

## **ECONOMIA CRIATIVA E EMPREENDEDORISMO: ANÁLISE DA DIMENSÃO ECONÔMICA DO ARTESANATO EM FLORIANÓPOLIS – SANTA CATARINA**

**Luciana Ronconi**

UDESC/Esag

E-mail: lucianaronconi20@yahoo.com.br

**Maurício Serafim**

UDESC/Esag

E-mail: serafim.esag@gmail.com

**Elaine Cristina de Oliveira Menezes**

UDESC/Esag

E-mail: eoliveira.menezes@gmail.com

**Evelyn Nunes**

UDESC/Esag

E-mail: [evelynnunesdemelo@gmail.com](mailto:evelynnunesdemelo@gmail.com)

**Lucas Coral**

UDESC/Esag

E-mail: lucascoral@mail.ru

**Daniel Pinheiro**

UDESC/Esag

E-mail: daniel.m.pinheiro@gmail.com

**Eduardo Jara**

UDESC/Esag

E-mail: eduardojara@udesc.br

### **Área temática: Temas especiais**

#### **Resumo**

A economia criativa é considerada como um conjunto de atividades, bens ou serviços culturais que possuindo natureza econômica e cultural contribui para a sustentabilidade social e inclusão produtiva. Há fortes evidências da importância do capital social para as práticas empreendedoras desenvolvidas nesse campo, já que possibilita o intercâmbio de experiências, informações e recursos entre profissionais da área por meio de uma ampliação da rede de relações de confiança e busca de objetivos comuns. Nesse sentido, a partir da compreensão de que o artesanato integra relevantemente a economia criativa no país, essa pesquisa buscou compreender a dimensão econômica do capital social da segunda maior associação de artesãos do Estado de Santa Catarina, a Magiarte. A revisão da literatura partiu das diferentes noções de economia criativa, empreendedorismo e capital social. A pesquisa vale-se de uma abordagem qualitativa, mais compatível com a técnica de coleta de dados adotada, a entrevista semi-estruturada. Os participantes da pesquisa totalizaram 14 artesãos da Magiarte. A pesquisa demonstrou que os artesãos ainda carecem de articulação interna e externa. A relação dos artesãos com as instituições de apoio, para acesso a recursos, ajuda e benefícios é ainda incipiente. Todavia, o capital social da Magiarte, especialmente as relações interpessoais, tem influenciado de forma positiva os empreendimentos e elevado, ainda, a probabilidade de sobrevivência dos mesmos. Conclui-se que há necessidade de pesquisas empíricas para resgatar as potencialidades e limites do artesanato em Florianópolis.

**Palavras-chave:** Economia criativa; Empreendedorismo; Artesanato.

## **1 Introdução**

Neste início do século XXI observa-se que as crises econômicas mundiais trouxeram inúmeros prejuízos aos setores tradicionais da economia brasileira. No entanto, outros setores tornam-se mais atrativos e constituem potenciais para a geração de trabalho e renda. No âmbito desses novos setores a criatividade passa a ser percebida como uma fonte inesgotável de recursos, por possuir a peculiar característica de ser abundante: quanto mais se explora, mais se tem. A economia criativa tem sido um tema importante tanto na atuação pública quanto na privada, e é objeto de estudos e interesse por parte da academia, de agências governamentais e organizações multilaterais. Além disso, verifica-se o crescente aumento da importância da elaboração de políticas públicas, no campo da economia criativa, voltadas para desenvolvimento local e econômico.

Assim, nos últimos 20 anos a economia criativa vem se destacando na literatura devido, entre outras questões, à sua importância social e econômica. Há evidências de que as atividades desenvolvidas nessa área impactam a economia local, seja diretamente – ao oferecer empregos e aumento de produtividade – ou indiretamente, gerando externalidades positivas relacionadas a ideias e conhecimentos. No Brasil, dados do IBGE (2006) mostram que quase 10% do PIB nacional provêm da economia criativa, tendo, portanto, um importante papel na criação de riqueza do país.

A Secretaria da Economia Criativa no Brasil, criada no ano de 2012, reconhece a potencialidade das atividades criativas para o país no que se refere ao crescimento local e regional e pontua que os setores criativos se caracterizam, em suas práticas produtivas, por terem como insumos principais a criatividade e o conhecimento. 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.

Um dos campos da economia criativa é o artesanato, e seu desenvolvimento, além de ser uma manifestação cultural, contribui para o desenvolvimento de pequenos municípios (FALCÃO, 2008). Ele está presente em mais de 64% dos municípios e envolve mais de 8 milhões de pessoas, representando em 2008 um percentual de 2,8% do PIB nacional. Assim o artesanato é mais representativo que o setor de vestuário que detém 2,7% do PIB e quase três vezes mais representativo que o setor de bebidas, com seus 1% de representatividade no PIB. Dessa forma, além de gerar renda em mais da metade do território nacional, é um dos dinamizadores da economia como setor isolado. Porém, Vasconcelos, Leal e Pinto (2009),

destacam que os artesãos lidam com a informalidade na quase totalidade do Brasil.

No Brasil, o Ministério da Cultura que criou a Secretaria da Economia Criativa, 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. O empreendedorismo, dessa forma, é um dos temas que está associado com os profissionais que atuam nesse segmento da economia, em função da necessidade cada vez maior de que eles assumam uma orientação empreendedora em seu ambiente de atuação. Nesse contexto, ser empreendedor significa a combinação do recurso criativo – ou seja, geração de ideias, concepção de obras, bens ou serviços com valor estético – e do recurso econômico – ou seja, o valor tornado tangível em termos econômicos e adicionado a essas obras, bens e serviços (BENDASSOLLI, 2011).

Para o empreendedorismo, o conceito de capital social é um elemento central, pois observa-se aumento dos benefícios obtidos pelos empreendedores por participarem de uma rede ou grupo. Uma das hipóteses investigada nesse tema é a de que o capital social influencia de forma positiva os empreendimentos e eleva a probabilidade de sobrevivência dos empreendimentos (FUKUYAMA, 1996). Além disso, há evidências de que quanto maior o estoque de capital social maior é a facilidade de acesso e compartilhamento de informações e conhecimento, tais como oportunidades de negócios, possibilidade antecipada de aquisição de recursos e mais facilidade para a exploração de oportunidades comerciais (MARTES; RODRIGUEZ, 2004). Quanto maior o capital social mais chance de acesso às relações interpessoais decisivas para a abertura e manutenção de um negócio, e menores são as chances de comportamentos oportunistas – devido ao grau elevado de confiança entre os membros da rede (NAHAPIET; GHOSHAL, 1998; BARON; MARKMAM, 2003).

Diante do quadro acima descrito a pesquisa objetiva analisar a dimensão econômica e dos empreendedores no campo do artesanato da economia criativa de Florianópolis. O trabalho parte do pressuposto de que o capital social influencia positivamente no empreendedorismo, que, por sua vez, é uma orientação importante para os envolvidos junto a empreendimentos da economia criativa. Portanto, compreender a dimensão econômica do capital social e o empreendedorismo, suas interfaces e a dinâmica segunda maior

associação de artesãos do Estado de Santa Catarina, a Magiarte<sup>1</sup>, é um aspecto essencial para compreender a economia criativa e o estágio atual do artesanato em Florianópolis.

O presente estudo é do tipo empírico, valendo-se de um arcabouço teórico para norteá-lo. Caracteriza-se também, como um estudo exploratório-descritivo. Exploratório porque permite aumentar a compreensão do investigador em relação ao problema, assim como esclarecer e modificar conceitos e ideias. (LUDKE e ANDRÈ, 1986). É exploratória, ainda, porque a investigação é realizada “em área com pouco conhecimento acumulado e sistematizado” (VERGARA, 1998, p. 45). A pesquisa vale-se, também, de uma abordagem qualitativa, visto que, privilegia a interpretação da percepção dos sujeitos de pesquisa. Além disso essa abordagem é mais compatível com a técnica de coleta de dados que foi adotada nesse estudo, a entrevista semi-estruturada.

Os participantes da pesquisa foram artesãos da Magiarte, totalizaram 14 entrevistados, no período de outubro a dezembro de 2013. O levantamento de informações também incluiu fontes de dados primários e secundários. Os dados primários foram obtidos, na pesquisa de campo, através da aplicação de entrevistas semi-estruturadas. Os dados secundários foram obtidos através de pesquisa documental e dados levantados em periódicos, revistas, jornais e demais publicações da região. A interpretação dos dados foi desenvolvida de acordo com a análise qualitativa e descritiva do conteúdo, correlacionando-se com o referencial teórico assumido. Através das entrevistas aplicadas, bem como, a observação realizada no estudo de campo, foi possível realizar a triangulação dos dados obtidos para que a análise e interpretação dos dados fossem realizadas de forma confiável (TRIVIÑOS, 1987).

Assim, a primeira seção apresenta a problemática e os aspectos metodológicos da pesquisa. A segunda seção apresenta a revisão da literatura que trata sobre economia criativa, empreendedorismo e capital social. A quarta seção trata dos resultados da pesquisa, a dimensão econômica e o empreendedorismo face a noção de capital social. Por fim apresentam-se as principais conclusões do estudo.

## **2 Economia Criativa e empreendedorismo: perspectiva integradora de análise do capital social**

A economia criativa é considerada como um conjunto de atividades, bens ou serviços culturais que possuem natureza, tanto econômica, quanto cultural. Assim, os setores criativos

---

<sup>1</sup> Entidade que representa o segmento dos artesãos, sendo a segunda maior associação do Estado e idealizada pela Universidade do Estado de Santa Catarina, com objetivo de fomentar o associativismo dos artesãos e gerar possibilidades capazes de satisfazer às necessidades de melhoria de qualidade de vida dos artesãos, o Núcleo Integrado de Pesquisa e Extensão (NIPE/ESAG).

são as atividades produtivas que apresentam como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, elemento este base da formação do preço, e que irá resultar na produção de riqueza cultural e econômica. Tal conjunto de atividades, bens ou serviços culturais apresenta como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico (o valor do bem criativo se encontra na capacidade humana de inventar, de imaginar, de criar, seja de forma individual ou coletiva), elemento base da formação do preço, e que irá resultar na produção de riqueza cultural e econômica. Assim ele abrange mais do que apenas setores tipicamente culturais, ligados à produção artístico-cultural (música, dança, teatro, ópera, circo, pintura, fotografia, cinema), compreendendo outras expressões ou atividades relacionadas às novas mídias, à indústria de conteúdo, ao *design* à arquitetura, entre outros (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2011).

No Brasil, a economia criativa ganha campo com a Secretaria da Economia Criativa, criada pelo Decreto 7743, de 1º de junho de 2012 e vinculada ao Ministério da Cultura, que 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.

A economia criativa pode ser um setor altamente competitivo, pelo fato da tecnologia gerar um campo de *feedback* instantâneo, onde a questão publicitária é essencial para sucesso das ideias. Entretanto, o setor é baseado também na cooperação e compartilhamento de conhecimentos. O modelo criativo influencia os jovens a produzir e compartilhar os resultados de seus trabalhos, dando-lhes vida, apropriação e transformação, como nas redes sociais. A produtividade e a dedicação estão associadas a recompensas: a autorrealização, o reconhecimento, a reputação e a contribuição para um bem em comum, fatores intangíveis se comparados à recompensa financeira (FONSECA, 2012).

Para Caiado (2011), a economia criativa, 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, associando-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.

De forma complementar, Fonseca (2012) expõe que a economia criativa se abastece dos talentos criativos, que se organizam de forma individual ou coletiva, para produzir bens e serviços criativos, segundo a auto 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. O Quadro 1 apresenta uma síntese das principais abordagens da economia criativa.

<b>Economia Criativa</b>	<b>Referências</b>
Economia criativa seria uma abordagem holística e multidisciplinar, lidando com a interface entre economia, cultura e tecnologia, centrada na predominância de produtos e serviços com conteúdo criativo, valor cultural e objetivos de mercado, resultante de uma mudança gradual de paradigma.	UNCTAD (2010)
Economia criativa abrange além das indústrias criativas, o impacto de seus bens e serviços em outros setores e processos da economia e as conexões que se estabelecem entre eles.	Hartley (2005)
“[...] Economia criativa. Ao que tudo indica, trata-se de uma nova denominação que vem se afirmando no discurso dos profissionais envolvidos com a área cultural no Brasil – administradores públicos, produtores, gestores, entre outros – em substituição àquilo que se convencionou chamar de indústria cultural.”	Machado (2007, p.83)
“As atividades, bens e serviços culturais possuem dupla natureza, tanto econômica quanto cultural, uma vez que são portadores de identidades, valores e significados, não devendo, portanto, ser tratados como se tivessem valor meramente comercial”.	UNESCO (2005)
“Diferentemente da economia tradicional “taylorista”, a economia criativa se caracteriza pela abundância e não pela escassez, pela sustentabilidade social e não pela exploração de recursos naturais e humanos, pela inclusão produtiva e não pela marginalização de indivíduos e comunidades.”	MINISTERIO DA CULTURA (2011)
“A economia criativa é, portanto, a economia do intangível, do simbólico. Ela se alimenta dos talentos criativos, que se organizam individual ou coletivamente para produzir bens e serviços criativos. Por se caracterizar pela abundância e não pela escassez, a nova economia possui dinâmica própria [...]”	Ministério da Cultura (p.24)
“Em todas as atividades realizadas pelo homem existe um grau maior ou menor de criatividade e, nos mais simples gestos de comunicação entre os seres humanos, é clara a presença de elementos culturais. No entanto, se convencionou chamar Economia Criativa aquelas manifestações humanas ligadas à arte em suas diferentes modalidades, seja ela do ponto de vista da criação artística em si, como pintura, escultura e artes cênicas, seja na forma de atividades criativas com viés de mercado, como <i>design</i> e publicidade.”	Caiado (Coord) (2011, p. 11)
“Economia Criativa 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 principais recursos produtivos. São atividades econômicas que partem da combinação de criatividade com técnicas e/ou tecnologias, agregando valor ao ativo intelectual. Ela associa o talento a objetivos econômicos. É, ao mesmo tempo, ativo cultural e produto ou serviço comercializável e incorpora elementos tangíveis e intangíveis dotados de valor simbólico.”	Caiado (Coord) (2011, p. 15)

## **Quadro 1 - Definições de Economia Criativa**

Fonte: Elaborado pelos autores

Neste artigo o conceito de economia criativa adotado foi aquele utilizado pelo Ministério da Cultura, que tem sido responsável, dentre outros atores, pela elaboração de políticas públicas para o setor numa perspectiva de sustentabilidade social e inclusão produtiva. A definição de economia criativa adotada pelo Ministério da Cultura se insere na noção de que a economia criativa “[...] é, portanto, a economia do intangível, do simbólico. Ela se alimenta dos talentos criativos, que se organizam individual ou coletivamente para produzir bens e serviços criativos. Por se caracterizar pela abundância e não pela escassez, a nova economia possui dinâmica própria [...]” (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2011, P. 24). Na seção a seguir apresentam-se as principais contribuições da noção de capital social para a perspectiva do empreendedorismo.

### **2.1 As contribuições do capital social para o empreendedorismo: análise do artesanato em Florianópolis**

Há certo consenso na literatura de que grupos de profissionais que interagem entre si compartilhando informações, recursos e experiências, visando o bem comum, tendem a ser mais bem estruturados, caracterizando estruturas sociais e/ou comunidades baseadas na confiança. Em configurações deste tipo pode-se afirmar que essas comunidades possuem altos índices de capital social (KS) em sua estrutura.

O sociólogo francês Pierre Bourdieu (1986, p. 249) define KS como “a soma dos recursos reais ou virtuais que indivíduos ou grupos de indivíduos adquirem devido ao fato de possuírem redes duráveis de relacionamentos sociais mais ou menos institucionalizados de reconhecimento e conhecimento mútuos”. Os recursos são empregados pelas pessoas a partir de uma estratégia de progresso dentro da hierarquia social do campo, prática resultante da interação entre o indivíduo e a estrutura. O autor supracitado destaca também a criação do KS através do conceito de *habitus* – as atitudes, concepções e disposições compartilhadas pelos indivíduos pertencentes à mesma classe – que configura redes sociais de relacionamentos entre os agentes. O volume de capital que um indivíduo possui depende, então, da extensão da rede de relações que ele pode efetivamente mobilizar e do volume do capital, incluindo o capital econômico, cultural ou simbólico, associado a cada um daqueles a quem está ligado. James Coleman (1988), sociólogo norte-americano, foi um dos primeiros estudiosos a enfatizar o debate acadêmico acerca do tema, afirmando que o KS ajuda a manter a coesão

social em função da observação às normas e leis, e de comportamentos como negociação em situação de conflito, prevalecendo à cooperação sobre a competição, o que é um fator de extrema importância numa sociedade.

No entanto, foi o cientista político norte-americano Robert Putnam (2002) quem conseguiu avançar nas pesquisas sobre o tema. Por meio de estudos na Itália contemporânea, chegou à conclusão de que os sistemas de participação cívica representam uma intensa interação horizontal, se revelando uma forma essencial de capital social: “quanto mais desenvolvidos forem esses sistemas numa comunidade, maior será a probabilidade de que seus cidadãos sejam capazes de cooperar em benefício mútuo [...]” (PUTNAM, 2002, p. 183). E, assim, para o autor supramencionado, KS compreende características da organização social, confiança, normas e sistemas que contribuem para aumentar a eficiência da sociedade, facilitando as ações coordenadas. Dessa forma, o KS, quando presente em uma sociedade, fortalece a tomada de decisão e a execução de ações colaborativas que beneficiam toda comunidade. Portes (1998) afirma que apesar do KS não ser novidade teórica ele vem assumindo uma nova dimensão na recuperação das consequências positivas da sociabilidade e das relações não monetárias presentes na sociedade. Portanto, o KS não é apenas um conceito do campo teórico, mas é também um dos fatores geradores de desenvolvimento.

Além disso, KS é um conceito político, já que estimula a articulação dos indivíduos, por meio de suas redes, em torno de seus objetivos comuns (FRANCO, 2003). KS, então, diz respeito à capacidade das pessoas se unirem, trabalhando em conjunto e se articulando em grupo para o bem comum. A articulação, a partir de grupos, pressupõe que haja um grau de confiança entre os membros de uma comunidade entre si. Baquero (2006) reforça a ideia de que quando as pessoas tomam consciência da importância de trabalhar em conjunto, a ação coletiva é viável. Nesse sentido, empoderar mediante redes de confiança fomenta o KS entre as pessoas e pode traduzir-se na obtenção de bens tangíveis. Conforme Baquero (2006), não é um conceito meramente normativo, mas tem a utilidade prática para o desenvolvimento da qualidade de vida e da cidadania. Marteleto e Silva (2004) atentam para o fato de que nem toda forma de KS é positiva, e que este pode ser usado negativamente contra os que estão fora de uma determinada rede. Portanto, as interações de uma rede podem ser utilizadas para fins que não conduzam ao bem-estar de uma determinada comunidade. E, por isso, o tema vem sendo alvo de muitas críticas. Sob esses aspectos, Nicola e Diesel (2003) argumentam que as propostas de desenvolvimento devem valorizar e investir em normas e redes que gerem consequências positivas, isto é, devem buscar a correlação positiva entre KS e



desenvolvimento, combatendo a negativa, seja a unidade, o indivíduo, o grupo comunitário ou a nação, aproximando a noção de KS a de um recurso produtivo.

O KS pressupõe a interação social entre dois indivíduos ou mais. Com isso, a estrutura de redes por trás do conceito de KS passa a ser definida como um recurso da comunidade construído pelas suas redes de relações (MARTELETO e SILVA, 2004). Para os autores supramencionados, a construção de redes sociais e sua consequente aquisição de KS estão condicionadas por fatores culturais, políticos e sociais. Esta questão é fundamental, pois o presente trabalho busca compreender se o KS pode estimular práticas empreendedoras que sejam capazes de promover mudanças e melhorar as oportunidades sociais, a viabilidade econômica e as condições de vida da comunidade (BUARQUE, 2000).

A partir da década de 1990 percebeu-se a existência de forte relação entre KS e a formação de aglomerações produtivas localizadas. Sendo assim, a análise de redes começou a ser utilizada para se compreender a relação de trocas existente entre firmas e empresários nos denominados *clusters* ou arranjos produtivos locais (LEMOS, 2003; SANTOS; CROCCO e LEMOS, 2005; BECATTINI, 1989; BECATTINI, 1999; BAGNASCO, 1999; COURLET, 2001; PORTER, 1999). Os principais atores nesta relação são os empreendedores, já que são eles que formam os *clusters*, sendo indivíduos que normalmente fazem contribuições positivas para a sociedade. Lezana e Tonelli (1998, p. 39) definem empreendedores como “pessoas que perseguem o benefício, trabalhando individual e coletivamente. Podem ser definidos como indivíduos que inovam, identificam e criam oportunidades de negócios, montam e coordenam novas combinações de recursos (funções de produção), para extrair os melhores benefícios de suas inovações num meio incerto”. Borges (2009) atenta para o fato de que um empreendedor pode fazer uso do capital econômico para adquirir informações, influências e reconhecimento, todavia, há recursos que só poderão ser acessados por meio do KS.

Há fortes evidências da importância do KS no que se refere às práticas empreendedoras, já que possibilita o intercâmbio de informações entre profissionais da área por meio de uma ampliação da rede de relações de confiança e busca de objetivos comuns. Esta postura traz à tona o espírito cívico e a vida cooperativa, proporcionando espaços e estruturas de trabalho em equipe, instigando a inovação e a aprendizagem coletiva, fatores essenciais para o dinamismo econômico recente (ALBAGLI; MACIEL, 2003). Para Dolabela (1999, p. 12), para se aprender a empreender, faz-se necessário um comportamento pró-ativo do indivíduo, o qual deve desejar “aprender a pensar e agir por conta própria, com

criatividade, liderança e visão de futuro, para inovar e ocupar o seu espaço no mercado, transformando esse ato também em prazer e emoção”. Dolabela relaciona o empreendedorismo com KS, perpassando a ideia de que a área de empreendedorismo no Brasil, para desenvolver o seu KS, necessita de formação mais densa na área de capital humano.

Quanto às características empreendedoras, Dornellas (2001), destaca algumas qualidades essenciais que levam o empreendedor ao êxito: capacidade de assumir riscos calculados, ter iniciativa e otimismo, conhecer o ramo do negócio, identificar oportunidades, ser líder, saber organizar e ser organizado. Outra característica fundamental é a criatividade. Bendassolli e Wood Jr. (2012) a definem como a capacidade de indivíduos ou grupos, em manipular símbolos e significados com o intuito de obter algo inovador.

Portanto, como parte de um novo conceito mundial, a Economia Criativa é aquela que, independentemente de ter finalidade, inclui a cultura, a criatividade e o conhecimento em seu processo de produção. Fazem parte da Economia Criativa, por exemplo, o artesanato, as publicações, a moda, a música, o audiovisual, o design, a web, o software, a fotografia, as indústrias do lazer e entretenimento e as indústrias culturais, entre outras.

Segundo Reis (2008), há uma tendência à valorização econômica da intangibilidade cultural, tendo em vista que a singularidade da cultura de um povo confere valor agregado aos seus produtos criativos (música, audiovisual, moda, design, games, literatura) e proporciona uma vantagem competitiva inimitável. Com isso, não há como copiar o substrato cultural que caracteriza determinadas produções e manifestações, o que lhes confere traços únicos. Para Bendassolli e Wood (2012), o profissional criativo depende de redes sociais, de infraestrutura, de uma boa rede de distribuição, de novos aparatos tecnológicos ou mídias, em suma, dependem de criação (que pode ser individual ou coletiva), produção (estrutura organizacional, capital, recursos, definição de processos, disponibilização de tecnologias) e distribuição (um canal para levar ou disponibilizar o produto criativo ao consumidor final).

Por ser composto por tal dimensão econômica, o conceito de KS pode contribuir para o estudo da economia criativa, uma vez que dentre os benefícios do KS estão: maior facilidade de compartilhamento de informações e conhecimentos, devido a relações de confiança, “espírito” cooperativo, referências socioculturais e objetivos comuns; conformação de ambientes propícios ao empreendedorismo; melhor coordenação e coerência de ações, processos de tomada de decisão coletiva e maior estabilidade organizacional, contribuindo para a redução de custos (WILLERS et al., 2008). Nesse sentido, as atividades desenvolvidas

no campo da economia criativa podem ser analisadas, em certa medida, como aquelas capazes de criar condições de geração de empregos e riqueza. Por meio do quadro conceitual, na seção a seguir apresenta-se os principais resultados das pesquisa.

### **3 A dinâmica do artesanato em Florianópolis: análise da dimensão econômica e empreendedorismo local**

A atividade do artesanato é concebida na literatura como regime de trabalho que reúne diferentes técnicas manuais de produção. Embora a história assinala a presença de objetos a mão em todas as épocas e nas mais variadas culturas, desde a atividade de polir a pedra, fabricar a cerâmica e tecer fibras de vegetais, apenas recentemente o artesanato passou a ser assim nomeado (MARTINS, 1973). No Brasil, os índios por meio das suas artes realizavam atividades artesanais como: pintura cerâmica e plumaria, sendo estes os artesões mais antigos.

Na década de 1990 observa-se o desenvolvimento do artesanato por meio do Programa Artesanato Brasileiro - PAB, vinculado ao ministério do Desenvolvimento Indústria e Comercio Exterior - MDIC. O principal objetivo deste programa foi a geração de trabalho e renda e a melhoria do nível cultural, profissional e econômico do artesão brasileiro. Suas diversas ações possibilitaram a consolidação do artesanato no Brasil, concebendo-o como um setor da economia importante.

Segundo Falcão (2008), o desenvolvimento do artesanato, além de ser uma manifestação cultural, contribui para o desenvolvimento de pequenos municípios como já exposto na problemática do artigo. A criação da Secretaria da Economia Criativa, traduz o reconhecimento do potencial das atividades criativas para o país e para o desenvolvimento local e regional. Em 2011, anteriormente a criação da SEC, foi criado o Plano da Secretaria da Economia Criativa 2011-2014, com o compromisso do Ministério da Cultura de liderar os debates e a formulação de políticas públicas sobre a cultura e o desenvolvimento no Brasil, transformando a criatividade brasileira em inovação e a inovação em riqueza.

Em Santa Catarina, assim como no Brasil, há tradições artesanais dos povos indígenas, dos povos africanos e dos demais imigrantes, de diversas etnias, que ocuparam o território em diferentes períodos, dando origem a uma extensa variedade de procedimentos e objetos (ANDRADE, 2008). No início da colonização do estado se produziam objetos para atenderem as necessidades imediatas, como as panelas e vasilhames de barro, os petrechos de pesca, os chapéus de palha, balaios e pilões. Depois, os objetos artesanais começaram a ser feitos como adornos, especialmente de motivação religiosa (ANDRADE, 2008). Somente na década de

1960 é que se teve um primeiro interesse comercial pelo artesanato de Santa Catarina e a partir disso o governo passou investir em programas como o PROCARTE (Programa Catarinense de Desenvolvimento do Artesanato).

No ano de 2000, a Lei N. 11390 autoriza o Poder Executivo a isentar do ICMS produtos artesanais produzidos por artesãos autônomos de Santa Catarina. Contudo, para usufruir do benefício, o artesão deve estar associado a entidade federativa dos artesãos catarinenses através do documento de identificação que o qualifique como tal. Em 2009 é criada pelo governador Luiz Henrique da Silveira a Lei N. 14.830, no qual dispõe sobre a criação do Conselho Estadual do Artesanato e da Economia Solidária - CEAES, vinculado a Secretaria de Estado da Assistência Social, Trabalho e Habitação. O CEAES é um órgão colegiado de caráter permanente e com composição partidária entre governo e sociedade civil de caráter consultivo e deliberativo. Tem a finalidade de promover a política estadual do artesanato e da economia solidária, fixando diretrizes para o desenvolvimento, a produção, o aprimoramento, a comercialização e a organização do artesão e do artesanato no Estado de Santa Catarina, integrando-o as políticas públicas nacionais, estaduais, regionais e municipais, com vistas ao desenvolvimento econômico sustentável.

Além disso, em 2013 a Lei nº 16.010 institui a obrigatoriedade de um espaço dedicado à exposição e comercialização do artesanato catarinense em eventos que recebam apoio financeiro do Governo do Estado de Santa Catarina. Esta Lei traz a definição do artesanato como um trabalho predominantemente manual e especifica que o espaço físico destinado ao artesanato deve ganhar destaque e localizar-se, preferencialmente, na entrada do evento. Em caso de descumprimento da Lei, o infrator fica vedado de novo aporte financeiro do Governo do Estado, para a realização de eventos, pelo prazo de dez anos.

O órgão responsável pelo artesanato na Prefeitura Municipal de Florianópolis é o IGEOF (Instituto de Oportunidades de Florianópolis), criado em dezembro de 2003 com o propósito de promover oportunidades sustentáveis de renda na cidade através do trabalho em rede. Sua missão é servir de instrumento aglutinador de forças para a inclusão social da população e seu objetivo é criar cadeias autossustentáveis de oportunidades sociais e econômicas. A intenção do IGEOF é de que o artesanato seja uma atividade econômica que fomenta a geração de renda, desenvolvimento econômico, cultural e artístico da cidade.

A Federação das Associações dos Profissionais Artesãos de Santa Catarina - FAPASC, tem como missão o fomento e a defesa dos interesses dos Artesãos Catarinenses e de suas

Associações na execução de atividades artesanais e culturais no Estado de Santa Catarina. Atualmente congrega 30 associações.

A Magiarte foi escolhida para representar o segmento dos artesãos nessa pesquisa por ser a segunda maior associação do Estado e por nascer com o apoio de uma importante instituição de ensino do Estado de Santa Catarina. Com objetivo de fomentar o associativismo dos artesãos e gerar possibilidades capazes de satisfazer às necessidades de melhoria de qualidade de vida dos artesãos, o Núcleo Integrado de Pesquisa e Extensão (NIPE/ESAG/UDESC), sob a coordenação da Professora Dr. Clerilei Aparecida Bier, iniciou a constituição de uma associação para abrigar os artesãos da grande Florianópolis. Assim, no ano de 2003, foi criada a Associação dos Artesãos da Grande Florianópolis, com a finalidade de consolidar e valorizar a profissão do artesão e o desenvolvimento do artesanato, através de ações organizadas que promovessem e significassem a atividade como importante geradora de ocupação e renda. A associação ficou conhecida pelo nome fantasia: Magiarte.

Em 2007 foi inaugurada, a Arte Floripa- Associação dos Artesãos de Santa Catarina, uma Feira de Artesanato, Gastronomia, Arte e Cultura, localizada no coração da cidade, no Parque da Luz, aos domingos das 9h às 14h, com amplitude para 100 barracas. No entanto, em outubro de 2007, houve a extinção da Associação Arte Floripa e os associados foram convidados a se associarem à Magiarte. Logo em seguida, por decisão em assembleia, houve alteração do nome da associação Magiarte para: Associação dos Artesãos do Estado de Santa Catarina, com o nome fantasia: MAGIARTE ARTE FLORIPA. Tendo como objetivo incentivar e divulgar a produção artística, gastronômica e cultural do Estado de Santa Catarina, junto à comunidade, visitantes e turistas, proporcionando momentos de lazer e cultura.

Atualmente, a feira de artesanato da associação Magiarte acontece às terças-feiras e aos sábados na Praça XV de Novembro, no centro de Florianópolis, contando com 52 expositores associados e três filiados. De acordo com o artigo 4 do estatuto da Magiarte é considerado artesão a pessoa que se dedique individualmente à atividade manufatureira pura e/ou mecanizada, com domínio e controle integrais do processo produtivo e que tenha como resultado final a produção, restauro ou reparação de bens artísticos, utilitários e alimentares, de estilo tradicional, contemporâneo ou livre.

A Feira da Magiarte é um evento que se realiza através de exposição e comercialização de produtos artísticos, artesanais e gastronômicos, elaborados por artesãos autônomos no Estado de Santa Catarina. Quanto às barracas, as utilizadas atualmente foram

doadas pelo Banco do Brasil através do projeto Sustentabilidade. A prefeitura somente disponibiliza o uso do espaço público e da energia elétrica.

A respeito da hierarquia na organização, a diretora executiva tem uma maior autonomia, seguida do grupo gestor. A organização da feira é feita obedecendo ao artigo 12 do regulamento, no qual afirma que a mesma é desempenhada pelo grupo gestor em conjunto com a diretoria da Associação, constituída por um Diretor Executivo, Vice-Diretor Executivo, um Diretor Financeiro, um Vice-Diretor Financeiro, Primeiro e Segundo Secretários. A Associação ainda conta com uma comissão de avaliação, constituída por 12 membros, eleitos em assembleia geral, pelo prazo de 1 ano e um conselho fiscal composto por 5 membros da Associação.

### **3.1 Dimensão econômica e empreendedorismo: motivação, renda e processo de aprendizado**

A feira de artesanato da associação Magiarte como destacado na seção anterior, ocorre na Praça XV de Novembro, no centro de Florianópolis e conta com 52 expositores associados e três filiados. De acordo com o artigo 4 do estatuto da Magiarte é considerado artesão toda a pessoa que se dedique individualmente à atividade manufatureira pura e/ou mecanizada, com domínio e controle integrais do processo produtivo e que tenha como resultado final a produção, restauro ou reparação de bens artísticos, utilitários e alimentares, de estilo tradicional, contemporâneo ou livre. Assim, o artesanato é considerado como o produto de uma habilidade de modificar, agrupar e lapidar materiais diversos, formando uma peça ou instalação com originalidade, arte e técnica.

No quadro dos resultados da pesquisa pode-se perceber que quando os artesãos foram questionados sobre o tempo de atividade como artesão, sete dos 14 entrevistados destacaram que são artesãos a mais de 10 anos. Os outros sete artesãos responderam que realizam atividades a menos de 10 anos. Sobre a motivação para com o artesanato, foram identificados as seguintes razões:

- i) Ter habilidades manuais;
- ii) Forma de manter a saúde e como terapia ocupacional;
- iii) Fonte de renda;
- iv) Ser um trabalho livre;
- v) Manter o convívio social;
- vi) Proporcionar tempo para cuidar da família;

vii) Questão cultural;

Tais motivos podem ser ilustrados pelas seguintes falas dos entrevistados: *“Por gostar mesmo, e para continuar o trabalho da minha mãe. Ela teve problemas sérios de saúde e eu comecei a acompanhar e acabei gostando”* (Entrevistado 2). *“Primeiro por que já tinha muita habilidade com qualquer tipo de trabalho manual. Desde criança, pintava, fazia artes. Eu trabalhava numa área de prótese dental, que também era trabalho manual, mas eu precisava mais da parte artística. Aí eu migrei totalmente quando vim pra cá. Pego muitas técnicas da minha da minha profissão antiga, polimento de metais, artesanatos com arames, antes eu fazia aparelho. Só que já puxando pra arte, que era sempre o que eu precisava me expressar, sempre que eu precisava fazer. Os materiais e ferramentas são muito parecidos da última profissão e dessa”* (Entrevistado 3). *“Me tornei por necessidade. Mas hoje em dia, voltei a estudar, estou estudando e fico aqui para me manter”* (Entrevistado 4). *“Por opção, para não ter que ficar em casa sem fazer nada. Eu gosto de fazer essas coisas”* (Entrevistado 5). *“Porque a aposentadoria é inadequada. Por uma rentabilidade e manter o convívio social, com as pessoas”* (Entrevistado 8).

No decorrer do estudo de campo, buscou-se identificar se havia antecedentes familiares na realização das atividades artesanais. Quando questionados sobre tais antecedentes, sete dos 14 entrevistados dizem ter sofrido influência dos familiares, os sete restantes não possuem familiares ligados ao artesanato. Um outro elemento identificado no transcurso da pesquisa de campo realizada junto aos artesãos da Magiarte foi se o artesanato era a principal fonte de renda, observando-se, assim, que no quadro das respostas obtidas sete dos 14 entrevistados sobrevivem preponderantemente do artesanato e os sete restantes não.

Quando questionados sobre o processo de aprimoramento da sua técnica, cinco dos artesãos entrevistados destacaram que realizam ou já realizaram algum tipo de curso de aperfeiçoamento, conforme destacado nas falas a seguir: *“Já, vários. Procuo acompanhar sempre. Fiz alguns pelo SEBRAE também”* (Entrevistado 2). *“A gente faz aulinha no salão da igreja uma vez por semana, mas é mais um encontro para a gente costurar”* (Entrevistado 14).

Os demais entrevistados destacam que não realizaram cursos direcionados as atividades que realizam. Todavia, alguns procuram aperfeiçoar-se através de acompanhamento das tendências em revistas, internet, TV e realizando cursos de gestão, conforme as falas a seguir: *“Eu acompanho muito por revista e TV, o que tem de coisa nova, eu fico "ciscando" para aprender. Quando você entra nesse meio, é fácil aprender porque*

*uma coisa puxa a outra” (Entrevistado 6). “Técnica não, o único curso que fiz foi gestão de negócios no SEBRAE. Contribuí para gerenciar a feira. Saber por preço, atender o cliente, tudo ajuda. Pra nós o atendimento conta muito, é muito turista. Se você atende bem pode ter certeza que ele volta. É um círculo, é bem legal” (Entrevistado 1).*

Além disso, alguns destacam o fato de sua técnica ser singular, conforme as falas a seguir: *“Não porque do meu seguimento não tem igual. Eu mesmo vou atrás das coisas, eu mesmo procuro aprimorar as coisas...” (Entrevistado 8). “Não, não. Sou autodidata, e trabalhei em muitos ateliês na Europa e argentina, mas nunca fiz cursos” (Entrevistado 7).*

### **3.1 Articulação externa dos artesãos da Magiarte**

Outrossim, no quadro de análise da pesquisa, quando questionados se já trabalharam ou trabalham com outras Associações de artesãos, sete dos 14 entrevistados afirmaram que nunca participaram e nem participam de atividades em outras associações produtivas ou comerciais, conforme as falas a seguir: *“Associação não, essa é a primeira. Eu fazia feira na lagoa à 7 anos atrás. Mas na época não era nenhuma associação, era uma feira paralela. Agora são duas ali. Eu era da época que era só chegar lá e montar. Muito tempo eu trabalhei sozinha, vendendo na praia. E eu sentia falta dessa integração” (Entrevistado 3). “Essa é minha primeira. E sempre participei só aqui” (Entrevistado 4).*

Os demais artesãos entrevistados, sete, participam ou já participaram de outras associações ou feiras de artesãos, conforme ilustrado nas falas a seguir: *“Eu faço parte da associação da Lagoa, do Kobrasol também, e da FAPASC. Pela necessidade de fazer outras feiras também, por gostar também. Eu gosto muito da feira da Lagoa, minha maior fonte de renda é de lá. E o Kobrasol também tá surpreendente. Estou só a 3 meses lá mas também tá bem bacana” (Entrevistado 2). “Já. Faço parte da AAFLO - no camelódromo - Associação dos Artesãos de Florianópolis. Trabalho com eles porque eu gosto disso. Eu gosto de trabalhar. Me convidaram e eu fui. Mas não é uma feira, é um box que fica no camelódromo” (Entrevistado 5). “Exponho em outras feiras, sim. Eu tenho liberdade de ir em qualquer feira porque só eu faço isso (caixas com metal). Eu faço também a Lagoa, só essas duas” (Entrevistado 8).*

Se por um lado identificou-se a participação em outras feiras, por outro lado quando questionados se há algum grupo de artesãos ou Associação que eles gostariam de participar, mas não conseguem, metade dos entrevistados afirmaram que não, pois as atividades de comercialização na Magiarte são suficientes. Além disso, informaram que ainda não



procuraram outra alternativa, conforme corroborado pelas falas a seguir: “*Não, eu tenho que produzir. Não dá tempo de produzir se eu trabalhar pra vender em outro dia. Não tem como*” (Entrevistado 1). “*Não, está muito bom aqui. Ótimo*” (Entrevistado 6).

Entretanto, os demais entrevistados destacaram que gostariam de filiar-se a outras associações ou feiras, conforme as afirmações: “*Eu gostaria de tentar participar do grupo da MIRAMAR, mas ali tá bem difícil até pra eles o espaço. Eu já tentei também aquela que tem a lojinha no Shopping Floripa. Acho que é a associação casa Catarina. Mas eles não deram retorno. Disseram pra mandar o material que quando abrisse vaga... mas até agora não responderam*” (Entrevistado 3).

No que se refere à interação da Magiarte com outros grupos que tenham objetivos semelhantes observou-se que quatro dos 14 entrevistados desconheciam se havia ou não a busca de interação com outros grupos, corroborado pela fala a seguir: “*Isso seria o ideal, se integrar, mas por enquanto parece que não*” (Entrevistado 7).

Os demais entrevistados afirmaram que a Magiarte tem parcerias com outras feiras, como a UNIARTE e a MIRAMAR, conforme corroborado pelas falas a seguir: “*Sim, a gente até trabalha em parceria com a UNIARTE, essa da Catedral. A gente trabalha junto na beira-mar, todos os domingos*” (Entrevistado 1). “*Sim, sim. A gente sempre procura unir as associações como tem acontecido pelo pedido do IGEOF. A gente reúne no sábado várias associações para fazer uma feira grande. Eu acho fantástico, pois o cliente também tem mais opções de produtos*” (Entrevistado 2). “*Então, antes não tinha. Antes era cada um por si. Mas esse ano como o IGEOF pegou pra cuidar das feiras. A gente começou a ter mais contato. Os presidentes começaram a ir em mais reuniões juntos, com o grupo da Miramar, da Fernando Machado. Esse ano a gente começou a se falar, a se conhecer mais mesmo. E a FAPASC também...*” (Entrevistado 3).

Por outro lado, quando questionados sobre se a Magiarte trabalha ou interage com outros grupos que tenham objetivos diferentes, oito dos entrevistados evidenciaram que desconhecem ou que não há interação com outras organizações, conforme as falas a seguir: “*Não que eu saiba. Eu vejo que as vezes são programações como campanha contra a droga na Beiramar. Aí nos chamam*” (Entrevistado 2). “*No momento a gente não tá envolvido com nenhum grupo que não seja de artesanato*” (Entrevistado 3).

Já os demais entrevistados destacaram que a Magiarte interage ou que gostaria de interagir com outras organizações que possuem objetivos diversos, como o Banco do Brasil, a Prefeitura (através do Instituto de Oportunidades de Florianópolis – IGEOF) e o SENAC,

conforme citado nas falas a seguir: *“A prefeitura e o Banco do Brasil sempre dão um apoio pra gente. E o IGEOF que agora tá comandando tudo”* (Entrevistado 1). *“Sim, sim. Banco do Brasil sempre foi parceiro da feira, agora está entrando o IGEOF, que é da prefeitura, então existe o contato”* (Entrevistado 10).

Quando questionados se existe alguma pessoa ou associação fora da MagiarTE que seja importante para essa Associação, os entrevistados citaram as seguintes organizações: UDESC; Banco do Brasil; Fundação Franklin Cascaes e FAPASC. *“A UDESC sempre deu um apoio pra gente, o Banco do Brasil. Mas pessoas, na MagiarTE não. Não tem apoio político nem lideranças externas. Só a diretoria interna mesmo”* (Entrevistado 1). *“A gente não tem apoio de fora de ninguém. “Teve o Banco do Brasil que apoiou a gente na época, com barraca, propaganda”* (Entrevistado 11).

Um dos entrevistados aponta para o fato de não ter tido muito apoio de outras associações ou pessoas, conforme a fala a seguir: *“No máximo o presidente da FAPASC que abriu espaço pra gente fazer as carteirinhas. Mas não que ele esteja correndo atrás de coisas que a gente precisa”* (Entrevistado 3).

No quadro das pessoas de fora da MagiarTE que se destacaram para a Associação tem-se: a professora universitária idealizadora do projeto; o apoiador, mais de uma vez citado pelos entrevistados, conforme a fala a seguir: *“Existe o apoiador, que não é artesão, mas está sempre ajudando”* (Entrevistado 4), os representantes da UDESC, do Banco do Brasil, da Fundação Franklin Cascaes e da FAPASC. Contudo, sete dos entrevistados desconheciam a existência de alguma pessoa ou Associação importante fora da MagiarTE.

No que se refere às trocas existentes entre as diferentes Associações de Artesanato, dez dos entrevistados afirmam que há dificuldade de se haver essas trocas: *“Não é muito real isso não. Até existe, mas é raro. Eu sei que houve entre a Lagoa e aqui, o apoiador ajudou muito as feiras em si, mas o retorno pra ele foi horrível. Eu percebi que depois de ele ter ajudado ele foi hostilizado. Ele organizou a associação da Catedral e o vereador foi lá e conseguiu transformar em patrimônio histórico...”* (Entrevistado 2). *“Tem é inveja. O pessoal da Praça XV não gosta que o pessoal faça feira durante a semana para não atrapalhar... Acho isso uma besteira”* (Entrevistado 5). *“Há troca entre os artesãos, mas não entre as associações”* (Entrevistado 13).

Os demais entrevistados destacaram haver trocas entre as diferentes associações de Artesanato, mas que essas trocas são, ainda, incipientes. Dentre os entrevistados alguns destacaram a criação do IGEOF da Prefeitura e as trocas com a feira da Beira Mar, conforme

as falas a seguir: *“A Magiarte participa às vezes das feiras da Beira-Mar, mas eu não posso ir lá porque eles dizem que tiro a clientela deles com a comida”* (Entrevistado 4). *“Hoje em dia está tendo, agora com o IGEOF que é o órgão da prefeitura responsável pelo artesanato na ilha. Às vezes acontece de ter um artesão expondo numa outra feira, ou como o IGEOF está propondo de fazer uma feira única na praça Fernando Machado”* (Entrevistado 11).

### **3.2 Acesso a recurso, serviços e benefícios dos artesãos da Magiarte**

Um aspecto relevante identificado no transcurso da pesquisa foi no quadro do acesso a recursos, serviços e benefícios pelos artesãos da Magiarte. Quando questionados sobre os principais recursos/ajuda/benefício, disponíveis para a Magiarte verifica-se, pelas falas dos entrevistados que o Banco do Brasil tem papel de destaque, mas também a Prefeitura Municipal de Florianópolis com o IGEOF e o SEBRAE: *“Incentivo financeiro do Banco do Brasil, disponibilização das barracas e do espaço”* (Entrevistado 2). *“O Sebrae dá cursos gratuitos através do Banco do Brasil[...]”* (Entrevistado 11). *“O IGEOF vai dar barraca nova, a gente espera. Antes teve o Banco do Brasil. O Banco do Brasil ajudou muito a gente”* (Entrevistado 14).

Além do apoio das instituições destacadas anteriormente pelas falas dos entrevistados, tem-se o apoio da própria Magiarte, especialmente no que se refere aos recursos materiais como barracas, o espaço físico, entre outros, conforme corroborado pelas falas a seguir: *“Porque temos nosso próprio caixa. A gente paga a associação. E essa contribuição é um fundo que a Magiarte recolhe para alguma emergência ou festa de final de ano. Que eu saiba temos nosso próprio recurso. Pagamos R\$ 10 por mês. Fazemos viagens para conhecer alguma feira, ou para conhecer outro artesanato”* (Entrevistado 4). *“Acho que só o local, instalação, luz, mas tudo é pago por nós. Hoje é que está se falando que a prefeitura vai doar barracas novas, mas o resto não sei”* (Entrevistado 8).

Quando questionados se existe alguma fonte de financiamento para o grupo ou para as pessoas individualmente verificou-se que oito dos quatorze entrevistados destacaram o Banco do Brasil como fonte de financiamento, mas na sua maioria com recursos individuais, conforme as falas a seguir: *“O Banco do Brasil tem uma fonte, um microcrédito que você pode utilizar. A gente tem o acesso através da associação”* (Entrevistado 10). *“Tem no Banco do Brasil. Que abre financiamento para compra de material com juros mais baixos”* (Entrevistado 11).

Os demais entrevistados, quando questionados se existe alguma fonte de financiamento para o grupo, ou para as pessoas individualmente destacaram que não existe ou é financiada pela própria Magiarte, conforme corroborado pelas falas a seguir: *“Nós mesmos nos financiamos. O artesão tem que pagar e ser sócio da Magiarte”* (Entrevistado 6). *“Ninguém nos ajuda, nós mesmos nos financiamos quando precisa. Às vezes aparece algum programa do governo como o do Banco do Brasil, mas não é sempre”* (Entrevistado 4).

Quando questionados se conhecem a FAPASC (Federação das Associações de Profissionais Artesãos de Santa Catarina), oito dos 14 entrevistados afirmaram conhecer, os demais, seis dos 14, afirmaram desconhecer.

Também, ao serem questionados sobre como acontece a circulação de informações entre a Magiarte e a FAPASC, os entrevistados destacaram que elas ocorrem frequentemente por telefone, via redes sociais e por meio da direção da feira, conforme as falas a seguir: *“Ultimamente as informações que chegam pra mim, são poucas. Então não posso te falar muito sobre isso. Com a presidente talvez, mas comigo não chega muita coisa”* (Entrevistado 1). *“Via telefone e via facebook”* (Entrevistado 2). *“A gente não tem tido muito vínculo, mas quando precisa eu tenho o contato com o Valdir (presidente da FAPASC). Ele tá sempre aberto... Precitaria talvez estar mais próximo, mais em conjunto. Esse ano ele veio aqui buscar uns artesões novos pra uma nova feira. Aí eu senti um envolvimento maior”* (Entrevistado 3). Os demais entrevistados quando questionados sobre como acontece a circulação de informações entre a Magiarte e a FAPASC afirmam desconhecer ou não existir. A seção a seguir detalha as principais considerações da pesquisa, destacando que há avanços e limites do empreendedorismo no campo do artesanato em Florianópolis.

#### **4 Considerações finais**

No início do século XXI o campo da economia criativa vem se destacando na literatura devido, entre outras questões, a sua importância social e econômica. No Brasil, dados do IBGE (2006) mostram que quase 10% do PIB nacional provém dessas indústrias, tendo, portanto, um importante papel na criação de riqueza do país. Além disso, a Secretaria da Economia Criativa no Brasil considera que os setores criativos são aqueles cujas atividades produtivas têm como insumos principais a criatividade e o conhecimento. Um dos campos da economia criativa é o artesanato que contribui para o desenvolvimento de pequenos municípios, representando 2,8% do PIB nacional.

Em se tratando do quadro dos resultados da pesquisa percebeu-se que a motivação

para o exercício do artesanato pelos artesãos está relacionada às habilidades manuais; à forma de manter a saúde e como terapia ocupacional; como fonte de renda; por ser um trabalho livre; para manter o convívio social; proporcionar tempo para cuidar da família; e, por fim, ligado a questão cultural. Metade dos entrevistados têm antecedentes familiares, o que, em certa medida, influencia a sua atividade.

No que se tange ao processo de aprendizado, os artesãos realizam, ainda, poucos cursos voltados à sua arte, em geral realizam cursos promovidos pelo SEBRAE, principalmente para venda e comercialização. Além disso, no que se refere à articulação externa dos artesãos da Magiarte com outras feiras, instituições e indivíduos, há incipiência nas relações externas, que estão sendo intensificadas pela criação do IGEOF e por iniciativa da própria FAPASC.

Um outro aspecto abordado na pesquisa foi o acesso a recursos, serviços e benefícios pelos artesãos da Magiarte. Conclui-se que os principais recursos/ajuda/benefício disponíveis para a Magiarte advêm do Banco do Brasil, da Prefeitura Municipal de Florianópolis com a idealização do IGEOF e o apoio do SEBRAE. Além disso, há a FAPASC, mas que detém apenas vínculo formal e institucional, o que é ainda bastante incipiente.

Embora a pesquisa tenha demonstrado ações fragmentadas entre os artesãos e organizações promotoras do artesanato em Florianópolis é possível perceber que o capital social, especialmente quanto às relações interpessoais na Magiarte, tem influenciado, também, de forma positiva os empreendimentos e elevado a probabilidade de sobrevivência dos mesmos. Nesse sentido, a pesquisa evidencia o que é um certo consenso na literatura, de que grupos de profissionais que interagem entre si compartilhando informações, recursos e experiências, visando o bem comum, tendem a ser mais bem estruturados, caracterizando estruturas sociais e/ou comunidades baseadas na confiança.

Além disso, é preciso destacar que as iniciativas de criação do IGEOF pela Prefeitura Municipal e as ações da própria FAPASC demonstram que as iniciativas locais caminham no sentido de maior envolvimento e articulação entre os diferentes atores e instituições. Tais iniciativas convergem com o que destaca Putnam (2002), que quanto mais desenvolvidos forem os sistemas numa comunidade, maior a probabilidade de que seus cidadãos sejam capazes de cooperar em benefício mútuo. Dessa forma, o KS identificado no contexto da Magiarte e instituições de apoio têm fortalecido a tomada de decisão e a execução de ações colaborativas que beneficiam toda comunidade local.

No que se refere às evidências da importância do KS e práticas empreendedoras da Magiarte no contexto do artesanato local conclui-se que o intercâmbio de informações entre profissionais da área por meio de uma ampliação da rede de relações de confiança e busca de objetivos comuns- por meio do IGEOF, FAPASC, SEBRAE, diferentes artesãos em diferentes feiras - acarreta uma postura proativa e traz à tona o espírito cívico e a vida cooperativa, proporcionando espaços e estruturas de trabalho em equipe, instigando a inovação e a aprendizagem coletiva, fatores essenciais para o dinamismo econômico recente (ALBAGLI; MACIEL, 2003). Percebe-se, também, que tal perspectiva segue a intenção do IGEOF de que o artesanato seja uma atividade econômica que fomente a geração de renda, desenvolvimento econômico, cultural e artístico do município de Florianópolis.

Assim, pode-se concluir que as tendências analisadas no transcurso desta pesquisa demonstram que esse é um campo em desenvolvimento e, portanto, há necessidade de ampliação das pesquisas empíricas de modo a resgatar as reais potencialidades e os reais limites do artesanato em Florianópolis e do potencial de dinamização do campo da economia criativa como alternativa mais compatível para o desenvolvimento local.

## Referências

- ALBAGLI, Sarita; MACIEL, Maria L. **Capital social e desenvolvimento local**. In: LASTRES, Helena M. M.; CASSIOLATO, José E.; MACIEL, Maria L. Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local. Rio de Janeiro: RelumeDumará, 2003. p. 423-440.
- ANDRADE, Jeni Joana de; ASEFF, Marlon; ANDRADE, Rejane et al. **Feito a mãos: o artesanato em Santa Catarina**. 145 p. Florianópolis, Tempo Editorial, 2008.
- BAGNASCO, Arnaldo. Desenvolvimento regional, sociedade local e economia difusa. In: COCCO, Giuseppe; URANI, André; GALVÃO, Alexandre Patez. **Empresários e empregos nos novos territórios produtivos: o caso da Terceira Itália**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- BARON, R.A. & MARKMAN, G.D. 2003. **Beyond social capital: The role of entrepreneurs' social competence in their financial success**. Journal of Business Venturing. 18(1): 41-60.
- BAQUERO, M. Globalização e Democracia Inercial: O que o capital social pode fazer na construção de uma sociedade participativa? In: BAQUERO, M.; CREMONESI, D. **Capital Social: Teoria e Prática**. Ijuí: Unijuí, 2006. p. 42 – 69.
- BECATTINI, Giacomo. Os distritos industriais na Itália. In: COCCO, Giuseppe; URANI, André; GALVÃO, Alexandre Patez. **Empresários e empregos nos novos territórios produtivos: o caso da Terceira Itália**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

BENDASSOLLI, P. F. **Desempenho Empreendedor nas Indústrias Criativas Brasileiras E Portuguesas**. Projeto de Pesquisa. 2011.

BENDASSOLLI, P. F.; CUNHA, M. P. E.; KIRSCHBAUM, C.; WOOD JR., T. **Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades**. RAE, v. 49, n. 1, p. 10-18, 2009.

BORGES, C. **Como o capital social do empreendedor pode influenciar o processo de criação de uma empresa tecnológica?**. Santiago de Cali: UniversidadIcesi, 2009.

CAIADO, A. S. C. (Coord.). **Economia Criativa na cidade de São Paulo: Diagnóstico e Potencialidade**. São Paulo: FUNDAP, 2011. 160 p.

COLEMAN, James S. Coleman. **Organizations and Institutions: Sociological and Economic Approaches to the Analysis of Social Structure**. The American Journal of Sociology, Vol. 94, Supplement: (1988), pp. S95-S120. Published by: The University of Chicago Press. Stable URL: <<http://www.jstor.org/stable/2780243>>. Accessed: 02/09/2012

COURLET, Claude. **Territoires et régions, les grands oubliés du développement économique**. Paris: L'Harmattan, 2001.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor. A metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo. ed. Cultura editores associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Campus. Rio de Janeiro, 2001.

ECONOMIA CRIATIVA. Ministério da Cultura. Disponível em: <<http://migre.me/bybgG>>. Acesso em: 30 out. 2012.

FALCÃO, José de Moraes. **Artesanato: as mãos visíveis do mercado**. 2008. Disponível em: <<http://www2.rj.sebrae.com.br/boletim/artesanato-as-maos-visiveis-do-mercado/>>. Acesso em: 14 fev. 2014.

FONSECA, A. C. et al. **Economia criativa : um conjunto de visões**. São Paulo: Fundação Telefônica, 2012. 170p.

FRANCO, A. **Capital Social**, Brasília, Instituto Millenium, 2003.

FUKUYAMA, F. **Confiança, as virtudes sociais e a criação da prosperidade**. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

FUNDAÇÃO NACIONAL DE ARTE (BRASIL). **Artesanato brasileiro**. 3. ed. Rio de Janeiro: FUNARTE, 1986. 165p

GROOTAERT C.; NARAYAN, D.; JONES, V. N.; WOOLCOCK, M. **Questionário integrado para medir capital social (QI-MCS)**. Grupo Temático sobre Capital Social. Washington, D.C.; World Bank, 2003.

HARTLEY, J. **Creative Industries**. London: Blackwell, 2005. **Histórico Recente: Economia criativa**. Disponível em: <<http://goo.gl/mXg0s>>. Acesso em: 15 out. 2012.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Sistemas de informações e indicadores culturais**. Estudos & pesquisas, 18. Brasília, 2006

LASTRES, Helena M. M. e CASSIOLATO, José Eduardo. **Mobilizando conhecimentos para desenvolver arranjos e sistemas produtivos e inovativos locais de micro e pequenas empresas no Brasil**. Disponível em: <<http://www.ielpr.org.br/apl/uploadAddress/glossario.pdf>>. Acesso em: 11 jan. 2007.

LEMOS, Cristina. **Micro, pequenas e médias empresas no Brasil**: novos requerimentos de políticas para a promoção de sistemas produtivos locais. Rio de Janeiro, 2003. 269f. (Tese de Doutorado, Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção). UFRJ, Rio de Janeiro, 2003.

LEZANA, A. G. R.; TONELLI, Alessandra. **O comportamento do empreendedor. In.: MORI, F. Empreender: Identificando, avaliando e planejando um novo negócio**. UFSC, ENE, 1998.

LUDKE, M.; ANDRÉ, M. E. D. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: Editora Pedagógica e Universitária, 1986

MACHADO, R. M. **Da Indústria Cultural à Economia Criativa**. Artigo apresentado originalmente como comunicação no IV Encontro Nacional de Estudos do Consumo (IV ENEC), realizado em setembro de 2007 no Rio de Janeiro, e promovido pelo CPDA/UFRRJ, UFF e CAEPM/ESPM.

MARTES, A. C. B. ; RODRIGUEZ, Carlos L . **Church membership, social capital, and entrepreneurship in Brazil communities in Brazilian communities in the U.S.**. In: Curt H. Stiles; Craig S. Galbraith. (Org.). *Ethnic Entrepreneurship: Structure and Process*. 1 ed. Boston: ElsevierLtd., 2004, v. 1, p. 171-202.

MARTELETO, Regina Maria; SILVA, Antonio Braz de Oliveira e. **Redes e capital social: o enfoque da informação para o desenvolvimento local**. Ci. Inf., Brasília , v. 33, n. 3, dez. 2004 . Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0100-19652004000300006&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652004000300006&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em 14 mar. 2014.

MARTINS, Saul. **Contribuição ao estudo científico do artesanato**. Belo Horizonte: Imprensa Oficial, 1973. 100 p

MINISTERIO DA CULTURA. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: Política, diretrizes e ações 2011-2014**. Brasília, 2011.

NAHAPIET, J., & GHOSHAL, S. (1998), **Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage**, *Academy of Management Review*, Volume 23, pages 242-266

NICOLA, M.P.; V. DIESEL. **Capital social em comunidade rural no âmbito de um projeto de desenvolvimento regional participativo: o caso carro quebrado, Pinheiro Machado, RS**. Revista Científica do Programa de Pós-graduação em Extensão Rural e do Departamento de Educação Agrícola e Extensão Rural, 10 ed., Ano X, jan/dez 2003.



PORTER, Michael. **Aglomerados e Competição**: novas agendas para empresas, governos e instituições. In *Competição*. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PORTES, A. **Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology**. *Annual Review of Sociology* 24, 1-24, 1998. Disponível em: <<http://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.soc.24.1.1>> Acesso: 30 ago. 2012.

PUTNAM, R. D. **Comunidade e democracia**: a experiência da Itália moderna. 3. ed. Rio de Janeiro: Fundação Getulio Vargas Editora, 2002.

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

SANTOS, Fabiana; CROCCO, Marco e LEMOS, Mauro B. **Arranjos e sistemas produtivos locais em “espaços industriais” periféricos**: estudo comparativo de dois casos brasileiros. Belo Horizonte: UFMG/Cedeplar, 2002. 27p. Disponível em:<<http://www.cedeplar.ufmg.br/pesquisas/td/TD%20182.pdf>>Aceso em: 20 abril 2005.

UNCTAD - UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT. *Creative economy report: a feasible development option*. New York, 2010. Disponível em: <<http://migre.me/byaVj>>. Acesso em: 27 out. 2012.

UNESCO. *Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*, 20 October 2005, 33rd session of the General Conference. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001502/150224por.pdf>> Acesso em: 30 ago. 2012.

VASCONCELOS, Ana Karinne Henrique; LEAL, Rennaly de Lourdes de Melo; PINTO, Maria Verônica Silva. *Intervenção do Design num grupo de produção artesanal*. *Qualit@s Revista Eletrônica*, São Pulo, v. 9, 2009.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 1998.

TRIVIÑOS, Augusto. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 1987.

WILLERS, E. M.; LIMA, J. F.; STADUTO, J. A. R. **Desenvolvimento local, empreendedorismo e capital social: o caso de Terra Roxa no estado do Paraná**. *Interações*, Campo Grande, v. 9, n. 1, p. 45-54, 2008.