

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

HANDICRAFTS AND THE CREATIVE ECONOMY: THE CASE OF THE SEREIAS DA PENHA PROJECT

ARTESANIA Y ECONOMIA CREATIVA: EL CASO DEL PROYECTO SEREIAS DA PENHA

José Luis Rozendo Braz¹
Lucia Santana de Freitas²

RESUMO

Considerando as semelhanças existentes na literatura, o objetivo desse trabalho é analisar as interfaces entre o artesanato e a economia criativa no Projeto de Artesãs Sereias da Penha, por meio das 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). Realizou-se um estudo de natureza qualitativa/exploratória, com entrevistas semiestruturadas e dados secundários. Após a análise do *software* ATLAS.ti, constou-se que o saber tradicional transmitido pelo artesão contribui para a economia criativa, esta que tem como fator chave o conhecimento tradicional. Ademais, o valor simbólico do produto é um atributo essencial para ambas as temáticas, visto que possui alto valor cultural. Outrossim, 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: Indústrias criativas. Ofício. Artesãs.

ABSTRACT

Considering the similarities in the literature, the aim of this work is to analyze the interfaces between handicrafts and the creative economy in the Sereias da Penha Artisans Project, through the characteristics of the producer (traditional knowledge, creativity and entrepreneurial skills); aspects of the product (symbolic value and creativity); social networks (interactions between actors); and product impacts (environmental, economic and social). A qualitative/exploratory study was carried out using semi-structured interviews and secondary data. After analyzing the ATLAS.ti *software*, it was found that the traditional knowledge passed on by artisans

¹ Mestre em Administração pela Universidade Federal de Campina Grande (PPGA/UFCG). Campina Grande. Paraíba. Brasil. E-mail: jlbraz9@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4185-2459>.

² Doutora em Administração. Professora Titular da Universidade Federal de Campina Grande. Docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Recursos Naturais e do Programa de Pós-Graduação em Administração da UFCG. Campina Grande. Paraíba. Brasil. E-mail: lucia.sdefreita@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8185-0151>.

contributes to the creative economy, which has traditional knowledge as 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, as this tends to strengthen the area of the creative economy and handicrafts in economic, social and environmental terms.

Keywords: Creative industries. Crafts. Craftswomen.

RESUMEN

Considerando las similitudes en la literatura, el objetivo de este trabajo es analizar las interfaces entre la artesanía y la economía creativa en el Proyecto Artesanos de las Sereias da Penha, a través de las características del productor (conocimiento tradicional, creatividad y capacidad empresarial); aspectos del producto (valor simbólico y creatividad); redes sociales (interacciones entre actores); e impactos del producto (ambientales, económicos y sociales). Se realizó un estudio cualitativo/exploratorio mediante entrevistas semiestructuradas y datos secundarios. Tras analizar el programa informático ATLAS.ti, se constató que los conocimientos tradicionales transmitidos por los artesanos contribuyen a la economía creativa, que tiene como factor clave los conocimientos tradicionales. Además, el valor simbólico del producto es un atributo esencial para ambos temas, ya que tiene un alto valor cultural. Además, las interacciones sociales parecen facilitar las capacidades creativas locales, lo que tiende a reforzar el ámbito de la economía creativa y la artesanía en términos económicos, sociales y medioambientales.

Palavras chave: Industrias creativas. Artesanía. Artesanas.

Como citar este artigo: BRAZ, José Luis Rozendo; FREITAS, Lucia Santana de. Artesanato e economia criativa: o caso do projeto Sereias da Penha. **DRd - Desenvolvimento Regional em debate**, v. 14, p. 400-431, 10 jul. 2024. Doi: <https://doi.org/10.24302/drd.v14.5147>.

Artigo recebido em: 08/01/2024

Artigo aprovado em: 07/06/2024

Artigo publicado em: 10/07/2024

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. Seguido 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), que reforça a ligação entre o artesão e seu espaço, mantendo viva a herança cultural e promovendo o reconhecimento e o respeito pela diversidade cultural. Logo, é um elo vital entre o passado e o presente, visto que celebra e perpetua a riqueza da cultura de uma comunidade (Leite; Silvestre, 2019). 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), sendo, portanto, um mecanismo poderoso de transformação social (Leite; Silvestre, 2019).

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). Para tanto, considerando que tal setor tem como base a criação de novas ideias em detrimento da produção em massa e padronizada típica da economia tradicional, pode-se dizer que o desenvolvimento posto pela economia criativa possui um viés mais integrativo, inovador e sustentável (Santos et al., 2012).

Conforme 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 com base no 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).

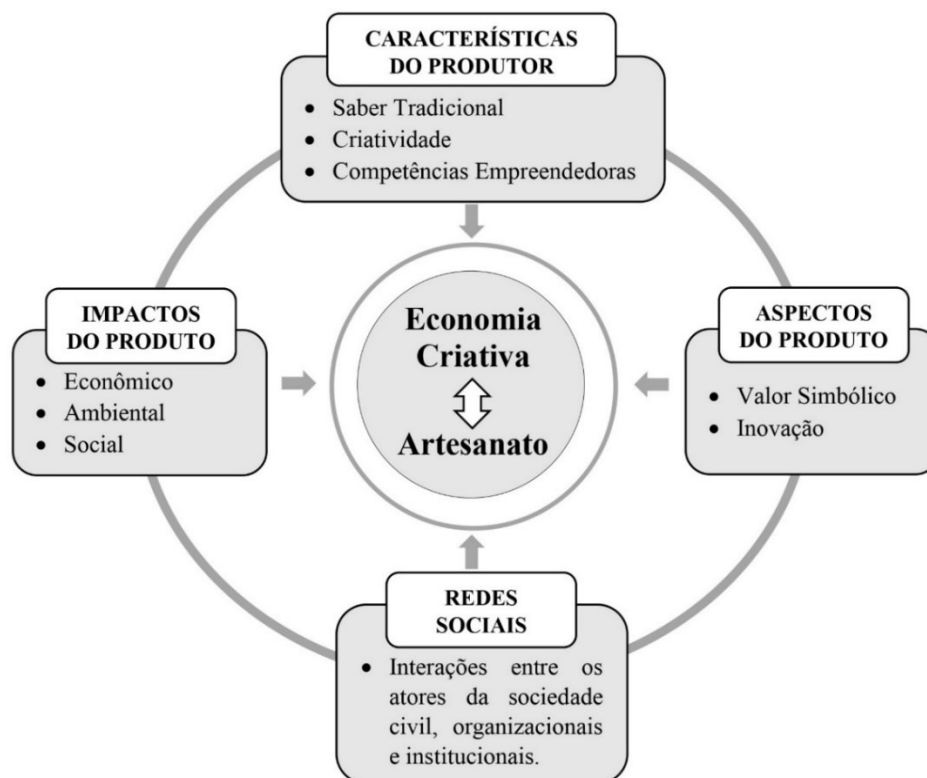
Passados 20 anos de sua existência, o PAP continua sendo um grande suporte para os artesãos paraibanos através da realização de cursos, palestras, auxílio para participação em eventos de nível nacional e internacional, como também, organização de feiras para divulgação e venda dos produtos artesanais 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 (Prempre; 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 e 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; Shafi; 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.

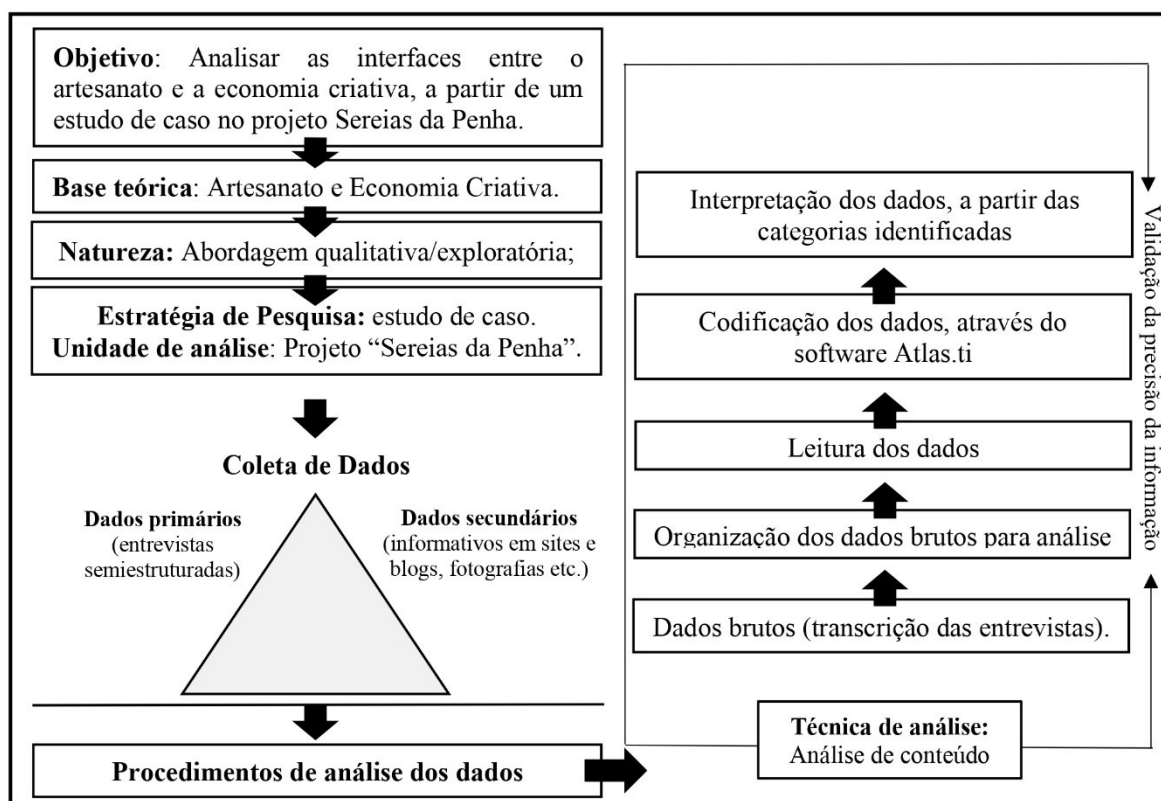
Na economia criativa, as indústrias criativas vêm apresentando destaque quando o assunto é desenvolvimento sustentável (Fleming, 2009; Fazlagic; Skikiewicz, 2019; Yan; Liu, 2023; Liang; Abdela; Meng, 2023), isso porque, esse tipo de economia oferece a possibilidade de reformular os modelos existentes na sociedade (Deheinzeln, 2009), logo, apresenta uma ligação direta 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 (Deheinzeln, 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 2 – 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 e 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 3 – Definição das Categorias

CATEGORIAS DE ANÁLISE	SÍNTESE	BASE TEÓRICA
DIMENSÃO – CARACTERÍSTICAS DO PRODUTOR		
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	Lee, 2015; Shafi, Sarker & Junrong, 2019; Seok & Nam, 2022

	esferas federal, estadual, municipal e órgãos de apoio).	
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

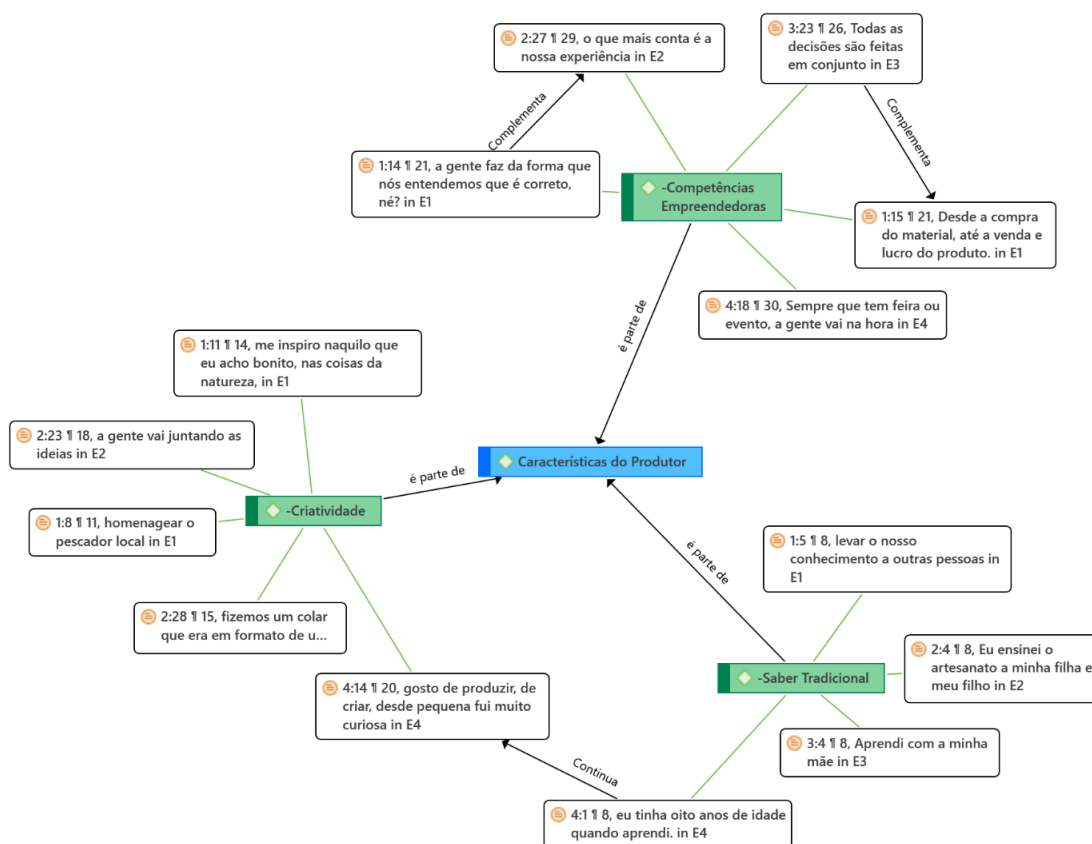
Nesta seção serão apresentados os resultados das entrevistas realizadas com as artesãs que fazem parte do Projeto Sereias da Penha. Para tanto, a lexicografia apresentada pelo *software* ATLAS.ti considerou a análise textual de quatro entrevistas divididas em três dimensões e dez categorias (*códex*), 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, camisola, 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 e 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, verifica-se 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 e 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 e 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.

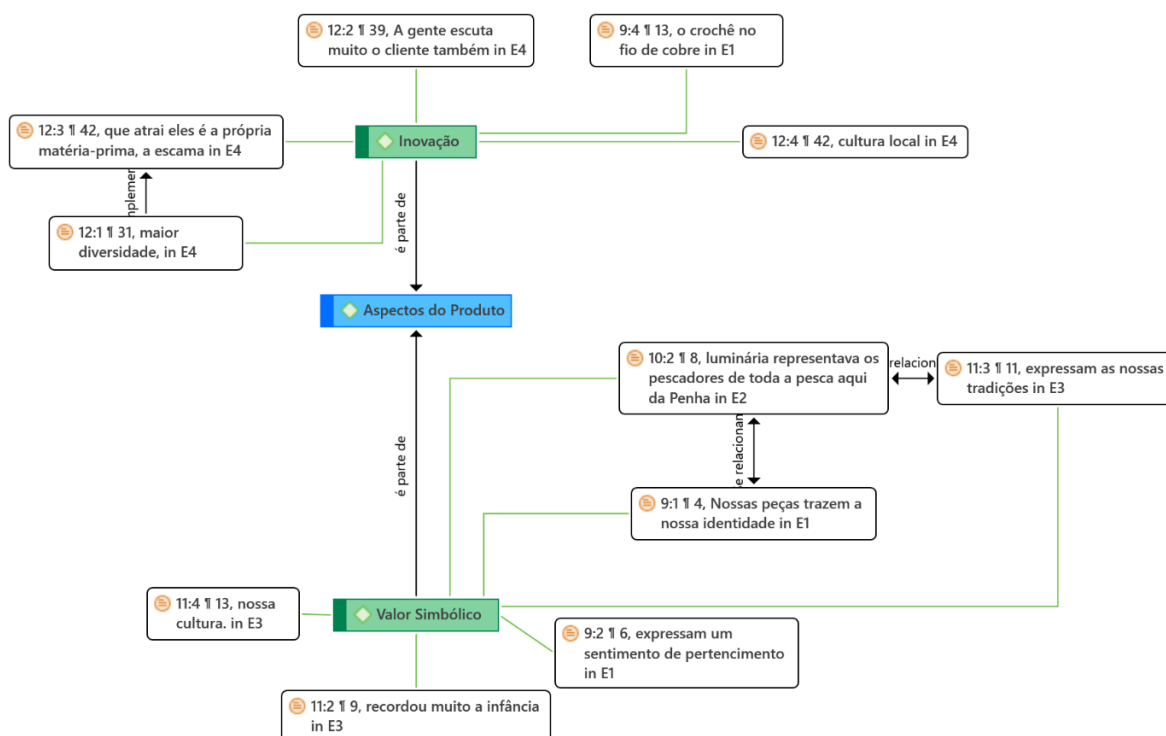
Ainda de acordo com os relatos, verifica-se, também, que as artesãs possuem consciência da importância de tomar decisões em conjunto, conforme pontuado pela E4: “A associação só possui uma presidente, porque precisamos ter uma pessoa, né? Mas ela não tem o poder de decisão sozinha. Tudo a gente decide 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.

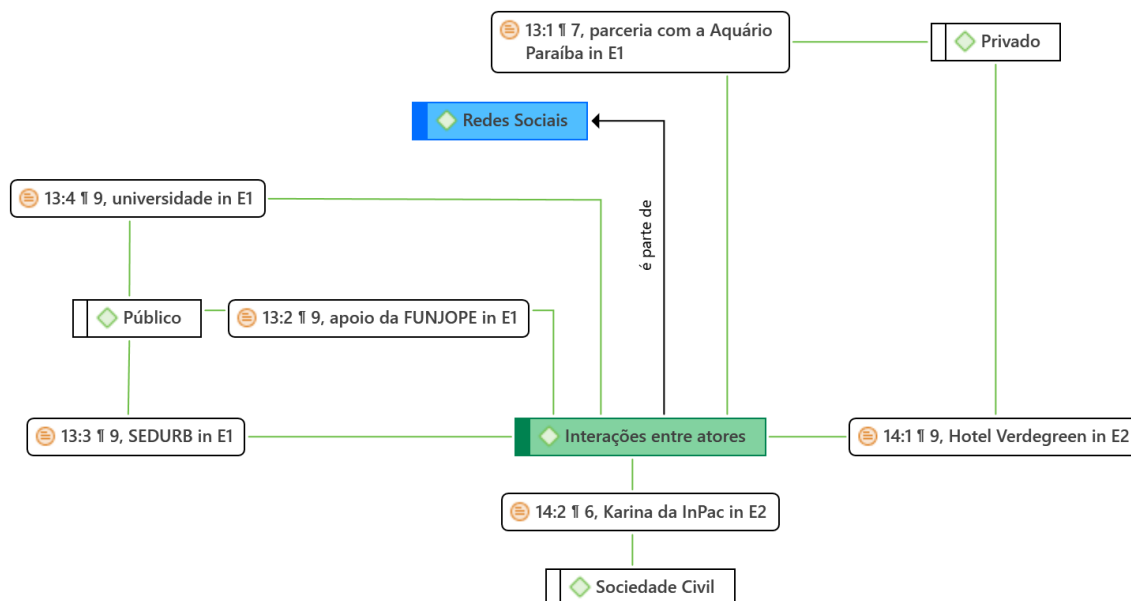
Ademais, com relação a estética do produto, embora a literatura aponte a importância que os aspectos culturais possuem nesse quesito (Granados; Bernardo; Pareja, 2017; Gohoungodji; Amara, 2020), constatou-se que no caso estudado, a preferência dos clientes decorre, principalmente, da matéria prima utilizada 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 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 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 busca por benefícios locais e, consequentemente, 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.

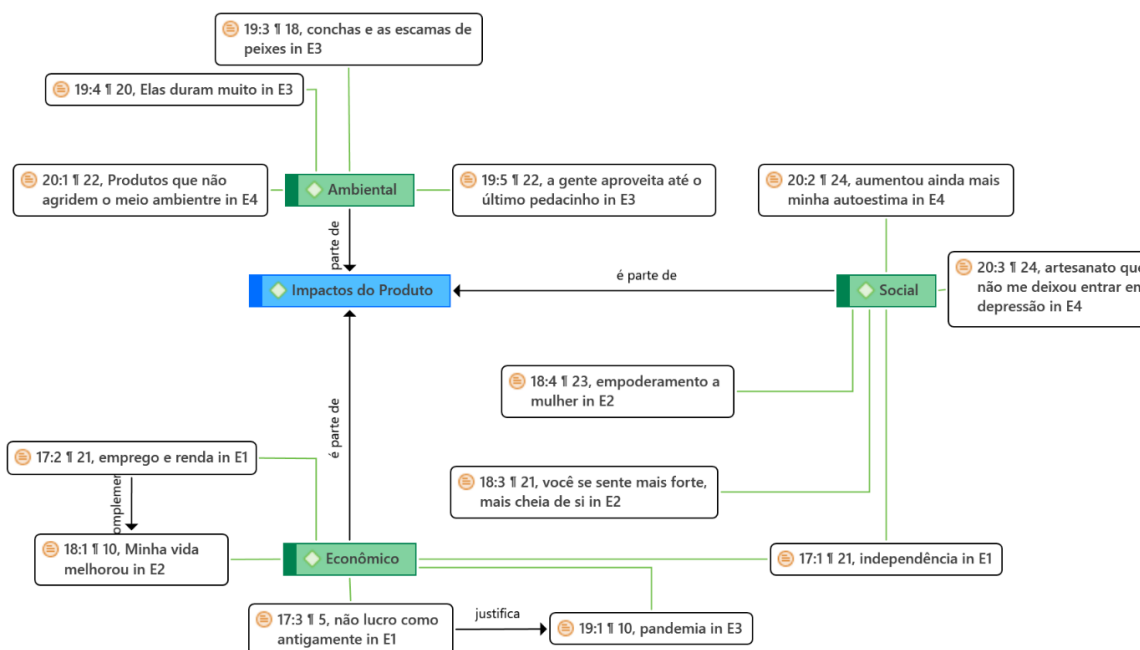
Dessa forma, observou-se que há uma falta de valorização do artesanato por parte da gestão pública municipal, isso porque, conforme relatos, é nítido a falta de apoio no momento atual. Ademais, considerando que o projeto sereias da penha contribuiu para que João Pessoa recebesse o título de cidade criativa 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 e 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, consequentemente, 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, consequentemente, 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.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado da Paraíba (Fapesq-PB) e da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

REFERÊNCIAS

ADAMS-PRICE, C. E.; MORSE, L. W. Crafts as serious hobbies: Impact and benefits in later life, **Craft Research**, v. 9, n. 1, p. 93-102, 2018.

ALVES, G. L. O artesanato na história. **Revista Eletrônica Documento Monumento. NDHIR**, v. 7, n. 1, 2012.

ALVIM, M. R. B. Artesanato, tradição e mudança social: um estudo a partir da arte do ouro de Juazeiro do Norte. In: RIBEIRO, B. (Org.). **O artesanato tradicional e seu papel na sociedade contemporânea**. Rio de Janeiro: Funarte, Instituto Nacional do Folclore, 1983.

ANTONELLO, C. S. **A metamorfose da aprendizagem organizacional**: uma revisão crítica. In: RUAS, R. L. *et al.* **Os novos horizontes da gestão**: aprendizagem organizacional e competências. Porto Alegre: Bookman, 2005. p. 12-33.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 4.ed. Lisboa: Edições, 70, 2011.

BENDASSOLLI, P. F. et al. Indústrias Criativas: definição, limites e possibilidades. **RAE**, v. 49, n. 1, p. 10-18, 2009.

BRAMANTI, A. Artigiani e politiche: una metafora dell'Italia che potrebbe farcela. **Quaderni Artigianato**, v. 60, 2012.

BRANDÃO, P. M.; SILVA, F. R. M.; FISCHER, T. Potencialidades do artesanato no desenvolvimento de destinos turísticos criativos e sustentáveis: papel na obtenção de vantagem competitiva. **Tourism & Management Studies**, v. 1, p. 195-202, 2012.

CAMPBELL, M. Reimagining the creative industries in the community arts sector. **Cultural Trends**, v. 30, n. 3, p. 263-282, 2021.

CAVALCANTE, M. M.; VASCONCELOS, D. A. L. Saberes e fazeres populares: o artesanato nas regiões turísticas de Alagoas. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 22, n. 1, p. 1-12, 2022.

CARLUCCI, D. Grasping knowledge-based value creation dynamics in 21st century organizations. **Measuring Business Excellence**, v. 18 n. 1, 2014.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

CHASTON, I.; SADLER-SMITH, E. Entrepreneurial Cognition, Entrepreneurial Orientation and Firm Capability in the Creative Industries. **British Journal of Management**, v. 23, n. 3, p. 415-432, 2012.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa**: métodos qualitativo, quantitativo e misto. 3.ed. Porto Alegre: Artmed/Bookman, 2010.

DEHEINZELIN, L. **Indicadores de Nações**: uma contribuição ao diálogo da sustentabilidade. São Paulo: Ed. Willis Harman House, 2009.

MUNCK, B. **Artisans as knowledge workers**: craft and creativity in a long term perspective. **Geoforum**, 2019, p. 227-237.

DOMENECH, R. B.; MOLINA, B. M.; KÖSTER, P. R. The impact of cultural and creative industries on the wealth of countries, regions and municipalities. **European Planning Studies**, v. 30, n. 9, p. 1777-1797, 2022.

EISENHARDT, K. M.; GRAEBNER, M. E. Theory building from cases: opportunities and challenges. **Academy of Management Journal**, v. 50 n. 2, p 25-32, 2007.

FALCÃO, F.; ALVES, A. **Após joias, “Sereias de Penha” desenvolve projeto na área de decoração**, 2015. Disponível em: <http://www.joaopessoa.pb.gov.br/>. Acesso em: 10 jul. 2023.

FAZLAGIC, J.; SKIKIEWICZ, R. Measuring sustainable development - the creative economy perspective. **International Journal of Sustainable Development & World Ecology**, v. 26, n. 7, p. 635-645, 2019.

FEDERAÇÃO das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN). **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2022.

FRAYLING, C. **On craftsmanship**. London: Oberon Books, 2017.

FISCHER, T.; SOARES, R. M. F. “aqui aprendeu da mãe que aprendeu da mãe”: memórias e significados do artesanato no território do Sisal/Bahia. *EnANPAD*, 34. 2010. Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: ANPAD, 2010.

FLEMING, R. C. Creative Economic Development, Sustainability, and Exclusion. **Rural Areas**, v. 99, n. 1, p. 61–80, 2009.

FRIEL, M. Crafts in the Contemporary Creative Economy. **Aisthesis**, v. 13, n. 1, p. 83-90, 2020.

FRIEL, M.; SANTAGATA W. Making material cultural heritage work: from Traditional Handicrafts to Soft Industrial Design. *In: ANHEIER, H.K., ISAR, Y.R. (eds.). The Cultural Economy*, London: Sage, 2008.

FRONZA, L.; BUONANO, D. G. Artesanato Brasileiro: Iconografia da Identidade Nacional. **Revista Educação Gráfica**, v. 21, n. 03, 2017.

FLORIDA, R. **The rise of the creative class: And how it’s transforming work, leisure, community and everyday life**. New York, NY: Basic Books, 2002.

GLĂVEANU, V. P. Creativity and folk art: A study of creative action in traditional craft. **Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts**, v. 7, n. 2, p. 140–154, 2013.

GOHOUNGODJI, P.; AMARA, N. Art of innovating in the arts: definitions, determinants, and mode of innovation in creative industries, a systematic review. **Review of Managerial Science, Springer**, v. 17, n. 8, p. 2685-2725, 2023.

GRANADOS, C.; BERNARDO, M.; PAREJA, M. Como as indústrias criativas inovam? Uma proposta modelo. **Creative Industries Journal**, v. 10, n. 3, p. 211-225, 2017.

GUIMARÃES, G. M.; PINHEIRO, R. O. Patrimônio cultural e produção artesanal de alimentos: o saber-fazer em sistemas de produção na Quarta Colônia - RS. P. 44-61. *In: DAVID, C; VARGAS, D. L. Saberes tradicionais e artesanato: expressões culturais do campo brasileiro* 2 ed. São Leopoldo: Oikos, 2018.

HOWKINS, J. **The creative economy: how people make money from ideas**. London: Penguin, 2001.

HOYTE, C. Artisan entrepreneurship: a question of personality structure? **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 25 n. 4, p. 615-632, 2019.

JONES, E. K.; VAN ASSCHE, K.; PARKINS, J. R. Reimagining craft for community development. **Local Environment**, v. 26, n. 7, p. 908-920, 2021.

JOURDAIN, A. Analysing the Symbolic Economy with Pierre Bourdieu: The World of Crafts. **Forum for Social Economics**, v. 47, n. 3-4, p. 342-361, 2018.

KACERAUSKAS, T. Creative economy and the idea of the creative society, transformation. **Business & Economics**, v. 19, n. 1 (49), p. 43-52, 2020.

KELLER, P. O. artesão e a economia do artesanato na sociedade contemporânea. **Política & Trabalho: Revista de Ciências Sociais**, João Pessoa, n. 41, p. 323-347, 2014.

LAGES, V.; BRAGA, C.; MORELLI, G. **Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2004.

LEE, M. Fostering connectivity: a social network analysis of entrepreneurs in creative industries. **International Journal of Cultural Policy**, v. 21, n. 2, p. 139-152, 2015.

LIANG, C.; ABDELA, R.; MENG, Z. Assessing the Sustainability Level of European Cultural and Creative Industries Based on Entropy Method Chenxi. **Applied Mathematics and Nonlinear Sciences**, 2023.

LIMA, R. G. **Artesanato e arte popular: duas faces de uma mesma moeda**. Brasília: Ministério da Cultura - Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular, 2009.

LEITE, A. T. B.; SILVESTRE, J. C. Economia da cultura: uma possibilidade de desenvolvimento regional para o estado de Goiás. **DRd - Desenvolvimento Regional em debate**, v. 9, n. ed. esp., p. 126-142, 2019.

LEMOS, M. E. S. **O artesanato como alternativa de trabalho e renda**. Subsídios para avaliação do Programa Estadual de Desenvolvimento do Artesanato no Município de Aquiraz – CE. Fortaleza – CE. 2011. Dissertação (Mestrado Profissional em Avaliação de Políticas Públicas) - Universidade Federal do Ceará – UFC. Fortaleza – CE, 2011.

LOUP, S.; RAKOTOVAHINY, M. A. Protection et valorisation de la créativité artisanale. **Management & Avenir**, v. 10, n. 40, p. 100-115, 2010.

LUCKMAN, S. Craft entrepreneurialism and sustainable scale: resistance to and disavowal of the creative industries as champions of capitalist growth. **Cultural Trends**, v. 27, n. 5, p. 313-326, 2018.

LUCKMAN, S. **Craft and the creative economy**. New York: Palgrave Macmillan, 2015.

OLIVEIRA, J. S.; CAVEDON, N. R.; FIGUEIREDO, M. D. O. 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, 2012.

PANNEELS, I. The Quintuple Bottom Line: A Framework for Place-Based Sustainable Enterprise in the Craft Industry, **Sustainability**, v. 15, 3791, 2023.

PETRY, J. F.; UCHÔA, A. G. F.; MENDONÇA, M. B. DE; MAGALHÃES, K. DE L.; BENCHIMOL, R. M. B. 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, 2020.

POTTS, J.; CUNNINGHAM, S.; HARTLEY, J.; ORMEROD, P. Social network markets: a new definition of the creative industries. **Journal of Cultural Economics**, v. 32, n. 3, p. 167-185, 2008.

PRADOS-PEÑA, M. B.; GÁLVEZ-SÁNCHEZ, F. J.; GARCÍA-LOPEZ, A. Moving toward sustainable development: Social, economic and environmental value as antecedents of purchase intention in the sustainable crafts sector. **Sustainable Development**, v. 31, p. 3024–3037, 2023.

PREMPREE, A.; CHANTACHON, S.; WANNAJUN, S. 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**, v. 13, n. 2, p. 305-312, 2014.

RAMOS, S. P. Políticas e Processos Produtivos do Artesanato Brasileiro como atrativo de um Turismo Cultural. **Rosa dos Ventos**, v. 5, 1, p. 44–59, 2013.

RAVASI, D.; RINDOVA, V. Criação de valor simbólico. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v. 2, n. 2, p. 13–35, 2013.

REIS, A. C. F. **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

RHODEN, I.; LOPES, M. R. R.; PINHEIRO, A. A. G.; MARTINS, J. C. de O. Qualidades Subjetivas do Trabalho do Artesão: Um Estudo Sob a Perspectiva das Experiências de Ócio. **Psicologia em Revista**, v. 23, n. 1, p. 471-487, 2017.

RIBEIRO, B. G. **O artesão tradicional e seu papel na sociedade contemporânea**. Rio de Janeiro: FUNARTE, 1983.

ROLOW, R.; FLORIANI, R.; AMAL, M. Internacionalização e Redes de Relacionamento como propulsores de Inovações: Estudo de Caso em Empresa Metal-Mecânica. **Revista Alcance**, v. 18, n. 4, p. 466-480, 2011.

SANTOS, E. L.; BRAGA, V.; SANTOS, R. S.; BRAGA, A. M. S. Desenvolvimento: um conceito em construção. **DRd - Desenvolvimento Regional em debate**, v. 2, n. 1, p. 44 – 61, 2012.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. P. B. **Metodologia de pesquisa**. 5.ed. Porto Alegre: Penso, 2014.

SEBRAE. **Riqueza do artesanato é fonte de renda para famílias do Nordeste**. 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/riqueza-do-artesanato-e-fonte-de-renda-para-familias-do-nordeste,90fdc73afdc54810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 08 maio 2023.

SEBRAE. **Termo de Referência. Programa Sebrae de Artesanato**. Brasília: Sebrae, 2004. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>. Acesso em: 03 maio 2023.

SENNETT, R. **The Craftsman**. London: Penguin, 2009.

SEOK, H.; NAM, Y. A Social Network Analysis of International Creative Goods Flow. **Sustainability**, v. 14, 4463, 2022.

SHAFI, M.; SARKER, MD. N. I.; JUNRONG, L. Social Network of Small Creative Firms and Its Effects on Innovation in Developing Countries, **SAGE Open**, v. 9, n. 4, 2019.

SILVA, E. K. R. da. Artesanato: mercadoria, valor e fetiche. **Modapalavra e-periódico**, v. 9, n. 18, p. 121–143, 2016.

SILVA, F. A. B.; VIEIRA, M. P.; FRANCO, B. L. **A Economia criativa sob medida: conceitos e dinamismo das classes criativas**, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), Brasília, 2019.

SILVA, N. C. F.; XAVIER FILHO, J. L. J.; Damascena, E. O. Competências Empreendedoras em Artesãos no Alto do Moura em Caruaru (PE). **Cadernos de Gestão e Empreendedorismo**, v. 7, n. 1, 2019.

SILVA JÚNIOR, L. A.; LEÃO, M. B. C. O *software* Atlas.ti como recurso para a análise de conteúdo: analisando a robótica no Ensino de Ciências em teses brasileiras. **Ciência educação**, v. 24, n. 3, p. 715-728, 2018.

SMAGINA, A.; LUDVIGA, I. Craft Entrepreneurship: Toward a New Typology. **The International Journal of Organizational Diversity**, v. 21, p. 31-49, 2021.

SOBRINHO, J. M.; HELAL, D. H. A Implementação de Políticas Públicas voltadas a Atividades Artesanais: Análise do Programa de Artesanato da Paraíba. **Organizações & Sociedade**, v. 24, n. 80, 2016.

SOUZA, R. C. A.; SÁ, N. S. C.; COSTA, G. C. O artesanato do Vale Sanfranciscano e seu potencial para o turismo de experiência. **Revista Iberoamericana de Turismo**, v. 8, n. 1, p. 49-73, 2018.

TEIXEIRA, M. G.; BRAGA, J. S.; CÉSAR, S. F.; KIPERSTOK, A. Artesanato e desenvolvimento local: o caso da Comunidade Quilombola de Giral Grande, Bahia. **Interações**, v. 12, n. 2, p. 149- 159, 2011.

TSCHA, E. R.; MENDONÇA, J. R. C.; MELO, M. J.; PAULA, S. L. Fortalecendo o artesanato por meio do compartilhamento de conhecimento como Eco diálogo. ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO; 32. 2012. Bento Gonçalves, RS. **Anais** [...]. Bento Gonçalves, RS, 2012.

TUITE, A.; HORTON, K. Crafting symbolic value: art, craft and independent fashion. **Creative Industries Journal**, v. 12, n. 3, p. 284-300, 2019.

UNCTAD. **Relatório de economia criativa 2010: economia criativa uma opção de desenvolvimento**. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural, 2012.

VAINSENER, S. A. **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 ago. 2023.

VANDERPLOEG, J.; LEE, S.-E. Factors Influencing Pro-Environmental Behaviors in Craft Businesses. **Clothing and Textiles Research Journal**, v. 37, n. 1, p. 51-65, 2019.

VARGAS, D. L. de. **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, 2016.

VILLARREAL LARRINAGA, O. Is it desirable, necessary and possible to perform research using case studies? **Cuadernos de Gestión**, v. 17, n. 1, p. 147-172, 2017.

VIOLIN, F. L.; NACHIF, D. A.; CASTILHO, M. A. Artesanato sustentável e o ambiente natural: análise preliminar no estado do estado do Mato Grosso do sul. **Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana**, 2019.

WANNIARACHCHI, T.; DISSANAYAKE, K.; DOWNS, C. Improving sustainability and encouraging innovation in traditional craft sectors: the case of the Sri Lankan handloom industry. **Research Journal of Textile and Apparel**, v. 24 n. 2, p. 111-130, 2020.

WILSON, N. Social creativity: re-qualifying the creative economy. **International Journal of Cultural Policy**, v. 16, n. 3, p. 367-381, 2010.

WOHL, H. Innovation and creativity in creative industries. **Sociology Compass**, v. 16, n. 2, 2021.

YADAV, U. S.; TRIPATHI, R.; TRIPATHI, M. A.; KUMAR, A.; MANDAL, M. Evaluation of factors affecting entrepreneurship: a case of Indian women in the handicraft industry. **Humanit Soc Sci Commun**, v. 10, e480, 2023

YAN W-J.; LIU S-T. Creative Economy and Sustainable Development: Shaping Flexible Cultural Governance Model for Creativity. **Sustainability**, v. 15, n. 5, 4353, 2023.

YANG, Y.; SHAFI, M.; SONG, X.; YANG, R. Preservation of cultural heritage embodied in traditional crafts in the developing countries. A case study of Pakistani handicraft industry. **Sustainability**, v. 10, n. 5, 2018.

YIGITCANLAR, T.; O'CONNOR, K.; WESTERMAN, C. The making of knowledge cities. **Cities**, v. 25 n. 2, p. 63-72, 2008.