

Economia criativa, cultura e artesanato: um estudo na feirinha artesanal da Praia de Iracema em Fortaleza, Ceará, Brasil

*Creative economy, culture and craft: a study at the craft
fair at Praia de Iracema in Fortaleza, Ceará, Brazil*

Andreia Cíntia Rodrigues Tavernard Morais^I , Carlos César de Oliveira Lacerda^{II} 

RESUMO

O artigo teve como objetivo analisar de que forma o artesanato pode contribuir para impulsionar a economia criativa na feirinha artesanal na cidade de Fortaleza, Ceará. Para isso, foi coletada uma série de entrevistas por meio de um roteiro semiestruturado aplicado aos artesãos. A pesquisa é de cunho qualitativa e fundamentalmente interpretativa, e os dados foram analisados por meio da análise temática de conteúdo. Os temas que emergiram do campo foram: 1) negócio; 2) desenvolvimento de produto; 3) valorização regional cultural; 4) economia e relações comerciais. Os resultados realçam diferentes articulações. Entre elas, mostram que o artesanato por meio da economia criativa é um relevante vetor de competitividade na valorização da cultura e no desenvolvimento local em Fortaleza, promovendo o Ceará como um importante estado de destino turístico criativo. Dessa forma, amplia a competitividade regional por meio de produtos turísticos baseados em cultura, experiência e criatividade.

Palavras-chave: economia criativa; cultura; artesanato.

ABSTRACT

The article aimed to analyze how crafts can contribute to boost the creative economy in the artisan fair in the city of Fortaleza. For this, a series of interviews were collected through a semi-structured script applied to the artisans. The research is qualitative and fundamentally interpretive, and the data were analyzed through thematic content analysis. The themes that emerged from the field were: 1) business; 2) product development; 3) regional cultural appreciation; and 4) economy and trade relations. The results highlight different articulations, which show that crafting through the creative economy is a relevant vector of competitiveness in valuing local culture and development in Fortaleza, promoting Ceará as an important state of creative tourist destination. In this way, it increases regional competitiveness through tourism products based on culture, experience, and creativity.

Keywords: creative economy; culture; crafts.

^IUniversidade Estadual do Ceará – Fortaleza (CE), Brasil. E-mails: andreia.cintia@outlook.com

^{II}Universidade Estadual do Ceará, Programa de Pós-Graduação em Administração – Fortaleza (CE), Brasil. E-mail: cesarlacerda.adm@hotmail.com

Recebido em: 11/01/2021 – Aceito em: 12/03/2021

INTRODUÇÃO

Com a exigência do mercado em obter empresas inovadoras, somada às mudanças de paradigma na sociedade, em que os consumidores estão à procura de um diferencial, é notável observar os novos tipos de negócios e as diferentes formas de comercializar bens e serviços no intuito de produzir algo com alto valor agregado. Nesse contexto, o artesanato ocupa um papel central no quesito valor simbólico, além de levar poder cultural e criatividade, sendo classificado como um dos segmentos da economia criativa, também denominada de economia do intangível ou economia dos bens simbólicos. Esse tipo de economia utiliza da criatividade para promover desenvolvimento socioeconômico (PRATT & HUTTON, 2013).

Diante de uma nova consciência global, a economia criativa nasce como uma estratégia local de desenvolvimento para a cidade de Fortaleza (CE), no estado brasileiro do Ceará, à medida que ela se fundamenta na abundância de recursos, sendo seus insumos principais a criatividade e o conhecimento humano, que são infinitos. Ao mesmo tempo, percebe-se a natureza colaborativa dessa economia, que favorece a ação coletiva entre pessoas, comunidades, instituições, coletivos, empresas, governos e redes de colaboração (FORTALEZA, 2016).

O artesanato, por sua vez, integra a economia criativa. Isso porque, além de preservar a tradição cultural no repasse do conhecimento ao alicerçar as tradições locais da região, ele consegue promover geração de renda, inclusão social e desenvolvimento local (REIS, 2008). Um exemplo disso é a Feirinha de Artesanato, situada na cidade de Fortaleza, que permanece até hoje conhecida por ser um dos pontos de vendas de artesanato mais movimentados da cidade e por ter uma localização estratégica, onde se concentra uma variedade de produtos regionais, atraindo diversos turistas hospedados nos hotéis na orla da Beira Mar.

A avaliação do artesanato como estratégia de competitividade e de desenvolvimento local é crucial para potencializar a economia criativa na cidade de Fortaleza. Tal percepção é fundamental para o desenvolvimento deste estudo, pois direciona o conteúdo a ser explorado e contribui para a escolha do objeto de pesquisa. Nesse caso, as três vertentes teóricas nas quais este trabalho se baseia são:

- i) a relação do artesanato com a economia criativa na feirinha da Beira Mar de Fortaleza;
- ii) a economia criativa a partir do artesanato como fator competitivo local;
- iii) a identificação de características na atividade do artesanato que compactuam com o crescimento da economia criativa na região.

De acordo com Oliveira (2013), em relação às fontes bibliográficas a respeito desse assunto, a literatura acadêmica ainda é principiante, embora já existam diferentes estudos voltados para o papel do artesanato no âmbito da economia criativa e a análise regional do artesanato brasileiro a partir da economia criativa (DO VAL *et al.*, 2014). Sendo assim, este trabalho busca responder a seguinte questão de pesquisa: de que forma o artesanato pode contribuir para impulsionar a economia criativa na feirinha artesanal de Fortaleza?

Ao observar a lacuna existente na exploração do ramo da economia criativa, bem como a limitação de um aprofundamento mais delimitado sobre de que forma a economia criativa vem ocupando um papel importante na economia e na sociedade por meio do artesanato, notou-se a viabilidade de elaborar um estudo com ênfase na disseminação do conhecimento sobre como a economia criativa se comporta diante de um produto que perdura há anos como uma cultura alicerçada na sociedade, que é o artesanato.

A economia criativa é uma área que abrange diversos setores, sejam eles produtos, sejam serviços, em sua essência criativos, porém ainda há uma necessidade de compreender em quais meios ela acontece e de que forma o governo e os órgãos responsáveis por promover desenvolvimento econômico e social podem estimular, ampliar e apoiar essa nova vertente para o mercado.

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística no Ceará, 76,1% dos municípios cearenses desenvolvem atividades envolvidas com artesanato. Isso mostra como é predominante no estado e seu grau de importância para a economia local, porque aproximadamente um em cada quatro municípios do Nordeste envolvidos com a produção artesanal é cearense (BNB, 2002).

A Feira de Artesanato da Beira Mar em Fortaleza constitui-se em um importante espaço da indústria cultural e está inserida em um dos conceitos da economia criativa, o artesanato. Ela combina a vertente cultural com a econômica, englobando atividades de criação, produção e comercialização de conteúdos intangíveis e culturais visando à promoção e manutenção da diversidade cultural (REIS, 2008).

Com mais de 26 anos de existência, sua localização é de fácil acesso aos turistas e cearenses e oferece grande variedade de produtos, sendo eles: castanhas, doces, rapaduras, cachaças, artesanatos em geral, artigos para decoração em sisal, madeira, palha, juta, couros, conchas, telas, mandalas, fibras, além de redes calçados e vestuário em geral, acessórios em capim dourado, chifre de boi, búzios, osso do boi, arte em coco, sementes, pedrarias e miçangas, crochê, renda renascença, renda de bilro, renda *filet*, bordados em *richelieu* e pinturas em geral (ARTE MODA PRODUÇÕES, 2017).

Diante do exposto, o objetivo deste trabalho consiste em analisar de que forma o artesanato pode contribuir para impulsionar a economia criativa na feirinha artesanal de Fortaleza. De maneira específica busca identificar características no artesanato que potencializam a economia criativa como fator de competitividade cultural e local.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Economia criativa: conceitos, abordagens e estratégias

O surgimento do conceito de indústria criativa aconteceu na Austrália em 1990 e ganhou maior visibilidade na Inglaterra em razão das mudanças econômicas e sociais nos países industrializados, onde o foco foi direcionado para atividades de

conhecimento intensivo, especificamente no setor de serviço, não apenas industriais (BLYTHE, 2001).

Também denominada de economia do intangível, ou economia dos bens simbólicos, a economia criativa se alimenta do talento e da criatividade do ser humano para produzir produtos de alto valor agregado (GONDIM, 2015). Dessa forma utiliza recursos criativos para gerar desenvolvimento socioeconômico como geração de renda, inclusão social, fortalecimento cultural e desenvolvimento humano.

A economia criativa começou de fato a ser popularizada em 2001, quando houve a expansão do conceito de indústria criativa e maior preocupação em zelar pelos direitos de propriedade intelectual no desenvolvimento da economia criativa (CORAZZA, 2013).

Segundo a Organização Mundial da Propriedade Intelectual, a criatividade é uma das forças para o crescimento econômico do século XXI e enfatiza a importância da propriedade intelectual para que o setor criativo possa ter crescimento na economia e na geração de emprego. Florida (2011) denomina os profissionais que trabalham com processos criativos de classe criativa. São eles os cientistas, artistas, poetas, arquitetos, formadores de opiniões etc. Essa classe tem grande contribuição para o desenvolvimento, pois as grandes nações estão voltadas para a economia alicerçada principalmente na criatividade e no desenvolvimento cultural.

Existem três pilares para entender a atuação da economia criativa; são eles:

- i) produção que valoriza a singularidade;
- ii) o simbólico;
- iii) o intangível, ou seja, a criatividade que produz bens simbólicos diferenciados não está voltada para a produção em massa e um padrão como a lógica fordista (REIS, 2008).

Para que haja maior incentivo sobre a economia criativa nos países em desenvolvimento, é necessário haver melhor compreensão do fato de que a política da economia criativa precisa ser vista como uma opção de desenvolvimento viável, pois não se trata apenas de uma política cultural, que exige articulação política em vários níveis para ser eficaz. É importante que haja o compartilhamento das responsabilidades entre outros ministérios, não apenas o da cultura, uma vez que o trabalho entre ministérios é conjunto para facilitar políticas cruzadas. Trabalhando com esse pensamento, diferentes cidades do mundo já utilizam conceito de cidades criativas para formular estratégias criativas de desenvolvimento urbano por meio da cultura a fim de promover o crescimento socioeconômico.

A economia criativa, da qual fazem parte as indústrias de direito autoral e criativo, descreve todo um sistema de relações na economia pós-industrial baseada no conhecimento, em que a criatividade é uma característica essencial e determinante da competitividade e do crescimento econômico (FLORIDA, 2011).

De acordo com o Banco Mundial, a economia criativa global responde a aproximadamente 7% do produto interno bruto e deve crescer a uma taxa média de 10% no decorrer dos anos. Ocupa lugar considerável na economia dos países desenvolvidos,

destacando-se os Estados Unidos, que correspondem a 6%, e a Inglaterra, com 8,2% do Produto Nacional Bruto. No Brasil, o produto interno bruto gerado pelas empresas criativas apresenta uma participação alta, relacionado a outros países ultrapassando-os de maneira relevante. São eles Itália, Espanha e Holanda, tendo assim uma posição satisfatória no que diz respeito à colocação na economia mundial (UNCTAD, 2010).

A economia criativa exerce um grande impacto referente aos aspectos econômicos, sociais e culturais, uma vez que ela estimula geração de renda, criação de empregos e exportação de ganhos, sendo assim uma opção de desenvolvimento viável que depende da imaginação e criatividade intelectual do indivíduo (UNCTAD, 2010).

Nesse contexto, o que difere as indústrias criativas das tradicionais é o grande valor da criatividade e do capital intelectual em seu processo produtivo, ao mesmo tempo que gera valor econômico e simbólico (BENDASOLLI *et al.*, 2009).

Para Muzzio e Paiva Júnior (2014), o diferencial em um mundo pós-moderno é criatividade e inovação diante da exigência de um mercado tão competitivo, o que faz da economia criativa um fator de vantagem competitiva e de crescimento para as economias industriais por ter como principal formação os profissionais criativos.

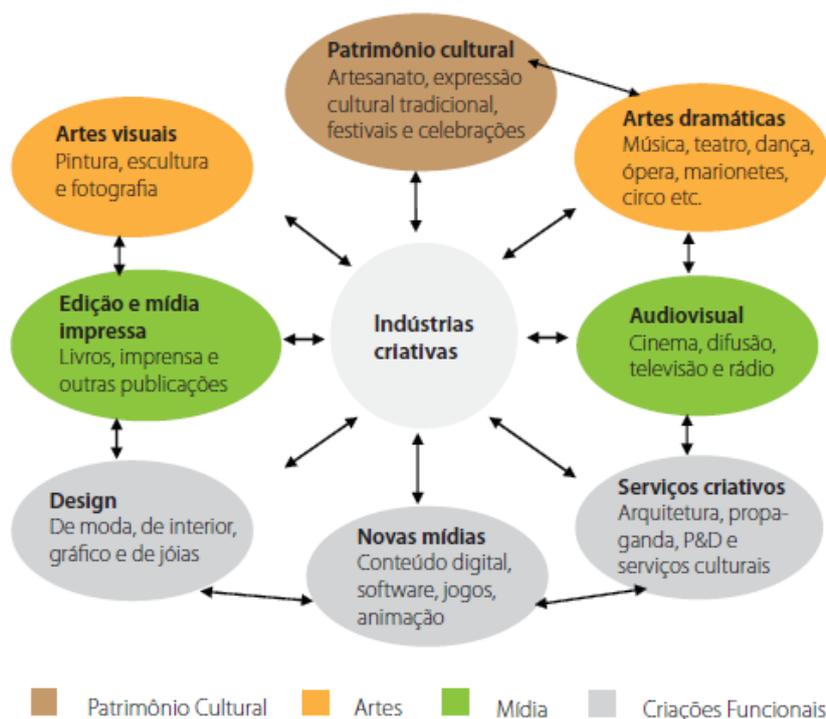
Nesse contexto, destaca-se o artesanato como um dos pilares dessa economia. Com rapidez o número de ações voltadas ao artesanato multiplica-se, sendo assim um reflexo previsível de uma sociedade saturada de produtos e objetos de comprovado valor material, no entanto carentes de significado emocional, e completamente esgotada em suas fontes naturais. O fazer manual está sendo valorizado (SEBRAE, 2004).

Reflexões sobre a arte do artesanato na perspectiva da economia criativa

Lima e Azevedo (1982) definem o artesanato como uma atividade manual de produção de bens, realizada em ambiente doméstico, oficinas, postos de trabalhos, onde se pode obter ferramentas, porém sem perder a criatividade e o conhecimento do artesão em quase todas as fases do processo produtivo. O artesanato e a tradição, segundo Oliveira (2007), caminham juntos, pois são uma das formas de manifestação da vida comunitária, e sua produção é voluntária e pessoal.

Com o crescimento da necessidade de se obter produtos diferenciados no mercado, o artesanato se mostra totalmente à frente comparado à forma tradicional de produção em massa, pois a estratégia da massificação desvela um comportamento de consumo que impede de fornecer o valor da diferenciação por meio do fazer manual (SALGADO & FRANCISCATTI, 2011).

Denominado por ser uma arte criativa no setor cultural, o artesanato ocupa um papel crucial como fonte de benefício difuso na sociedade à medida que tem características de bem público não excludentes, contribuindo para a coesão social fluindo de atividades culturais e da produção criativa para a comunidade (UNCTAD, 2010). De acordo com o relatório da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD, 2010), o artesanato se configura como eixo da economia criativa quando aborda o grupo do patrimônio cultural como demonstrado na Figura 1.



Fonte: UNCTAD (2010).

Figura 1. Classificação da UNCTAD para as indústrias criativas.

Um dos fatores que fazem da economia criativa, a partir do artesanato, um promovedor de desenvolvimento local é a mitigação da pobreza com a criação de emprego e renda, uma vez que a arte tem poder para unir minorias, levando a resgatar jovens marginalizados que passam a trabalhar com atividades criativas. Além disso, na produção do artesanato as mulheres trabalham nas áreas voltadas a moda e a atividade cultural compactuando para o equilíbrio de gênero, inclusão social e resistência feminina (SANTOS-DUISENBERG, 2008).

Segundo as concepções de Pereira, Campos e Alquatti (2012), o artesanato é concebido como um produto cultural de resistência política, que se constitui como um patrimônio de cultura, desvelando a luta e o cotidiano do artesão, que se delinea socialmente por meio de suas posições na sociedade, encontrando uma possibilidade de representação que se materializa no trabalho do fazer artesanal ao mesmo tempo que assume uma dimensão de produto simbólico cultural.

Por ser uma das mais fortes expressões populares da cultura, o artesanato, embora tenha grande concorrência com os produtos industrializados e importados, segue tendo grande vantagem competitiva na cidade de Fortaleza no mercado pois atrai pessoas com alto poder aquisitivo, já que os artefatos são peças manuais e têm um alto valor simbólico agregado. A atividade artesanal também ganhou reconhecimento por propagar desenvolvimento regional nas comunidades locais e pelas inovações no processo produtivo (BNB, 2002). Ademais, atualmente cada vez mais “o artesanato vem sendo estandardizado como forma de expressão da arte popular, como representante da cultura local capaz de fortalecer a construção de identidades culturais” (SALGADO & FRANCISCATTI, 2011, p. 293-294).

A Feira Nacional de Artesanato e Cultura do Ceará foi responsável por um evento recente de artesanato que reuniu pela primeira vez em Fortaleza 25 estados brasileiros e 12 países. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, com o crescimento da economia criativa o artesanato chega a movimentar cerca de R\$ 50 bilhões por ano e é fonte de renda de dez milhões de artesãos no Brasil. Um dos pilares da feira foi alinhar artesanato, inovação e sustentabilidade, uma vez que o público também poderia ouvir palestras dos artesãos sobre seu trabalho e participar de oficinas que ensinariam diversos trabalhos manuais.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Foi desenvolvido um estudo caracterizado como exploratório e descritivo analítico de um contexto específico (GIL, 1999), de natureza qualitativa, adotando do ponto de vista ontológico a realidade como uma construção social, evidenciada em meio a observação de qualidades, significados e valores conferidos a objetos e fenômenos por indivíduos ou grupos sociais em seu contexto histórico e sociocultural, permitindo, assim, melhor compreensão e perspectiva integrada (GODOI & MATOS, 2006). Foi adotado o estudo de caso como estratégia para obter de forma profunda as informações, e a técnica de coleta de dados foi a entrevista, para que o pesquisador pudesse chegar a áreas da realidade que, de outro modo, seriam inacessíveis, como as experiências e atitudes subjetivas das pessoas. O tipo de entrevista a ser utilizada neste estudo foi a semiestruturada, com um roteiro preestabelecido cujo objetivo foi abarcar o sentido-fim da pesquisa (GODOI & MATTOS, 2006).

As entrevistas foram feitas com seis artesãos que trabalham na feira artesanal da praia de Iracema, como visto abaixo no Quadro 1: o perfil de cada entrevistado. Menciona-se que foi preservada a identidade dos profissionais que se dispuseram a se abrir e contar-nos suas trajetórias profissionais.

Quadro 1. Perfil dos entrevistados.

Entrevistados	Gênero	Idade (anos)	Renda familiar (salários mínimos)	Escolaridade	Tipo de trabalho
Entrevistado 1 (E1)	Feminino	41–60	1,1–5	Ensino Fundamental Incompleto	Confecção de pulseiras, cordões e brincos
Entrevistado 2 (E2)	Feminino	> 60	1,1–5	Ensino Fundamental completo	Labirinto
Entrevistado 3 (E3)	Feminino	21–40	1,1–5	Ensino Médio completo	Renda
Entrevistado 4 (E4)	Masculino	41–60	1,1–5	Ensino Fundamental incompleto	Caricaturas feitas em palito de fósforo
Entrevistado 5 (E5)	Feminino	41–60	1,1–5	Ensino Fundamental incompleto	Renda de bico
Entrevistado 6 (E6)	Feminino	41–60	1,1–5	Ensino Fundamental incompleto	Bordados a linho

Fonte: elaborado pelos autores.

Foram selecionados cinco temas para melhor responder ao problema de pesquisa que emergiram do campo de pesquisa em que foi realizado um cruzamento com a literatura, sendo eles:

- 1) negócio;
- 2) desenvolvimento de produtos;
- 3) valorização cultural regional;
- 4) economia e relações comerciais.

Seus elementos de análise são as características de análise, conforme melhor identificado no Quadro 2.

Quadro 2. Temas e características.

Temas	Característica de análise
Negócio	Características do trabalho criativo
Desenvolvimento de produto	Processo de criação das peças
Valorização cultural regional	Conhecimento, linguagem e preservação
Economia e relações comerciais	Diferencial competitivo

Fonte: elaborado pelos autores.

Para exame dos dados foi utilizada a técnica de análise de conteúdo temático, que, de acordo com Bardin (2009), é um conjunto de métodos de análise das informações que utiliza processos sistemáticos e práticos de apresentação do conteúdo das mensagens. Richardson *et al.* (1999) afirmam que a técnica de conteúdo por temas ou análise temática consiste na isolação de temas de determinado assunto a fim de utilizar partes para permitir sua comparação de acordo com o problema de pesquisa. O tema é a unidade de significação e consiste em descobrir os núcleos de sentido que compõem a comunicação (MINAYO, 1996). A análise iniciou-se pela identificação das unidades de contexto, sendo possível a identificação dos núcleos de sentido e a codificação, chegando, finalmente, aos temas.

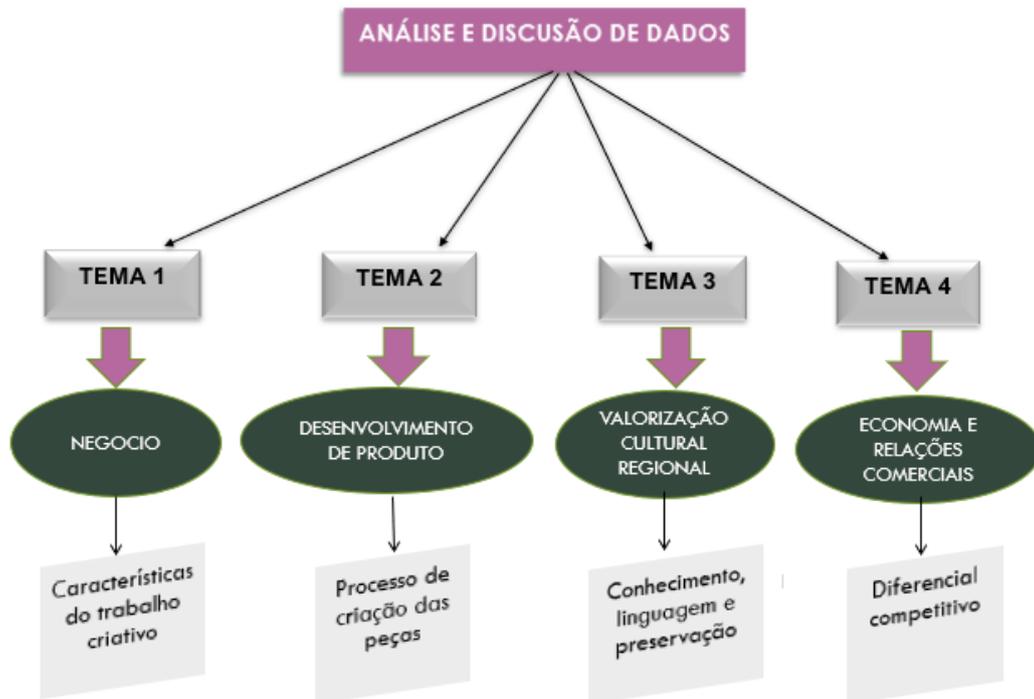
Com base nos procedimentos metodológicos descritos, são apresentadas, primeiramente, as análises dos resultados acerca dos aspectos relacionados aos temas e, em seguida, à apreciação das características de análise. São referenciadas conjuntamente as bases teóricas que buscam explicar os resultados que emergiram da pesquisa para que sejam significativos e válidos.

APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS E DISCUSSÕES

As entrevistas foram transcritas e categorizadas. Foram identificados quatro temas, como dito anteriormente, que estão representados na Figura 2 e discutidos a seguir.

Tema 1: negócio

Essa primeira categoria compreende de que maneira a criatividade no trabalho dos artesãos está presente em seu negócio, o que vai ao encontro do que Muzzio



Fonte: elaborada pelos autores.

Figura 2. Categorias temáticas da pesquisa.

e Paiva Júnior (2014) dizem que para se diferenciar em um mundo pós-moderno é necessário ser criativo, isto é, a exigência no mercado atual em ter pessoas criando e inovando é um fator excepcional para o crescimento do negócio. Dessa forma os entrevistados foram questionados sobre o que entendiam em relação à criatividade e de que forma eles a utilizavam para impulsionar seu negócio, o que é possível identificar na fala de E1: “Às vezes eu ia dormir e acordava com uma ideia na cabeça e fazia, sonhava com algo diferente para fazer e depois colocava a mão na massa”. Inseto também na fala de E2:

Antes eu tirava de livros os desenhos, mas depois eu comecei a decorar os desenhos, não preciso mais olhar, eu já vou criando e formando, já tenho tudo na cabeça, as rosas, as folhas, cachinhos de uvas, uso também da minha imaginação, sempre estou em busca de fazer novos desenhos, novas peças também, gosto de criar, pano de prato, vejo na televisão em outros lugares e faço.

Para a E1 e E2 a criatividade é muito importante para o negócio e ela surge muitas vezes da própria imaginação. Eles idealizam os desenhos e buscam sempre inovar, desenvolvendo também outras peças que o público procura. Não são peças padronizadas, mas sempre estão sendo renovadas em suas produções, tendo características singulares de cada artesão, levando em consideração a originalidade de cada produto.

Segundo Florida (2011) a classe criativa tem grande contribuição para o desenvolvimento, por utilizar principalmente a criatividade em seu negócio. Ele afirma que as grandes nações são alicerçadas na criatividade, e isso produz crescimento. Quando é perguntado aos artesãos o que fazem para tornar seu trabalho mais criativo, é perceptível que a criatividade se faz presente em suas decisões, como é observado nas falas do E4:

O artista é assim, se ele não criar, se ele não se desenvolver mais e mais hoje, minhas peças são únicas totalmente, tanto que eu faço peças cinco vezes menor do que essas até chegar em um pingente, é porque não tenho aqui. Para que outras pessoas não cheguem no mesmo lugar que eu, se você quer ser único você tem que se desenvolver mais e mais.

Corroborando o exposto pelo E5:

Eu gosto muito disso, de criar, sempre quando minhas clientes chegam querendo que eu faça uma peça diferente, pedindo pra fazer igual a fulano de tal que tá na moda, eu gosto muito de inventar e passar pra ela que tem rendeiras hoje em dia que não sabe fazer nada, não inventam e nem criam nada, eu sempre gosto de modificar e tá criando tudo da minha cabeça que vem, porque hoje se você não inventar ou criar, você não faz nada, não sai do canto, então tem que tá sempre fazendo algo novo.

Conforme as falas acima, é possível perceber a preocupação da classe criativa em se desenvolver cada vez mais, tendo em vista o grau de competitividade do mercado. Eles estão atentos em sempre inovar suas peças para conseguirem sobreviver e, assim, destacar-se com o seu produto. Também é observada a maneira como essas pessoas estão conseguindo novas formas de se desenvolver e usando a criatividade como potencial, gerando uma ferramenta crucial para sustentabilidade do seu negócio.

Para Lima e Azevedo (1982) existe a criatividade por parte do artesão em quase todo o processo produtivo, o que faz do seu trabalho único e exclusivo comparado a produtos industrializados. Dessa forma a criatividade se mostra um diferencial competitivo no artesanato, que vai ao encontro da fala de E2:

O tipo de artesanato que faço é diferente, pois os outros sempre têm um tipo de artesanato mais simples, como a renda de bico, o filé que é mais conhecido no vale de Jaguaribe é mais fácil, mas o labirinto demora mais, porque você vasa o tecido, conta os furos, então demora muito mais, por exemplo, uma pessoa só demora nove meses para terminar três metros de toalha, é típico do nosso Ceará e muito mais trabalhado.

A fala acima demonstra que a criatividade é algo que diferencia o trabalho. Uma das formas que E2 usa para se destacar são as peças artesanais que são mais trabalhadas e, dependendo do que o cliente quer, demoram até anos para serem feitas. Isso torna o trabalho ainda mais valorizado e único na feirinha, por se tratar de um tipo de artesanato que é de difícil acesso, pois antes na feira havia outros co-

legas que trabalhavam com labirinto, mas foram desistindo por ser muito detalhado e por isso não continuaram na produção, o que fez com que E2 hoje se tornasse a única na feirinha a produzir a peça labirinto de todos os tamanhos e de todas as formas.

Muitos artesãos, mesmo não utilizando a própria criatividade em seu negócio, mostram-se consciente da importância que ela traz para seu sucesso como artesão, como é o caso de E3:

Eu sou péssima para criatividade, por mais que eu faça renda, eu sou péssima em criatividade, por mais que eu seja muito engajada no artesanato, eu não tenho muito esse lado, essa veia artística de criatividade, às vezes eu idealizo alguma coisa sobre desenho, algo diferente. Eu tento inovar, procuro um desenho diferente, pra destacar eu tenho que procurar algo diferente, eu pesquiso, vejo sempre desenhos novos com minha irmã.

Para E3, apesar de trabalhar com o artesanato, ele ainda acredita que pode melhorar no quesito criatividade, pois relata que ainda entende pouco sobre o assunto, mas que sempre busca inovar, procurar novos desenhos, pesquisar com a irmã para se destacar de outros negócios do mesmo ramo, afinal o entrevistado sabe que a criatividade é um fator primordial para o crescimento do negócio de artesanato na feirinha, e isso impulsiona seu crescimento.

É possível perceber nas falas dos artesãos que a criatividade é um fator-chave para tornar seu negócio ainda mais vantajoso. Para que haja essa interação entre criatividade e ação observam-se nos artesãos a busca pelo novo, o risco em apresentar uma proposta diferente aos seus clientes e tentar unir o artesanato com a tendência e a moda para atrair outros tipos de perfis, ou seja, a percepção de que o artesanato pode ser não só uma peça de cunho cultural e tradicional, mas, à medida que o mercado se modifica, as peças artesanais também podem atingir um nível sofisticado e atual.

Tema 2: desenvolvimento do produto

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2004), a sociedade está saturada de produtos industrializados, sem qualidade e sem significado emocional, o que faz do fazer manual algo mais valorizado. Por esse fator a produção das peças das artesanais cresce à medida que a demanda por esses produtos diferenciados aumenta, e isso demanda tempo dos artesãos por terem um grau de complexidade maior, assim como o E5 fala:

Eu vendo renda de bico, eu compro a linha no centro mesmo e transformo naquela peça, eu costumo trabalhar com 12 cores diferentes de linha em uma peça, dependendo do desenho e do tamanho da peça, demora 18 a 20 dias para ficar pronta, outras até 30 dias, e não é qualquer pessoa que consegue não, tem que ter prática.

É possível analisar na fala acima que se exige maior tempo na produção das peças, pois, dependendo do tipo do artesanato, há determinada forma de se fazer

e um material específico para se usar, além da prática de anos sobre aquela forma de se fazer a renda, o que faz da produção das peças um processo minucioso e que requer experiência da pessoa que produz. Os procedimentos para fazer uma toalha, por exemplo, envolvem diversas fases e, para isso é necessária uma linha diferente para cada processo. Então o maior custo não é em tecido em si, mas na linha, pois, no caso das toalhas, a maior parte é feita manualmente. Assim como também na fala de E6:

Meus vestidos eu faço no linho, bordados à mão, meia hora ou uma hora eu passo pra bordar o vestido, eu tenho que bordar, eu compro as florzinhas e vou pregando e fazendo, eu pago a pessoa pra fazer o vestido, mas o bordado eu faço todinho, eu corto e bordo sozinha.

Dependendo do material o tempo de trabalho dos artesãos se diferencia. E6 diz que seu trabalho de bordado para fazer um vestido infantil é de meia hora, pois o vestido a linho liso sem nenhum detalhe ela compra já feito. O bordado, que são as flores e as figuras desenhadas em cada peça que ela faz à mão, demanda também tempo. Isso diferencia o seu trabalho dos demais artesãos que trabalham com esse material e proporciona destaque em seu reconhecimento e orgulho, como ela mesma relata:

Sinto orgulho porque é algo que eu faço né, sempre me acho orgulhosa, os turistas compram e quando eu vejo eu me sinto orgulhosa das minhas coisas, minhas coisas têm no mundo inteiro, mulher, em todo lugar, Itália, Estados Unidos, no Brasil, é uma satisfação enorme.

Segundo dados do Banco do Nordeste (2002), o artesanato, além de propagar desenvolvimento local, foi destacado pelas inovações em seu processo produtivo e pela qualidade do produto. No que diz respeito ao material em si para a produção das peças artesanais, podemos observar que um dos fatores que os artesãos prezam é a qualidade em suas peças na compra do produto. De acordo com E2, por exemplo:

O gosto do cliente, faço por encomenda, trabalho com casamento, já fiz vestido de 15 anos, passei um ano pra terminar. Eu compro o tecido nas casas de tecido no centro de Fortaleza, trabalho mais com linho, então é mais caro, mais delicado. Compro as linhas, não tinjo, a cor do tecido é a que fica, não pinto. Para parte tem que se usar uma linha diferente. Torcer o fio, fazer o nó de tecelagem.

Evidencia-se na fala de E2 que os artesãos mantêm a qualidade do produto quanto à compra de materiais específicos para cada processo, pois a linha para fazer cada parte do trabalho tem que ser diferenciada para atingir o objetivo específico, que, por sua vez, trata-se de finalizar uma peça única e exclusiva e que leva características de inovação na produção. Em destaque a qualidade dos produtos artesanais se diferencia de produtos industrializados, que são feitos com o único propósito de obtenção de lucro. Já o produto artesanal que esses artesãos produzem há muito tempo leva em suas raízes a consciência de buscar, além de questões culturais, mais

inovações em seus processos produtivos e qualidade nas peças, que levam ao cliente mais durabilidade, experiência e confiabilidade em seu trabalho.

A maioria dos artesãos compram seu material no centro de Fortaleza, em casas de tecido e linha, e costumam fazer pesquisa de mercado para poder adquirir o melhor tecido e com o menor preço. Assim, o que levam em consideração na escolha do produto artesanal, principalmente, é a necessidade do cliente baseada em customização.

Tema 3: valorização cultural regional

Falcão (2008) afirma que o artesanato como manifestação cultural contribui para o crescimento local regional, por isso é de suma importância o reconhecimento do potencial das atividades criativas. Em Fortaleza, o Ministério da Cultura obteve o compromisso de tornar a criatividade em inovação em várias áreas da economia criativa. Assim, a cultura e a economia criativa estão diretamente relacionadas, pois não envolvem apenas formas de desenvolvimento na região, mas enobrecem e fortalecem a tradição por meio da arte do artesanato. Nesse mesmo sentido, o E3 fala como foi o primeiro contato com o artesanato:

Desde pequena eu comecei a fazer, porque a minha família toda faz, mais minha família por parte da minha mãe, 80% das mulheres fazem renda, eu aprendi no interior de Pernambuco que é de onde vem renda renascença, minha mãe desde criança faz, minha irmã também, então todo mundo faz, foi algo passado naturalmente para nós, uma tradição, e depois veio o lado do comércio, que também me identifiquei bastante.

Na fala acima, E3 relata que seu contato com o artesanato começou muito cedo por influência da família, já que sempre foi tradição as mulheres terem o costume de continuar fazendo o mesmo trabalho como renda para a família, o que caracteriza diversos grupos dessa classe criativa, assim como na fala da E2:

Sou de Aracati, maior fonte de labirinto, peça artesanal, tenho uma família de sete mulheres e três homens, todas as mulheres fazem labirinto, aprendendo desde pequena com minha mãe. Sempre vendia para o mercado Central, porque antes eu não trabalhava na feira, comecei a trabalhar aqui em 1983, já fiz exposição artesanal fora do estado, participei da feira artesanal dos estados, já tive um box na Central do Artesanato.

Santos-Duisenberg (2008) diz que a economia criativa é um provedor de desenvolvimento local por meio da mitigação da pobreza, levando ao resgate de jovens marginalizados atividades criativas. Isso leva a uma parcela de pessoas que estão muitas vezes à margem da sociedade ser incluída em novas formas de aprendizado e a capacita para conquistar uma vida digna, gerando emprego e renda para essa classe e para outras pessoas que almejam geração de renda a partir do artesanato. Como explica a E2 a seguir:

Gostaria muito que os jovens se interessassem mais e que tivesse ajuda dos governantes, antigamente minha prima dava aula no interior, o governo dava o tecido, ultimamente não temos incentivos nenhum, nem no interior, nem aqui na cidade grande, pra essas pessoas também que pedem esmola, se tivessem incentivo, dentro das penitenciárias, esse trabalho requer muita concentração e tenho certeza que, quando saíssem, iriam sair muito melhor porque é um trabalho muito bonito e muito gostoso de se fazer, você esquece de tudo pra fazer isso aqui.

Também na opinião da E5:

Nas feiras que a gente anda, eu vejo muita gente que diz que quer botar pra frente, mas vai em uma feira não vende, vai em outra e não vende e não sabe se continua ou não, eu dou sempre ideia, se não deu esse trabalho, faz outro, acho que falta muito incentivo.

Em conformidade com as falas anteriores, é necessário incentivo para que essas pessoas possam se desenvolver e enxergar oportunidade no artesanato por meio da cultura, já que muitos não têm experiência nem condições de comprar o material inicial. É necessária maior atenção para que a economia criativa venha a impactar de forma social também, criando estratégias de inclusão social e meios de alcance nas comunidades de Fortaleza. Conforme fala Oliveira (2007), o artesanato é uma das formas de vida comunitária pela sua forte tradição e também pela sua produção voluntária e pessoal, sendo característica do próprio indivíduo desenvolver a técnica e ter orgulho do que faz sem precisar de curso ou preparação para instigar a prática que ele desenvolve diante das peças artesanais, como é o caso da E6:

Não, nunca fiz curso nenhum, foi uma pessoa que eu fui olhando fazer e tal, demorei muito não pra aprender, fiz errado as primeiras vezes mas depois acertei e pronto e depois fui e recebi minha carteirinha de artesanato, tenho do sindicato e do CEART, você vai lá faz na hora e eles verem que você sabe e dão a carteirinha.

A E6 afirma que nunca foi preciso fazer nenhum curso para praticar seus bordados; aprendeu vendo nas feirinhas onde morava, quando nem mesmo imaginava que viveria do artesanato. Ao persistir em ver poucas vezes, foi se aprimorando até ver que era exatamente aquilo que gostava de fazer. A força de vontade também é um fator excepcional na questão do aprendizado, pois, mesmo com os erros, a determinação foi crucial no trabalho artesanal.

Segundo o Banco do Nordeste (2002), o artesanato é uma das mais fortes expressões populares, isso porque atrai muitas pessoas pela sua característica única nas peças, já que são feitas manualmente e produzem grande valor simbólico, diferentemente dos produtos industrializados e importados. Assim, é nítido que o artesanato é algo valioso para a localidade e sua importância para os artesãos como precursor da disseminação do fortalecimento da cultura, como visto nas palavras da E1: "Gosto muito dessa feira e amo o que faço, foi pra isso mesmo que nasci, não me vejo fazendo outra coisa. Tenho muito orgulho de estar aqui todos os dias".

Como também na fala do E4: “Gosto do que faço e faço com muito amor e carinho, dedico muito do meu tempo no meu trabalho”. A arte do artesanato permite que os artesãos possuam autoestima e orgulho por manter a tradição e a cultura por meio das peças produzidas, isso porque eles amam o que fazem e não se veem fazendo outra coisa. A seriedade com que tratam seu trabalho é muito forte e a dedicação todos os dias na feirinha também leva ao indivíduo a permanecer motivado e pronto a se desenvolver como profissional e pessoa.

Comecei aqui há 20 anos atrás, fazendo os bordados, comecei vendendo pouco e depois fui crescendo e crescendo, fazendo os bordados para vestidos e outros tipos de bordados, eu vendo três tipos vestidos de todo tamanho e também para criança, minhas peças são todas em linho.

Segundo a fala anterior, da E6, ela relata que começou vendendo suas peças na feirinha aos poucos. Mesmo com a incerteza sobre se o negócio iria dar mesmo certo, ela persistiu, pois sabia que era uma oportunidade de mostrar sua arte na localidade da feirinha, uma vez que tinha fácil acesso aos turistas, um lugar propício para investir seu tempo e economias. Após esses 20 anos de trabalho, conseguiu ter significativo crescimento tanto rentável como pessoal, pois seus bordados tornaram-se variáveis quando no começo era apenas um.

Quando se fala sobre o que fez esses artesãos começarem a trabalhar na feirinha artesanal da praia de Iracema e com o artesanato nessa região, eles têm diferentes opiniões, como o exemplo da E6:

É que eu achei melhor trabalhar pra mim né, que eu trabalhava para os outros, trabalhando para os outros e enricando os outros, nam, quero nem pra ganhar três salários trabalhar pra ninguém mais e também porque graças a Deus eu vendo bem, o pessoal acha difícil bordar, mas não é não, é só querer né.

A E6 afirma que cansou de trabalhar para os outros, pois antes trabalhava em casa de família e sempre queria fazer algo que lhe desse prazer. No artesanato ela encontrou força de vontade e descobriu um lado que antes ela não sabia, o que fez com que ela fosse trabalhar na feirinha, pois sabia que poderia mudar de vida e nunca mais depender dos patrões. Ela se orgulha bastante do trabalho que faz, o que faz com que ela tenha mais força de vontade para estar todos os dias na feirinha.

Muito artesão vem de diversos lugares acreditando em ter uma vida melhor e, a partir da sua arte, conseguir seu sustento. Muitas famílias saíram do interior para comercializar o artesanato em Fortaleza porque descobriram um lugar diferente e atrativo onde poderiam mostrar o que fazem e ser valorizados pelo seu trabalho. Isso é bem nítido na história de vida da E2:

Eu morava em Pernambuco e há muitos anos que viemos pra cá para a feirinha, mais de 20 anos, meu pai sempre comercializou essa renda aqui,

então eu vim pra cá com meus irmãos, tinha uns 20 anos de idade quando comecei aqui, sempre vendia para o mercado central, porque antes eu não trabalhava na feira, comecei a trabalhar aqui em 1983, já fiz exposição artesanal fora do estado, participei da feira artesanal dos estados, já tive um box na Central do Artesanato.

A E2 relata que o negócio da família sempre foi a renda. A partir disso sua família enxergou em Fortaleza, primeiramente no mercado central, local de grande comércio não apenas de artesanato mas de diversos outros produtos para comercialização, a oportunidade de crescimento, tendo em vista o potencial do artesanato na cidade, com a venda de suas peças a E2 também participou de muitos eventos e exposições artesanais de suas peças para enriquecer seu trabalho e a região em que trabalha desde 1983 até os dias atuais.

Dessa forma, foram percebidas as oportunidades que a feirinha artesanal de Fortaleza poderia oferecer para os artesãos, conforme descrito pelos próprios artesãos que estão na feira há muito tempo e conseguem seu sustento e lazer apenas da comercialização das peças na feirinha. Destacam-se também o orgulho dos profissionais em trabalhar na feirinha e a relação entre eles de cooperação e ajuda, o que leva a uma relação saudável, usando muitas vezes indicações entre eles para unidos se beneficiarem, formando uma espécie de rede colaborativa. Outro ponto importante é a maneira como eles retratam onde nasceram e a força de vontade em permanecerem em uma cidade que não é seu lugar de origem, mas que, pelo tempo que passaram ali, sentem-se em casa e não se veem fazendo outra coisa.

Tema 4: economia e relações comerciais

Segundo Reis (2008) os empreendimentos criativos estão crescendo em virtude das mudanças econômicas, e isso tem levado à união dos aspectos culturais e econômicos, já que economia, nesse caso, está diretamente ligada à criatividade intelectual do indivíduo. Sendo assim a economia está se voltando para um mercado exigente e sem valorizar a produção em massa dos produtos, uma vez que os clientes estão ficando insatisfeitos com produtos cada vez menos duráveis e sem valor simbólico, como a fala da E5:

Antes a gente trabalhava com essa renda de metro, e antigamente era demais, em todos os cantos, a gente ali fazendo e o pessoal atrás de comprar direto, direto, era de metro, saia muito mesmo, o que acabou com nossa venda foi esses chineses, que entrou no mercado, o crochê e o gripir, aí ele matou a visão da renda de bico, porque a renda de bico é cara, aí esses outros são mais em conta, aí você vai deixar de comprar uma peça dessa de 90 reais e acha uma industrializada de 35, 25 reais, você prefere a industrializada. Aí foi por isso que caiu bastante. Porque eles não veem o trabalho da gente, eles querem saber do preço. Eles não estão interessados em saber se o material presta ou não presta, algumas pessoas que conhecem o trabalho aí chegam, compra, muitos chegam aqui dizendo que comprou mais barato em tal canto, mas não é o meu trabalho. Eles não conhecem e compram errado, acabam enganado.

Percebe-se na fala anterior que é preciso entender as necessidades do consumidor, não apenas o que o mercado oferece. No caso existem peças que se assem-

lham às do artesanato, mas são industrializadas e com baixo valor agregado, sem qualidade, mas vendidas como garantia de ser um produto artesanal, aproveitando, portanto, da falta de conhecimento do cliente em adquirir essas peças por não ter o entendimento real sobre o material. Isso acaba empobrecendo o trabalho artesanal e impacta diretamente no crescimento desse nicho de mercado.

Para Florida (2011) a economia criativa é um fator determinante no mundo pós-moderno, pois usa não só a criatividade coletiva, mas também o conhecimento do indivíduo. Trazendo para os dias atuais, é muito importante ressaltar que o conhecimento está sendo um fator essencial no mercado e na produção dos produtos ofertados. Quando há um conhecimento sobre determinado processo ou produto, ou não tem esse conhecimento, existe maior vantagem competitiva. Isso acontece também no tipo de negócio criativo, por exemplo, quando um artesão trabalha com um tipo específico de tecido ou artesanato, os clientes procuram para fazer encomendas bastante desafiadoras, de acordo com a fala da E4: “O cliente faz pedido, eu faço por encomenda, cada encomenda é um desafio né, um grau de complexidade maior”.

Assim como o E2: “Eu compro as toalhas e faço também, tudo meu é de acordo com a necessidade do cliente”. Dessa forma, quando se tem determinado conhecimento sobre tal artesanato, os clientes fazem encomenda porque acreditam na capacidade de o artesão entregar um produto único e diferente de qualquer outro que ele poderia encontrar já pronto no mercado e, quando eles são surpreendidos com os produtos, o que conta não é só o dinheiro, mas os valores e o conhecimento agregado naquela peça. Para o artesão é um desafio e ao mesmo tempo uma forma de estarem mais inovadores e criativos, desenvolvendo suas peças e ganhando seu espaço em um mundo tão competitivo.

Para clientes que não compram por encomenda, os artesãos se mostram preparados a acompanhar a concorrência não só entre produtos do mesmo ramo e a variação que existe de artesanato, mas também se mostram competitivos diante das próprias confecções e materiais industrializados, conforme a fala da E5:

O que o cliente procura mais vai só pela minha mente, devido essas modas praiais aí eu vejo como tem que fazer daquele jeito, naquele modelo, às vezes eu explico para outras rendeiras como é, tem que fazer assim, mudar, porque é daqueles ali que estão saindo, por exemplo agora elas estão procurando muito vestido da manguinha japonesa aí já tô falando para as rendeiras, pedindo manguinha japonesa, vestido longo, de pano, olho para as industrializadas que sai, eu sempre busco fazer diferente.

De acordo com a fala anterior, entende-se, portanto, que os artesãos em sua comercialização estão atentos às tendências de moda e aos gostos dos clientes para colocarem em prática a sua criatividade, atrelada à inovação e aos produtos que estão em alta, assim fazendo do artesanato uma arte atual e sofisticada.

Dessa maneira, o artesanato na geração da economia depende exatamente da observação das relações comerciais, uma vez que a competitividade atual faz o artesanato, de certa forma, perder espaço com o surgimento de novos produtos da indústria que, por sua vez, são mais baratos e apresentam mais opções para oferecer

aos clientes, pois não dependem de uma produção manual e detalhada. Exige-se, portanto, uma postura mais flexível dos artesãos para entender o cenário em que estão inseridos e, com base nas novas tendências, adaptar-se e potencializar seu trabalho, agregando valor à peça e, sobretudo, considerar as particularidades e individualidades de cada demanda do perfil consumidor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O propósito do trabalho foi analisar de que forma o artesanato pode contribuir para impulsionar a economia criativa na feirinha artesanal de Fortaleza, ponto forte de comercialização de peças artesanais por conta da grande aglomeração de turistas e cidadãos em momento de lazer. Os resultados apontam diferentes caminhos para refletir que o artesanato por meio da economia criativa é um relevante vetor de competitividade na valorização da cultura e no desenvolvimento social e local, que vai além de um desenvolvimento mercantilista e, assim, promove o Ceará como um importante estado de destino turístico criativo e de experiência.

Os achados da pesquisa desvelam diferentes questões relacionadas com a articulação que existe entre os conceitos de economia criativa e desenvolvimento. Em que tipo de desenvolvimento o segmento do artesanato está pautado? O presente estudo não se delineou apenas em conceber as funções capitalistas e mercantilistas do artesanato diante de um reducionismo ao utilitarismo e um discurso desenvolvimentista do capitalismo ocidental em meio à competitividade racional, o qual desterritorializa bens simbólicos e produtos culturais. Pelo contrário, buscou-se problematizar essas diferentes questões com base num ponto de vista que extrapola o aspecto funcionalista e que orienta uma reflexão à luz de uma compreensão mais ampla que é de desenvolvimento social, crítico e político e que se baseia em diferentes resistências e liberdades, assim denunciando as relações de opressão em sua realidade local para superar as desigualdades e marginalizações diversas em forma de emprego, renda e um lugar no mercado de trabalho.

No lócus da pesquisa, as formas do artesanato impulsionam a economia criativa na feirinha artesanal que parte da criatividade dos artesãos por meio das suas peças e a busca incansável de estarem se desenvolvendo e inovando para atingir seu público-alvo. Os resultados a partir da análise dos temas negócio, desenvolvimento de produto, valorização regional cultural e economia e relações comerciais mostraram características sobre o trabalho dos artesãos e seu potencial de criatividade na forma que eles aplicam nas peças artesanais desenvolvendo a região local e desafiando a produção em massa.

Esses profissionais, por sua vez, preocupam-se com a necessidade do cliente e com a forma como o mercado atual exige da inovação para conquistar competitividade local. Os consumidores estão saturados de produtos sem qualidade e fator emocional, o que leva o artesanato a um patamar elevado e sustentável, principalmente pelo seu valor simbólico e cultural. Foi percebido que o tempo na produção do produto cultural é mais extenso por se tratar de um processo que é em sua maioria feito manualmente, exige tempo e atenção do artesão, pois as peças são

detalhadas e utilizam materiais específicos para cada processo. Isso faz com que a peça seja produzida de maneira exclusiva, customizada e com qualidade.

Como observado nos resultados, o artesanato pode contribuir para economia criativa ao utilizar a criatividade dos artesãos em suas peças muitas vezes arriscando em algo que pode potencializar o artesanato. Assim, o trabalho reforça o que a literatura fala sobre a economia criativa, demonstrando que esse tipo de economia se mostra uma fonte forte para impulsionar o artesanato na feirinha da praia de Iracema, uma vez que a economia gira em torno daquilo que está mais apto a mudanças e é aceito aos consumidores.

Com relação aos fatores que comprometem a criatividade em suas peças, para potencializar o artesanato na economia criativa, a falta de recurso foi muito enfatizada pelos artesãos, além da falta de políticas públicas para o segmento. No que tange à valorização da cultura como fator crucial para o artesanato ser algo tão forte na cidade de Fortaleza, foi o mesmo atrair não apenas artesãos da localidade mas também artesãos de diversos locais para a cidade de Fortaleza, os quais moram há anos na cidade e tiram todos os dias seu sustento da feirinha, sendo evidente que a cultura também é um meio que fortifica o artesanato e, de certa forma, traz acesso à diversidade, uma vez que esses artesãos contribuem para o desenvolvimento da cidade com sua arte.

Por fim, a referida pesquisa avança ao evidenciar um estudo no setor do artesanato, mostrando como a economia criativa está se fazendo presente e de que maneira ela pode ser cada vez mais utilizada como desenvolvimento local socioeconômico no âmbito do artesanato, podendo ser observada a motivação e os desafios desses artesãos que estão por décadas não só desenvolvendo sua arte, mas trazendo benefícios também para a sua localidade. O estudo permitiu compreender que o artesanato transcende as questões de desenvolvimento meramente mercadológico pautado apenas numa visão funcionalista, à medida que personifica o potencial para reflexões sobre o aspecto cultural do subdesenvolvimento. Portanto, a produção artesanal por meio da economia criativa não reforça o discurso de uma concepção linear e evolutiva de desenvolvimento econômico do capitalismo industrial, mas, ao contrário, estabelece um tipo de desenvolvimento que se espelha em inclusão social, diminuição das desigualdades, rede de colaboração e questões de poder e política que existem e resistem à cultura industrial de massa.

Para estudos futuros, sugere-se que sejam realizados trabalhos mais aprofundados sobre a economia criativa a partir do artesanato em outros pontos fortes da cidade Fortaleza, como o mercado central, além das políticas que norteiam o incentivo ao artesanato nessa cidade para avanço da economia criativa e em outras cidades brasileiras, a fim de consolidar mais estudos na área.

REFERÊNCIAS

ARTE MODA PRODUÇÕES. *Feirinha Beira Mar*, 2017. Disponível em: <https://www.feirinhabeiramar.com/>. Acesso em: 19 mar. 2019.

BLYTHE, M. The work of art in the age of digital reproduction: the significance of the creative industries. *Journal of Art & Design Education*, v. 20, n. 2, p. 144-150, 2001. <http://dx.doi.org/10.1111/1468-5949.00261>

BANCO DO NORDESTE (BNB). **Ações para o desenvolvimento do artesanato no Nordeste**. 2. ed. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2002. 356 p.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009.

CORAZZA, R. I. Criatividade, inovação e economia da cultura: abordagens multidisciplinares e ferramentas analíticas. **Revista Brasileira de Inovação**, v. 12, n. 1, p. 207-231, 2013. <https://doi.org/10.20396/rbi.v12i1.8649059>

FALCÃO, J. M. Artesanato: as mãos visíveis do mercado. *Visão do Empreendedor*. **SEBRAE**, 2008. Disponível em: <http://www2.rj.sebrae.com.br/boletim/artesanato-as-maos-visiveis-do-mercado/>. Acesso em: 25 out. 2021.

FLORIDA, R. **A ascensão da classe criativa**. Porto Alegre: L&PM, 2011.

FORTALEZA. **Plano de Desenvolvimento Econômico e Social: Fortaleza 2040 – Anexo III-Resíduos Sólidos**. 2016.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1999.

GODOI, C. K.; MATTOS, P. L. Entrevista qualitativa: instrumento de pesquisa e evento dialógico. *In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; BARBOSA DA SILVA, A. (Orgs.). Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais*. São Paulo: Saraiva, 2006. p. 1-13.

GONDIM, R. V. **Plano de desenvolvimento econômico e social – Fortaleza 2040**. Anexo V – Economia Criativa, 2015.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Indicadores**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/default.php>. Acesso em: 20 nov. 2019.

LIMA, A. A. M.; AZEVEDO, I. M. **O Artesanato nordestino: características e problemática atual**. Fortaleza: Banco do Nordeste/ETENE, 1982.

MINAYO, M. C. S. **Pesquisa social: Teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 1996.

MUZZIO, H.; PAIVA JÚNIOR, F. G. A gestão na economia criativa e a identidade do indivíduo criativo inovador: em busca de uma convergência. *In: Anais do XXXVIII Encontro da ANPAD*, Rio de Janeiro, 13 a 17 de setembro de 2014.

OLIVEIRA, C. D. **As relações artesanais e o estímulo ao desenvolvimento local no Brasil, em Gouveia-MG e outras diferentes escalas**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais, 2007.

OLIVEIRA, A. R. **O artesanato no âmbito da economia criativa: o caso da comunidade da Moita Redonda, Cascavel/CE**. 2013. 68 f. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Fortaleza, Ceará, 2013.

PEREIRA, I.; CAMPOS, L. J.; ALQUATTI, R. Artesanato e resistência: um bem simbólico cultural no bordado das arpilleras. *In: Anais do IX Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*. São Paulo, Universidade Anhembi Morumbi, p. 1-12, 2012.

PRATT, A. C.; HUTTON, T. A. Reconceptualising the relationship between the creative economy and the city: learning from the financial crisis. **Cities**, v. 33, p. 86-95, 2013. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2012.05.008>

REIS, A. C. F. Introdução. *In: REIS, A. C. F. Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. p. 15-49.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999.

SALGADO, M.; FRANCISCATTI, K. V. S. Arte, artesanato e trabalho: um estudo acerca dos limites do fazer e do criar artesanal. **Gerais: Revista Interinstitucional de Psicologia**, v. 4, n. 2, p. 284-296, 2011.

SANTOS-DUISENBERG, E. A economia criativa: uma opção de desenvolvimento viável? *In: REIS, A. C. F. (Org.). Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. p. 50-73.

SEBRAE. (Ed.). **Termo de referência: atuação do sistema SEBRAE no artesanato**. Brasília: Sebrae, 2004. 64 p.

UNCTAD. **Creative economy report 2008**. Creative economy: a feasible development option. UN, 2008.

UNCTAD. **Creative economy report 2010** – creative economy: a feasible development option. UN, 2010.

Sobre os autores

Andreia Cíntia Rodrigues Tavernard Moraes: Graduada em Administração pela Universidade Estadual do Ceará (UECE).

Carlos César de Oliveira Lacerda: Graduado em Administração pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Mestre em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Doutorando em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Estadual do Ceará (UECE).

Conflito de interesses: nada a declarar – **Fonte de financiamento:** nenhuma.

Contribuições dos autores: Moraes, A. C. R. T.: conceituação; curadoria de dados; análise formal; investigação; metodologia; administração do projeto; escrita – primeira redação; escrita – revisão e edição. Lacerda, C. C. O.: conceituação; curadoria de dados; análise formal; investigação; metodologia; administração do projeto; escrita – primeira redação; escrita – revisão e edição.

