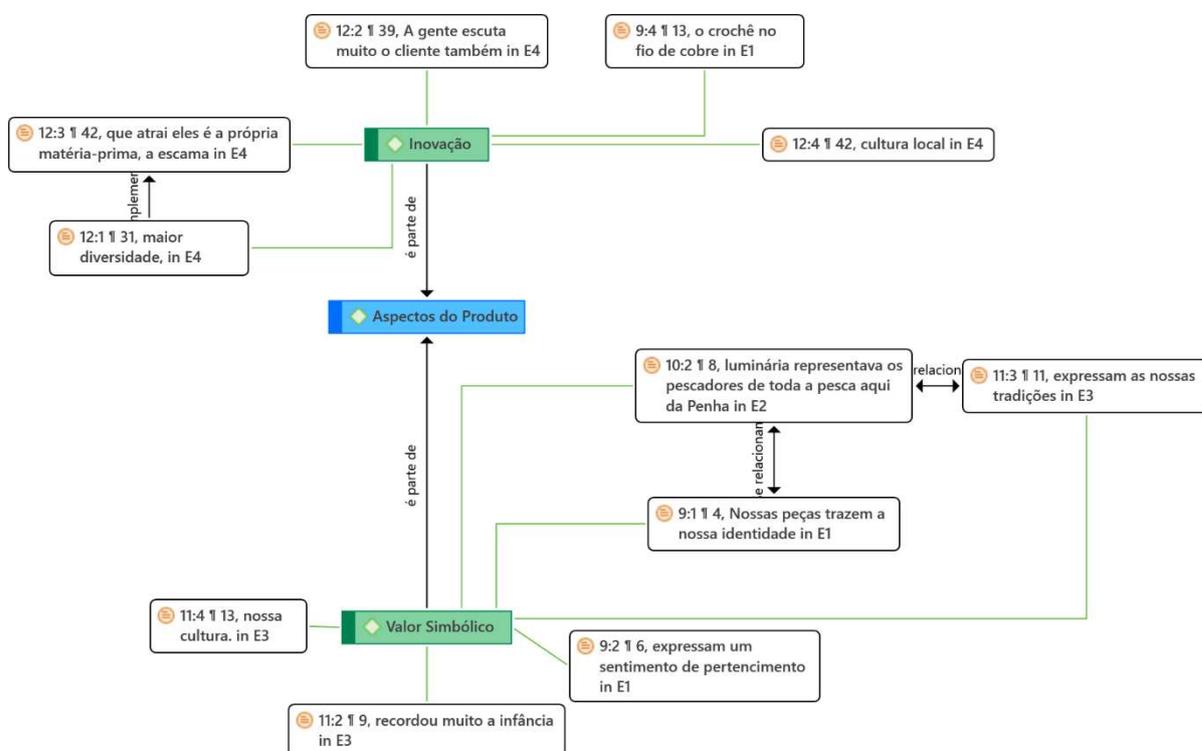
Ainda de acordo com os relatos, verifica-se, também, que as artesãs possuem consciência da importância de tomar decisões em conjunto, conforme pontuado pela E4: “A associação só possui uma presidente, porque precisamos ter uma pessoa, né? Mas ela não tem o poder de decisão sozinha. Tudo a gente decide em conjunto.” Logo, isso contribui para que haja harmonia e colaboração entre si na hora de decidir questões importantes no projeto. Além disso, considerando a capacidade de reconhecer as oportunidades (Silva, Xavier Filho & Damascena, 2019), observou-se que elas estão sempre em busca de divulgar seus produtos em diversos locais, conforme fala da E4 “sempre que tem feira ou evento, a gente vai na hora. Quando não dá pra ir todas, vai algumas representando, mas levamos produtos de todas e vendemos lá [...] sempre buscando levar novos produtos.”

Outrossim, sabendo que o empreendedorismo utiliza a economia criativa para gerar produtos culturais (UNESCO, 2018), as características identificadas nas artesãs do projeto Sereias da Penha, se harmonizam com as identidades individuais do profissional voltado para a criatividade e para o empreendedorismo (Chaston & Sadler-Smith, 2012), através do olhar coletivo e aberto tanto dos membros do projeto, quanto da própria associação, em que elas demonstram ter consciência do seu papel enquanto artesãs empreendedoras.

6.2 Dimensão Aspectos do Produto

Essa dimensão apresenta os aspectos que caracterizam o produto, estes que decorrem da articulação de habilidades, investimento intelectual e identidade local, resultando em uma peça artesanal que ganha status cultural representativo de um local. Assim, são aspectos que contemplam o valor simbólico e a inovação do produto. Logo, os discursos das artesãs foram agrupados em duas categorias, conforme observado na Figura 3.

Figura 5 – Rede Dimensão Aspectos do Produto



Fonte: *Software* ATLAS.ti, com base nas entrevistas, 2023.

Para além das funções mercadológicas, os consumidores adquirem produtos, também, pela sua essência social e cultural (Ravasi & Rindova, 2013), fator que possui um sentido

imaterial e que pode ser determinante na escolha do artefato, uma vez que altera o bem estar do indivíduo, através de sensações e memórias. Assim, observa-se que o **valor simbólico** posto pelos produtos artesanais é algo que remete diferentes sensações que tendem a ser influenciados pelos aspectos culturais locais, conforme E1, E2 e E3:

Nossas peças trazem a nossa identidade, principalmente pra gente que trabalha com a escama de peixe, que por muito tempo sofremos preconceito de outras artesãs, pelo simples fato da gente trabalhar com escamas [...] Por isso, isso aqui (peça artesanal) tem sentimento, tem significado, é um símbolo de resistência, e que a gente vende pra passar a nossa mensagem, que é a identidade mesmo, tornar conhecido a nossa escama, a nossa cultura. (Entrevistada, E1).

Olha, na produção das peças a gente costuma pensar em algumas coisas assim culturais, aqui de João Pessoa. Por exemplo, nós já fizemos um colar que era em formato de uma cobra, um dos elementos principais que tem aqui na Praia da Penha, e que fica lá nos pés de Nossa Senhora da Penha (Entrevistada E2).

As pessoas expressam diversos sentimentos [...] uma vez um homem comprou uma peça e saiu muito agradecido por ter adquirido a peça, porque o pai dele era pescador e já tinha falecido há muitos anos, mas ele tinha um sentimento especial pela pesca, e quando viu as peças disse que recordou muito a infância dele, saiu até emocionado daqui, foi algo que mexeu com ele. (Entrevistada E3).

Com base nos relatos, verifica-se que, assim como na economia criativa, os valores simbólicos atribuídos ao artesanato são baseados no meio cultural (Ravasi & Rindova, 2013; Tuite & Horton, 2019), isto é, no intangível (Howkins, 2002), e decorrem, especialmente, do forte vínculo que as artesãs possuem com o seu contexto sócio-histórico. Para tanto, pode-se dizer que o artesanato, mediante seu potencial simbólico, é um meio de divulgação e preservação da cultura. Outrossim, o relato da entrevistada E3, traz à tona recordações da infância, a qual é considerada um dos aspectos que mais despertam o interesse do cliente pelo produto (Silva, 2016).

Para além dos valores simbólicos, o produto artesanal requer **inovação**, isto é, introdução de novas técnicas ou matérias-primas, que mantenha em sua essência elementos culturais locais. Assim, sabendo que a inovação surge através de ideias que geram produtos criativos (Gohoungodji & Amara, 2020; Wanniarachchi, Dissanayake & Downs, 2020), verificou-se que o artesanato do projeto Sereias da Penha se destaca pela utilização de matérias-primas inovadoras, quando comparado a outros tipos de artesanatos, é o que diz E2:

Uma das inovações que temos, é utilizar o fio de cobre nas peças. Até um dia desses, não sei se ainda somos, mas nós éramos as únicas artesãs no Brasil que trabalhavam com o fio de cobre junto com a escama de peixe [...] esses dias eu estava pensando aqui no náilon, o fio de náilon, pra usar ele nas nossas peças, só que precisa ter muita

técnicazinha, tem que misturar umas coisas, tem que ter tempo pra fazer isso, pra trabalhar isso, que inclusive, o fio de náilon remete a nossa cultura, a nossa pesca. (Entrevistada E2).

Observou-se que apesar das artesãs possuírem produtos que estão sempre em alta e que são facilmente vendidos, ainda existe a preocupação em criar constantemente peças com novas matérias-primas ou novos traços, de maneira que atenda o interesse dos clientes, conforme relato da E4: “a gente procura sempre inovar [...] produtos como bijuterias, artigo de decoração que a gente tem que mudar, luminárias, a gente faz vários modelos diferentes, sabe?”. Ainda de acordo com as entrevistadas, elas procuram sempre atender aos pedidos dos clientes, ou seja, criar peças com características solicitadas por eles.

Ademais, com relação a estética do produto, embora a literatura aponte a importância que os aspectos culturais possuem nesse quesito (Granados, Bernardo & Pareja, 2017; Gohoungodji & Amara, 2020), constatou-se que no caso estudado, a preferência dos clientes decorre, principalmente, da matéria prima utilizada no artefato, isso porque, eles acham inovador o uso das escamas de peixe, é o que diz a E4 “nem sempre os clientes preferem peças que retratam a cultura local, até porque, o que atrai eles é a própria matéria-prima, a escama, porque é algo diferente. A escama do peixe chama muita atenção deles, e nós usamos a do peixe Camurupim, que é a nossa maior escama, né?”. Pode-se dizer, portanto, que o elemento principal que distingue o artesanato das Sereias da Penha dos demais é a matéria-prima utilizada.

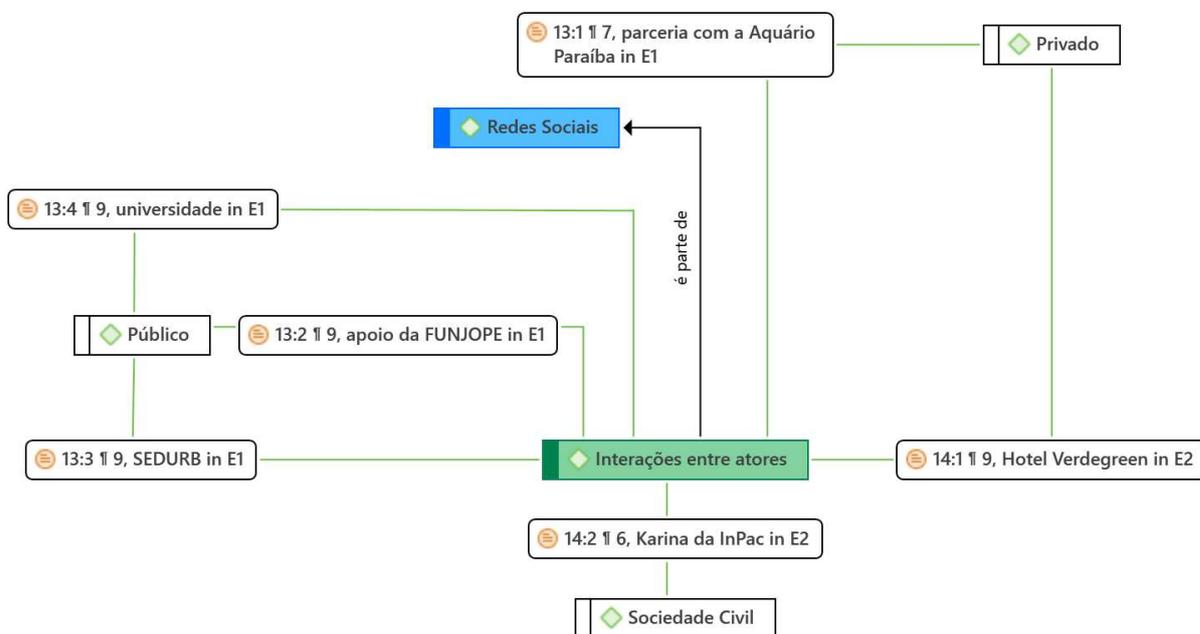
Para tanto, sabendo que a falta de inovação nos produtos, contribui, ainda mais, para fragilizar a indústria criativa do artesanato, verifica-se que o fato das artesãs do projeto buscarem manter constantemente a inovação dos artefatos torna-se um fator essencial para manter a sustentação da economia criativa (Wohl, 2021). Logo, os artesãos – sujeitos criativos – se distinguem por contribuírem com ações inovadoras que visam transformar o meio em que estão inseridos.

6.3 Dimensão Redes Sociais

A dimensão redes sociais aborda as interações existentes entre os diversos atores da sociedade, buscando entender como se estrutura tais relacionamentos e como os laços podem afetar e influenciar o desempenho e a vida econômica do negócio (Rolow, Florini & Amal, 2011). Assim, tem-se os atores da sociedade civil, cooperativas, sindicatos e associações comunitárias, atores organizacionais (empresas privadas) e institucionais (representantes do

Estado nas três esferas, federal, estadual, municipal e órgãos de apoio). Logo, observa-se na Figura 4 algumas das parcerias citadas nos discursos.

Figura 6 – Rede Dimensão Redes Sociais



Fonte: *Software* ATLAS.ti, com base nas entrevistas, 2023.

Considerada um canal de informação existente na sociedade, as **interações entre os atores** prezam pela troca de conhecimentos e acesso a oportunidades (Lee, 2015; Shafi, Sarker & Junrong, 2019). Logo, buscar por interações em redes, além de agregar aos indivíduos envolvidos, tende a impulsionar o crescimento do negócio (Lages, Braga & Morelli, 2004). Dessa forma, no tocante aos atores da sociedade civil, cooperativas, sindicatos e associações comunitárias, constituir redes nesse âmbito tende a fortalecer a buscar por benefícios locais e, conseqüentemente, se manter ativo economicamente. Para tanto, considerando tal rede, identificou-se que no projeto Sereias da Penha existe apenas uma parceria, segundo E2:

a gente só tem parceria com uma mulher aqui, que é Karina da InPact, ela é uma bióloga e professora da UFPB, e vem trabalhando na preservação dos corais do Seixas, plantando novos corais lá, revitalizando aquela área. Então ela ajuda a gente por iniciativa própria, porque admira o nosso trabalho [...] ela ajuda em eventos, em inscrição de projetos, ela está sempre dando uma mão pra gente em várias áreas, é um apoio muito bom (Entrevistada E2).

De acordo com as entrevistadas, atualmente, o projeto não possui parcerias com associações ou cooperativas locais, fato que pode dificultar a busca por direitos e benefícios

que a própria comunidade venha a possuir, uma vez que a formação de redes surge como um meio de fortalecimento das atividades locais. No entanto, quanto as parcerias com organizações privadas, verificou-se que:

Temos parceria com o aquário Paraíba, onde comercializamos nossos produtos lá. Temos também com o Hotel Verdegreen, que a gente comercializa os produtos lá e eles não cobram nada pra gente, nenhum tipo de taxa, porque geralmente quem revende peças pede uma porcentagem, né? Mas eles não, a gente fez uma decoração lá pra o restaurante deles, eles viram que muita gente estava perguntando quem tinha feito a decoração, e aí decidiram fechar essa parceria com a gente.” (Entrevistada, E3).

Com base nos discursos, observou-se que as duas parcerias privadas existentes são meios que, além de contribuir para a comercialização dos produtos artesanais, torna o trabalho das artesãs mais conhecido, conforme fala da E1 “Como se hospeda muitos turistas no Hotel verdegreen, lá eles conhecem nossas peças, e muitos nos procuram pra comprar mais peças aqui na praia da penha”. Salienta-se que o hotel se destaca por possuir certificação da ISO 14001 (SGA), logo, essa parceria trouxe ganhos positivos para ambas as partes, visto que, ao passo que as peças sustentáveis chamam a atenção dos turistas no hotel, quando vendidas, contribuem para a renda das artesãs, além de tornar o trabalho delas conhecido.

Outrossim, considerando que as interações sociais existentes entre os atores institucionais tende a fortalecer a atividade artesanal, as entrevistadas relataram que apesar da prefeitura do município dar apoio em alguns momentos, ainda tem muito a melhorar, conforme fala da E4: “com a prefeitura e Estado não temos parcerias, o pessoal da Secretaria de Turismo as vezes chamam a gente pra participar de alguns eventos, mas assim, dizer que a gente tem uma parceria firmada com eles, até o momento não.” Embora uma das entrevistadas tenha relatado que não existe parcerias com o setor público, a E1 informou que o projeto conta com o apoio da Fundação Cultural de João Pessoa - FUNJOPE, entidade pública do município, como também, com a Secretaria de Desenvolvimento Urbano - SEDURB, além de ter parceria com os alunos do curso de moda da UFPB, que as procuram para confeccionarem peças.

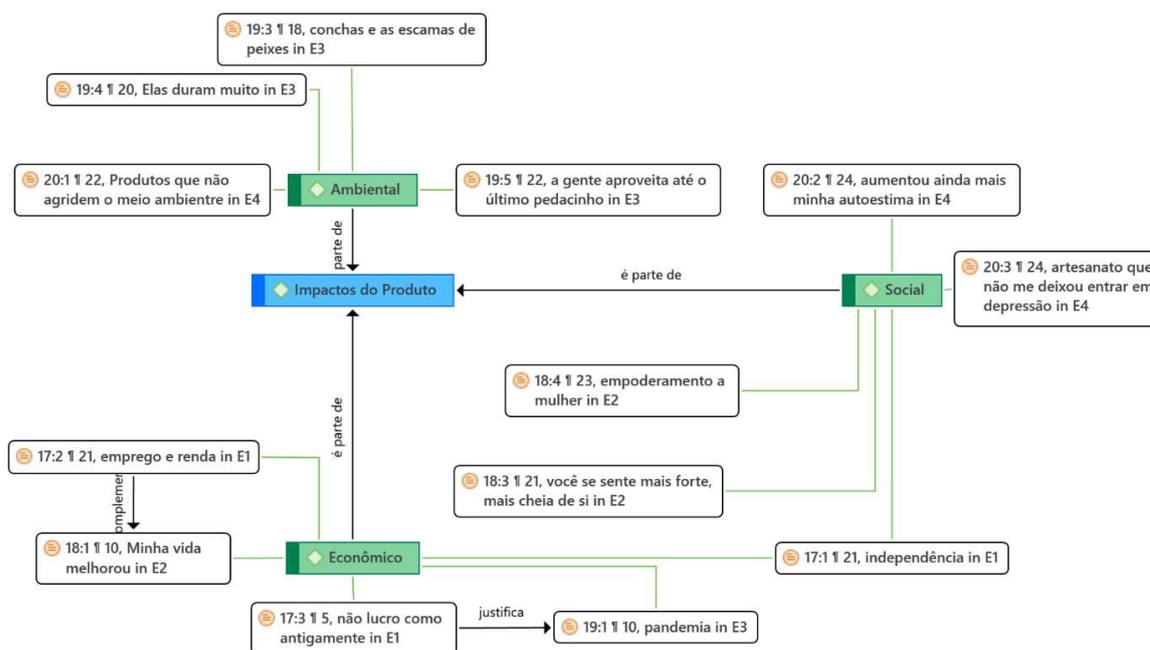
Dessa forma, observou-se que há uma falta de valorização do artesanato por parte da gestão pública municipal, isso porque, conforme relatos, é nítido a falta de apoio no momento atual. Ademais, considerando que o projeto sereias da penha contribuiu para que João Pessoa recebesse o título de cidade criativa da UNESCO em 2017, de acordo com as artesãs, somente no ano da titulação que a prefeitura se mostrou comprometida, de fato, com o artesanato, não prevalecendo nos anos seguintes.

Para tanto, verifica-se que atualmente o projeto sereias da penha não apresenta grandes redes de interações com os atores sociais, o que pode ser um dos motivos que acarretaram o decréscimo nas vendas dos produtos nos últimos anos. Contudo, embora apresente uma pequena rede de interações, as artesãs do projeto relataram que, caso não tivessem apoio de nenhum ator social, conseguiriam manter em funcionamento suas atividades, embora com menor proporção, conforme fala da E1: “Se não tivéssemos nenhum apoio, eu acho que conseguiríamos nos manter sim, porque o apoio que Karina dá pra gente é um apoio legal, mas a gente já sobreviveu muito tempo sem ela também, ela chegou recentemente.” Logo, constata-se a importância que as interações entre os atores possuem para o bom funcionamento das indústrias criativas, fato que exige do artesanato a necessidade de criar parcerias para o fortalecimento do setor.

6.4 Dimensão Impactos do Produto

Essa dimensão está voltada para os impactos da atividade artesanal, envolvendo aspectos relacionados ao econômico, ambiental e social. Assim, torna-se pertinente tal análise para compreender as contribuições do artesanato e da economia criativa para as três dimensões. Para tanto, as falas das artesãs foram agrupadas em três categorias, conforme observado na Figura 4.

Figura 7 – Rede Dimensão Impacto do Produto



Fonte: *Software* ATLAS.ti, com base nas entrevistas, 2023.

Por ser uma atividade cultural que perpetua modos de vida, saberes e fazeres locais, o artesanato se destaca por possuir uma característica **econômica** produtiva geradora de ocupação, renda e de promoção do desenvolvimento local, bem como, da redução das desigualdades sociais (UNCTAD, 2010; Lemos, 2011; Brandão; Silva & Fischer, 2013). Assim, dada a relevância econômica que o artesanato apresenta para o produtor, verificou-se que a atividade trouxe emprego e renda para as artesãs, ao passo que, gerou melhoria na qualidade de vida, como citado por E2: “Eu estava desempregada, e o artesanato foi uma luz no fundo do poço, foi o artesanato que me salvou [...] eu passei a comprar coisas que eu não comprava, porque eu não tinha dinheiro, minha vida mudou totalmente” Contudo, apesar do trabalho manual ter sido uma alternativa contra o desemprego, observou-se que atualmente as artesãs possuem uma outra realidade, conforme fala da E3:

veja, a minha renda hoje em dia é muito diferente da de antigamente. Antes da pandemia eu vivia totalmente do artesanato. Vendíamos muito, pra diversos Estados do país, pra pessoas de fora, que vinham pra cá de outros países [...] tudo isso me dói muito, porque faz quinze dias que eu consegui um emprego e estou trabalhando, mas é um vazio grande que fica em você, porque o artesanato é uma coisa que eu amo fazer, é uma coisa que eu gosto de me dedicar, mas eu não tenho mais tempo pra isso.

Assim, conforme relatos, a pandemia da covid-19 causou uma vasta queda na venda dos produtos, o que acarretou um impacto na renda das quatro entrevistadas. Atualmente, todas elas fazem da atividade artesanal uma segunda renda, pois somente o artesanato não seria capaz de suprir as despesas da família. Logo, constatou-se que o artesanato representa entre 40% a 60% da renda familiar das artesãs, sendo que antes da pandemia representava entre 90% a 100%, conforme pontua a E2: “antes da pandemia, 100% da minha renda era do artesanato, muitas coisas que eu queria, eu comprava. Comprei coisa pra casa, comprei coisa pra mim, comprei coisas pros meus filhos, comprei minha moto”. Tal informação demonstra a importância das indústrias criativas para a geração de renda, estas que impactam positivamente as economias (Domenech, Molina & Koster, 2022).

Dessa forma, apesar da pandemia ter afetado diretamente a renda das entrevistadas, ainda assim, o artesanato continua gerando renda para as artesãs – embora em menor proporção –, dado que mostra a importância dessa atividade dentro da economia criativa, gerando emprego e renda a partir do conhecimento, da criatividade e do capital intelectual (UNCTAD, 2010; UNESCO, 2021).

No tocante aos aspectos **ambientais**, considerando os danos gerados ao meio ambiente devido a extração e ao descarte inadequado da matéria-prima do artesanato, verificou-se que as

artesãs do projeto sereias da penha confeccionam as peças com conchas oriundas do mar, enquanto as escamas de peixes que, antes eram doadas ou retiradas diretamente do lixo, hoje em dia são compradas, conforme relato de E1: “Antes recebíamos de doação, ou retirávamos do lixo [...] a gente até dizia que transformávamos em arte aquilo que iria virar lixo. Hoje não mais. Hoje nós compramos as escamas”. Assim, pode-se dizer que o fato de terem que comprar as escamas, decorre, especialmente, do crescimento e da visibilidade do artesanato com escamas de peixe nos últimos anos, algo que despertou interesse para que outras pessoas lucrassem através da comercialização da matéria-prima.

Contudo, apesar de terem que comprar a principal matéria-prima do artesanato que produzem, o trabalho realizado pelas artesãs sereias da penha impacta positivamente o meio ambiente, visto que os artefatos decorrem da junção de diferentes técnicas de reaproveitamento de materiais, reforçando, portanto, o comportamento sustentável que a indústria criativa do artesanato apresenta frente ao meio ambiente (Vanderploeg & Lee, 2019; Panneels, 2023). Outrossim, de acordo com uma das entrevistadas, elas buscam reaproveitar ao máximo os materiais, conforme fala da E2: “Não vai nada pra o lixo não, porque até os pedaços de escamas que sobram, eu boto dentro do jarro pra decorar, jogo um pedaço de cobre também e fica ótimo.” Assim, elas só descartam o material quando, de fato, não é mais possível reaproveitar, conforme a E1:

É, olha, hoje de lixo, lixo mesmo é quando eles nos entregam as escamas no couro e ele vem muito cortado, aí não dá pra reaproveitar. Aí o que que acontece? A gente infelizmente faz esse descarte diretamente no lixo. Mas procuramos danificar o menos possível o meio ambiente, até no momento de tingir as peças, a gente usa produtos que não fazem mal pra o meio ambiente.

Um outro ponto importante a ser evidenciado é a coloração das peças, isso porque, de acordo com as artesãs, alguns clientes preferem produtos com cores, e na busca de atender tal preferência realiza-se o tingimento com uma pigmentação natural, feita através de casca da cebola, café, beterraba, dentre outros. Além disso, os produtos se destacam por apresentar uma boa durabilidade, é o que diz E3 “Eles duram muito, eu mesmo tenho produtos com escamas que tem exatamente oito anos, e estão intactos [...] nunca recebi reclamação de peça quebrada”. Para tanto, verifica-se que o fato de as peças serem confeccionadas com materiais reaproveitados não diminui a qualidade do produto artesanal. Outrossim, as artesãs relataram que os clientes, geralmente, escolhem peças levando em consideração a sustentabilidade, dado que confirma a pesquisa de Prados-Peña, Gálvez-Sánchez & García-Lopez (2022).

Ademais, quanto aos aspectos que norteiam a economia criativa, pode-se dizer que o fator **social** é um dos que mais se destaca nesse modelo, visto que suas atividades são responsáveis pela transformação da realidade social dos indivíduos (UNCTAD, 2010), sendo uma alternativa de enfrentamento ao desemprego e a exclusão social, contribuindo, conseqüentemente, para a melhoria da qualidade de vida (Silva, Vieira & Franco, 2019).

Frente a isso, considerando a importância que a atividade artesanal possui na vida de quem produz (UNCTAD, 2010; Pollanen, 2015), verificou-se que o ofício surgiu como uma oportunidade para as artesãs do projeto sereias da penha, visto que gerou empregos e trouxe independência financeira, como diz E2 “me trouxe independência [...] você se sente mais forte, mais cheia de si, porque você está vendo uma coisa que é você que faz. Você está vendo a sua capacidade de produzir algo, e que as pessoas estão gostando”. Assim, observa-se que o projeto contribuiu para elevar a autoestima das artesãs, através do emprego e, conseqüentemente, da valorização de suas criações, conforme complementa E4:

Esse projeto foi muito importante pra mim, principalmente, no início, porque eu estava desempregada, e o sereias da penha foi uma oportunidade pra mim. Sem falar que ele veio pra dar empoderamento a mulher, né? Desde o início que a gente bate nessa tecla de empoderar, de você ter a sua autoestima levantada, de você ter o seu o seu trabalho, de você ter o seu dinheiro. E tudo isso é motivo de orgulho pra gente (Entrevistada E4).

Para além do emprego e renda gerados pelo artesanato, constatou-se também, melhorias na saúde das artesãs, isso porque, de acordo com E4 “uma coisa que a escama me ajudou, foi quando meu marido se foi, sabe? Foi esse artesanato que não me deixou entrar em depressão.” Ainda conforme a artesã, a atividade manual continua sendo uma peça fundamental para a sua saúde e bem-estar psicológico, lhe auxiliando em diversos momentos da vida, fato que confirma o impacto social que o artesanato, enquanto indústria criativa, possui na vida dos indivíduos (Adams-Price & Morse, 2018). Para tanto, nota-se que os aspectos sociais presentes no artesanato do projeto sereias da penha é uma forma de fomentar as economias criativas locais, devido aos seus efeitos positivos de longo alcance sobre o emprego e melhorias na qualidade de vidas das pessoas.

7 Considerações Finais

Este artigo teve como objetivo analisar as interfaces entre o artesanato e a economia criativa, a partir de um estudo de caso no Projeto de Artesãs Sereias da Penha. Para isso,

realizou-se um estudo de abordagem qualitativa/exploratória. Inicialmente, foi identificado na literatura existente entre o artesanato e a economia criativa as seguintes dimensões e categorias: características do produtor (saber tradicional, criatividade e competências empreendedoras); Aspectos do produto (valor simbólico e inovação); Redes Sociais (Interações entre os atores); e, Impactos do produto (econômico, ambiental e social). Em seguida, realizou-se o estudo de caso.

Os resultados evidenciaram que frente aos elementos postos pelo artesanato, a economia criativa surge com aspectos que complementam ou se assemelham a estes. Assim, à medida que o artesão cultiva e transmite o conhecimento através do saber tradicional – patrimônio cultural imaterial –, contribui, também, para a economia criativa, isso porque, assim como no artesanato, a economia criativa tem como fator chave os conhecimentos tradicionais, os quais são transformados em produtos e serviços criativos que refletem os valores culturais de um determinado local, dado que foi observado no estudo de caso, através da prevalência dos aspectos culturais nas peças.

Dessa forma, considerando que os produtos originados da propriedade intelectual do artesão possuem um alto valor cultural, pode-se dizer que, uma vez representado através do valor simbólico, torna-se um atributo fundamental tanto para o artesanato, quanto para a economia criativa. Além disso, como forma de enaltecer os valores culturais postos no produto, observou-se que através de novas técnicas e matérias-primas que retratem a identidade local, a inovação surge para despertar o interesse cultural que o cliente tem no produto, fato que caracteriza ainda mais a ligação entre as duas temáticas estudadas.

No tocante as redes sociais, sabendo da importância que elas possuem para a promoção do produto, verificou-se que, a economia criativa surge como um modelo aberto para todos os tipos de parcerias (UNCTAD, 2019), facilitando, assim, sua adaptação na sociedade. Aliado a isso, tem-se o artesanato, atividade que, assim como a economia criativa, exige interações entre os atores para poder se consolidar. Logo, para que ambas consigam expor as capacidades criativas locais e, conseqüentemente, agregar valor aos produtos, urge a necessidade de criar, bem como, fortalecer as parcerias existentes. Ademais, o fortalecimento dessas redes surge como uma forma de impulsionar o impacto do artesanato e da economia criativa nas dimensões econômica, ambiental e social.

Desse modo, constata-se que esse artigo contribui para a compreensão das temáticas economia criativa e artesanato, tanto sob a perspectiva teórica, quanto empírica, por meio da realização do estudo de caso no projeto sereias da penha. Por fim, este artigo limitou-se a

investigar apenas uma tipologia do artesanato associado à economia criativa, por meio de um estudo de caso único. Sugere-se, assim, que pesquisas futuras identifiquem e explorem casos múltiplos, através de outros tipos de artesanato.

CONCLUSÃO

CONCLUSÃO

Esta dissertação teve como objetivo geral analisar as interfaces entre economia criativa e artesanato. Para tanto, seguiu-se a modalidade de artigos, prevista no regulamento do Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA/UFMG), onde cada objetivo específico correspondeu a um artigo (capítulo), que conduzem ao objetivo geral da dissertação

O primeiro artigo teve como objetivo analisar a evolução das publicações científicas do campo de pesquisa da economia criativa, no período de 1945 até 2022. Assim, foi realizado um mapeamento da literatura, por meio de artigos publicados na base de dados internacional *Web Of Science*, tendo como apoio o *software* CitNetExplorer. Após a análise de *clustering* dos 489 artigos, constatou-se que as publicações contribuíram para ampliar a perspectiva de análise do campo de pesquisa em diferentes áreas, tais como, geografia, estudos ambientais, negócios e dentre outros, indicando, assim, que a economia criativa é uma área multidisciplinar. Outrossim, os achados também indicaram o crescimento e fortalecimento de uma linha de estudos que se dedica a analisar o ensino superior e a economia criativa.

Através do panorama sobre a economia criativa realizado no primeiro artigo, identificou-se a necessidade de novos estudos na área, no intuito de abordar a temática sob outros setores da sociedade, tais como, o artesanato. Logo, considerando a escassez de produções que abordassem as duas temáticas conjuntamente, foi elaborado o segundo artigo, tendo como objetivo identificar as dimensões e aspectos centrais dos estudos sobre economia criativa e artesanato nas publicações científicas, no período de 1945 a 2022. Para tanto, foi realizada uma pesquisa bibliográfica com os conceitos de economia criativa e artesanato, a partir das publicações disponíveis nas bases de dados *Web Of Science* e *Scopus*. Assim, com o auxílio do *software* IRAMUTEQ, os principais resultados identificaram 4 dimensões de pesquisas que permeiam o campo, a saber, características do artesão, aspectos do produto, redes sociais e impactos do produto.

A partir das dimensões identificadas no segundo artigo, bem como da literatura existente entre o artesanato e a economia criativa, foi desenvolvido o terceiro artigo da dissertação, com o objetivo de analisar as interfaces entre o artesanato e a economia criativa, a partir de um estudo de caso no Projeto de Artesãs Sereias da Penha. Assim, como principal resultado, destaca-se as categorias identificadas que integram as dimensões encontradas no segundo artigo, a saber, características do produtor (saber tradicional, criatividade e competências empreendedoras); Aspectos do produto (valor simbólico e inovação); Redes Sociais (Interações entre os atores); e, Impactos do produto (econômico, ambiental e social).

Por possuir características que o acompanham desde seu nascimento, o artesão, indivíduo detentor do saber, ao passo que transmite seu conhecimento tradicional, se alinha com os aspectos postos pela economia criativa, isso porque, ela possui como base o conhecimento tradicional, contido nas diferentes formas de expressão, tais como, o artesanato, considerado patrimônio imaterial cultural (UNCTAD, 2010). Ademais, é através da propriedade intelectual – a criatividade –, que o artesão cria produtos artesanais que são fortemente influenciados por fatores socioculturais, dado que vai ao encontro da economia criativa, esta que se baseia na criatividade, através da exploração do intelecto humano. Para tanto, uma vez possuidor do saber tradicional e da criatividade, o artesão utiliza de competências empreendedoras que, podem decorrer de suas experiências para agregar valor (tangível ou intangível), questão que ganha espaço, também, na economia criativa, ao buscar priorizar a construção de competências empreendedoras sobre àqueles que transformam ideias em produtos ou serviços criativos para a sociedade.

Com aspectos únicos que os diferenciam dos demais, os produtos artesanais ganham espaço no âmbito da economia criativa por possuírem um valor simbólico de alto valor cultural, principalmente o artesanato, que expressa através da peça diversos sentimentos, tradições e memórias. Para além disso, observou-se que a presença da inovação no produto artesanal, especialmente, àqueles com fortes traços culturais, desperta o interesse dos clientes, sendo, portanto, uma inovação que, assim como na economia criativa, prioriza o cultural na sua essência.

Quanto as interações sociais, no âmbito do artesanato, elas surgem como redes fundamentais para a superação das dificuldades, como também para a troca de experiências e conhecimentos. Frente a isso, tem-se a economia criativa, modelo que preza pelas parcerias, visto que, cada ideia criativa amplia ideias anteriores de outros indivíduos (UNCTAD, 2010) e, conseqüentemente, promove o desenvolvimento local. Logo, observa-se que as interações sociais surgem como um fator basilar em ambas as temáticas.

No tocante aos impactos causados pela atividade, além do artesanato ser uma atividade econômica ligada diretamente a identidade e cultura local, também se destaca pela capacidade de gerar emprego e renda local, frente a isso, verificou-se que a economia criativa tem ganhado cada vez mais espaço nos diversos setores da sociedade, devido sua capacidade de gerar bens culturais, fornecer acesso a eles, criar empregos e desenvolver o potencial intelectual. Outrossim, com relação aos aspectos ambientais, verificou-se a prevalência da sustentabilidade nas peças artesanais através de práticas como, reaproveitamento de matéria-prima, descarte

adequado, utilização de pigmentação natural e durabilidade das peças, fato que fortalece a ideia da sustentabilidade presente na economia criativa. Além disso, socialmente, o artesanato se destaca por levar inclusão social, aumentar a autoestima, trazer melhorias na saúde e na qualidade de vida de quem produz, dado que também é posto pela economia criativa, ao promover a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano (UNCTAD, 2010).

Para tanto, observa-se que ambas as temáticas são semelhantes ou complementares entre si. Além disso, destaca-se que um dos elementos principais que une as temáticas é o aspecto cultural. Desse modo, pode-se dizer que essa dissertação contribui para compreensão das temáticas “economia criativa” e “artesanato” tanto sob a perspectiva teórica, a partir dos estudos bibliométricos, quanto empírica, por meio da realização do estudo de caso no projeto sereias da penha. Por fim, esta dissertação limitou-se a investigar apenas uma tipologia do artesanato associado à economia criativa por meio de um estudo de caso único. Sugere-se, assim, que pesquisas futuras identifiquem e explorem casos múltiplos, através de outros tipos de artesanato.

REFERÊNCIAS

REFERÊNCIAS

- Abisuga-Oyekunle, O. A., & Fillis, I. R. (2017) The role of handicraft micro-enterprises as a catalyst for youth employment, *Creative Industries Journal*, 10:1, 59-74.
- Albino, C. R. S. (2014). Gaspar de Melo. Os sentidos do lugar: valorização da identidade do território pelo design. Tese (Doutorado em Design) – Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Adamson, G. (2007). *Thinking through craft*, Berg Publishers, Oxford.
- Adams-Price, C. E., & Morse, L. W. Crafts as serious hobbies: Impact and benefits in later life, *Craft Research*, 9(1): 93-102.
- Aguayo, B.E.C. & Ramírez, L.P.A. (2019). La Economía Solidaria en la politización del trabajo escondido de las mujeres. *Rev. Estud. Fem.* 27.
- Almeida, E. L. de, & Dias, P. K. (2022). Revisão Bibliométrica sobre Economia Criativa em Periódicos Nacionais entre 2008 e 2018. *Revista Ciências Administrativas*, 27(3).
- Alves, G. L. (2012). O artesanato na história. *Revista Eletrônica Documento Monumento. NDHIR*, v. 7, n. 1.
- Alvim, M. R. B. (1983). Artesanato, tradição e mudança social: um estudo a partir da arte do ouro de Juazeiro do Norte. In: Ribeiro, Berta. *O artesão tradicional e seu papel na sociedade contemporânea*. Rio de Janeiro: funarte, Instituto Nacional do Folclore.
- Andres, L., & Round, J. (2015), The creative economy in a context of transition: a review of the mechanisms of micro-resilience”, *Cities*, Vol. 45, pp. 1-6.
- Antonello, C. S. (2005). A metamorfose da prendizagem organizacional: Uma revisão crítica. In: Ruas, R. L.; Antonello, C. S.; Boff, L. H. e colaboradores. *Os novos horizontes da gestão: Aprendizagem organizacional e competências*. Porto Alegre: Bookman. p. 12-33.
- Austin, R., Hjorth, D., & Hessel, S. (2018). How aesthetics and economy become conversant in creative firms. *Organization Studies*, 39(11), 1501–1519.
- Banks, M., & Hesmondhalgh, D. (2009). Looking for work in creative industries policy. *International Journal of Cultural Policy*, 15(4), 415–430.
- Barcellos, E. E. I., Botura, G. Jr., & Ramirez, C. M. S. (2015). A Economia Criativa no Ambiente dos Parques e Incubadoras. XXV Conferência da Amprotec de Empreendedorismo e Ambientes de Inovação, Cuiabá, p.1-18.
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo* 4aed. Lisboa: Edições, 70.
- Bramanti, A., (2012). Artigiani e politiche: una metafora dell’Italia che potrebbe farcela, in *Quaderni Artigianato*, 60.
- Bellver, D. F., Prados-Peña, M. B., García-López, A. M., & Molina-Moreno, V. (2023). Crafts as a key factor in local development: Bibliometric analysis. *Heliyon*, v. 9, ed. 1.
- Bertacchini, E. E.; Borrione, P. (2013). The Geography of the Italian Creative Economy: The Special Role of the Design and Craft-based Industries. *Regional Studies*, 47(2), 135–147.
- Black, M., Miller, C. F., & Leslie, D. (2019): Gender, precarity and hybrid forms of work identity in the virtual domestic arts and crafts industry in Canada and the US, *Gender, Place & Culture*.
- Bendassolli, P. F., Wood Jr., T., Kirschbaum, C., Pina & Cunha, M. (2009). *Indústrias Criativas: definição, limites e possibilidades*. RAE, v. 49, n. 1, p.10-18.
- Bouette, M., & Magee, F. (2015). Hobbyists, Artisans and Entrepreneurs: Investigating Business Support and Identifying Entrepreneurial Profiles in the Irish Craft Sector. *Journal of Small Business and Enterprise Development* 22 (2): 337–51.
- Borges, J. D. (2005). *Competitividade criativa*. GV Exec, São Paulo, v. 4, n. 3, p. 86–90.

- Borges, A. (2011). *Design + artesanato: o caminho brasileiro*. São Paulo: Terceiro Nome.
- Botelho, L. L. R., Cunha, C. J. C. A., & Macedo, M. (2011). O método da revisão integrativa nos estudos organizacionais. *Revista Eletrônica Gestão e Sociedade*, v. 5, n. 11, p. 121-136.
- Brandão, P. M., da Silva, F. R. M., & Fischer, T. (2012). Potencialidades do artesanato no desenvolvimento de destinos turísticos criativos e sustentáveis: papel na obtenção de vantagem competitiva. *Tourism & Management Studies*, 1, 195-202.
- Bridgstock, R., & Cunningham, S. (2016) Creative labour and graduate outcomes: implications for higher education and cultural policy, *International Journal of Cultural Policy*, 22:1, 10-26.
- Broadley, C., Champion, K., & McHattie, L. S. (2017). Materiality Matters: Exploring the use of design tools in innovation workshops with the craft and creative sector in the Northern Isles of Scotland. *The Design Journal*.
- Brown, S. & Vacca, F. (2022) Cultural sustainability in fashion: reflections on craft and sustainable development models, *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 18:1, 590-600.
- Budziwicz-Gruźlecka A. (2017). The role of youth in the development of the creative industry," *Management, Sciendo*, vol. 22(1), pages 226-237.
- Chapain, C., & Comunian, R. (2009). Enabling and Inhibiting the Creative Economy: The Role of the Local and Regional Dimensions in England. *Regional Studies*, 44(6), 717–734.
- Camargo, B. V., & Justo, A. M. (2013). IRAMUTEQ: Um Software Gratuito para Análise de Dados Textuais. *Temas em Psicologia*, 21 (2), 513-518.
- Campbell, M. (2021) Reimagining the creative industries in the community arts sector, *Cultural Trends*, 30:3, 263-282.
- Carlucci, D. (2014), Grasping knowledge-based value creation dynamics in 21st century organizations, *Measuring Business Excellence*, Vol. 18 No. 1.
- Carvalho, D. S., & Bendassolli, P. F., (2019). Processo de significação no trabalho para trabalhadores artesanais atuando em uma capital do Nordeste brasileiro. *Psicologia e Sociedade (Impresso)*, v. 31, p. 1-17.
- Castells, M. 1996. *The Rise of the Network Society (The Information Age: Economy, Society and Culture, volume 1)*. Malden: Blackwell.
- Castells, M. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 2009.
- Cavalcante, M. M., & Vasconcelos, D. A. L. (2022). Saberes e fazeres populares: o artesanato nas regiões turísticas de Alagoas. *Caderno Virtual de Turismo*, 22(1), 1-12.
- Cerisola, S., & Panzera, E. (2021). Cultural and Creative Cities and Regional Economic Efficiency: Context Conditions as Catalysts of Cultural Vibrancy and Creative Economy. *Sustainability*, 13, 7150.
- Chaston, I., & Sadler-Smith, E. (2012). Entrepreneurial Cognition, Entrepreneurial Orientation and Firm Capability in the Creative Industries. *British Journal of Management*, 23(3), 415-432.
- Chen, C.-W. (2022). Approaching sustainable development goals: Inspirations from the Arts and Crafts movement to reshape production and consumption patterns. *Sustainable Development*, 30(6), 1671–1681.
- Chen, Ming-Huei., Chang, Yu-Yu., Pan, Ju-Yun. (2018). Typology of creative entrepreneurs and entrepreneurial success. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, vol. 12, n. 5, p. 632-656.

- Comunian, R. (2011). Rethinking the Creative City: The Role of Complexity, Networks and Interactions in the Urban Creative Economy. *Urban Studies*, 48(6), 1157–1179.
- Comunian, R., Gilmore, A., & Jacobi, S. (2015). Higher Education and the Creative Economy: Creative Graduates, Knowledge Transfer and Regional Impact Debates. *Geography Compass*, 9(7), 371–383.
- Comunian, R., Taylor, C., & Smith, D. N. (2013). The Role of Universities in the Regional Creative Economies of the UK: Hidden Protagonists and the Challenge of Knowledge Transfer. *European Planning Studies*, 22(12), 2456–2476.
- Corey, P. N. (2023). Craft: Craft and the Making of “Global” Contemporary Art. In: *A Companion to Contemporary Art in a Global Framework*. Ed. Davidson, J. C. & Jones, A, p. 119-131.
- Costa, A. D. & Souza-Santos, E. R. (2011). Economia criativa: novas oportunidades baseadas no capital intelectual. *Economia & Tecnologia*, 07, Vol. 25.
- Creswell, J. W. *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. 3.ed. Porto Alegre: Artmed/Bookman, 2010.
- Da Costa, D. (2015). Sentimental Capitalism in Contemporary India: Art, Heritage, and Development in Ahmedabad, Gujarat. *Antipode* vol. 47 n. 1, pp. 74–97.
- DCMS (2006), *Creative Industries: The Definition of the Creative Industries*, Department for Culture, Media and Sport.
- Deheinzelin, L. (2009). *Indicadores de Nações: uma contribuição ao diálogo da sustentabilidade*. Organizado por Anne Louette. São Paulo: Ed. Willis Harman House.
- De Jesus, D.S.V., & Perrotta, I. (2020). Creative economy, authenticity and peripheral memories: The favela souvenirs in Rio de Janeiro. *Int. J. Innov. Educ. Res.* 8, 117–128.
- De Pádua, C.M.A., & Cavalcanti, E.C.T. (2018). Sociedade e trabalho imaterial: Economia criativa nas comunidades populares. *Rev. Valore*, 3, 118–128.
- Dinardi, C. (2019). Creativity, informality and cultural work in Rio de Janeiro’s favelas. *International Journal of Cultural Studies*, 22(2), 248-263.
- Duxbury, N. (2020). Cultural and creative work in rural and remote areas: an emerging international conversation. *International Journal of Cultural Policy*, 1–15.
- Diniz, M. B., & Diniz, M. J. T. (2007). Arranjo produtivo do artesanato na Região Metropolitana de Belém: uma caracterização empírica. *Novos Cadernos NAEA*. v.10, n.2.
- Domenech, R. B., Molina, B. de M., & Köster, P. R. (2022). The impact of cultural and creative industries on the wealth of countries, regions and municipalities, *European Planning Studies*, 30:9, 1777-1797.
- Cislaghi, T. P., D’Arisbo, A., Dorion, E. C. H., & Severo, E. A. (2013). Criação de Conhecimento: Economia Criativa Versus Gestão Tradicional. *Revista da Faculdade de Administração e Economia (ReFAE)*, São Paulo, v. 5, n 1, p. 2-27.
- De Munck, B. (2019). Artisans as knowledge workers: Craft and creativity in a long term perspective, *Geoforum*, p. 227-237.
- Dudley, K. M. (2014). *Guitar makers: The endurance of artisanal values in North America*. University of Chicago Press.
- Eikhof, D. R., & Haunschild, A. (2007). For art’s sake! Artistic and economic logics in creative production. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 28(5), 523–538.
- England, L. (2023) Crafting professionals: entrepreneurial strategies for making a living through passionate work, *Innovation*, 25:4, 329-347.

- Evans G. (2009). Creative cities, creative spaces and urban policy. *Urban Studies* 46(5–6): 1003–1040.
- Eisenhardt, K. M., & Graebner, M. E. (2007). Theory building from cases: opportunities and challenges. *Academy of Management Journal*, v. 50 n. 2, p 25-32.
- Fachinelli, A. C., Carrillo, F. J., & D’Arisbo, A. (2014). Capital system, creative economy and knowledge city transformation: Insights from Bento Gonçalves, Brazil. *Expert Systems with Applications*, 41(12), 5614–5624.
- Falcão, J. M. (2008). Artesanato: as mãos visíveis do mercado.
- Falcão, F.; & Alves, A. (2015). Após joias, “Sereias de Penha” desenvolve projeto na área de decoração. Disponível em: <<http://www.joaopessoa.pb.gov.br/>>. Acesso em: 10/07/2023.
- Fahmi, F. Z., McCann, P., & Koster, S. (2017). Creative economy policy in developing countries: The case of Indonesia. *Urban Studies*, 54(6), 1367-1384.
- Fathurahman, H. and Huseini, M. (2018), Mapping of regional economic potential based on creative economy to support creation of regional competitiveness, *KnE Social Sciences*, Vol. 3 No. 10, p. 310-332.
- Fazlagic, J. & Skikiewicz, R. (2019) Measuring sustainable development - the creative economy perspective, *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 26:7, 635-645.
- Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN). (2022). Mapeamento da indústria criativa no Brasil. Rio de Janeiro.
- Fischer, T., & Soares, R. M. F. (2010). “aqui aprendeu da mãe que aprendeu da mãe”: memórias e significados do artesanato no território do sisal/bahia. In: XXXIV EnANPAD. Rio de Janeiro: [s.n.].
- Fleming, R. C. (2009). Creative Economic Development, Sustainability, and Exclusion In Rural Areas. 99(1), 61–80.
- Flew, T. (2012). *Creative industries – Culture and policy*. Londres, Sage.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class: And how it’s transforming work, leisure, community and everyday life*. New York, NY: Basic Books.
- Florida, R. (2011). *A ascensão da classe criativa*. Porto Alegre: L&PM.
- Frayling, C. (2017). *On craftsmanship*. Oberon Books: London.
- Friel, M. (2020) Crafts in the Contemporary Creative Economy. *Aisthesis* 13(1): 83-90.
- Friel, M., & Santagata W. (2008). Making Material Cultural Heritage Work: from Traditional Handicrafts to Soft Industrial Design, in Anheier, H.K., Isar, Y.R. (eds.), *The Cultural Economy, The Cultures and Globalization Series 2*, Sage, London.
- Fronza, L., & Buonano, D. G. (2017). Artesanato Brasileiro: Iconografia da Identidade Nacional, *Revista Educação Gráfica*, v. 21, n. 03.
- Glăveanu, V. P. (2013). Creativity and folk art: A study of creative action in traditional craft. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 7(2), 140–154.
- Gibbon, C. (2011), How much can the creative industries contribute to regional development in Britain?, *Regional Studies Association Annual International Conference, Papers*, March, p. 1-24.
- Gibson, C., & Klocker, N. (2004). Academic publishing as ‘creative’ industry, and recent discourses of ‘creative economies’: some critical reflections. 36(4), 423–434.

- Gohoungodji, P., & Amara, N. (2023). Art of innovating in the arts: definitions, determinants, and mode of innovation in creative industries, a systematic review, *Review of Managerial Science*, Springer, vol. 17(8), p. 2685-2725.
- Guilherme, L. L. (2017). Creative economy: thematic perspectives addressed and research methodologies adopted. *Brazilian Journal of Science and Technology*, v. 4, n. 1, p. 2.
- Guilherme, L. L., & Gondim, R. V. (2018). Public policies and productive systems of creative economy: the case of the FIA Project (Artisans Workshop). *Brazilian Journal of Operations & Production Management*, 15(3), 355–365.
- Guimarães, G. M., & Pinheiro, R. O. (2018). Patrimônio cultural e produção artesanal de alimentos: o saber-fazer em sistemas de produção na Quarta Colônia - RS. P. 44-61. In: *Saberes tradicionais e artesanato: expressões culturais do campo brasileiro* / David, C; Vargas, D. L. São Leopoldo: Oikos. 2 ed. 251p.
- Gouvea, R., Kapelianis, D., Montoya, M. J. R., & Vora, G. (2020): The creative economy, innovation and entrepreneurship: an empirical examination, *Creative Industries Journal*.
- Granados, C., Bernardo, M., & Pareja, M. (2017) Como as indústrias criativas inovam? Uma proposta modelo, *Creative Industries Journal*, 10:3, p. 211-225.
- Grant, J. L., Hagget, J., & Morton, J. (2010). Planning for the creative economy: The live music scene in Halifax. *Plan Canada*, 50 (2), p. 34 – 37.
- Grodach, C. (2011). Art Spaces in Community and Economic Development: Connections to Neighborhoods, Artists, and the Cultural Economy. *Journal of Planning Education and Research* 31(1) 74–85.
- Grodach, C. (2012). Cultural Economy Planning in Creative Cities: Discourse and Practice. *International Journal of Urban and Regional Research*, 37(5), 1747–1765.
- Grodach, C., O’Connor, J., & Gibson, C. (2017). Manufacturing and cultural production: Towards a progressive policy agenda for the cultural economy. *City, Culture and Society*, 10, p. 17 – 25.
- Hagoort, G., & Thomassen, A. *On the entrepreneurial principles of the cultural and creative industries*. 2007.
- Hesmondhalgh, D. (2002). *The cultural industries*. London: Sage.
- Hirsch J. E. (2005). An index to quantify an individual's scientific research output. *Proc Nat Acad Sci USA*. 102(46): 16569-72.
- Ho, K.C. (2009). The Neighbourhood in the Creative Economy: Policy, Practice and Place in Singapore. *Urban Studies*, 46(5-6), 1187–1201.
- Holmes, H. (2015). Artesanato transitório: resgatando o artesão contemporâneo. *Trabalho, Emprego e Sociedade*, 29 (3), 479-495.
- Hou, Chen-En; Lu, Wen-Min; Hung, Shiu-Wan (2017). Does CSR matter? Influence of corporate social responsibility on corporate performance in the creative industry. *Annals of Operations Research*, vol. 278(1), p. 255-279.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. Penguin, London.
- Hoyte, C. (2019). Artisan entrepreneurship: a question of personality structure? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, v. 25 n. 4, p. 615-632.
- Irias, M., & Farias, R. de C. P. (2016). Artesanato, cultura e identidade do grupo Art D’mio de Brás Pires-MG. *Oikos: Família E Sociedade Em Debate*, 27(2), 119–151.
- Jakob, D., & Thomas, N.J., (2015). Firing up craft capital: the renaissance of craft and craft policy in the United Kingdom. *International Journal of Cultural Policy*, 23(4), 495-511.

- Jones, E. K., Van Assche, K., & Parkins, J. R. (2021) Reimagining craft for community development, *Local Environment*, 26:7, 908-920.
- Jourdain, A. (2018) Analysing the Symbolic Economy with Pierre Bourdieu: The World of Crafts, *Forum for Social Economics*, 47:3-4, 342-361.
- Kacerauskas, T. (2020). Creative Economy and the Idea of the Creative Society, *Transformations in Business & Economics*, Vol. 19, No 1 (49), p.43-52.
- Kacerauskas, T., Streimikiene, D., Bartkute, R (2021). Environmental Sustainability of Creative Economy: Evidence from a Lithuanian Case Study. *Sustainability* 13, 9730.
- Keller, P. O. (2014). artesão e a economia do artesanato na sociedade contemporânea. *Política & Trabalho: Revista de Ciências Sociais*, João Pessoa, n. 41, p. 323-347.
- Khair, M. (2019). “Entrepreneurship by Design: The Construction of Meanings and Markets for Cultural Craft Goods.” *Innovation* 2 (1): 13–32.
- Khongphokhanun, P., Koseyayothin, M., Somtrakool, K. (2013). The Ten Crafts: Design and Integration for Developing Creative Economic Products. *Asian Social Science*, 9(4), pp. 27-31.
- Kon, A. (2016). On the creative economy chain in Brazil: potential and challenges. *Brazilian Journal of Political Economy*, vol. 36, n. 1 (142), pp. 168-189.
- Lages, V., Braga, C., & Morelli G. (Org.). (2004). Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva. Rio de Janeiro: Relume Dumará.
- Landry C (2000) *The Creative City: A Tool Kit for Urban Innovators*. London: Earthscan.
- Lawrence, T. B., & Phillips, N. (2002). Understanding Cultural Industries. *Journal of Management Inquiry*, 11(4), 430-441.
- Lazzarini, S. G. (2008). *Empresas em rede*. São Paulo: Cengage Learning.
- Lazzeretti, L., Capone, F., & Innocenti, N. (2017). Exploring the intellectual structure of creative economy research and local economic development: a co-citation analysis. *European Planning Studies*, 25(10), 1693–1713.
- Lee, H.-K. (2019). Making creative industries policy in the real world: differing configurations of the culture-market-state nexus in the UK and South Korea. *International Journal of Cultural Policy*, 26(4), 544–560.
- Lee, M. (2015). Fostering connectivity: a social network analysis of entrepreneurs in creative industries, *International Journal of Cultural Policy*, 21:2, 139-152.
- Leadbeater, C. (2008). Britain’s Creativity Challenge. *Creative and Cultural Skills*.
- Leal, R. (2007). A estética como elemento para compreensão da criatividade nas organizações. *Organizações e Sociedade*, v. 14, n. 42, p. 67-82.
- Lemos, M. E. S. (2011). *O Artesanato como Alternativa de Trabalho e Renda. Subsídios para avaliação do Programa Estadual de Desenvolvimento do Artesanato no Município de Aquiraz – CE*. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Ceará – UFC. Fortaleza – CE.
- Leissle, K. (2017) “Artisan” as Brand: Adding Value in A Craft Chocolate Community, *Food, Culture & Society*, 20:1, 37-57.
- Liang, C., Abdela, R., & Meng, Z. (2023). Assessing the Sustainability Level of European Cultural and Creative Industries Based on Entropy Method Chenxi, *Applied Mathematics and Nonlinear Sciences*.
- Lima, R. G. (2009). *Artesanato e arte popular: duas faces de uma mesma moeda*. Brasília: Ministério da Cultura - Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular.
- Linhares, V., & Da Silva, T. (2018). A influência das políticas públicas no fortalecimento de empreendimentos criativos em Parintins/AM. *Revista Caribeña de Ciencias*.

- Liu Y-Y, Chiu Y-H. (2017). Evaluation of the Policy of the Creative Industry for Urban Development. *Sustainability*, 9(6):1009.
- Lopes, F. R. A., Macedo, E. M., Porto, F. R. C., Lima, R. M., Marques, P. S. (2010). Análise introdutória: o artesanato teresinense como instrumento de valorização da identidade sociocultural e turística local. *P@rtes* (São Paulo).
- Loup, S., & Rakotovahiny, M. A. (2010). Protection et valorisation de la créativité artisanale. *Management & Avenir*, 10 (40): 100-115.
- Lucas, A., Freddy, A., & Viera, G. (2013). Análise da Produção Científica Sobre Inteligência De Negócios Na Web of Science (Wos).
- Luckman, S. (2018) Craft entrepreneurialism and sustainable scale: resistance to and disavowal of the creative industries as champions of capitalist growth, *Cultural Trends*, 27:5, 313-326.
- Luckman, S. (2015). *Craft and the creative economy*. New York: Palgrave Macmillan.
- Lugoboni, L. F. et al. *Economia criativa: aplicação nas empresas de TI*. *Future Studies Research Journal*, São Paulo, v.6, n.1, p. 132 – 171.
- Makhitha, K. (2015). Supply Chain Practices and Challenges In The Craft Industry In Gauteng, South Africa. *Journal of Applied Business Research (JABR)*, 31(6), 2197–2212.
- Marinho, T. A. (2014). Modernidade e diversidade cultural: o limite é o mercado – um estudo de caso sobre o artesanato de capim-dourado no Jalapão. *Soc. e Cult.*, Goiânia, v. 17, n. 2, p. 279-289.
- Marchand, P., & Ratinaud, P. (2012). L'analyse de similitude appliquée aux corpus textuels: Les premiers socialistes pour l'élection présidentielle française (septembre-octobre 2011). *Actes des 11ème Journées internationales d'Analyse statistique des Données Textuelles*, p. 687-699.
- Marquesan, F. F. S; de Figueiredo, M. D. (2014). De Artesão a Empreendedor: A Ressignificação do Trabalho Artesanal Como Estratégia para a Reprodução de Relações Desiguais de Poder. *Revista de Administração Mackenzie*, São Paulo, v. 15, n. 6, p. 76.
- Markusen, A. (2007). An arts-based state rural development policy, special issue on state rural development policy. *The Journal of Regional Analysis and Policy*, 37(1), 7-10.
- Markusen, A., Wassall, G. H., DeNatale, D. & Cohen, R. (2008), “Defining the creative economy: industry and occupational approaches”, *Economic Development Quarterly*, Vol. 22 No. 1, pp. 24-45.
- Marsh, L. (2016). Branding Brazil Through Cultural Policy: Rio de Janeiro as a Creative, Audiovisual City. *International Journal of Communication*, 10, 20.
- Martinaityte, E., & Kregzdaite, R. (2015). The factors of creative industries development in nowadays stage. *Economics & Sociology*, 8(1), 55.
- Mascêne, D. C., & Tedeschi, M. (2010). *Termo de referência: atuação do Sistema SEBRAE no artesanato*. Brasília: SEBRAE.
- McHattie, L. S., & Champion, K., & Broadley, C. (2018). Craft, textiles, and cultural assets in the Northern Isles: innovation from tradition in the Shetland Islands. *Island Studies Journal*, 13(2), 39-54.
- McRobbie, A. (2013). Fashion matters Berlin; city-spaces, women's working lives, new social enterprise? *Cultural Studies*, 27(6), 982–1010.
- Meleiro, A., & Fonseca, F. (2012). *Economia criativa: análise setorial*. *PragMATIZES - Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura*, (2), 37-73.
- Mendes, K. S., Silveira, R. C. C. P., & Galvão, C. M. (2008). *Revisão integrativa: método de*

- pesquisa para a incorporação de evidências na saúde e na enfermagem. *Texto Contexto - Enfermagem*, Florianópolis, v. 17, n. 4.
- Méndez, R., Michelini, J. J., Prada, J., & Tébar, J. (2012). Economía creativa y desarrollo urbano en España: una aproximación a sus lógicas espaciales. *EURE*, 38(113), 5-32.
- Merriam, S. B. (1998). *Qualitative research and case study applications in education*. São Francisco (CA): Jossey-Bass.
- Micelli, S. (2011). *Futuro Artigiano*, Marsilio, Venezia.
- Mignosa, A., & Kotipalli, P., (2019). *A Cultural Economic Analysis of Craft*, Palgrave Macmillan, London.
- Miguez, P. (2007) *Economia Criativa: uma discussão preliminar*. In: Nussbaumer, Gisele Marchiori (Org). *Teorias & Políticas da Cultura: visões multidisciplinares*. Salvador: Edubra. p. 95-113.
- Mitchell, W., Inouye, A., & Blumenthal, M. (2003). *Beyond Productivity: Information Technology, Innovation and Creativity*. Washington: National Academics Press.
- Moore, I. (2014). Cultural and creative industries concept – a historical perspective, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, No. 110, pp. 738-746.
- Mongeon, P., & Paul-Hus, A. (2016). The journal coverage of Web of Science and Scopus: a comparative analysis. *Scientometrics*, v. 106, n. 1, p. 213-228.
- Montalto, V., Alberti, V., Panella, F., Sacco, P. L. (2023). Are cultural cities always creative? An empirical analysis of culture-led development in 190 European cities. *Habitat International*, vol. 132.
- Munro, E. (2017). Building soft skills in the creative economy: Creative intermediaries, business support and the ‘soft skills gap’. *Poetics*, 64, 14–25.
- Murray, C., & Gollmitzer, M. (2012). Escaping the precarity trap: a call for creative labour policy. *International Journal of Cultural Policy*, 18(4), 419–438.
- Nesta (2007). *Rural Innovation*. London.
- Newbiggin, J. (2010). *A Economia Criativa: um guia introdutório*. Série Economia Criativa e Cultural, v. 1. Reino Unido: British Council.
- Ocejo, R. E. (2010). What'll it be? Cocktail bartenders and the redefinition of service in the creative economy. 1(4), 0–184.
- Oliveira, C. D. (2007). *As relações artesanais e o estímulo ao Desenvolvimento Local no Brasil, Gouveia-MG e outras diferentes escalas*. 172 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte – MG.
- Oliveira, J. M., Araújo, B. C., & Silva, L.V. (2013). *Panorama da economia criativa no Brasil. Texto para Discussão*. IPEA/Brasília. Rio de Janeiro: IPEA.
- Oliveira, J. S., Cavedon, N. R., & Figueiredo, M. D. O. (2012). O artesanato na ótica de quem o produz: com a palavra os artesãos do brique da redenção em porto alegre. *Revista Interdisciplinar de Gestão Social*, v. 1, n. 3, p. 141–162.
- Oliveira, L. A. G. (2016). *Cultura, criatividade e desenvolvimento territorial: reflexões sobre Redes e Sistemas Produtivos de Economia Criativa*. In: Leitão, C., & Machado, A. F. (org.) *Por um Brasil criativo: significados, 235 desafios e perspectivas da economia criativa brasileira*. Belo Horizonte: Código, p. 109-125.
- Panneels, I. (2023). The Quintuple Bottom Line: A Framework for Place-Based Sustainable Enterprise in the Craft Industry, *Sustainability*, 15, 3791.

- Pareja-Eastaway, M., & Miquel, M. P. i. (2014). Towards the Creative and Knowledge Economies: Analysing Diverse Pathways in Spanish Cities. *European Planning Studies*, 23(12), 2404–2422.
- Peltoniemi, M. (2015). Cultural industries: product-market characteristics, management challenges and industry dynamics. *International Journal of Management Reviews*, v. 17, p. 41-68.
- Peters, M.A. (2010), Three forms of the knowledge economy: learning, creativity and openness, *Economics, Management and Financial Markets*, Vol. 5 No. 4, pp. 63-92.
- Petry, J. F., Uchôa, A. G. F., Mendonça, M. B. De., Magalhães, K. De L., Benchimol, R. M. B. (2020). The creative economy: an ethnographic framework for handcrafts in the Alto Solimões region of the Brazilian Amazon. *International Journal of Social Economics*, v. 47, n. 12, p. 1651-1667.
- Pires, V. S., & Albagli, S. (2012). Estratégias empresariais, dinâmicas informacionais e identidade de marca na economia criativa.
- Poser, J. (2008) *Artesanato Contemporâneo: O Olhar do Trabalho*, Educação Artística, 61:2, 80-86.
- Potts, J., Cunningham, S., Hartley, J. & Ormerod, P. (2008), Social network markets: a new definition of the creative industries, *Journal of Cultural Economics*, Vol. 32 No. 3, pp. 167-185.
- Portugal, P. H. F., Moreira, J. F., Povoas, M. S., Silva, C. A. F., & Guedes, A. L. A. (2021). The Favela as a Place for the Development of Smart Cities in Brazil: Local Needs and New Business Strategies. *Smart Cities*. 4, 1259–1275.
- Prados-Peña, M. B., Gálvez-Sánchez, F. J., & García-Lopez, A. (2022). Moving toward sustainable development: Social, economic and environmental value as antecedents of purchase intention in the sustainable crafts sector, *Sustainable Development*, 31: 3024–3037.
- Premree, A., Chantachon, S., & Wannajun, S. (2014). The integration of traditional knowledge in the design and development mudmee, prawa and yok tong silk products for enhancing Community economy. *Indian Journal of Traditional Knowledge*, vol. 13 (2), pp. 305-312.
- Queiroz, A.L. & Paradela, C.L. (2018). Empreendedorismo, indústria criativa e economia criativa: Uma evolução conceitual. *Rev. Eletrônica Estácio Pap*. 4, 124–146.
- Ravasi, D., & Rindova, V. (2013). Criação de valor simbólico. *Revista Interdisciplinar de Gestão Social*, v. 2, n. 2, p. 13–35.
- Rademaker, L. L., Grace, E. J., & Curda, S. K. (2012). Using Computer-assisted Qualitative Data Analysis Software (CAQDAS) to Re-examine Traditionally Analyzed Data: Expanding our Understanding of the Data and of Ourselves as Scholars. *The Qualitative Report*, 17(22), 1-11.
- Ramos, S. P. (2013). Políticas e Processos Produtivos do Artesanato Brasileiro como atrativo de um Turismo Cultural. *Rosa Dos Ventos*, 5(1), 44–59.
- Rani, M., & Wulandari, D. (2018). The Development of Creative Economy: Case Study of Jodipan Colorful Village in Malang. *Econ. Dev. Anal. J.* 7, 322–329.
- Rhoden, I., Lopes, M. R. R., Pinheiro, A. A. G., & Martins, J. C. de O. (2017). Qualidades Subjetivas do Trabalho do Artesão: Um Estudo Sob a Perspectiva das Experiências de Ócio. *Psicologia em Revista*, 23(1), 471-487.
- Ribeiro, B. G. et al. *O artesanato tradicional e seu papel na sociedade contemporânea*. Rio de Janeiro: FUNARTE, 1983.

- Richards, G. (2009). Creative Tourism and Local Development. In: Wurzburguer, R. et al, (eds.) Creative Tourism A Global Conversation, How to Provide Unique creative experiences for Travelers Worldwide Sunstone Press, Santa Fe, New Mexico, 78-90.
- Rosyadi, S., Kusuma, A. S., Fitrah, E., & Zayzda, N. A., & Pimoljinda, T. (2021). Barriers of public policy faced by SMEs of creative economy in Indonesia. *International Journal of Law and Management* Vol. 64 No. 1, pp. 32-48.
- Reis, A. C. F. (2008). *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural.
- Reis, W. C. (2016). *Criação de valor simbólico no artesanato Quilombola de Moju, no Pará: um estudo no campo do empreendedorismo cultural sob a ótica da Teoria da Recepção de Stuart Hall*. 2016. 188 f. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife.
- Rossi, C. (2015): Craft and the creative economy, *International Journal of Cultural Policy*.
- Reyes Jr, E., Gonçalo, C. R., Brandão, C. N. (2012). Mapeando as relações sociais em aglomerados de empresas. *REDES - Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, v.23, n.6, p.178-201.
- Rolow, R., Floriani, R., & Amal, M. *Internacionalização e Redes de Relacionamento como Propulsores de Inovações: Estudo de Caso em Empresa Metalmeccânica, Internacionalização e redes*, p. 466-480.
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, M. P. B. (2014). *Metodologia de pesquisa*. 5. Ed. Porto Alegre: Penso.
- Santos-Duisenberg, E. (2008). A economia criativa: uma opção de desenvolvimento viável? In: Reis, F. C. (Org.). *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural, p. 50-73.
- Schlesinger, P. (2017). The creative economy: invention of a global orthodoxy, *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 30:1, 73-90.
- Schiray, D.M. & Carvalho, C.C.; Afonso, R. (2017). Creative economy as a social technology approach. *Acad. Rev. Latinoam. Adm.* 30, 508–528.
- Scott, A. J. (2004). Cultural-products industries and urban economic development: Prospects for growth and market contestation in a global context. *Urban Affairs Review* 39(4): 461–490.
- Sennett, R. (2009). *The Craftsman*. London: Penguin.
- Sebrae. (2022). Riqueza do artesanato é fonte de renda para famílias do Nordeste. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/riqueza-do-artesanato-e-fonte-de-renda-para-familias-do-nordeste,90fdc73afdc54810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 08/05/2023.
- Sebrae. Termo de Referência. Programa Sebrae de Artesanato. Brasília: Sebrae, 2004. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>>. Acesso em: 03/05/2023.
- Sehnen, S., Piekas, A., Magro, C. B. D., Fabris, J., Leite, A. (2020). Public policies, management strategies, and the sustainable and competitive management model in handicrafts. *Journal of Md., N. I., & Cleaner Production*, vol. 266.
- Shafi, M., Sarker, Md. N. I., & Junrong, L. (2019). Social Network of Small Creative Firms and Its Effects on Innovation in Developing Countries, *SAGE Open*, v. 9, ed. 4.
- Seok, H., & Nam, Y. (2022). A Social Network Analysis of International Creative Goods Flow. *Sustainability*, 14, 4463.

- Silva, E. K. R. da. (2016). Artesanato: mercadoria, valor e fetiche. *Moda palavra E-periódico*, 9(18), 121-143.
- Silva Júnior, L. A., & Leão, M. B. C. (2018). O software Atlas.ti como recurso para a análise de conteúdo: analisando a robótica no Ensino de Ciências em teses brasileiras. *Ciência educ.* [online], vol.24, n.3, pp.715-728.
- Silva, F., Mendes, D., Gomes, D., Coutinho, E., & Bessa, M. (2017). Economia Criativa: Um estudo bibliométrico dos artigos publicados nos anais EnANPAD e periódicos do Spell de 2010 a 2015. *Revista Expressão Católica*, 5(1).
- Silva, F. A. B. da., Vieira, M. P., & Franco, B. L. (2019). A Economia criativa sob medida: conceitos e dinamismo das classes criativas, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), Brasília, p. 47f.
- Silva, N. C. F., Xavier Filho, J. L. J., & Damascena, E. O. (2019). Competências Empreendedoras em Artesãos no Alto do Moura em Caruaru (PE). *Cadernos de Gestão e Empreendedorismo*, v .7, n.1.
- Silveira, S. A. da, Machado, M. B., & Savazoni, R. T. (2013). Backward march: the turnaround in public cultural policy in Brazil. *Media, Culture & Society*, 35(5), 549-564.
- Sjölander-Lindqvist, A., Skoglund, W., & Laven, D. (2020). Craft beer – building social terroir through connecting people, place and business. *Journal of Place Management and Development* Vol. 13 n. 2, pp. 149-162.
- Smagina, A. & Ludviga, I. (2021). Craft Entrepreneurship: Toward a New Typology, *The International Journal of Organizational Diversity*, v. 21, p. 31-49.
- Sobrinho, J. M., & Helal, D. H. (2016). A Implementação de Políticas Públicas voltadas a Atividades Artesanais: Análise do Programa de Artesanato da Paraíba. *Organizações & Sociedade*, 24(80).
- Somnuxpong, S. (2020). Chiang Mai: A Creative City Using Creative Tourism Management. Volume 20, *Journal of Urban Culture Research*.
- Souza, R. C. de A., Sá, N. S. C., & Costa, G. das C. (2018). O artesanato do Vale Sanfranciscano e seu potencial para o turismo de experiência. *Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR*.
- Stasiulis N. 2017. The idea of the creative society and the development of creative industries. *Econ Sociol.* 10 (2):217–226.
- Streimikiene, D., & Kacerauskas, T. (2020). The creative economy and sustainable development: The Baltic States. *Sustainable Development*.
- Sung, T. K. (2015). The creative economy in global competition. *Technological Forecasting and Social Change*, 96(), 89–91.
- Storper, M. Innovation as Collective Action: Conventions, Products and Technologies. *Ind. Corp. Chang.* 1996, 5, 761–790.
- Teixeira, M. G., Braga, J. S., César, S. F., & Kiperstok, A. (2011). Artesanato e desenvolvimento local: o caso da Comunidade Quilombola de Giral Grande, Bahia. *Interações, Campo Grande*, v. 12, n. 2, p. 149- 159.
- Tepper, S. J. (2002). Creative Assets and the Changing Economy. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 32(2), 159–168.
- Thiel, J. (2017). Creative cities and the reflexivity of the urban creative economy. *European Urban and Regional Studies*, 24(1), 21-34.

- Thomaz, P. G., Assad, R. S., & Moreira, L. F. P. (2011). Uso do fator de impacto e do índice H para avaliar pesquisadores e publicações. *Arquivos Brasileiros de Cardiologia*, vol. 96, no. 2, p. 90-93.
- Tuite, A., & Horton, K. (2019) Crafting symbolic value: art, craft and independent fashion, *Creative Industries Journal*, 12:3, 284-300.
- Tscha, E. R., Mendonca, J. R. C., Melo, M. J., & Paula, S. L. (2012). Fortalecendo o artesanato por meio do compartilhamento de conhecimento como Eco diálogo. XXXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção, Bento Gonçalves - RS.
- UNCTAD & UNDP. (2008). Creative economy report 2008: The challenge of assessing the creative economy: Towards informed policy-making (No. UNCTAD/DITC/2008/2). Geneva: United Nations.
- UNCTAD. (2010). Creative economy report. Creative economy – A feasible development option.
- UNCTAD. (2012). Relatório de economia criativa 2010: economia criativa uma opção de desenvolvimento. – Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural.
- UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (2021). Creative cities network
- UNESCO/UNCTAD-WTO (ITC). (1997). International symposium on “Crafts and the international market: trade and customs codification”, Manila, 6-8, Final Report.
- Vainsencher, S. A. (2007). Artesanato do Nordeste do Brasil. 2007. Disponível em: http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar./index.php?option=com_content&view=article&id=326&Itemid=1 Acesso em: 23/08/2023.
- Van Eck, N. J., & Waltman, L.(2014a). Systematic Retrieval Of Scientific Literature Based On Citation Relations: Introducing The Citnetexplorer Tool. *Ceur Workshop Proceedings*, v. 1143, p. 13–20.
- Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2014b). Citnetexplorer: A New Software Tool For Analyzing And Visualizing Citation Networks. *Journal Of Informetrics*, V. 8, N. 4, P. 802–823.
- Vanderploeg, Jennifer & Lee, Seung-Eun (Joy). (2019). Factors Influencing Pro-Environmental Behaviors in Craft Businesses, *Clothing and Textiles Research Journal*, v. 37(1) 51-65.
- Vargas, Daiane Loreto de. (2016). Tecendo tradição: artesanato e mercado simbólico em uma comunidade rural do Pampa Gaúcho. 2016. 182 f. Tese (Doutorado em Agronomia) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria.
- Vesela, D., & Klimova, K. (2014), “Knowledge-based economy vs creative economy”, *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, Vol. 141, pp. 413-417.
- Villarreal Larrinaga, O. (2017). Is it desirable, necessary and possible to perform research using case studies? *Cuadernos de Gestión*, 17(1), 147-172.
- Violin, F. L., Nachif, D. A., & Castilho, M. A. (2019). Artesanato sustentável e o ambiente natural: análise preliminar no estado do estado do Mato Grosso do sul, *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*.
- Waitt, G., & Gibson, C. (2009). Creative Small Cities: Rethinking the Creative Economy in Place. *Urban Studies*, 46(5-6), 1223-1246.
- Wanniarachchi, T., Dissanayake, K., & Downs, C. (2020). Improving sustainability and encouraging innovation in traditional craft sectors: the case of the Sri Lankan handloom industry, *Research Journal of Textile and Apparel*, vol. 24 n. 2, p. 111-130.

- Wang, Ming-Feng (2018). A study on Fuzzy C-means application in Austronesian language cultural and creative product colors. *Color Research & Application*, 43(3), 375–386.
- Wattanacharoensil, W., & Schuckert, M. (2014). Reviewing Thailand's master plans and policies: implications for creative tourism?. *Current Issues in Tourism*, 1–26.
- White, D.S., Gunasekaran, A., & Roy, M.H. (2014). Performance measures and metrics for the creative economy. *Benchmarking: An International Journal*, 21, 46-61.
- Wilson, Nick (2010). Social creativity: re-qualifying the creative economy. *International Journal of Cultural Policy*, 16(3), 367–381.
- Wohl, H. (2021). Innovation and creativity in creative industries. *Sociology Compass*, 16(2).
- Wu, F. et al. (2017). Theme Evolution Analysis Of Electrochemical Energy Storage Research Based On Citnetexplorer. *Scientometrics*, v. 110, n. 1, p. 113–139.
- Yadav, U. S., Tripathi, R., Tripathi, M. A., Kumar, A., & Mandal, M. (2023). Evaluation of factors affecting entrepreneurship: a case of Indian women in the handicraft industry. *Humanit Soc Sci Commun* 10, 480.
- Yair, K. (2011). *Craft and rural development*. London: Crafts Council.
- Yang, Y., Shafi, M., Song, X., & Yang, R. (2018). Preservation of cultural heritage embodied in traditional crafts in the developing countries. A case study of Pakistani handicraft industry. *Sustainability*, vol. 10, n. 5.
- Yan W-J, Liu S-T. (2023). Creative Economy and Sustainable Development: Shaping Flexible Cultural Governance Model for Creativity. *Sustainability*. 15(5):4353.
- Yeh, M.-L., & Lin, P.-H. (2011). Applying Local Culture Features into Creative Craft Products Design. *Internationalization, Design and Global Development*, 114–122.
- Yigitcanlar, T., O'Connor, K. & Westerman, C. (2008), "The making of knowledge cities", *Cities*, Vol. 25 No. 2, pp. 63-72.
- Yin. R. K. (2005). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 3 ed., Porto Alegre: Bookman.

Apêndices

Roteiro de entrevista

Orientações gerais: Roteiro de entrevista baseado nos objetivos e nas categorias propostas pela pesquisa. Deve ser aplicado junto as artesãs da organização em investigação. Destaca-se que devido ao caráter semiestruturado, seu conteúdo pode sofrer alterações durante a aplicação.

Início da entrevista:

- I. Solicitar permissão para a gravação da entrevista. Ressaltar que seu conteúdo será transcrito, analisado e utilizado apenas para fins acadêmicos;
- II. Requisitar autorização acerca da utilização do nome da organização e dos respondentes;
- III. Apresentar o objetivo da entrevista.

Dados da organização

1. Nome do projeto;
2. Quando surgiu o projeto?
3. Qual foi a motivação principal para a sua criação?
4. Quantas artesãs atuam no projeto?
5. Quem são os principais clientes/beneficiários?
6. Quais são os produtos que são oferecidos?
7. Como o produto/serviço é oferecido aos clientes/beneficiários?
8. Como ocorre o processo de produção das peças, desde a matéria-prima até o produto final?

Dados do respondente

1. Nome do entrevistado;
2. Idade;
3. Formação acadêmica;
4. Função que exerce no projeto;
5. Tempo que atua no projeto.

Questões alinhadas as categorias

Características do produtor
Saber Tradicional: <ul style="list-style-type: none">- Como você aprendeu a fazer artesanato?- Em sua família, quem mais produz artesanato?- Vocês compartilham conhecimentos e habilidades artesanais entre os membros da comunidade local?
Criatividade: <ul style="list-style-type: none">- Quais são os aspectos culturais que estão presentes nas peças?- Em que você se inspira para confeccionar as peças artesanais?- Você participa de cursos/capacitações para aprimorar as técnicas artesanais?

<p>Competências Empreendedoras:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Como é realizado o planejamento para a criação e vendas de novas peças? - Você costuma aproveitar oportunidades de divulgar e vender as peças em outros locais? - Os membros do projeto participam de minicursos/capacitações voltadas para o empreendedorismo?
<p>Aspectos do Produto</p>
<p>Valor Simbólico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - O que o artesanato (suas obras) expressa em termos de sentimentos, memórias e tradição? - Qual é a relação das peças artesanais com a identidade da cultura local? - O que a cliente expressa/sente quando adquire suas obras?
<p>Inovação:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quais são as inovações presentes nas peças artesanais produzidas? - O uso de novas técnicas e matérias-primas nas peças despertam o interesse dos clientes? - Os clientes preferem peças que possuem traços típicos que retratam a identidade da cultura local?
<p>Redes Sociais</p>
<p>Interação entre os atores (sociais, organizacionais e institucionais)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quais são as parcerias existentes com os atores da sociedade civil, cooperativas, sindicatos e associações comunitárias? - Quais são as parcerias existentes com as empresas privadas? - Quais são as parcerias existentes com o Estado (federal, estadual e municipal)? - Sem o apoio dos seus parceiros, a organização conseguiria manter suas atividades?
<p>Impactos do Produto</p>
<p>Econômico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - De 0 a 100%, o quanto a renda do artesanato representa para a sua renda familiar? - A renda adquirida do artesanato proporcionou melhoria na sua qualidade de vida?
<p>Ambiental:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quais são as principais matérias-primas utilizadas nas peças e de onde são retiradas? - Qual é a durabilidade das peças artesanais? - O Descarte final do produto artesanal causa impacto ao meio ambiente?
<p>Social:</p> <ul style="list-style-type: none"> - De que forma a participação no projeto “Sereias da Penha” contribuiu para aumentar a sua autoestima? - Como vocês se sentem em participar de um projeto constituído todo por mulheres? - Como as peças artesanais promovem a valorização da cultura?

No final da entrevista:

- I. Agradecer as contribuições do entrevistado;
- II. Questionar ao entrevistado se há mais alguma informação que acredite ser pertinente acrescentar.