



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE -UFS
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA – POSGRAP
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA PROPRIEDADE
INTELECTUAL - PPGPI

ANA PAULA SILVA DOS SANTOS

O MAPEAMENTO DA INDÚSTRIA CRIATIVA SERGIPANA: SUA RELAÇÃO
COM A PROPRIEDADE INTELECTUAL

São Cristóvão – SE

2015

ANA PAULA SILVA DOS SANTOS

**O MAPEAMENTO DA INDÚSTRIA CRIATIVA SERGIPANA: SUA RELAÇÃO
COM A PROPRIEDADE INTELECTUAL**

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Ciências da Propriedade Intelectual, como requisito à obtenção do título de Mestre em Ciência da Propriedade Intelectual.

Orientadora: Suzana Leitão Russo

São Cristóvão – SE

2015

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE

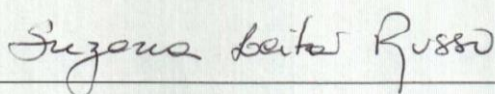
S237m	Santos, Ana Paula Silva dos O mapeamento da indústria criativa sergipana : sua relação com a propriedade intelectual / Ana Paula Silva dos Santos ; orientadora : Suzana Leitão Russo. – São Cristóvão, 2015. 72 f. : il. Dissertação (mestrado em Ciência da Propriedade Intelectual) – Universidade Federal de Sergipe, 2015. 1. Propriedade intelectual. 2. Direitos autorais. 3. Indústria criativa. 4. Artesanato e criatividade. 5. Sergipe (SE). I. Russo, Suzana Leitão, orient. II. Título CDU: 347.77(813.7)
-------	---

ANA PAULA SILVA DOS SANTOS

**O MAPEAMENTO DA INDÚSTRIA CRIATIVA SERGIPANA: SUA RELAÇÃO
COM A PROPRIEDADE INTELECTUAL**

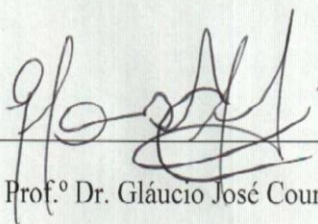
Dissertação de Mestrado aprovada no Programa de Pós-Graduação em Ciências da
Propriedade Intelectual da Universidade Federal de Sergipe - UFS em 22 de janeiro de 2015.

BANCA EXAMINADORA



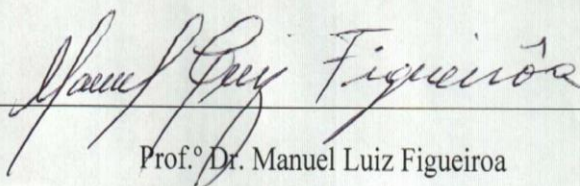
Prof.^a Dr.^a. Suzana Leitão Russo - Orientadora

Universidade Federal de Sergipe – UFS



Prof.^o Dr. Gláucio José Couri Machado

Universidade Federal de Sergipe – UFS



Prof.^o Dr. Manuel Luiz Figueiroa

Universidade Federal de Sergipe - UFS

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus pais, cujos exemplos nortearam minha formação pessoal e profissional, ensinando-me a persistir e realizar meus sonhos.

AGRADECIMENTO

“Você não sabe o quanto eu caminhei
Pra chegar até aqui
Percorri milhas e milhas antes de dormir
Eu nem cochilei
Os mais belos montes escalei
Nas noites escuras de frio
Chorei, ei , ei
Ei! Ei! Ei! Ei! Ei!” (A Estrada – Cidade Negra)

É, não foi fácil chegar até aqui! Do processo seletivo, passando pela aprovação até à conclusão do mestrado, foi um longo caminho percorrido.

Primeiramente, quero agradecer a Deus pela minha vida, meu gerador de saúde e raciocínio, minha fortaleza contra os perigos e inimigos, meu estimulador pela adoração, meu amigo através das orações e meu futuro!

Aos meus pais, Paula Francinete Silva dos Santos e Moacyr Bezerra dos Santos, por terem me dado educação e valores e por nunca terem deixado de me amar, nem de confiar em mim. A minha mãe, em especial, pela compreensão nos momentos de ausência.

A minha irmã amada, Mairla Fernanda Silva dos Santos, que Deus colocou em minha vida, que sempre esteve ao meu lado, sendo minha amiga, parceira e companheira. Pela paciência, tolerância, compreensão e incentivo.

Aos meus familiares, avó, tio (a)s e primo(a)s. Que mesmo distantes, estão por perto. Seus corações estão comigo e o meu com vocês.

Aos amigos do mestrado Sayonara Marinho, Maraiza Santana, Leidiane Brito e Jonathan Silva, pelas leituras, conversas, feedbacks e conselhos. Foi maravilhoso ter encontrado vocês nessa jornada da minha vida.

As amigas Maria Alice Vilanova, Kátia Damásio e Ana Paula Ferro companheiras fieis de todas as horas, pela longa e sincera amizade firmada ao longo dos anos, por dividir e proporcionar-me crescimento profissional e por vocês jamais desistirem, evoluírem e enfrentarem os desafios e obstáculos com energia.

A minha orientadora de mestrado Prof.^a Dr.^a. Suzana Leitão Russo, pela sua amizade, orientação e ensinamentos, pela sua dedicação e sempre presteza em me atender, por ter me mostrado a importância de se realizar pesquisa de forma ética, sistemática e em prol da sociedade.

Aos professores Prof.^o Dr. Gláucio José Couri Machado e Prof.^o Dr. Manuel Luiz Figueiroa, que aceitaram compor minha banca de defesa, pelas sugestões e análises significativas para concretização deste trabalho.

Aos professores, funcionários e colegas de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual, pela solicitude perante minhas dificuldades.

Aos artesãos que participaram espontaneamente deste trabalho, sempre disponíveis e dispostos a ajudarem, meu infinito agradecimento porque sem vocês esta dissertação não seria concretizada.

As instituições, Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Sergipe - SEBRAE, Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba - CODEVASF, Confederação Nacional dos Artesãos - CONSTRIART e Programa Sergipano de Desenvolvimento do Artesanato - PROARTE, pelo apoio, gentileza, simpatia e disponibilidade.

A todas as pessoas que contribuíram de forma direta ou indireta pela finalização deste trabalho.

EPÍGRAFE

“A tarefa não é tanto ver aquilo que ninguém viu, mas pensar o que ninguém ainda pensou sobre aquilo que todo mundo vê.” (Arthur Schopenhauer)

RESUMO

A Propriedade Intelectual é um instrumento que garante direitos que envolvem fatores imprescindíveis à proteção dos direitos do autor, inventor, artistas, patente, marcas etc. A Organização Mundial da Propriedade Intelectual - OMPI (1975) -, define como Propriedade Intelectual a soma dos direitos relativos a toda criação de obras literárias, artísticas e científicas. Somando a estas informações, encontra-se a indústria criativa que envolve os setores relacionados à criatividade, fator este fundamental para alavancar o avanço da criação do artesanato. O objetivo deste estudo foi mapear a Indústria Criativa Sergipana enfocando o artesanato e sua relação com a Propriedade Intelectual. Foram realizadas visitas em algumas instituições como: Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Sergipe - SEBRAE, Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba - CODEVASF, Confederação Nacional dos Artesãos - CONSTRIART e Programa Sergipano de Desenvolvimento do Artesanato - PROARTE, para obtenção de informações sobre os grupos de artesãos no Estado e aquisição de contatos, e por último, ocorreu a aplicabilidade do questionário com os artesãos de Aracaju e do interior do Estado sergipano. Observou-se um potencial significativo dos artesãos sergipanos, principalmente em relação à criatividade, entretanto, esses profissionais não contam com o conhecimento em relação à Propriedade Intelectual nem sobre os seus direitos autorais em prol de proteger, valorizar e estimular a produtividade do artesanato.

Palavras-chave: propriedade Intelectual; direitos autorais, indústria criativa; artesanato e criatividade.

ABSTRACT

Intellectual property is an instrument that ensures rights involving essential factors to protection of copyright, inventor, artist, patent, trademarks, etc. The World Intellectual Property Organization - WIPO (1975) defines as Intellectual Property, the sum of the rights to all creation to literary, artistic and scientific works. Adding to this information is a creative industry that involves the sectors related to creativity this fundamental factor to leverage the advancement of craft creation. The objective of this study was to map the Creative Industries Sergipana focusing on the craft and its relationship to intellectual property. Visits were carried out in some institutions such as the Brazilian Service of Support for Micro and Small Enterprises in Sergipe - SEBRAE, San Francisco of the Valleys Development Company and Parnaíba - CODEVASF, National Confederation of Artisans - CONSTRIART and Sergipe Program Handicraft Development - PROARTE, to obtain information about the groups of artisans in the state and acquiring contacts, and finally , there was the applicability of the questionnaire with the artisans of Aracaju and the interior of the Sergipe State. There was a significant potential of Sergipe artisans , especially in relation to creativity , however , these professionals do not have the knowledge about the Intellectual Property or on your copyright in favor to protect , enhance and stimulate craft productivity.

Keywords: Intellectual Property ; Copyright , Creative Industries ; Craft and Creativity .

LISTA DE FIGURAS

1 - Possui carteira profissional de artesão.....	42
2 - Trabalha diariamente.....	44
3 - Considera o trabalho prazeroso.....	45
4 - Necessidade de criatividade.....	45
5 - Envolvimento de mais de uma pessoa.....	46
6 - Faz e comercializa.....	48
7 - Comercialização de produtos de outros artesãos.....	49
8 - Redes sociais.....	50
9 - Espaço de interação com outros artesãos.....	50
10 - Intercâmbio com outros artesãos.....	51
11 - Visibilidade na sociedade.....	52
12 - Saber artesanal.....	53
13 - Possui outra fonte de renda.....	54
14 - Uso de crédito.....	54
15 - Incentivos econômicos.....	55
16 - Previdência Social como artesão.....	55
17 - Faz parte de Micro Empresa Individual – MEI.....	56
18 - Terceirização.....	57
19 - Saber em Propriedade Intelectual.....	57
20 - Curso sobre Propriedade Intelectual.....	58
21 - Registro em Propriedade Intelectual.....	59
22 - Faz parte de Grupo em Indicação Geográfica.....	59

LISTA DE TABELAS

1 - Tamanho da amostra	39
2 - Gênero.....	40
3 - Faixa Etária.....	40
4 - Grau de Escolaridade.....	41
5 - Estado Civil.....	41
6 - Quantidade de filhos.....	41
7 - Moradores por casa.....	42
8 - Tempo em anos que atua como artesão.....	43
9 - Atividade que desenvolve como artesão.....	43
10 - Horas que trabalha por dia.....	44
11 - Matéria prima.....	46
12 - Exposição de trabalhos.....	47
13 - Local de exposição de trabalhos.....	47
14 - Feiras e eventos.....	47
15 - Onde comercializa.....	48
16 - Em outros países.....	49
17 - Relação com outros artesãos.....	51
18 - Motivos a ser artesão.....	52
19 - Renda em salários mínimos.....	53
20 - Vínculo.....	56
21 - Tipos de propriedade intelectual.....	58

LISTA DE ABREVIATURAS

CODEVASF - Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba

CONSTRIART - Confederação Nacional dos Artesãos

DCMS - Departamento da Cultura, Mídia e Esportes

NAT - Núcleo de Apoio ao Trabalhador

OMPI - Organização Mundial da Propriedade Intelectual

PAB - Programa de Artesanato Brasileiro

PNDA - Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato

PROART - Programa Sergipano de Desenvolvimento do Artesanato

SEBRAE - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Sergipe

UNCTAD - UNITED NATIONS

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

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
2 REVISÃO DA LITERATURA	17
2.1 PROPRIEDADE INTELECTUAL	17
2.1.1 Direito Autoral	19
2.1.2 Indicação Geográfica	19
2.2.3 Desenho Industrial	19
2.2 INDÚSTRIA CRIATIVA	20
2.2.1 Definição da Indústria Criativa	20
2.2.2 Diferenças entre: indústria criativa, indústria cultural e economia criativa ..	21
2.2.2.1 Indústria Criativa	21
2.2.2.2. Indústria Cultural	23
2.2.2.3. Economia Criativa	24
2.2.3 Criatividade	25
2.2.4 Inovação	28
2.3 ARTESANATO	31
2.3.1 História do Artesanato	32
2.3.2 O Artesão	34
2.3.3 Cenário do Artesanato no Brasil, Nordeste e Sergipe	34
2.3.4 Aspectos Econômicos do Artesanato	35
3 MATERIAIS E MÉTODOS	36
3.1 Tipo de Pesquisa e Local do Estudo	36
3.2 Período e Instrumento de Coleta de Dados	37
3.3 Sujeitos e Amostra	37
3.4 Coleta de Dados	39
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	40
5 CONCLUSÃO	60
REFERÊNCIAS	62
APÊNDICE	66

1 INTRODUÇÃO

O termo Propriedade Intelectual engloba basicamente a proteção dos direitos inerentes ao autor de uma determinada criação. Assim, o poder intelectual da pessoa humana manifesta-se através da sua imaginação criadora empregada no universo das artes, ciência e indústrias (SILVEIRA, 2005).

Seguindo essa linha de pensamento, Silveira (2005) denominou que a Propriedade Intelectual incentiva as indústrias no processo de competitividade, estimulando o processo de criação de novas tecnologias e produtos. Pois, ao criar, o autor gera seus direitos autorais relativos à obra. Assim, o autor, pessoa criadora de obra intelectual, ou seus descendentes, podem usufruir dos benefícios morais e econômicos resultantes da produção de suas criações.

A Propriedade Intelectual envolve fatores imprescindíveis principalmente no requisito de proteção aos direitos do autor e a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) define como Propriedade Intelectual a soma dos direitos relativos às obras literárias, artísticas e científicas, às interpretações dos artistas intérpretes e às execuções dos artistas executantes, aos fonogramas e às emissões de radiodifusão, às invenções em todos os domínios da atividade humana, às descobertas científicas, aos desenhos e modelos industriais, às marcas industriais, comerciais e de serviço (FARIA, 2007).

Dentre o aspecto da Propriedade Intelectual encontram-se também itens fundamentais para o desenvolvimento da pesquisa como: a importância da criação, especificamente em relação à relevância cultural do artesanato e sua autenticidade de produção como sendo um dos aspectos que envolvem os artesãos.

O artesanato com sua tradição peculiar, principalmente, na região Nordeste sofre com a concorrência das grandes empresas. Entretanto, a tradição cultural favorece a produção desses produtos mesmo sendo ainda confeccionados de forma artesanal.

A importância econômica das indústrias criativas é crescente. No entanto, além de ser visto como um fenômeno econômico, relacionado a políticas públicas de desenvolvimento, o surgimento das indústrias criativas também deve ser associado ao que se chamou de virada cultural (BONNELL e HUNT, 1999; GIBSON e KLOCKER, 2005), uma transformação de valores sociais e culturais, ocorrida no final do século passado. A virada cultural surge da combinação de dois fenômenos simultâneos: a emergência da sociedade do conhecimento e a transição de valores materialistas para valores pós-materialistas.

As problemáticas envolvendo o tema são diversas, mas o fundamental é o reconhecimento do artesanato na concepção nacional. Desta forma, surge a seguinte questão: como o artesanato pode ser reconhecido no contexto nacional, tendo seus direitos garantidos?

O objetivo desta pesquisa foi mapear a Indústria Criativa Sergipana enfocando o artesanato e sua relação com a Propriedade Intelectual.

Considerando a importância cultural e econômica do artesanato em suas diversas atividades, este segmento vem se destacando cada vez mais através do seu potencial de trabalho, geração de renda e inclusão social. Sua produção é pautada na criatividade, nas vocações regionais e na expressão cultural de um povo.

Diante destas considerações é que se justifica a execução deste trabalho, pois seu teor apresenta uma variabilidade de questões que merecem ser estudadas e avaliadas. Trata-se de um tema focado na perspectiva dos avanços da indústria criativa sergipana, baseado no artesanato e sua Propriedade Intelectual, enfocando os direitos autorais, indicações geográficas e desenho industrial, através do processo criativo do artesão e seus requisitos econômicos.

A relevância desse tema consiste no fato de que a realidade tem mostrado cada vez mais a importância cultural do artesanato sergipano no cenário nordestino, podendo se destacar no contexto nacional, mostrando à sociedade a importância da criatividade artesanal e seu reconhecimento nacional.

Este trabalho iniciou-se com a introdução, na qual foi delimitada a maneira como a pesquisa foi fomentada, enfocando ainda a problemática do tema, seus objetivos, justificativa e relevância.

Em seguida, o marco teórico, onde se forneceu aspectos gerais da Propriedade Intelectual, Direitos Autorais, Indicações Geográficas e Desenho Industrial. Depois, abordou o contexto da indústria criativa, o surgimento do artesanato e a realidade atual do ponto de vista cultural e econômico.

Na sequência, traz o método abordado, onde se delimitou o tipo de pesquisa e local do estudo, sujeitos e amostra, o período e instrumento de coleta de dados e a coleta de dados.

Os resultados e discussão foram apresentados por meio de análise dos dados, procurando-se estabelecer uma vinculação entre as informações obtidas com os estudos dos autores utilizados no marco teórico.

Por fim, a conclusão, a qual se deu através dos resultados de campo e a interpretação dos dados a respeito de tudo o que foi discorrido neste trabalho, assim como a sua devida compreensão e sugestão para trabalhos futuros.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 PROPRIEDADE INTELECTUAL

O termo Propriedade Intelectual envolve alguns fatores imprescindíveis para a compreensão e entendimento de que a criação de alguém, não pode em hipótese alguma ser clonada por outrem, assim como não se pode copiar obras ou comprar uma respectiva cópia desconsiderando os direitos de autor.

Dessa maneira, a definição de Propriedade Intelectual, tal como disposta no artigo 2º, inciso VIII, da Convenção de Estocolmo de 1967, que instituiu a OMPI, abrange a soma dos direitos relativos às obras literárias, artísticas e científicas, às interpretações dos artistas intérpretes e às execuções dos artistas executantes, aos fonogramas e às emissões de radiodifusão, às invenções de todos os domínios da atividade humana, às descobertas científicas, aos desenhos e modelos industriais, às marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como às firmas comerciais e denominações comerciais, à proteção contra a concorrência desleal e todos os outros direitos (WIPO, 2005).

Nota-se a importância de cada cidadão conhecer os princípios legais e éticos que envolvem a concepção de Propriedade Intelectual, já que, no contexto atual esse assunto envolve questões econômicas, juntamente com as patentes, sendo um instrumento essencial na difusão do conhecimento e na transformação do mesmo em benefícios sociais, influenciando também na cooperação universidade-empresa, beneficiando ambas as partes e favorecendo o avanço tecnológico (JUNGSMANN, 2010).

Seguindo essa linha de raciocínio, ocorre uma divisão da Propriedade Intelectual na qual constam três itens fundamentais: Direito Autoral, Propriedade Industrial e Proteção *Sui Generis*. Cada uma com sua particularidade, pois o Direito Autoral abrange título de direitos autorais, os direitos reconhecidos ao titular de direitos de autor, direitos conexos e sobre programas de computador. Enquanto a Propriedade Industrial, também denominado registro de Desenho Industrial, tem a função de proteger o caráter ornamental de objetos ou padrões gráficos a serem aplicados em objetos passíveis de fabricação industrial. Já o entendimento da Proteção *Sui Generis*, engloba a topografia de circuito integrado, o cultivar e o conhecimento tradicional.

Assim, fazem parte dos direitos de Propriedade Intelectual, em áreas que são parcialmente sobrepostas, as criações técnicas (invenções, modelos de utilidade, novas

cultivares, topografias de circuitos integrados e desenhos industriais), as criações literárias, artísticas e científicas, os sinais distintivos (como marcas de produtos e serviços, de certificação e coletivas, indicações geográficas de procedência e denominações de origem) e as vantagens competitivas não-proprietárias (como a repressão da concorrência desleal por utilização de segredos, dados de prova ou testes).

Silveira (2005, p. 45) frisa que:

“...distingue-se, portanto, a invenção industrial das demais criações do espírito não só pelo fato de ela objetivar a utilidade como também por seu caráter abstrato, que consiste na concepção de uma nova relação de causalidade não encontrável na natureza. Dentre os bens imateriais abrangidos pela propriedade intelectual e possuidores de legislação existem atualmente no Brasil os seguintes: patente de invenção; patente de modelo de utilidade; registro de desenho industrial; registro de marcas; registro de indicações geográficas; registro de cultivares; registro de topografia de circuitos integrados; registro de direitos autorais e registro de softwares”.

Nesse seguimento, a Propriedade Intelectual resulta além dos fatores jurídicos que envolvem direitos e deveres, a necessidade do conhecimento moral e ético do cidadão de maneira a respeitar o trabalho intelectual do outro, porque a propriedade intelectual envolve resultados de cunho do intelecto humano e não da força do trabalho. A Propriedade Intelectual é instrumento essencial na proteção do conhecimento e para sua transformação em benefícios sociais.

De acordo com Bocchino *et al* (2010, p. 58):

“... entende-se por propriedade intelectual o conjunto de direitos imateriais que incidem sobre o intelecto humano e que são possuidores de valor econômico. Ao se proteger tais direitos, pretende-se respeitar a autoria e incentivar a divulgação da ideia”.

A proteção aos direitos de Propriedade Intelectual visa a garantir um ambiente econômico seguro e vantajoso para as criações da mente humana. Os direitos de Propriedade Intelectual são “direitos dados a uma pessoa, empresa ou coletividade sobre as suas criações intelectuais” (WIPO, 2005). Conferem direito ao criador sobre o uso exclusivo da sua criação por certo período de tempo. As chamadas criações da mente são: invenções, produções literárias e trabalhos artísticos, símbolos, nomes, imagens, e projetos comercializáveis. A Propriedade Intelectual é dividida em duas grandes categorias: propriedade industrial e propriedade autoral. A propriedade industrial inclui direitos sobre patentes, marcas registradas (*trademarks*), desenhos e projetos industriais e indicações geográficas. Os direitos de autores (*copyrights*) abarcam obras literárias e artísticas, como romances, poemas e peças teatrais,

bem como filmes, músicas, pinturas, esculturas, desenhos, fotografias, esculturas e projetos arquitetônicos.

2.1.1 Direito Autoral

O Direito Autoral protege a expressão de ideias nos trabalhos publicados e não publicados nas áreas da literatura, teatro, música e coreografias de dança, filmes, fotografias, pinturas, esculturas e outros trabalhos visuais de arte como programas de computador (softwares), reservando para seus autores o direito exclusivo de reproduzir seus trabalhos. Mais recentemente, foram admitidos sob o escopo dos direitos autorais, bancos de dados e programas de computador (LEI 9.610, 1998).

2.1.2 Indicação Geográfica

Esse tópico é essencial para a proteção dos direitos dos produtos com origem geográfica definida que incorporam ativos imateriais como reputação, fatores ambientais e humanos, ou seja, é uma maneira de informar a localidade de determinado produto, sem a ocorrência de propagação incorreta, e também para a divulgação da localidade expondo as produtividades de cada região do país com suas características e mantendo principalmente a originalidade (WIPO, 2005).

Assim, a utilização das Indicações Geográficas é uma forma de garantir, preservar e resguardar a origem de produtos e serviços. Esse serviço é de fundamental importância, pois informa de maneira precisa ao consumidor a verdadeira origem do produto, resguardando os direitos legais do fabricante e consumidor. E a evocação desta origem é frequentemente atribuída a uma determinada qualidade ou característica.

2.2.3 Desenho Industrial

Os Desenhos Industriais são fatores determinantes ao sucesso de uma empresa. No Brasil, a Lei de Propriedade Industrial - 9.279/96 trata de regular a proteção dos desenhos industriais, já que os mecanismos da Propriedade Industrial, denominado registro de Desenho Industrial, tem a função de proteger o caráter ornamental de objetos ou padrões gráficos a serem aplicados em objetos passíveis de fabricação industrial (FARIAS, 2007).

De acordo com Farias (2007) o *design* de um produto é um fator imprescindível para sua comercialização, pois desde o início da civilização os povos já se importavam com o embelezamento dos produtos, os tornando mais atrativos. Assim, um produto ou uma embalagem visualmente diferenciada e atrativa podem trazer uma vantagem competitiva sobre os concorrentes.

2.2 INDÚSTRIA CRIATIVA

O termo indústrias criativas surgiu nos anos 1990 em alguns países industrializados, especificamente na Austrália, mas foi na Inglaterra que o movimento tomou dimensão, e neste meandro, propiciou delimitar e determinar os setores nos quais a criatividade é uma dimensão essencial do negócio. As indústrias criativas englobam, entre outras, as atividades relacionadas ao cinema, ao teatro, à música e às artes plásticas (BLYTHE, 2001).

Caves (2000) limita as Indústrias Criativas às atividades ligadas especificamente às artes e à mídia, isto é, seu entendimento inclui apenas as atividades de cinema e vídeo, fotografia, música, artes cênicas, artes visuais, mercado de artes e antiguidades, rádio e televisão, artes e entretenimento, artesanato, editoras e editoração e publicidade. Assim, indústria criativa é visualizada como um fenômeno crescente econômico, relacionado a políticas públicas de desenvolvimento.

O surgimento das indústrias criativas também deve ser associado ao que se chamou de virada cultural, uma transformação de valores sociais e culturais, ocorrida no final do século passado. A virada cultural surge da combinação de dois fenômenos simultâneos: a emergência da sociedade do conhecimento e a transição de valores materialistas para valores pós-materialistas (BONNELL e HUNT, 1999; GIBSON e KLOCKER, 2005).

2.2.1 Definição da Indústria Criativa

A United Nations - UNCTAD (2008) divide a finalidade da indústria criativa em três itens:

- a criatividade artística envolve imaginação e capacidade de gerar ideias originais e novas maneiras de interpretar o mundo, expressas em texto, som e imagem;

- a criatividade científica envolve curiosidade e o desejo de experimentar e fazer novas conexões na solução de problemas;
- a criatividade econômica é um processo dinâmico, levando à inovação em tecnologia, negócios, práticas, marketing etc., e está diretamente ligada ao ganho de vantagens competitivas na economia.

Já o Departamento da Cultura, Mídia e Esportes – DCMS (2005) - aborda que as atividades têm a sua origem na criatividade, competências e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza por meio da geração e exploração de propriedade intelectual [...]. As indústrias criativas têm por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais).

Segundo Hartley (2005), a ideia de indústrias criativas busca descrever a convergência conceitual e prática das artes criativas (talento individual) com as indústrias culturais (escala de massa), no contexto de novas tecnologias midiáticas e no escopo de uma nova economia do conhecimento, tendo em vista seu uso por parte de novos consumidores cidadãos interativos.

Howkins (2005, p. 117) traz uma concepção simples e direta: “em minha perspectiva, é mais coerente restringir o termo ‘indústria criativa’ a uma indústria onde o trabalho intelectual é preponderante e onde o resultado alcançado é a propriedade intelectual.”

2.2.2 Diferenças entre: indústria criativa, indústria cultural e economia criativa

2.2.2.1 Indústria Criativa

A indústria criativa originou-se possivelmente na Austrália na década de 1990 e mais tarde foi popularizado pelo governo Blair, no Reino Unido, que contava 13 setores industriais (BILTON, 2007).

O governo do Reino Unido Indústrias Criativas Task Força definia indústrias criativas como as indústrias que têm sua origem no indivíduo que desenvolve a criatividade, habilidade e talento e que têm um potencial de riqueza e criação de emprego através da geração e exploração da Propriedade Intelectual (DEPARTAMENTO DE CULTURA, MÍDIA E DO DESPORTO, 1998).

Com as contribuições econômicas que as indústrias criativas prometeram entregar na Grã-Bretanha, a ideia logo tomou conta de outros países da Europa, América do Norte e Ásia Oriental, com os governos que aprovam políticas para promovê-la.

As indústrias criativas tornaram-se um componente crucial na economia de Taiwan, ajudando a superar sua escassez de recursos naturais através da construção de um criativo Taiwan no mercado global. O governo de Taiwan cunhou o termo indústrias criativas culturais para representar indústrias criativas que combinam o artesanato, cultura local, cultura de instalações, vida criativa, artes de performance e artes visuais indústrias. De acordo com as estatísticas fornecidas pelo Instituto Chung-Hua de Pesquisas Econômicas (CIER) em Taiwan, durante o período 2002-2007, o valor da criação cultural de Taiwan cresceu em torno de cem milhões dólares, e a população de trabalhadores criativos aumentou de 162.000 para 211.000.

As indústrias criativas colaboram significativamente para o desenvolvimento econômico de um país, bastando uma valorização consciente dos empresários que a criação ainda é um mecanismo favorável para a valorização cultural de cada região, visto que cada país possui características artísticas e culturais diferentes (BILTON, 2007).

Townley *et al* (2009) sugere que a investigação sobre as indústrias criativas pode ser considerada em relação ao capital que informa seu domínio: o capital humano (ideias criativas), o capital social (redes) e capital organizacional (reconhecido autoridade ou competência), todos exploram o papel das organizações na produção, processamento, e gestão de criatividade. Isto significa que o valor de uma geração criativa pode residir nos estoques e fluxos de capital intelectual embutido culturalmente no criativo das organizações.

Nas organizações em indústrias criativas, o processo de criação de valor inclui a criação da ideia, pesquisa e desenvolvimento, produção e distribuição que são facilitadas por trabalhadores criativos. O conhecimento, inteligência e criatividade embutido em trabalhadores criativos são capturados pela noção de capital intelectual, que é composta de capital humano, capital organizacional e capital social (SUBRAMANIAM e YOUNDT, 2005).

Quanto à economia criativa, Caiado (2011) descreve que é o ciclo que engloba a criação, produção e distribuição de produtos e serviços que usam a criatividade, o ativo intelectual e o conhecimento como recursos produtivos fundamentais. As atividades econômicas são desenvolvidas a partir da combinação de criatividade com técnicas e/ou tecnologias, agregando valor ao ativo intelectual, ou seja, associa-se o talento aos objetivos

econômicos. Caracteriza-se não somente como um ativo cultural, produto ou serviço comercializável, mas incorpora elementos tangíveis e intangíveis dotados de valor simbólico.

A Secretaria da Economia Criativa criada pelo Decreto 7743, de 1º de junho de 2012 e vinculada ao Ministério da Cultura considera que os setores criativos são aqueles cujas atividades produtivas têm como insumos principais a criatividade e o conhecimento, caracterizados pela variedade infinita, abundância e não pela escassez. Tomando-se como exemplo a pintura, seu valor está associado à expressão artística do pintor, indo além do preço dos materiais em si. A economia criativa, por conseguinte, é a economia do intangível, do simbólico.

Para Jaguaribe (2006), as indústrias criativas produzem bens e serviços que utilizam imagens, textos e símbolos como meio. São guiadas por um regime de propriedade intelectual e trazem avanços para as novas tecnologias da informação.

A indústria criativa engloba vários seguimentos de produtos nos quais são direcionados em diferentes setores e as criações são produtivas e engloba vários seguimentos desde a criação de produtos culturais até os tecnológicos.

Todos os dias novos produtos, necessários para a economia mundial, são lançados no mercado sobre diferentes contextualizações. Todos eles estão envolvidos em um processo criativo que integra a dualidade da novidade e valor para gerar inovação (MIRINOVA e BORZA, 2013).

2.2.2.2 Indústria Cultural

A terminologia indústria cultural refere-se às indústrias que combinam a criação, produção e comercialização de conteúdos criativos. Os bens culturais não têm utilidade *a priori*, derivando seu valor da experiência subjetiva que geram. Dessa forma, seus padrões de qualidade correspondem a ideais abstratas e não a padrões específicos, derivados de atributos de adequação ou desempenho. Com a matriz cultural e social, estão ainda arraigados padrões estéticos e comportamentais (COSTA et al., 2001).

Segundo a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura - UNESCO (2006), o termo indústria cultural refere-se às indústrias que combinam a criação, produção e comercialização de conteúdos criativos que são intangíveis e de natureza cultural. Os conteúdos costumam ser protegidos por direitos autorais e os produtos podem ser bens ou serviços.

Segundo Deuze (2007), tem algumas áreas específicas para o desenvolvimento da criatividade. Assim, “as indústrias que têm sua origem na criatividade individual habilidade e talento e que tenham um potencial de riqueza e criação de emprego através da geração e exploração de propriedade intelectual”. Isso inclui publicidade, arquitetura, artes e um mercado de tiques, artesanato, design, designer de moda, cinema e vídeo, software de lazer interativo, música, artes cênicas, edição, software e jogos de computador, televisão e rádio.

Sendo assim, a contribuição da avaliação crítica de mundos da arte centra-se em contextos que compartilham locais e convenções, fatores que contribuem de forma importante para a coerência interna desses mundos. No entanto, os mundos de arte também são transnacionais, e tendo em conta o recrudescimento da globalização cultural nas indústrias culturais (Crane e Janssen, 2008), uma questão permanece a respeito de como o papel da avaliação crítica é afetada pela arte mundos que são de âmbito multinacional. A globalização cultural, que Crane (2002, p. 24) define como “a transmissão ou difusão através das fronteiras nacionais de diversas formas de mídia e das artes”.

No posicionamento desses autores, a indústria cultural abre espaço para novas ideias, já que neste setor a criatividade aliada à cultura são as principais fontes de produtividade. Afinal, cada criação proporciona uma nova oportunidade para o criador, pois criar é uma arte que poucos tem o dom de executar.

2.2.2.3 Economia Criativa

No Brasil, o Ministério da Cultura criou, em 2012, a Secretaria da Economia Criativa, e considerou imprescindível identificar a distinção existente entre os setores econômicos tradicionais e os setores denominados como criativos. Apontou que a distinção mais significativa para a delimitação da economia criativa deve partir da análise dos processos de criação e de produção, e não dos insumos e/ou da propriedade intelectual de bens ou do serviço criativo.

Quanto à economia criativa, Caiado (2011, p.160) descreve que:

“É o ciclo que engloba a criação, produção e distribuição de produtos e serviços que usam a criatividade, o ativo intelectual e o conhecimento como recursos produtivos fundamentais. As atividades econômicas são desenvolvidas a partir da combinação de criatividade com técnicas e/ou tecnologias, agregando valor ao ativo intelectual, ou seja, associa-se o talento aos objetivos econômicos. Caracteriza-se não somente como um ativo cultural, produto ou serviço comercializável, mas incorpora elementos tangíveis e intangíveis dotados de valor simbólico”.

Portanto, complementando a ideia anterior, Costa *et al* (2011) ressalta que a economia criativa se abastece dos talentos criativos, que se organizam de forma individual ou coletiva, para produzir bens e serviços criativos. Segundo o autor, a identificação do trabalhador com a tarefa. As conversações criativas permitem a mistura de conhecimentos pessoais, transformando-os em linguagem tangível, a partir das quais as mídias sociais promovem a amplificação dessa capacidade de conversação e as modificam. Assim, a criatividade é um ponto fundamental para o abastecimento da economia criativa no contexto atual.

2.2.3 Criatividade

A criatividade permite um processo de criação em vários setores e o ser humano tem o dom de criar. A palavra criatividade origina-se do latim *creare*, cujo significado é criar, fazer, elaborar. No grego, a palavra *krainen* (criatividade) significa realizar, desempenhar, preencher (PFEIFER, 2001). Compreende-se que a criatividade necessita de um sujeito que deseja realizar algo novo para si mesmo ou para os outros.

Seguindo esse patamar de definição na qual muitas pessoas pensam que a criatividade é reduzida para ser original. Além disso, o preconceito é muito comum que pessoas criativas só podem ser designers, arquitetos ou qualquer pessoa relacionada com a produção de arte ou objetos. Hoje, a criatividade é o centro das atenções de vários setores sociais, educacionais e de negócio do setor industrial. Ela é vista como praticamente a única forma de abrir novos caminhos e dar soluções para os problemas em um mundo em constante mudança. Isto parece ser já assumido e até mesmo um tipo de verdade que se tornou tão difundido no discurso científico, como na promoção de políticas nacionais e europeias (FERNÁNDEZ, 2011).

Amabile *et al* (1996) define criatividade como a produção de ideias novas e úteis em qualquer campo, enquanto que a inovação é a implementação bem sucedida de ideias criativas dentro das organizações. Esta visão enfatiza a ideia de que a criatividade dos indivíduos e equipes é o ponto base de qualquer processo inovador, no entanto, a criatividade é necessária mas não suficiente, para que a inovação ocorra.

A criatividade é, portanto, muitas vezes definida como o desenvolvimento de ideias originais que são úteis ou influentes. Nesta perspectiva, a criatividade não é apenas uma reação, mas também uma contribuição à mudança e evolução. A criatividade fundamenta-se

na resolução de problemas, ela desempenha um papel nas reações (por exemplo, adaptações e soluções), mas também é frequentemente proativa.

O sujeito criativo possui características próprias que influem na atuação profissional, isto é, a criatividade não é inerente a todo ser humano. Assim, a criatividade humana está relacionada com a necessidade de transcender os limites pré-estabelecidos. O sujeito criativo possui algumas características que o diferenciam dos sujeitos não criativos. É altruísta, persistente, motivado, ousado, sensível, intuitivo, tem percepção aguçada, é flexível, observador, receptivo, tem espírito investigativo, é autoconfiante, tem visão holística, é autocrítico, autossuficiente e independente.

Alencar (1998) esclarece três distintos eixos em que a criatividade está vinculada:

- Pessoa: relaciona-se com características pessoais, favoráveis ou desfavoráveis à expressão criativa;
- Cultura: diz respeito aos fatores do contexto social, que afetam tanto a produtividade criativa quanto a própria consciência dos indivíduos a respeito de suas potencialidades criadoras;
- Ambiente: diz respeito às características do ambiente de trabalho, isto é, se o contexto no qual o indivíduo desenvolve atividade profissional se apresenta como estímulo ou bloqueio à criatividade.

Observa-se que a contextualização da criatividade engloba requisitos fundamentais para o processamento da real conjuntura do ser criativo, pois, a criatividade precisa de um ambiente propício. Nesse sentido, o espaço físico também influi no processo criativo do indivíduo. Certamente, um ambiente agradável, que propicie ao sujeito um bem-estar, uma sensação de satisfação, influenciará na geração de ideias criativas. Num ambiente informacional em que as pessoas não interagem, em que as paredes inibem a socialização, em que o silêncio é o principal interlocutor, não há possibilidade de criação (ALENCAR, 2002).

Nesta concepção, Ostrower (1997) esclarece que a natureza do homem se elabora no contexto cultural. Todo indivíduo se desenvolve em uma realidade social, em cujas necessidades e valorações culturais se moldam os próprios valores de vida. No indivíduo confrontam-se, por assim dizer, dois polos de uma mesma relação: a sua criatividade que representa as potencialidades de um ser único, e sua criação que será a realização dessas potencialidades já dentro do quadro de determinada cultura. Assim, uma das ideias básicas do autor é considerar os processos criativos na interligação dos dois níveis de existência humana: o nível individual e o nível cultural.

Ostrower (1997, p. 187) ressalta ainda que:

“Criar é, basicamente, formar. É poder dar uma forma a algo novo. Em qualquer que seja o campo de atividade, trata-se, nesse “novo”, de novas coerências que se estabelecem para a mente humana, fenômenos relacionados de modo novo e compreendidos em termos novos. O ato criador abrange, portanto, a capacidade de compreender; e esta, por sua vez, a de relacionar, ordenar, configurar, significar”.

Assim, na concepção de Florida (2002, p. 10) fica esclarecido que:

“As pessoas lidam em situação de trabalho com tarefas essencialmente criativas. Independentemente de serem artistas, engenheiros, músicos, cientistas da computação, escritores ou empreendedores, os trabalhadores da classe criativa têm em comum um certo *ethos* criativo, compreendido como um espírito de criação que valoriza a capacidade criadora, a inventividade, a individualidade, o fazer diferente como princípio gerador e o mérito associado com as características individuais. Isto faz com que esse *ethos* criativo exerça certa influência nos indivíduos em relação as suas escolhas relativas: ao trabalho; as preferências por determinados tipos de emprego; preferências de consumo; a própria organização do tempo entre trabalho e atividades de lazer; além das decisões relativas ao onde viver”.

Para alguns profissionais, como psicólogos e educadores, a criatividade tem sido considerada uma característica dos indivíduos que permite explicar muitos fenômenos da variedade no rendimento que não tem uma justificativa fácil na inteligência e, neste sentido, tem-se considerado que a criatividade pode ser uma alternativa para compreender o rendimento humano. De fato, as considerações que se têm feito sobre a criatividade, em geral, têm sido fundamentadas na ideia de que esta é uma propriedade muito escassa e rara na população em geral. Também, há a crença de que a criatividade é um dom, que algumas pessoas possuem e não uma característica geral de todos os seres humanos.

Considerando esses elementos, pode-se dizer que a criatividade humana é um dom de alguns que conseguem durante a vida desenvolver habilidades peculiares a criatividade sendo uma característica, onde se combinam os efeitos das capacidades cognitivas com efeitos relativos ao temperamento e ao caráter. Portanto, deve-se entender a criatividade humana como um marco integrado de toda a personalidade nos aspectos respeitantes ao rendimento.

No mesmo sentido, Critelli (1981) enfatiza a urgência do despertar do potencial criativo do homem, já que o cidadão do mundo de hoje, mediante tanta automatização tem perdido a iniciativa e a criatividade para agir diante do inesperado, do imprevisível e do incontrolável.

Nesse meandro, outro aspecto é abordado no sentido organizacional. Amabile (1999, p.116) realça que:

“A liberdade de ação, enfatiza a expertise, a motivação intrínseca (correlacionada à paixão e ao interesse que desafiam a pessoa a criar e a ter satisfação com o que faz)

e extrínseca (exterior à pessoa), além de descrever práticas gerenciais que podem elevar a criatividade de uma organização: desafio, liberdade, recursos, características dos grupos de trabalho, encorajamento pela supervisão e apoio organizacional”.

Neste cenário, a criatividade do homem é mais do que nunca necessária, pois são inúmeras as soluções a se buscar, não de qualquer forma, mas de forma eficiente e eficaz; é preciso que o criativo seja novo, útil, valioso, original e adequado.

Alencar (2002) enfatiza que é premente a necessidade de se pensar de forma criativa e inovadora nesse mundo globalizado.

É relevante frisar que a criatividade e inovação são aspectos fundamentais para o crescimento organizacional e profissional, independentemente do local de trabalho é essencial o desenvolvimento da criação e inovação como foco para o crescimento em qualquer setor comercial ou artístico (ALENCAR, 2002). Contudo, apesar de haver forte relação entre criatividade e inovação, nem sempre uma ideia criativa será uma inovação. Isso ocorre porque nem sempre uma ideia criativa tem de fato viabilidade no mundo real, ou seja, a ideia pode ser muito boa, mas não tem condições reais para sua implantação. Dessa forma, a inovação depende essencialmente de uma condição: sua viabilidade.

2.2.4 Inovação

A palavra inovação origina-se do latim *innovatio*, cujo significado é renovação. Acredita-se que a inovação representa a aplicação da criatividade, ou seja, primeiro tem-se a criatividade, depois a inovação. Desta feita, a palavra inovar significa tornar novo, renovar. Enquanto inovação traduz-se pelo ato de inovar. Assim, inovar é a ação ou o efeito de inovar; introdução de alguma novidade na legislação, nos costumes, na ciência, nas artes, etc. (FERREIRA, 2010).

Já para Drucker (2002, p. 240) a inovação:

“É o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio diferente ou um serviço diferente. Ela pode ser apresentada como disciplina, ser apreendida e ser praticada”.

Dentre os conceitos já colocados, nota-se uma variedade da definição de inovação dependendo, principalmente, da sua aplicação. Dentre as várias possibilidades de inovar, àquelas que se referem a inovações de produto ou de processo são conhecidas como inovações tecnológicas. Outros tipos de inovações podem se relacionar a novos mercados,

novos modelos de negócio, novos processos e métodos organizacionais ou até mesmo novas fontes de suprimentos.

Desta forma, a amplitude do termo nos remete a tentar uma definição mais específica. A palavra inovação é frequentemente usada para descrever um objeto, que pode ser um microcomputador, ou um novo modelo de carro. Embora se referindo a algo concreto, teóricos do assunto concordam que inovação pode assumir outras formas de definição.

Segundo Motta (1998) a inovação fundamenta-se na crença da melhoria crescente. Criação, invenção ou descoberta são ideias novas não aplicadas. Mudar é aplicar a novidade; é o uso de uma descoberta ou invenção: é introduzir o incomum, tanto no sentido positivo quanto no negativo. A inovação refere-se a uma mudança julgada benéfica; é a solução criativa de problemas, provocando o desenvolvimento de uma empresa.

No contexto atual, portanto, a inovação assume um papel fundamental na busca por um diferencial competitivo.

Segundo Fiates (2008, p. 169):

“... não há dúvidas sobre a importância da inovação no contexto organizacional. Os avanços científicos e tecnológicos reduzem o ciclo de vida dos produtos e serviços, o que requer das organizações uma capacidade de acompanhar e incorporar inovações em todos os níveis da empresa. Nesse contexto, a inovação é apontada como o diferencial que as organizações deveriam perseguir para alcançar níveis sólidos de competitividade”.

As organizações buscam na inovação uma forma de garantir maior competitividade no mercado no qual estão inseridas. Em prol que a competitividade, de acordo com os autores (Fiates; Fiates, 2008) seria uma capacidade ou competência de a empresa formular e implementar estratégias, que lhe permitam ampliar ou conservar, uma posição sustentável no mercado e seu ambiente de atuação, de forma duradoura.

A inovação pode ser classificada de diversas formas e essas classificações são definidas por vários estudiosos para facilitar a compreensão do fenômeno. De acordo com o grau de novidade envolvido, as inovações podem ser classificadas como inovações radicais e inovações incrementais. As inovações radicais são as inovações descontínuas, “algo completamente novo ou uma resposta a condições profundamente alteradas” (TIDD; BESSANT; PAVITT; 2008, p. 183).

Além disso, inovação não consiste apenas na exploração de novos mercados, podendo também representar novas formas de servir a mercados já existentes e maduros

(TIDD; BESSANT; PAVITT, 2008), e não está restrita a bens manufaturados, podendo acontecer tanto no segmento de serviços, como no setor público e privado.

Observa-se uma coerência no contexto da definição da inovação que na realidade é um requisito essencial para o estudo em relação à inovação dos artesãos no setor artístico no qual envolve criatividade, inovação e comercialização, afinal a atividade de artesanato requer além destes fatores um conhecimento comercial das pessoas envolvidas em prol de alavancar e divulgar o artesanato como uma identidade cultural.

Mesmo diante de várias conceituações entender e avaliar as inovações é uma tarefa complexa, que apresenta várias dificuldades conceitual e metodológico. Primeiro, a área de estudos de inovação é insuficientemente delimitada e tende a aumentar em tamanho e diversidade, com base no chamado imperativo inovar (HARRIS e ALBURY, NESTA 2009).

O chamado imperativo inovar influencia categoricamente todos os países a criarem suas próprias diretrizes inovadoras no intuito de concorrerem entre si no mercado global. Enquanto isso, os pesquisadores identificaram vários tipos de inovação, além da inovação tecnológica, a inovação social, a inovação distribuída, inovação aberta, inovação usuários, inovação escondida, entre outras. Consequentemente, o campo semântico abrange o termo “inovação” é expandido sem parar, por isso que é difícil de definir de forma satisfatória o termo inovação.

Diante do exposto, observa-se que a inovação não é um fenômeno novo que está ocorrendo na economia, mas que é inerente ao processo de desenvolvimento humano. As sociedades primitivas buscavam meios que lhes permitiu alcançar um aumento de meios de subsistência que os fornecidos com os recursos naturais e também poupasse esforços na realização de suas tarefas.

Do ponto de vista econômico, os teóricos têm dado a ele uma grande relevância, porque eles consideravam-no como um elemento essencial no processo de desenvolvimento econômico.

Existe, entretanto, uma diferença marcante entre o termo inovação e invenção que segundo Faberger (2006, p. 23-24):

“A invenção será a primeira ideia que uma pessoa em um novo produto ou processo, enquanto a inovação seria a primeira tentativa de realizá-lo. Interesse em diferenças claras devido, principalmente, ao fato de que às vezes é difícil de fazer, porque são muitas vezes intimamente ligados. Neste sentido, deve-se também levar em conta que do ponto de vista do negócio, para transformar uma invenção em uma inovação, a empresa tem de combinar elementos diferentes, tais como conhecimento, habilidade, capacidades e recursos. E, para isso, tem de haver alguém encarregado de organizar tudo estas tarefas para vir a ser concretizadas. É o inovador ou

empreendedor, como Schumpeter chamou. Por isso, é importante incluir na análise o papel interpreta o empresário-empreendedor e os elementos ou fatores que podem influenciá-lo”.

Além disso, quando se considera a importância da inovação no processo econômico, deve referir-se a seus efeitos sobre o crescimento econômico, sendo que esse processo nem sempre pode exercer um efeito positivo sobre a sociedade, porque ocorre divergência de posicionamento entre diversos estudiosos que avaliam o crescimento econômico por meio de seus efeitos sobre as variáveis que o afetam mais diretamente, como a divisão do trabalho (MARTÍN, RIBEIRO e PICAZO, 2012).

Esmiuçando o processo de inovação, nota-se que uma empresa só pode ser permanentemente inovadora (ou um ambiente inovador) quando satisfaz suas próprias necessidades ao máximo, ou constantemente gera novas necessidades, em prol de desenvolver um processo de inovação sustentável. Ou seja, a inovação depende de procedimentos crescentes e atraentes para o mercado consumidor e interno, pois a inovação requer sempre a aceitação social, como requisito para sua implantação (VISO, 2013).

2.3 ARTESANATO

A definição de artesanato engloba várias diretrizes e alguns autores têm concepções diferenciadas e no decorrer do desenvolvimento deste tópico serão abordados alguns pontos fundamentais para a compreensão do real valor do artesanato e as perspectivas das pessoas que desenvolvem a atividade de artesanato.

Artesanato é definido por Silva Filho (1987) como fruto gerado da cultura popular, da feitura de objetos relacionados à temática folclórica dos países com emprego de técnicas primitivas de fabricação.

A Unesco (2010) considera como produtos artesanais aqueles produzidos por artesãos, totalmente à mão ou com a ajuda de ferramentas manuais, ou, ainda, com a utilização de meios mecânicos, desde que a contribuição manual direta do artesão seja o componente mais importante do produto acabado.

Segundo o conhecimento de Gonçalves (1996, p. 68), “o artesanato desempenhou e continua a desempenhar um papel importante na vida dos homens e das sociedades”. Dessa forma, constitui-se em parte integrante da sociedade capitalista que se acha em constante transformação, e não simplesmente em parte de um mundo em desaparecimento, um mundo pré-capitalista, tradicional.

Frisa Martins (1973) que ao delinear o seu conceito, segue o caminho de descrever o que não é artesanato e, por exclusão, caracterizar o que é, em sua concepção. Para ele, a atividade artesanal se situa no grupo de atividades de transformação de matéria-prima, dentro do qual se diferencia da indústria, das artes puras ou desinteressadas, das artes industriais ou ofícios e das “indústrias populares ou indústrias caseiras ou pequenas indústrias” (p. 23-24). Assim, na percepção da maioria dos autores o artesanato é uma atividade de cunho manual na qual o artesão utiliza como principal instrumento as mãos. Sendo assim, observa-se que o artesanato é uma atividade desenvolvida há séculos e tem um contexto histórico enriquecedor e importante para a compreensão do assunto em estudo.

2.3.1 História do Artesanato

A atividade artesanal é tão antiga quanto o homem que fabricava suas próprias ferramentas nas cavernas. Segundo Martins (1973, p.24), o homem de Pequim conhecia já o uso do fogo e sabia fabricar instrumentos de quartzo e grés, e a tecelagem da lã comprovadamente já existia nos tempos pré-históricos.

Com certeza, o homem das cavernas era um artífice. Todos os instrumentos e utensílios de que dispunha eram por ele mesmo fabricados, utilizando a matéria-prima que mais facilmente encontrava e a partir de sua própria concepção e necessidade. Com o passar do tempo, tais objetos foram tomando a conotação cultural do ambiente em que o homem estava cercado, fato que possibilita hoje identificar, em objetos e descobertas arqueológicas, os costumes e características do povo que viveu em determinado local. Realmente, somente na Idade Média, com o desenvolvimento dos mercados, de novas rotas de comércio, das cidades e com o aumento da população, enfim, com uma nova situação econômica e social é que o artesanato vive sua época de maior crescimento e relevância na economia.

A explicação proposta por Rima (2009, p. 87), para o processo de surgimento do artesanato na época Medieval, é a seguinte:

“O intenso crescimento da população da Europa e a excelência de seus recursos naturais combinados com técnicas de produção mais evoluídas aceleraram a expansão da produção e ampliaram os mercados. Os mercados crescentes possibilitavam a especialização dos trabalhadores em determinados produtos, adquirindo eles perícias ocupacionais que os transformavam em artesãos. Esta especialização e a divisão do trabalho que tende a acompanhá-la resultaram na produção para o mercado, substituindo a forma mais primitiva de produção que era para o autoconsumo, típica das unidades familiares do sistema feudal”.

Conceituar a atividade artesanal é complexo em decorrência que envolve fatores histórias enfocando diversas fases da criação artesanal.

Weber (1968, p.41) conceitua o artesanato como sendo “o exercício de um trabalho industrial aprendido, com uma extensão variável, executando-se à base de preparação profissional ou de especialização técnica, de maneira independente, para um senhor, para uma comunidade ou por conta própria”.

Em seu conceito, Weber (1968) ao identificar o artesanato com o trabalho industrial aprendido, considera a atividade como a transformação da matéria-prima característica da indústria - e como uma escola, onde são repassadas as técnicas de produção e o ofício aos aprendizes, sob os cuidados do mestre. Para o autor, há uma certa especialização no artesanato. Não a especialização nos moldes da divisão do trabalho, característica própria da organização industrial moderna, mas uma especialização técnica, uma separação profissional, a partir da elaboração de um determinado produto.

Carreiro (1975), embora não conceitue propriamente a atividade artesanal, comenta que “a técnica de produção do artesanato baseia-se na indústria sobretudo manual (é a verdadeira manufatura)”.

Assim, depois destas conceituações, observa-se que, mesmo sendo uma atividade antiga, a partir de 1950 iniciam-se as primeiras tentativas de transformação do setor artesanal. Ele passava de uma atividade meramente de subsistência para uma profissional rentável para o artesão, proporcionado através de políticas públicas. Para tal, foram criados órgãos com a função de apoiar a atividade no âmbito nacional e nos estados da federação (BANCO DO NORDESTE, 2002).

Neste contexto, a atividade artesanal começa a desenrolar-se saindo de mera posição de permissividade no que tange as características das vendas dos produtos artesanais, para alcançar fronteiras de comercialização ultrapassando os limites da localidade produtora. Essa situação inicia-se em 1950 (BANCO DO NORDESTE, 2002).

Além destes fatores, existiam características peculiares do artesanato que se refere aos processos de produção da atividade de artesanato, esses eram totalmente manuais, característica principal do produto artesanal, havia poucos produtos e baixos rendimentos auferidos pelos artesãos, sendo que grande parte da força de trabalho era feminina.

Esse panorama, infelizmente, não sofreu alterações nos últimos cinquenta anos, mesmo tendo a economia brasileira passado por profundas mudanças os principais problemas vinculados à produção, à comercialização e à qualificação profissional do artesão não alteraram significativamente suas características. Entretanto, a partir dos anos 90 o mercado

informal o qual engloba o artesanato iniciou uma realidade diferente passou a ser encarado como uma alternativa de renda para milhões de brasileiros. Por ser uma atividade bastante expressiva na economia informal brasileira, o país possui cerca de 8,5 milhões de artesãos (BANCO DO NORDESTE, 2002).

2.3.2 O Artesão

O artesão é a pessoa que desenvolve a atividade do artesanato, ou seja, é o artista, o artesão, como na época medieval, antes do período áureo do artesanato, permanece como um trabalhador de classe econômica baixa. Conforme Lopes (1980), a atividade ocupa, na maioria dos ramos, mulheres e crianças da zona rural e mesmo suburbana do interior, além de desempregados destas mesmas áreas.

Segundo o Relatório e Proposta da Comissão Consultiva de Artesanato sobre Conceituação do Artesanato, para efeito do Programa Nacional de Desenvolvimento do Artesanato (PNDA), a definição de artesão sequer existe como categoria ocupacional nos registros oficiais do país, o que torna ainda mais difícil situá-lo, conceituá-lo e obter uma visão coerente de sua história presente ou passada, para não mencionar a quase impossibilidade de antever suas perspectivas futuras (BANCO DO NORDESTE, 2002).

Neste sentido o artesão valoriza sua arte como algo imensurável, ou seja, intangível, entretanto, o artesão precisa determinar um valor econômico a sua arte, valor esse que pode variar de acordo com as leis do mercado. Nota-se que, o artesão é um artista considerado produtor da sua própria arte, entretanto, não consegue fugir ao mercado capitalista, em virtude de determinar um valor a sua obra, uma necessidade fundamental tanto para a valorização do trabalho artesanal, como para a própria sobrevivência do produtor o qual, precisa sobreviver.

No entanto, esta realidade aos poucos vem sendo modificada e alcançando sua valorização mesmo com a interferência das grandes empresas as características peculiares do artesão ainda é preservado principalmente na região Nordeste.

2.3.3 Cenário do Artesanato no Brasil, Nordeste e Sergipe

A atividade de artesanato perdurou por muitos anos até tornar-se uma atividade considerada profissional no Brasil, assim a partir da década de cinquenta, iniciam-se as primeiras tentativas de transformação do setor artesanal. Ele passava de uma atividade meramente de subsistência para uma profissional rentável para o artesão, proporcionado por

políticas públicas. Para tal, foram criados órgãos com a função de apoiar a atividade no âmbito nacional e nos estados da federação. Com relação ao perfil do artesanato no Nordeste, observa-se que os artesanatos de madeiras, de cestarias e de trançados tornam-se mais frequentes nos estados de Pernambuco, Piauí, Alagoas e Rio Grande do Norte (BANCO DO NORDESTE, 2002).

Entretanto, entre os estados nordestinos, Sergipe é o que possui maior ocorrência da atividade de artesanato, uma trajetória crescente desse setor com relação a expressividade quantitativa de artesãos (BANCO DO NORDESTE, 2002).

2.3.4 Aspectos Econômicos do Artesanato

O artesanato é, atualmente, uma atividade de sobrevivência no mercado, onde o modelo econômico vigente se torna cada vez mais excludente. É necessário identificar formas de recuperar o poder de produção e comercialização dos artesãos, para que esta atividade possa absorver a habilidade das pessoas de determinada região e transformá-la em recursos econômicos (BANCO DO NORDESTE, 2002).

Desta forma, o investimento feito na atividade artesanal é, inicialmente, o próprio trabalho do artesão, que confecciona suas ferramentas ou utiliza as mãos como instrumento essencial de trabalho. Quando há a necessidade de algum recurso financeiro, este é proveniente de outra atividade geralmente desenvolvida pelo artesão, como complemento da renda familiar (GONGALVES, 1996).

Analisando os aspectos históricos, sociais e econômicos da atividade artesanal, pode-se observar que, embora ela represente uma atividade importante para o país em alguns aspectos como cultura, história, combate ao desemprego e outros, esta atividade possui alguns estrangulamentos, principalmente, em se tratando dos seus aspectos econômicos, embora possa se definir alguns elementos que se traduzem em potencialidades desta atividade (BANCO DO NORDESTE, 2002).

O artesanato como atividade econômica vem conquistando seu espaço, devido à possibilidade de alavancar com êxito a economia de uma região, mesmo sendo uma profissão antiga, mas rodeada de preconceitos principalmente pelos investidores que ainda visualizam o artesão como alguém sem técnica ou conhecimento suficiente para produzir em larga escala, prejudicando assim, o crescimento do artesanato.

Outro dado importante é o Programa Sergipano de Desenvolvimento do Artesanato - PROARTE. Esse programa está vinculado diretamente à Secretaria de Estado da Ação Social

e do Trabalho, tendo como responsável imediato o NAT – Núcleo de Apoio ao Trabalhador. Assim, toda produção artesanal é referendada pelo Ministério do Desenvolvimento através do PAB - Programa de Artesanato Brasileiro (SEBRAE, 2002).

3 MATERIAIS E MÉTODOS

3.1 Tipo de Pesquisa e Local do Estudo

Neste estudo, realizou-se uma pesquisa descritiva, de caráter exploratório, com abordagem do tipo quantitativa, sendo estabelecida a forma de pesquisa de campo. A pesquisa descritiva busca examinar um fenômeno para descrevê-lo de forma integral ou diferenciá-lo de outro. Já a pesquisa de caráter exploratório estuda e busca descobrir se existe ou não um fenômeno, ou seja, visa proporcionar maior familiaridade com o problema com intuito de torná-lo explícito ou de construir hipóteses (MATIAS-PEREIRA, 2012).

Matias e Pereira (2012) explica também que a pesquisa quantitativa enfoca tudo que pode ser mensurado numericamente, ou seja, pode ser traduzido em números, opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. A pesquisa de campo procede a observação de fatos e fenômenos exatamente como ocorrerem no real, à coleta de dados referentes aos mesmos, e finalmente, à análise e interpretação desses dados, com base numa fundamentação teórica consistente, objetivando compreender o problema da pesquisa.

A pesquisa inicialmente procedeu-se em três etapas. A primeira através de pesquisa bibliográfica para conhecimento do tema, em dissertações, artigos científicos nos periódicos capes e sciencedirect, livros e internet. A pesquisa bibliográfica é elaborada a partir de material já publicado, construído principalmente através de livros, artigos, periódicos e atualmente material disponibilizado na internet (MATIAS E PEREIRA, 2012).

Na segunda etapa, foi realizada visita em algumas instituições: Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Sergipe - SEBRAE, Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba - CODEVASF, Confederação Nacional dos Artesãos - CONSTRUIR e Programa Sergipano de Desenvolvimento do Artesanato - PROARTE, para obtenção de informações sobre os grupos de artesãos no estado e aquisição de contatos.

Na terceira etapa, realizou-se uma pesquisa de campo através de aplicação de questionário com os artesãos na orla de Atalaia, mais precisamente no Calçadão da Atalaia, na Passarela do Artesão e na Feira do Turista e em algumas residências de artesãos em

Aracaju/SE. Posteriormente, no Centro de Turismo, Praça da Catedral, Mercado Municipal Antônio Franco e nas Cidades de Laranjeiras/SE-Povoado Estiva e Divina Pastora/SE.

3.2 Período e Instrumento de Coleta de Dados

A coleta de dados foi realizada entre os meses de março e abril de 2014, por meio de utilização de um questionário elaborado pela autora, baseado nas referências consultadas e visitas realizadas as instituições citadas.

Foi elaborado um questionário (Apêndice A) com o objetivo de identificar o conhecimento do artesão em Propriedade Intelectual e as características socioeconômicas como o perfil pessoal, ocupacional e econômico dos artesãos.

O questionário é um recurso a ser utilizado com o intuito de ordenar perguntas que devem ser respondidas por escrito pelo informante. O questionário deve ser objetivo, limitado em extensão e estar acompanhado de instruções. Essas instruções devem esclarecer o propósito de sua aplicação, ressaltando a importância da colaboração do informante e facilitar o preenchimento (MATIAS E PEEREIRA, 2012).

O instrumento contém 50 questões, a maioria de múltipla escolha e estava subdividido em cinco partes: 1. Dados Pessoais, 2. Dados da Atividade, 3. Dados Sociais, 4. Dados Econômicos e 5. Dados Propriedade Intelectual.

3.3 Sujeitos e Amostra

Foram estabelecidos como critérios de inclusão para a constituição dos sujeitos, ser artesão, de ambos os sexos, pessoa física ou jurídica e concordar em participar da pesquisa de modo voluntário. Como critério de exclusão, não ser artesão, artesão que não produza no Estado de Sergipe e que não consentiram participar do estudo.

Obedecidos tais critérios, obteve-se uma amostra de 100 artesãos, que desenvolviam as atividades de bordado, renda, pintura, escultura, doces, confecção de bijuterias, biscoito e bonecas.

A amostra é um item da pesquisa de fundamental importância para o desenvolvimento do trabalho, especialmente por levantar a parte da população, selecionando de acordo com uma regra ou plano. Sendo assim, a amostra se desmembra em probabilística e não probabilística.

Segundo Matias e Pereira (2012), as amostras probabilísticas são indicadas para o tipo de pesquisa apresentada por tratar-se de amostras acidentais, que são compostas por acaso, por pessoas escolhidas aleatoriamente. Já as amostras não probabilísticas são por quotas, compostas por elementos constantes da população na mesma proporção e amostras intencionais são aquelas que são escolhidos pelo o bom senso do pesquisador. (MATIAS E PEREIRA, 2012).

Do ponto de vista estatístico, a amostra em estudo foi tomada por estimativa dada pela expressão abaixo, no qual definiu o tamanho da amostra. Em razão de os órgãos governamentais e das associações de artesãos não possuírem, até então, cadastro, foi dado início uma campanha de cadastramento e recadastramento dos artesões sergipanos. Entretanto, a campanha de cadastramento não está concluída, uma vez que existem muitos artesãos ainda não catalogados, não sendo possível dispor de informações sobre a estimativa dos artesãos no Estado de Sergipe, admitiu-se assim que a população é infinita.

Para estimativa do tamanho amostral de populações infinitas têm-se dois pressupostos:

- a) Conhecimento da estimativa da média populacional

A fórmula utilizada é: $n = (Z_{\alpha/2} \cdot \sigma)^2 / E^2$, onde:

n = tamanho da amostra

$Z_{\alpha/2}$ = valor crítico que corresponde ao grau de confiança desejado

σ = desvio padrão populacional da variável em estudo

E = margem de erro, isto é, erro máximo da estimativa. É a máxima diferença entre a média amostral e a verdadeira média populacional.

- b) Conhecimento da estimativa da proporção populacional

A fórmula utilizada é: $n = (Z_{\alpha/2}^2 \cdot p \cdot q) / E^2$, onde:

n = tamanho da amostra

$Z_{\alpha/2}$ = valor crítico que corresponde ao grau de confiança desejado

p = proporção populacional de indivíduos que pertence a categoria de interesse.

$q = 1 - p$

E = margem de erro, isto é, erro máximo da estimativa. É a máxima diferença entre a proporção amostral e a verdadeira proporção populacional.

Optou-se pelo uso da segunda fórmula acima, para o cálculo do tamanho da amostra, onde será admitido $p = q = 0,5$.

A tabela a seguir apresenta alguns resultados ao nível de significância de 5%, isto é com uma confiança de 95%, com uma margem de erro de 9,7%, 9,8% e 9,9%.

Tabela 1 – Tamanho da amostra

$Z_{\alpha/2}$	$\hat{p} = \hat{q}$	E	n
1,96	0,5	9,7%	102,07
1,96	0,5	9,8%	100
1,96	0,5	9,9%	97,99

Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

3.4 Coleta de Dados

A definição do instrumento de coleta de dados dependerá dos objetivos que se pretende alcançar com a pesquisa e do universo a ser investigado. Os instrumentos de coleta de dados tradicionais são a observação, quando se utilizam os sentidos na obtenção de dados de determinados aspectos da realidade (MATIAS E PEREIRA, 2012).

Para o início da coleta de dados, estabeleceu-se a escolha dos locais por conveniência, a fim de ser concretizada a aplicação dos questionários, as visitas foram feitas sem agendamento de dia e hora e por abordagem direta e pessoal a cada artesão.

Cada participante da pesquisa foi informado sobre o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido acerca de sua participação na pesquisa. Os dados coletados foram analisados estatisticamente com o uso do Excel 2010, organizados em gráficos e tabelas, analisados através de estatística descritiva e interpretados com embasamento no referencial teórico deste estudo.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Alguns dados tabulados foram expostos em tabelas enquanto outros foram apresentados em gráficos. Para iniciar os trabalhos, foram coletadas referências teóricas para embasar e nortear a pesquisa.

Tabela 2 – Gênero

Gênero	%
Feminino	79
Masculino	21
Total	100

Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

O primeiro item abordado é em função do gênero no qual a mulher é destaque no artesanato, já que, 79% assume a atividade, enquanto, 21% dos homens desempenham a atividade. Nota-se que o gênero predominante ainda é o feminino. Conforme Lopes (1980), a atividade ocupa, na maioria dos ramos, mulheres e crianças da zona rural e mesmo suburbanas do interior, além de desempregados destas mesmas áreas.

Tabela 3 – Faixa Etária

Idade	%
Entre 50 e 60	29
Entre 30 e 40	22
Entre 40 e 50	21
Menos de 30	9
70 ou mais	5
Total	100

Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Examinando a faixa etária, observa-se que dos 50 a 60 anos 29% atuam na produção do artesanato, 22% na faixa dos 30 a 40 anos, 21% entre 40 e 50 anos. Os mais jovens, com menos de 30 anos, têm uma pequena atuação na produtividade do artesanato apenas com 9% e os mais idosos com 70 anos ou mais, atuam apenas com 5%.

Tabela 4 – Grau de Escolaridade

Grau	%
Médio	42
Fundamental	36
Superior	22
Total	100

Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

O grau de escolaridade é um ponto importante, já que, o artesanato sempre foi visto como uma atividade desenvolvida por pessoas com nível escolar baixo, entretanto, com o passar dos anos observou-se durante a pesquisa que 42% dos entrevistados tem o ensino médio, 36% o fundamental e 22% nível superior. Prevalecendo desta forma o ensino médio.

Tabela 5 – Estado Civil

Estado	%
Solteiro	42
Casado	42
Viúvo	9
Divorciado	7
Total	100

Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Durante o processo de entrevista o estado civil dos participantes teve um empate demonstrando que independente deste fator a atividade do artesanato é praticada como meio de sustento familiar, mas independe da condição civil. Os solteiros e casados tiveram um percentual de 42%, viúvo 9% e divorciados 7%, respectivamente.

Tabela 6 – Quantidade de filhos

Quantidade	%
Menos de 3	64
Entre 3 e 5	24
Entre 5 e 7	8
Mais de 7	2
Não Resposta	2
Total	100

Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Relacionado à quantidade de filhos, 64% tem menos de 3 filhos, 24% de 3 a 5, 8% de 5 a 7 e 2% mais de 7. As famílias de artesãos em 64% possuem uma prole de 1 a 2 filhos,

confirmando o fato já observado entre os casais modernos pela opção de ter um número reduzido de filhos.

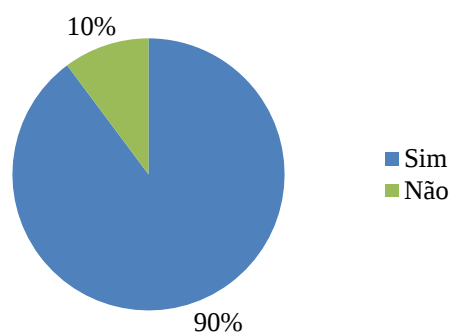
Tabela 7 – Moradores por casa

Quantidade	%
Menos de 3	61
Entre 3 e 5	27
Entre 5 e 7	8
Mais de 7	3
Não Resposta	1
Total	100

Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Um dado interessante encontrado foram os dados de moradores por domicílio 61% tem menos de 3 moradores, 27% entre 3 e 5, 8% entre 5 e 7 e 3% mais de 7. A composição dos moradores das casas dos artesãos é de no máximo 2 pessoas correspondendo a 61% dos respondentes da pesquisa.

Figura 1 – Possui carteira profissional de artesão



Fonte: Elaborado pela autora (2014)

A Figura 1 demonstra a conscientização dos artesãos, já que, 90% possuem a carteira profissional de artesão, tendo assim alguns benefícios que advém com a aquisição da carteira e somente 10% não possuem.

Tabela 8 – Tempo em anos que atua como artesão

Quantidade	%
Menos de 10	32
Entre 10 e 20	23
Entre 20 e 30	18
Entre 30 e 40	12
Entre 40 e 50	8
Entre 50 e 60	5
Mais de 60	1
Não resposta	1
Total	100

Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

A atividade de artesanato é desenvolvida há muitos anos e a maioria conserva esta como fonte de renda, 32% tem menos de 10 anos de atividade, 23% entre 10 e 20 anos, 18% entre 20 e 30, 12% entre 30 e 40, 8% entre 40 e 50, 5% entre 50 e 60 e 1% mais de 60 anos.

Tabela 9 – Atividade que desenvolve como artesão

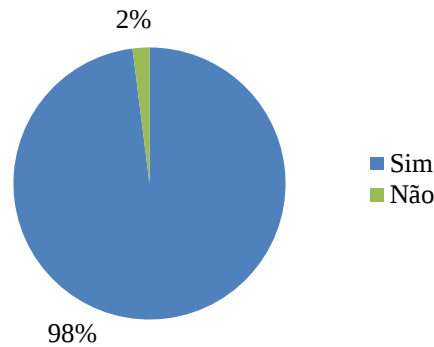
Atividade	%
Renda	36
Bordado	24
Madeira	10
Cerâmica	6
Azulejos	4
Entrançado de palha	3
Doces	3
Vidros	3
Outros	11
Total	100

Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

As atividades desenvolvidas pelo artesão que mais tem destaque é a renda e o bordado com 36% e 24%, respectivamente.

A renda e o bordado são típicos da região nordestina, de origem europeia, é um ornamento executado sobre qualquer tipo de tecido, por meio de agulhas e linhas coloridas, sendo realizado manualmente. Os bordados dão acabamento em peças de vestuário, cama, mesa e banho trabalhando-se os fios do próprio tecido ou fazendo-se apliques.

Figura 2 – Trabalha diariamente



Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Os artesãos em sua totalidade trabalham diariamente, informado por 98% dos pesquisados, pela necessidade de produzir novas peças, ampliar as vendas e consequentemente aumentar a renda.

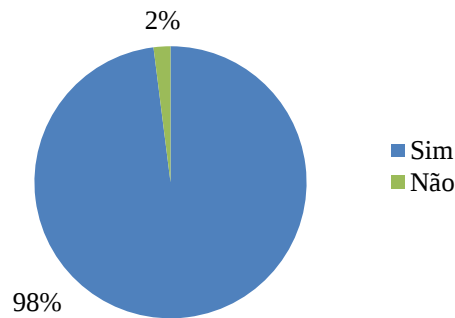
Tabela 10 – Horas que trabalha por dia

Quantidade	%
Entre 8 e 12	53
Entre 4 e 8	25
Menos de 4	11
Mais de 12	10
Não Resposta	1
Total	100

Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

A jornada de trabalho é 53% para a maioria dos artesãos equivalente à 8 e 12 horas diárias, 25% entre 4 e 8 horas e 11% menos de 4 horas. O artesanato é, atualmente, uma forma de sobreviver no mercado de trabalho, onde o modelo econômico vigente se torna cada vez mais excludente. É necessário identificar formas de se recuperar o poder de produção e comercialização dos artesãos, para que esta atividade possa absorver a habilidade das pessoas de determinada região e transformá-la em recursos econômicos (FABERGER, 2006).

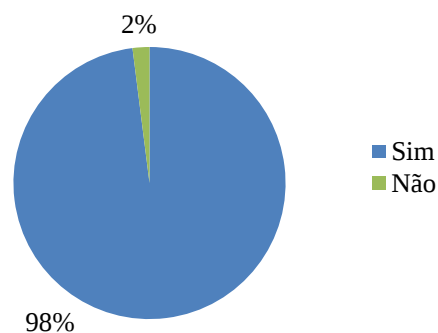
Figura 3 – Considera o trabalho prazeroso



Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Num total de 98% dos entrevistados declararam que o seu trabalho é prazeroso. Neste seguimento é fundamental o incentivo público e privado para conservar esta atividade desempenhada com dedicação pelos artesãos, para que estes profissionais possam viver da sua própria produtividade e cultura de forma que possa desenvolver suas atividades de maneira autônoma, assegurando sua própria identidade e conquistando sua independência financeira (TSCHÁ; MENDONÇA; TSCHÁ, 2009).

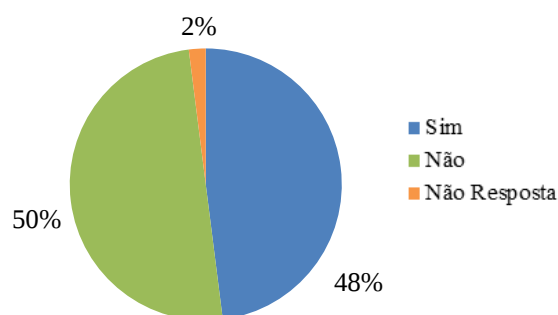
Figura 4 - Necessita de criatividade



Fonte: Elaborada pela autora, 2014.

A grande maioria dos entrevistados, 98%, declarou que a sua atividade necessita de criatividade. A criatividade é um fator imprescindível na vida profissional do artesão. Atualmente a criatividade é um fator diferencial no momento da venda e comercialização.

Figura 5 – Envolvimento de mais de uma pessoa



Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Quanto à pergunta se o artesão trabalhava em parceria com outras pessoas, 50% responderam afirmativamente, 48% negativamente e 2% não responderam. Nota-se uma individualidade na produção artesanal. E quando existe um envolvimento de mais de uma pessoa geralmente ocorre entre os familiares que se ajudam para aumentar a produção.

Tabela 11 – Matéria Prima

Matéria Prima	%
Linha	28
Lacê	20
Tecido	12
Fios	8
Material Reciclado	8
Madeira	7
Tinta	5
Argila	4
Resina	2
Ferro	1
Gesso	1
Vidro	1
Porcelana	1
Couro	1
Não Resposta	1
Total	100

Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Neste aspecto, ocorreu uma variação da matéria-prima entre os artesãos, tendo como destaque 28% para a linha, seguida de 20% para o lacê e 12% para o tecido, em razão da maioria das atividades artesanais exigir matéria-prima diferenciada para a confecção do trabalho artesanal.

Tabela 12 – Exposição de trabalhos

Exposição	%
Diariamente	78
Outros	12
Semanalmente	5
Mensalmente	3
Não Resposta	2
Total	100

Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

A exposição dos trabalhos para venda é realizada diariamente com um índice de 78% dos respondentes.

Tabela 13 – Local de exposição de trabalhos

Local	%
Feira	65
Outros	16
Casa	11
Centro	4
Não responde	3
Parque	1
Total	100

Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

O local de exposição para os trabalhos artesanais são as feiras, conforme 65% dos entrevistados. A feira é o local de maior exposição e vendas dos produtos, pois reúne um número expressivo de artesãos e diferentes produtos, possibilitando a demonstração de artesanatos diversificados.

Tabela 14 – Feira e Eventos

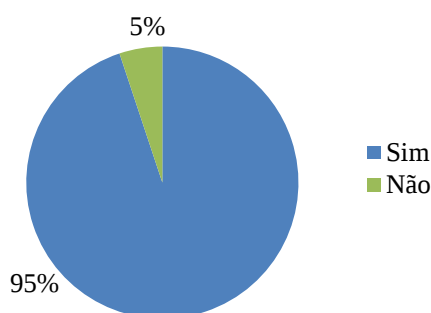
Exposição	%
Estaduais	61
Nacionais	18
Não frequenta	13
Internacionais	8
Total	100

Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

A exposição dos trabalhos em feiras estaduais tem a participação de 61% dos entrevistados os quais tem consciência do quanto é fundamental a demonstração dos produtos

fora da localidade de fabricação, sendo através destes eventos que surgem outras possibilidades de exposição e vendas. Mas, ainda é inexpressivo o número de participantes em feiras e eventos nacionais apenas 18% e internacionais 8%.

Figura 6 – Faz e comercializa



Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Foi declarado por 95% dos entrevistados que o próprio artesão faz e comercializa o seu produto.

Tabela 15 – Onde comercializa

Localização	%
Em Sergipe	70
Em outros estados	15
Em outros países	10
Não resposta	5
Total	100

Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Setenta por cento dos entrevistados declararam que comercializam os seus produtos em Sergipe. O processo de comercialização segundo Thompson (2009) é notável no momento que o artesanato é comercializado através de um valor econômico estipulado para sua negociação comercial.

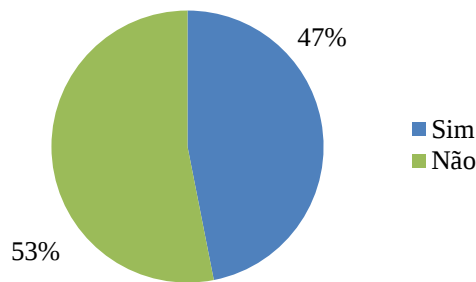
Tabela 16 – Em outros Países

Localização	%
Argentina	90
Portugal	10
Total	100

Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Sobre a comercialização em outros países 90% dos entrevistados declararam que já comercializaram os seus produtos em feiras na Argentina e 10% em Portugal, levando o que há de melhor da produção artesanal sergipana para esses países, assim como a tradição e cultura do povo brasileiro.

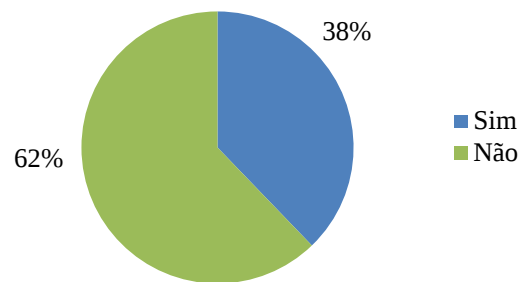
Figura 7 – Comercialização de produtos de outros artesãos



Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Cinquenta e três por cento dos entrevistados não comercializam obras de outros artesãos, enquanto 47% comercializam. Esta realidade representa o sistema de solidariedade e uma forma de alavancar a produtividade. A comercialização do produto artesanal enfrenta uma forte concorrência do mercado por parte dos produtos industrializados.

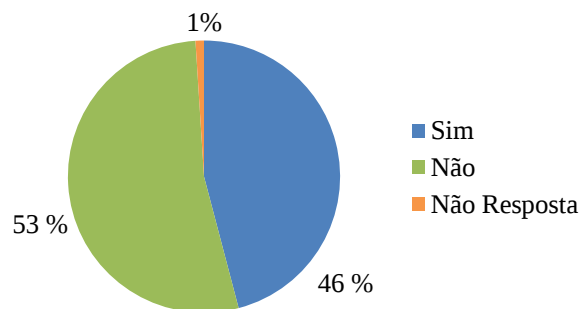
Figura 8 – Redes Sociais



Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

As redes sociais são usadas por 38% dos entrevistados para divulgação dos produtos. Entretanto, nos tempos modernos é imprescindível o uso da internet através das redes sociais como ferramenta para a divulgação de produtos.

Figura 9 – Espaço de interação com outros artesãos



Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

O processo de interação entre os artesãos de acordo com os dados expressos não demonstrou uma boa participação entre os profissionais, devido a ausência de um espaço que favoreça o desenvolvimento e integração para a troca de experiências sobre os assuntos pertinentes as suas atividades.

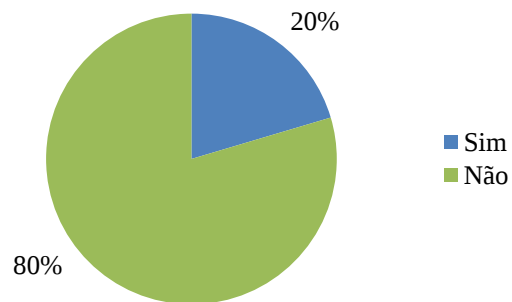
Tabela 17 – Relação com outros artesãos

Relação	%
Boa	78
Ótima	21
Regular	1
Total	100

Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Os artesãos possuem uma boa relação entre si, classificada na sua maioria entre boa e ótima conjuntamente em 99%. O artesanato é uma atividade familiar onde a solidariedade é fundamental para sua relação.

Figura 10 – Intercâmbio com outros artesãos



Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Oitenta por cento dos artesãos não fazem intercâmbio com outros artesãos fora do estado, apenas 20% fazem intercâmbio por acreditar que a comunicação entre os artesãos é fundamental, já que por meio desse mecanismo ocorre a troca de informações, criando-se possibilidades de interação dos artesãos que vivem realidades diferenciadas.

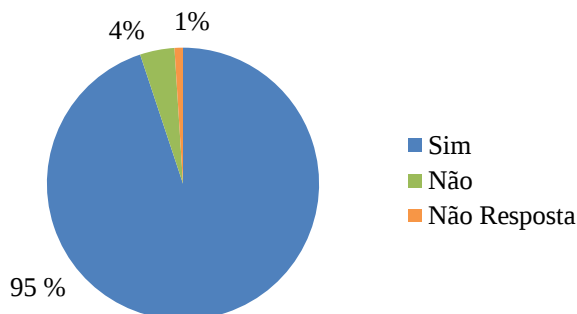
Tabela 18 - Motivo a ser artesão

Motivo	%
Influência Familiar	28
Gostar	24
Necessidade	22
Outros	14
Atividade Terapêutica	4
Curiosidade	3
Habilidade	3
Aumento na Renda	2
Total	100

Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

A justificativa por adotar a atividade de ser artesão teve destaques nos itens influência familiar 28%, gostar 24% e necessidade 22%. Os dados demonstram que a influência familiar alavanca a transmissão dessa atividade de geração à geração como tendência, pois o aprender fazendo é próprio deste tipo de atividade, também faz parte do ofício o prazer em fazer a arte e necessidade econômica para sobreviver.

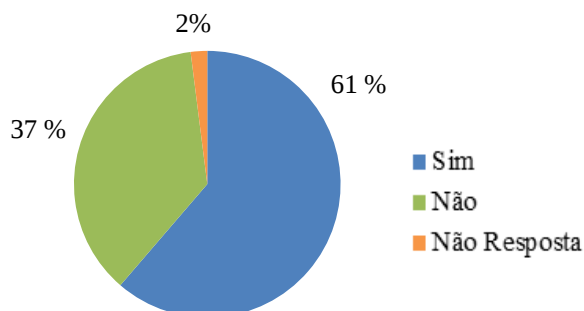
Figura 11 – Visibilidade na sociedade



Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Para 95% dos respondentes, o seu trabalho tem visibilidade na sociedade, devido às peculiaridades culturais e regionais existente em suas obras, expostas em feiras e eventos, onde os artesões tem a oportunidade de mostrar sua arte à população local e aos turistas.

Figura 12 – Saber artesanal



Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Os entrevistados num total de 61% declararam que a atividade do artesão exige o conhecimento do saber artesanal, que ainda é passado de pai para filho por muitos artesãos, pois, mesmo sendo uma atividade na maioria ensinada de geração a geração necessita de um conhecimento técnico e vocacional, os filhos vão crescendo vendo seus pais fazendo as peças, dando assim continuidade à arte, uma forma de manter a tradição e seu sustento da família. No entanto, 37% dos entrevistados negam tal afirmativa devido ao desinteresse dos filhos em aprender o ofício.

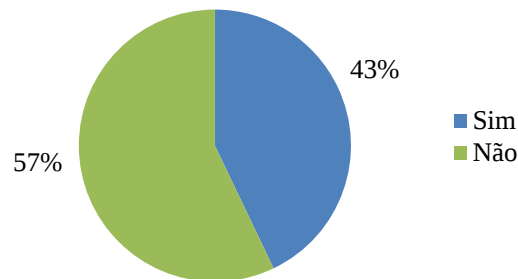
Tabela 19 – Renda em salários mínimos

Renda	%
Entre 1 e 3	55
Menos de 1	30
Mais de 3	15
Total	100

Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

A maioria dos artesãos 55% declarou possuir atualmente uma renda mensal que varia entre 1 a 3 salários mínimos, ou seja, entre R\$ 724,00 a R\$ 2.172,00, classificando-os como classe média no nosso país, representando 54% da população brasileira, segundo pesquisa feita pela Serasa Experian em conjunto com o Instituto Data Popular, relatando que a renda por pessoa (*per capita*) está entre R\$ 320,00 e R\$ 1.120,00.

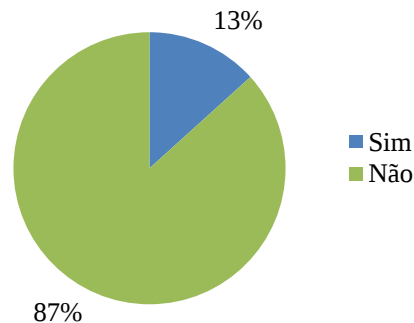
Figura 13 – Possui outra fonte de renda



Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

A maioria dos entrevistados 57% declarou não possuir outra fonte de renda. A renda auferida pela atividade é que mantem o sustento pessoal e familiar. Por isso, a atividade é desenvolvida como forma de manutenção orçamentaria, composta pela receita obtida pela atividade desenvolvida (LOPES, 1980).

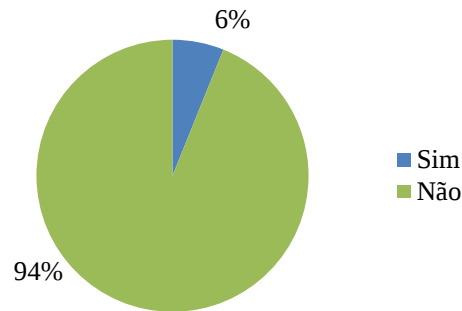
Figura 14 – Uso do crédito



Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Oitenta e sete por cento dos artesãos não fazem uso de crédito para produzir sua arte, dificultando assim o crescimento do artesanato, pois a maioria tem um baixo poder aquisitivo e com a ausência do dinheiro, ocorre à redução da produtividade, dificultando o desenvolvimento do artesanato no cenário econômico.

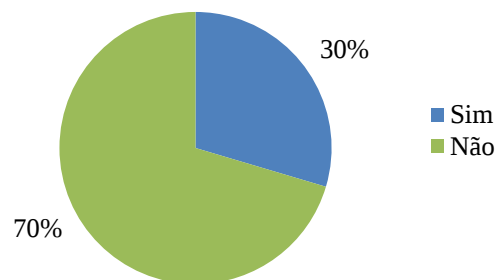
Figura 15 – Incentivos econômicos



Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Com relação a incentivo econômico para desenvolver suas atividades, segundo declaração dos artesãos, 94% não possuem incentivo econômico por falta de conhecimento de instituições governamentais e não governamentais que favoreçam empréstimos para a categoria profissional, com facilidade de acesso ao crédito e baixa taxa de juros.

Figura 16 – Previdência Social como artesão



Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Os declarantes afirmam que 70% não possuem previdência social, mostrando o quanto os artesãos ficam expostos a uma velhice desamparada, consequência da falta de conhecimento do pagamento avulso deste benefício. Apenas 30% dos artesãos declararam possuir previdência social em razão da sua atividade.

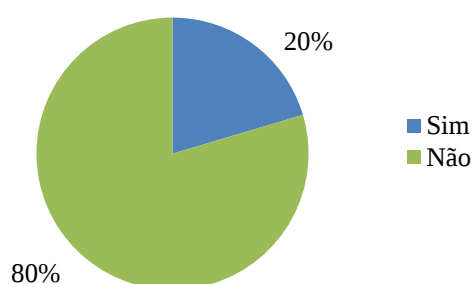
Tabela 20 – Vínculo

Vínculo	%
Não possui vínculo	52
Associação	40
Outros	7
Sindicato	1
Total	100

Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Enquanto 52% dos artesãos declararam não possuir vínculo com nenhuma instituição referente ao artesão, 40% informaram que pertencem a associações de artesãos. Um dos principais órgãos para o artesão é o PAB - Programa de Artesanato Brasileiro, os artesãos que possuem cadastro neste órgão tem acesso ao credi-artesão, um benefício em parceria com o governo do Estado de Sergipe e Banco do Nordeste.

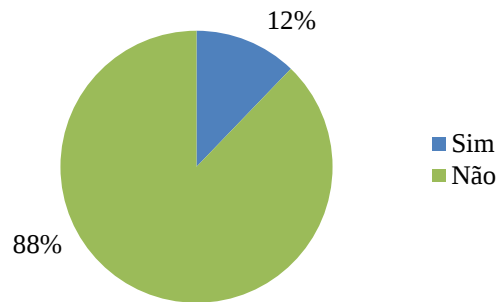
Figura 17 - Faz parte de Micro Empresa Individual - MEI



Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Oitenta por cento dos artesãos não fazem parte de Micro Empresa Individual – MEI, figura jurídica, na qual o artesão formaliza o seu negócio e se tornar um pequeno empresário, tendo direito a um CNPJ e acesso aos principais benefícios previdenciários como aposentadoria por idade, aposentadoria por invalidez, auxílio doença, salário maternidade e pensão por morte.

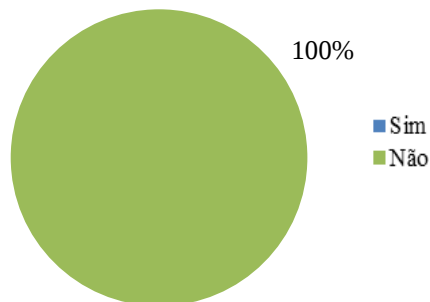
Figura 18 – Terceirização



Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

No item sobre terceirização dos seus serviços, 88% responderam negativamente, observando-se uma limitação no processo de expansão da comercialização e produção.

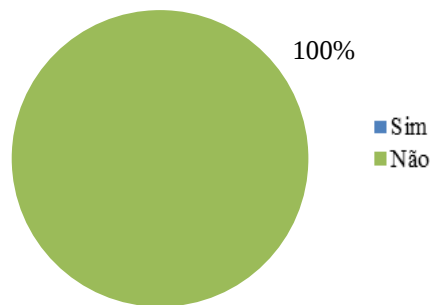
Figura 19 – Saber em Propriedade Intelectual



Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Cem por cento dos declarantes entrevistados responderam que não tem conhecimento o que seja Propriedade Intelectual.

Figura 20 – Curso sobre Propriedade Intelectual



Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Cem por cento dos entrevistados relataram que não fizeram curso sobre Propriedade Intelectual, informando que não sabem dos direitos referentes à Propriedade Intelectual, com relação à proteção e à forma de garantir o direito de suas obras.

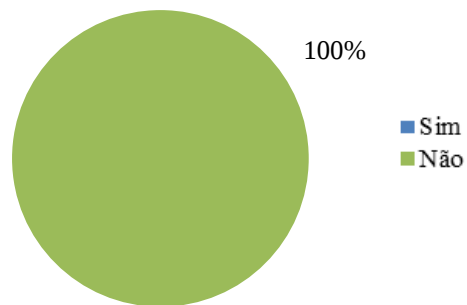
Tabela 21 – Tipos de Propriedade Intelectual

Conhecimento	Sim	Não	Total
Marca	47	53	100
Direito Autoral	43	57	100
Patente	37	63	100
Desenho Industrial	31	69	100
Software	27	73	100
Indicação Geográfica	7	93	100

Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Com relação ao conhecimento em Propriedade Intelectual, os entrevistados declaram em ordem crescente, conforme mostra a porcentagem, que os artesãos sabem o que é Marca (47%), Direito Autoral (47%), Patente (47%), Desenho Industrial (47%), Software (47%) e Indicação Geográfica (47%).

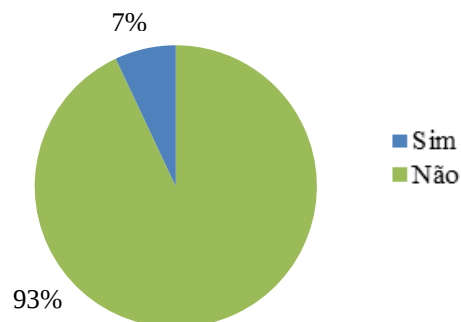
Figura 21 – Registro em Propriedade Intelectual



Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Os entrevistados declararam em 100% que não tem registros de Obra produzida, Patente, Marca, Software e Desenho Industrial.

Figura 22 – Faz parte de Grupo em Indicação Geográfica



Fonte: Elaborado pela autora, 2014.

Dos entrevistados apenas 7% pertencem ao grupo de renda irlandesa (Asderen - Associação para o Desenvolvimento da Renda Irlandesa de Divina Pastora) na cidade de Divina Pastora/SE, que tem o certificado de Indicação Geográfica, no qual indica a procedência de origem e a qualidade do produto, sendo emitido pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). Este selo é uma garantia para o consumidor que adquirir a renda irlandesa, no entanto, 93% das entrevistadas afirmaram que não fazem parte de nenhum grupo de Indicação Geográfica.

5 CONCLUSÃO

Notou-se a dificuldade dos artesãos em comercializarem seus produtos em feiras e eventos interestadual e internacional especificamente pela falta de incentivo dos órgãos públicos e privados em patrocinar estes artistas em eventos propícios para a divulgação do seu trabalho.

Observou-se também uma escassez de informações do artesão sergipano relacionado ao uso de crédito, incentivos econômicos e à importância do seu trabalho no cenário cultural, neste seguimento a percepção do artesão na maioria não tem uma noção real do quanto seu trabalho é importante para o crescimento cultural e econômico de uma determinada região.

Um aspecto a ser levantado é a necessidade de eles possuírem carteira profissional de artesão, fazerem uso de redes sociais e intercâmbio com outros artesãos para alavancar a comercialização.

A inclusão do artesão no contexto econômico vem se solidificando cada vez mais, já que a maioria não desenvolve outra atividade, tendo dedicação exclusiva para sua arte, trabalhando diariamente mais de oito horas por dia, obtendo assim uma renda salarial entre um e três salários mínimos.

É importante ressaltar que mesmo sendo predominante a renda e o bordado dentre as atividades desenvolvidas pelos artesãos, também se tem obras com madeira, cerâmica, azulejo e outros materiais. Destacando desta forma a linha, lã e tecido como matéria-prima mais utilizada pelos artesãos na confecção do trabalho artesanal.

O estudo mostrou que os artesãos não têm conhecimento relacionado à Micro Empresa Individual (MEI) e a Previdência Social, diminuindo as oportunidades de usufruir dos benefícios que estas instituições favorecem.

Observou-se também uma necessidade de modificar essa realidade em prol do crescimento da indústria criativa que a cada momento precisa de novos produtos para inserir no mercado consumidor, tendo em vista que mesmo os artesãos considerando seu trabalho prazeroso e sendo passado o saber artesanal de pai para filho, eles são focados na criatividade para confecção de seus produtos, o processo criativo é contínuo em decorrência da expectativa comercial.

Foi surpreendente a inexistência do conhecimento em Propriedade Intelectual entre os artesãos, assim como também a falta de capacitação em áreas relacionadas à marca, direito autoral, patente, desenho industrial, software e indicação geográfica, o que resulta em não proteção de obras que poderão ser geradas no desenvolvimento dos seus trabalhos artesanais.

Identificamos que nenhum artesão sergipano possui registro de marca, direito autoral, patente, desenho industrial e software, no entanto já é realidade o registro em indicação geográfica para o grupo da Associação para o Desenvolvimento da Renda Irlandesa de Divina Pastora (Asderen), localizado na cidade de Divina Pastora/SE.

Identifica-se a necessidade de uma interface universidade *versus* comunidade *versus* artesão para divulgação da Propriedade Intelectual, que poderia ser articulada por meio de ações de capacitação, como cursos e palestras sobre seus direitos relacionados a sua produção. Afinal, a Propriedade Intelectual é fator necessário para o desenvolvimento da atividade do artesão, pois os mesmos, em sua maioria, não tem a percepção da importância do seu trabalho para o crescimento cultural e econômico de uma região.

As vantagens dos artesãos de proteger suas obras permitem valorizar o capital intelectual utilizado na criação de seus produtos, favorecendo ao autor o direito exclusivo de suas artes, impedindo que terceiros copiem seus produtos.

Cabe a Universidade atuar como catalizador do crescimento econômico da atividade artesanal, assumindo esse novo compromisso através de palestras, cursos, oficinas, podendo ser executado pelo curso de Pós Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual. Essa capacitação, junto aos artesãos, cumprirá a função de extensão, proporcionando melhorias para o seguimento social.

Diante de todos os fatores relatados percebe-se uma necessidade de mudanças no cenário artesanal para inserir a atividade do artesão em uma economia de resultados.

Sugere-se que estudos futuros possam ser realizados em outros estados do Brasil, a fim de gerar dados para análises comparativas e criar possibilidades de se construir um plano nacional que venha favorecer a atividade do artesão em suas regiões, já que esta é uma área promissora e que muito tem a contribuir para a sociedade.

REFERÊNCIAS

- ALENCAR, E. M. L. S. de. O contexto educacional e sua influência na criatividade. **Linhas Críticas**, v. 8, n. 15, Brasília, p. 165-178, 2002.
- AMABILE, T.M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J. y Herron, M. (1996). Assessing the Work Environment for Creativity. *The Academy of Management Journal*, 39(5), 1154-1184.
- AMABILE, T. M. Como não matar a criatividade. **HSM Management**, v. 3, n. 12, p. 110-117, 1999.
- BANCO DO NORDESTE. **Ações para o desenvolvimento do artesanato do nordeste**. 2 ed, Fortaleza: Banco do Nordeste, 2002. 280p.
- BILTON, C. *Management and Creativity: From Creative Industries to Creative Management*, Blackwell, Boston, MA, 2007. 120p.
- BLYTHE, M. The work of art in the age of digital reproduction: the significance of the creative industries. **JADE**, v. 20, n. 2, p. 144-150, 2001.
- BOCCHINO, Leslie de Oliveira; CONCEIÇÃO, Zely; GAUTHIER, Fernando Álvaro Ostuni. **Propriedade Intelectual: Principais conceitos e legislação**. UTFPR. Curitiba, 2010.
- BONNELL, V. E; HUNT, L. (Ed). **Beyond the Cultural Turn**. Berkeley, CA: University of California Press, 1999. 320p.
- CAIADO, A. S. C. (Coord.). **Economia Criativa na cidade de São Paulo: Diagnóstico e Potencialidade**. São Paulo: FUNDAP, 2011. 160 p.
- CARREIRO, C.H. Porto. **História do pensamento econômico**. 2.ed. Rio de Janeiro: Rio, 1975.87p.
- CAVES, Richard. **Creative Industries: Contracts between Arts and Commerce** .Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 2000. 182p.
- CERQUEIRA, João Gama. **Tratado da propriedade industrial**. V.1, 2.ed. São Paulo: RT, 1982. 140p.
- COSTA, I. et al. Relações de produção em indústrias criativas: trabalho, consumo cultural e sustentação identitária em editoras infanto juvenis. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 9, n. 2, p 128-130, 2011.
- CRITELLI, D. **Educação e dominação cultural**. 2.ed. São Paulo: Cortez, 1981. 190p.
- CRANE, D. Culture and globalization: Theoretical models and emerging trends. In D. Crane, N. Kawashima, & K. Kawasaki (Eds.). **Global cultures**. New York, NY: Routledge, 2002. 1-25 p.

- CRANE, D; JANSSEN, S. Cultural globalization and American culture. In B. Crawford e M. Bertho (Eds.). The impact of globalization on the United States. **Westport, CT**: Praeger, 2008. 129-161p.
- DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT (1998), “Creative Industries Mapping Document 1998”, available at: www.culture.gov.uk
- DRUCKER, P. **Inovação e espírito empreendedor**: prática e princípios. 2.ed. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002. 240p.
- DEUZE, M.. Convergence culture in the creative industries. **International Journal of Cultural Studies**, v.10, n.2, p. 243-263, 2007.
- FAGERBERG, J. Innovation: A Guide to Literature”, en Fagerberg, **J., Mowery, D. C. y Nelson, R. R.** (Eds.): The Oxford Handbook of Innovation, Oxford, Oxford University Press, p. 1-27, 2006.
- FARIA, Adriana Xavier de. O desenho industrial e os direitos de propriedade intelectual. **Revista da ABPI**, n. 87, p. 11-26, 2007.
- FERNÁNDEZ, I. et al. Sharing Strategies for a Creative and Sustainable Learning: CREANOVA in the Basque Country. **EDEN. Learning and Sustainability. The New Ecosystem of Innovation and Knowledge**. Dublin, 2011. 34-38
- FERREIRA, A.B. de H. **Novo Dicionário da Língua Portuguesa**. 5.ed. São Paulo: Positivo, 2010. 2272 p.
- FIATES, Gabriela Gonçalves Silveira e FIATES, José Eduardo Azevedo. A inovação como estratégia em ambientes turbulentos. In: ANGELONI, Maria Terezinha e MUSSI, Clarissa Carneiro (org.). **Estratégias: formulação, implementação e avaliação**. O desafio das organizações contemporâneas. São Paulo: Saraiva, 2008. 169p.
- FLORIDA, R. **The Rise of the Creative Class**. New York: Basic Books, 2002. 12-16p.
- GIBSON, C; KLOCKER, N. The ‘Cultural Turn’ in Australian regional economic development discourse: neoliberalising creativity? **Geographical Research**, v. 43, n. 1, p. 93-102, 2005.
- GONÇALVES, R. C. (1996). **Vidas no labirinto**: mulheres e trabalho artesanal – Um estudo sobre as artesãs da Chã dos Pereira – Ingá, PB. 1996. 120f. Dissertação de Mestrado em Sociologia, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 1996.
- HARTLEY, J. **Creative Industries**. London: Blackwell, 2005. 201p.
- HARRIS, M; D. ALBURY. The Innovation Imperative. Why Radical Innovation is Needed to Reinvent Public Services for the Recession and Beyond, Londres. National Endowment for Science, Technology and Arts (**NESTA**), 2009. 98-104.

HOWKINS, J. **The mayor's commission on the creative industries**. Em: HARTLEY, J. (Ed), Creative Industries. London: Blackwell, 2005.p.117-125.

JAGUARIBE, A. **Indústrias criativas**. 2006. Disponível em <http://www.portalliberal.com.br>. Acesso em 20 de maio de 2014.

LEI 9.610 de 19 de fevereiro de 1998. Lei de Direitos Autorais. Disponível em: http://www.sebraesc.com.br/sebraetib/ Hp/conceitos/prop_intelec/novalei1.html. Consultado em: 20 de maio, 2014.

JUNGSMANN, D.M. **A caminho da inovação: proteção e negócios com bens de propriedade intelectual: guia para o empresário**. Brasília: IEL, 2010. 178p.

LOPES, Juarez Rubens Brandão. **Desenvolvimento e mudança social; formação da sociedade urbano industrial no Brasil**. 5. ed. São Paulo: Nacional, 1980. 123p.

MATIAS-PEREIRA, José. **Manual de metodologia de pesquisa científica**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2012.196p.

MARTINS, Saul. **Contribuição ao estudo científico do artesanato**. Belo Horizonte: Imprensa Oficial, 1973. 323p.

MARTÍN, RIBEIRO, PICAZO. Innovation and Economic Growth: Factors that Encourages Innovation. Espanha. **Cuadernos de Gestión**, v. 12, n.4, p. 51-58, 2012.

MINISTERIO DA CULTURA. **Plano da secretaria da economia criativa: Política, diretrizes e ações 2011-2014**. Brasília, 2011.

MIRINOVA, E; BORZA, A. The Creative Industries and New Trends in the Economic World. Economia. **Seria Management**, v 16, n. 2, p.210-215, 2013.

MOTTA, Paulo Roberto. **Transformação Organizacional: a teoria e a prática de inovar**. 3 ed.Rio de Janeiro: Qualitymark Ed. 1998.

OSTROWER, Fayga. **Criatividade e processos de criação**. 9 ed. Petrópolis: Vozes,1993. 187 p.

PEREIRA, S. B. **Processo locais de desenvolvimento: uma análise do Cluster informal de Cedro de São João**. 2005. 153f. São Cristóvão, SE: Núcleo de Pós-graduação em Geografia (NPGE), Universidade Federal de Sergipe (UFS). Dissertação mestrado, 2005.

PFEIFER, S. S. **Criatividade: um estudo nas fronteiras da ciência, da arte e da espiritualidade**. Florianópolis: UFSC. 2001. 256f. Tese (Doutorado em Engenharia da Produção –Universidade Federal de Santa Catarina), 2001.

RIMA, Ingrid Hahne. **História do Pensamento Econômico**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2009. 102p.

ROCHA, José Maria Tenório. **Arte/Artesanato de Alagoas**. Maceió: SEC, s.d.

SANTINI, Giuliana Aparecida; SOUZA, Roberta de Castro; QUEIROZ, Timóteo Ramos;SOUZA FILHO, Hildo Meirelles de. **Conceitos de Inovação no Agronegócio**. In:

ZUIN, Luiz Fernando Soares; QUEIROZ, Timóteo Ramos (Orgs.). *Agronegócios – Gestão e Inovação*. São Paulo: Saraiva, 2006. 230p.

SEBRAE – SERVIÇO DE APOIO ÀS MICROS E PEQUENAS EMPRESAS, 2002.

SILVA FILHO, Francisco Pereira. **Perfil e problemática do artesanato do litoral** Piauiense. Teresina: Fundação Delta do Parnaíba/Banco Do Nordeste, 1987.

SILVEIRA, Newton. **Propriedade Intelectual**: propriedade industrial, direito de autor, software, cultivares. 3. ed. Barueri, SP: Manole, 2005. 180p.

SUBRAMANIAM, M; YOUNDT, M.A. The influence of intellectual capital on the types of innovative capabilities, **Academy of Management Journal**, vol. 48, n. 3, p. 450-63, 2005.

TIDD, Joe; BESSANT, John; PAVITT, Keith. **Gestão da Inovação**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008. 205p.

TSCHÁ, E; MENDONÇA, J.R.C.de; TSCHÁ, C.R. **Intervenções em atividades culturais e os seus aspectos relacionais**: o caso do artesanato. In: V ENECULT – Encontro Nacional de Estudos Multidisciplinares em Cultura. Salvador, ENECULT, 2009.

TOMPHSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. 2.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995. 180p.

TOWNLEY, B; BEECH, N. and McKinlay, A. Managing in the creative industries: managing the motley crew, **Human Relations**, v. 62, n.45, p. 939-62, 2009.

UNITED NATIONS – UNCTAD. *Creative Economy Report*, 2008.

UNESCO. *Creative economy: Report 2010*. Nova York: United Nation, 2010.

UNESCO. **Understanding creative industries**: statistics for public-policy making. 2006. Disponível em: <<http://goo.gl/vt3b3>>. Acesso em: 15 de maio de 2014.

VISO, A.M. Innovation and culture: The social measure of innovation. ISEGORÍA. Revista de Filosofía Moral y Política. n.º 48, enero-junio, 2013, pp. 185-196.

WEBER, Max. **História Geral da Economia**. 10ed. São Paulo: Mestre Jou, 1968.

WHITE, R.H. Creatividad y Actitud Creativa. **Revista del Centro de Investigación**. Universidad La Salle, v. 9, n. 35, p. 11-15, 2001.

WIPO – WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION. Berne convention for the protection of literary and artistic works. Geneva: **WIPO Publication**, 28 sep. 1979.

_____. **Curso Geral da Propriedade Intelectual**. Material de Didático do Programa de Ensino à Distância. Academia Mundial da WIPO, 2005.

APÊNDICE

APÊNDICE A – Questionário aplicado junto aos artesãos durante o período de março a abril de 2014.

QUESTIONÁRIO

Dados Pessoais

- 1.Sexo ()masculino ()feminino 2.Idade: _____
- 3.Nível de escolaridade: ()fundamental ()médio ()superior Qual curso?_____
- 4.Estado civil: ()solteiro(a) ()casado(a) ()divorciado(a) ()viúvo(a) ()outros
- 5.Quantos filhos você tem?_____ 6.Quantas pessoas moram com você? _____
-

Dados da Atividade

- 7.Você possui a carteira profissional de artesão? ()sim ()não
- 8.Há quanto tempo você trabalha como artesão? _____
- 9.Qual é a atividade que você desenvolve como artesão?
- ()cerâmica ()bordado ()renda ()entrançado de palha ()madeira ()azulejos ()doces ()vidros
- ()outras Qual? _____
- 10.Você trabalha diariamente? ()sim ()não
- 11.Quantas horas você trabalha por dia? _____ horas
- 12.Você considera seu trabalho prazeroso? ()sim ()não
- 13.Você precisa de criatividade para confeccionar seu produto? ()sim ()não
- 14.Existe a necessidade do envolvimento de mais de uma pessoa para confeccionar o seu produto artesanal?
- ()sim ()não
- 15.Qual a matéria-prima que você usa para confeccionar seu produto? ()couro ()fios ()madeira
- ()resina ()ferro ()gesso ()vidro ()porcelana ()outros _____
- 16.Com que frequência você expõe seus trabalhos? ()diariamente ()semanalmente ()mensalmente
- ()outros _____
- 17.Onde você expõe seus trabalhos? ()em sua casa ()centros comunitários ()feiras ()parques
- ()outros _____
- 18.Você participa de feiras e eventos?
- ()estaduais ()nacionais ()internacionais
- 19.Você faz e comercializa ao mesmo tempo seus produtos? ()sim ()não
- Quem? _____
- 20.Você comercializa seus produtos em ()outros estados ()outros países
- Qual(s)? _____
- 21.Você comercializa produtos de outros artesãos? ()sim ()não
- 22.Você divulga seus produtos em alguma rede social? ()sim ()não
- Qual(s)? _____
-

Dados Sociais

- 23.Você tem espaços de interação para se reunir com outros artesãos? ()sim ()não
- 24.Como é sua relação com os outros artesãos? ()ótima ()boa ()regular ()ruim

- 25.Você faz intercambio com outros artesãos fora do Estado? ()sim ()não
- 26.O seu trabalho artesanal tem visibilidade na sociedade? ()sim ()não
- 27.O que levou você a ser artesão? _____
- 28.O saber artesanal é passado de pai para filho? ()sim ()não

Dados Econômicos

- 29.Qual sua renda mensal como artesão? _____
- 30.Você possui outra fonte de renda além de artesão? ()sim ()não
- 31.Você faz uso de crédito para produzir seu artesanato? ()sim ()não
- 32.Você tem incentivos econômicos para realizar o seu trabalho? ()sim ()não
- 33.Você recolhe à previdência social como artesão? ()sim ()não
- 34.Você tem algum vínculo? ()cooperativa ()associação ()sindicato ()outros
- Qual(s) _____
- 35.Você faz parte do MEI - Micro Empresa Individual? ()sim ()não
- 36.Você trabalha com terceirização? ()sim ()não

Dados Propriedade Intelectual

- 37.Você sabe o que é Propriedade Intelectual? ()sim ()não
- 38.Você já fez algum curso sobre Propriedade Intelectual? ()sim ()não
- 39.Você sabe o que é Direitos Autorais? ()sim ()não
- 40.Você tem algum registro de alguma obra produzida? ()sim ()não
- 41.Você sabe o que é Sorftware? ()sim ()não
- 42.Você tem algum registro de Sorftware? ()sim ()não
- 43.Você sabe o que é Patente? ()sim ()não
- 44.Você tem algum registro Patente? ()sim ()não
- 45.Você sabe o que é Marca? ()sim ()não
- 46.Você tem algum registro de Marca? ()sim ()não
- 47.Você sabe o que é Desenho Industrial? ()sim ()não
- 48.Você tem algum registro de Desenho Industrial? ()sim ()não
- 49.Você sabe o que é Indicação Geográfica? ()sim ()não
- 50.Você faz parte de algum grupo que possui registro de Indicação Geográfica? ()sim ()não

Local:_____ Data:_____

APÊNDICE B – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido assinado pelos artesãos para participação na pesquisa.

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE PRÓ-REITORIA DE PÓS GRADUAÇÃO
E PESQUISA PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA
PROPRIEDADE INTELECTUAL

Eu _____, CPF _____, RG _____,

depois de conhecer e entender os objetivos, procedimentos metodológicos e os benefícios da pesquisa, bem como de estar ciente da necessidade do uso de minha imagem e/ou depoimento, especificados no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), AUTORIZO, através do presente termo, a pesquisadora Ana Paula Silva dos Santos do projeto de pesquisa intitulado **O MAPEAMENTO DA INDÚSTRIA CRIATIVA SERGIPANA: SUA RELAÇÃO COM A PROPRIEDADE INTELECTUAL** a realizar a pesquisa e as fotos que se façam necessárias e/ou a colher meu depoimento sem quaisquer ônus financeiros a nenhuma das partes. Ao mesmo tempo, libero a utilização destas fotos (seus respectivos negativos) e/ou depoimentos para fins científicos e de estudos (livros, artigos e slides), em favor da pesquisadora da pesquisa, acima especificada.

Aracaju, _____ de _____ de 2014.

Pesquisador responsável pela pesquisa

Sujeito da Pesquisa

APÊNDICE C – Mostra de algumas obras artesanais sergipanas.

Figura 23 - Azulejo



Os azulejos no artesanato tem várias utilidades: utensílios domésticos e decorativos, servem para receber pintura e pode ser utilizado para fazer os famosos mosaicos.

Figura 24 - Biscuit



O biscuit ou porcelana fria é o artefato confeccionado com uma massa feita com cola branca, amido de milho e creme hidratante, tingido ou pintado. A massa é de fácil modelagem e depois de seca se tornam peças permanentes.

Figura 25 - Boneca de Pano



As bonecas de panos são confeccionadas artesanalmente através de tecidos, atendendo a vários públicos, desde a criança ao adulto, seja com o objetivo de brincar, enfeitar, perfumar, de coleção ou para presentear, são encontradas em vários tamanhos e cores.

Figura 26 - Bordado



O bordado manual em tecido é realizado através de técnicas que envolvem linha e agulha, na qual dão forma a figuras e desenhos, como o ponto cruz, ponto cheio, vagonite, rendendê, richelieu, etc.

Figura 27 - Cerâmica



A cerâmica (argila ou barro) é usada no artesanato para confeccionar objetos decorativos e peças utilitárias.

Figura 28 - Fio



O fio de cobre é muito usado para fazer esculturas e bijuterias, devido a fácil aquisição e o baixo valor, além da sua maleabilidade para dar forma à obra é possível acrescentar enfeites ao fio para decorar as peças.