

PRODUÇÃO CIENTÍFICA SOBRE A INTERCONEXÃO ENTRE A ECONOMIA CRIATIVA E O ARTESANATO NO BRASIL

SCIENTIFIC PRODUCTION ON THE INTERCONNECTION BETWEEN THE CREATIVE ECONOMY AND CRAFTS IN BRAZIL

PRODUCCIÓN CIENTÍFICA SOBRE LA INTERCONEXIÓN ENTRE LA ECONOMÍA CREATIVA Y LA ARTESANÍA EN BRASIL

*Jeisseny Mickelle Dias Pinedo
Maria de Fátima Nóbrega Barbosa
Debora Regina Schneider Locatelli*

Resumo: O estudo faz uma análise das produções acadêmicas que abordam a interconexão entre os temas economia criativa e artesanato. O metaestudo teve como base artigos do Portal de Periódicos CAPES. Foram encontrados 17 artigos, dos quais 8 foram analisados. Utilizou-se análise de conteúdo categorial e análise léxica (IRAMUTEQ). As pesquisas são na maioria qualitativas, exploratórias e descritivas, utilizando a entrevista para coleta de dados. Foram elencadas seis classes temáticas, destacando a importância do artesanato indígena e a necessidade de regulamentação da profissão. Os termos mais frequentes ressaltam o papel do artesão/ã como empreendedor, o artesanato como gerador de valor cultural, criativo e simbólico, relacionado à moda e ao desenvolvimento urbano/local. O estudo avança na compreensão da pesquisa brasileira sobre o tema, apontando a relevância crescente do artesanato para a economia criativa e a necessidade de aprofundamento na investigação de suas dimensões social, econômica e cultural no contexto nacional.

Palavras-chave: Economia Criativa. Artesanato. IRAMUTEQ. CAPES. Indígena.

Abstract: This study analyzes academic productions that address the interconnection between the themes of creative economy and crafts. The meta-study was based on articles from the CAPES Periodicals Portal. Seventeen articles were found, of which eight were analyzed. Categorical content analysis and lexical analysis (IRAMUTEQ) were used. The research is mostly qualitative, exploratory, and descriptive, using interviews for data collection. Six thematic classes were listed, highlighting the importance of indigenous crafts and the need for regulation of the profession. The most frequent terms emphasize the role of the artisan as an entrepreneur, crafts as a generator of cultural, creative, and symbolic value, related to fashion and urban/local development. The study advances the understanding of Brazilian research on the topic, pointing to the growing relevance of crafts for the creative economy and the need for further investigation of its social, economic, and cultural dimensions in the national context.

Keywords: Creative Economy. Craftsmanship. IRAMUTEQ. CAPES. Indigenous.

Resumen: Este estudio analiza la producción académica que aborda la interconexión entre la economía creativa y la artesanía. El metaestudio se basó en artículos del Portal de Publicaciones Periódicas de CAPES. Se encontraron diecisiete artículos, de los cuales se analizaron ocho. Se empleó el análisis de contenido categorial y el análisis léxico (IRAMUTEQ). La investigación es principalmente cualitativa, exploratoria y descriptiva, y utilizó entrevistas para la recolección de datos. El análisis de contenido categorial reveló seis clases temáticas, destacando la importancia de la artesanía indígena y la necesidad

de regular la profesión. Los términos más frecuentes enfatizan el rol del artesano como emprendedor, la artesanía como generadora de valor cultural, creativo y simbólico, vinculado a la moda y al desarrollo urbano/local. El estudio profundiza la comprensión de la investigación brasileña sobre el tema, señalando la creciente relevancia de la artesanía para la economía creativa y la necesidad de seguir investigando sus dimensiones sociales, económicas y culturales en el contexto nacional.

Palabras clave: Economía Creativa. Artesanía. IRAMUTEQ. CAPES. Indígena.

1 INTRODUÇÃO

É inegável a importância da criatividade e das expressões autorais e coletivas em um contexto socioeconômico marcado pela expansão da economia criativa e pela implementação de políticas públicas culturais. Essa abordagem sugere um reconhecimento da contribuição singular do artesanato para o enriquecimento da cultura contemporânea e para a construção de identidades coletivas. O artesanato, muitas vezes associado a tradições e técnicas ancestrais, emerge como uma forma de expressão artística que transcende sua função prática (Alves Netto; Oliveira; Monteiro, 2023).

Na contemporaneidade, vivencia-se uma era marcada por avanços tecnológicos e mudanças rápidas, entretanto, paradoxalmente, observa-se o artesanato gradualmente tornando-se invisível. Em meio à crescente ênfase em produções massificadas e industrializadas, as habilidades artesanais, transmitidas por gerações, enfrentam desafios para se manterem visíveis e reconhecidas. A cultura do “feito à mão”, que por séculos representou a essência da criação humana, muitas vezes cede espaço para a produção em larga escala e o consumo instantâneo.

O estímulo ao artesanato emerge como uma alternativa recorrente em iniciativas voltadas para o desenvolvimento local. Essa abordagem não apenas visa revitalizar áreas que se encontram estagnadas ou em declínio, mas também possui o potencial de promover a (re)inserção social e econômica, resgatando a cidadania e a autoestima de comunidades consideradas socialmente excluídas (Oliveira, 2007).

A interconexão entre a economia criativa e o artesanato parece óbvia, porém

definir o artesanato, do ponto de vista econômico, ainda é complexo, permeado pela falta de informações, pelo entendimento do que é artesanato e por toda a complexidade em termos de atividade e estrutura organizacional (Friel, 2020). Assim, há necessidade de se compreender como ocorre essa interligação da economia criativa com o artesanato no Brasil, uma vez que Braz (2023) faz uma análise das publicações referentes a economia criativa e artesanato no âmbito da *Web of Science* e da *Scopus*, com os termos em inglês e identifica que ainda há pouca produção brasileira relacionando economia criativa e artesanato. Dessa forma, surge o objetivo deste estudo que é realizar uma análise das produções acadêmicas que abordam a interconexão entre a economia criativa e o artesanato, buscando compreender e explorar as diversas facetas desse contexto, examinando as contribuições da pesquisa acadêmica nestas áreas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico apresenta os temas em estudo: economia criativa e artesanato.

2.1 Economia criativa

A criatividade é uma palavra que abrange várias definições, evocando intuitivamente com a capacidade não apenas de gerar algo inédito, mas também de recriar, desafiar paradigmas tradicionais, e conectar ideias aparentemente desconexas para encontrar soluções inovadoras para problemas tanto novos quanto antigos. No contexto econômico, a criatividade é comparada a um recurso renovável, cujo potencial cresce à medida que é utilizado. Além disso, a competição entre indivíduos criativos não resulta em saturação do mercado, mas, ao contrário, atrai e motiva a participação de novos produtores. Isso implica que a criatividade não apenas impulsiona o desenvolvimento de ideias e soluções, mas também fomenta um ambiente competitivo saudável e estimulante (Reis, 2008).

A economia criativa engloba uma variedade de setores, incluindo produtos e serviços com uma natureza essencialmente criativa. No entanto, é importante compreender os meios nos quais essa economia se manifesta e como o governo e os órgãos encarregados de promover o desenvolvimento econômico e social podem incentivar e apoiar essa nova abordagem de mercado (Scoz; Lostada, 2022). O resultado dessa visão estratégica foi a transformação gradual da economia inglesa, anteriormente combalida, em um centro dinâmico de atividades criativas, trazendo a geração de empregos em setores criativos, a atração de investimentos e a projeção internacional de produtos culturais tornaram-se marcos tangíveis desse processo (Serra; Fernandez, 2014).

Visoná (2017), por sua vez, aborda a questão do *ethos* criativo como uma tendência sociocultural na atualidade que emerge a partir da criatividade, esta já conformada por diversos autores que tentaram até o presente compreender o significado do que seja economia criativa.

Autoras como Quinaud e Baldessar (2018) trazem para a discussão o conceito de economia criativa como um *boundary concept* e chamam a atenção que essa consideração implica a observância desse conceito sob duas perspectivas, sendo a primeira voltada para um entendimento de que o conceito de economia criativa se pauta em âmbitos socioeconômicos e culturais, mas que segundo as autoras não apresenta uma concordância que possibilite um norte para ações e planejamentos. A segunda perspectiva está ligada a consolidação do conceito, mesmo impreciso, para promover discussões multidimensionais de interesse comum de diversos atores, uma vez se tratar de um conceito com apelo coesivo.

Os paradigmas convencionais de administração e as concepções laborais, provenientes de contextos industriais, enfrentam o desafio de ajustar-se a uma realidade marcada pela prevalência de setores de serviços, tecnologia da informação e expressão criativa. A agilidade, a inovação e a flexibilidade emergem como componentes indispensáveis, divergindo das abordagens mais

inflexíveis e hierárquicas ligadas à era industrial (Santos; Roberti, 2023).

As atividades e os segmentos que compõe a economia não tem um consenso na academia. Neste estudo usou como base as áreas criativas e os segmentos apontados pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (2025), conforme Figura 1.

Figura 1 – Sistematização das Áreas Criativas e os 13 segmentos.

INDÚSTRIA CRIATIVA			
Consumo	Cultura	Mídias	Tecnologia
 Publicidade & Marketing Atividades de publicidade, marketing, pesquisa de mercado e organização de eventos.	 Expressões Culturais Artesanato, folclore, gastronomia.	 Editorial Edição de livros, jornais, revistas e conteúdo digital.	 Pesquisa & Desenvolvimento Desenvolvimento experimental e pesquisa em geral, exceto biologia.
 Arquitetura Design e projeto de edificações, paisagens e ambientes. Planejamento e conservação.	 Patrimônio & Artes Serviços culturais, museologia, produção cultural, patrimônio histórico.	 Audiovisual Desenvolvimento de conteúdo, distribuição, programação e transmissão.	 Biotecnologia Bioengenharia, pesquisa em biologia, atividades laboratoriais.
 Design Design gráfico, multimídia, de móveis e de produto.	 Música Gravação, edição e mixagem de som; criação e interpretação musical.		 TIC Desenvolvimento de softwares, sistemas, consultoria em TI e robótica.
 Moda Desenho de roupas, acessórios e calçados e modelistas.	 Artes Cênicas Atuação; produção e direção de espetáculos teatrais e de dança.		

Fonte: Firjan (2025, p. 9).

Verifica-se nesta sistematização que o artesanato entra na área da cultura, no segmento das expressões culturais.

2.2 Artesanato

A palavra artesanato vem do latim, sendo composta pelo prefixo latino *artis* e do sufixo *manus*, que de forma literal significa “arte com as mãos” (Machado, 2016).

O artesanato engloba toda a produção originada da transformação de matérias-primas, sendo predominantemente manual e realizada por indivíduos que possuem domínio completo de uma ou mais técnicas. Essa prática combina criatividade, habilidade e valor cultural, podendo, em algumas etapas,

envolver o auxílio limitado de máquinas, ferramentas, artefatos e utensílios (Brasil, 2010).

No Brasil, o artesanato é reconhecido como uma manifestação cultural e econômica. A Lei nº 13.180/2015, no artigo 2º estabelece que o artesanato segue diretrizes básicas (Brasil, 2015):

I - a valorização da identidade e cultura; II - a destinação de linha de crédito especial para o financiamento da comercialização da produção artesanal e para a aquisição de matéria-prima e de equipamentos imprescindíveis ao trabalho artesanal; III - a integração da atividade artesanal com outros setores e programas de desenvolvimento econômico e social; IV - a qualificação permanente dos artesãos e o estímulo ao aperfeiçoamento dos métodos e processos de produção; V - o apoio comercial, com identificação de novos mercados em âmbito local, nacional e internacional; VI - a certificação da qualidade do artesanato, agregando valor aos produtos e às técnicas artesanais; VII - a divulgação do artesanato.

O artesanato brasileiro destaca-se como um tesouro cultural e econômico, sendo reconhecido internacionalmente por sua riqueza e diversidade. Cada região do Brasil contribui com seu estilo característico, utilizando as matérias-primas disponíveis e refletindo os costumes locais. As peças artesanais não apenas carregam consigo tradições antigas, mas também evoluem ao longo do tempo, incorporando novos elementos sem perder sua autenticidade, resultado da influência de diversas raças (Santos; Souza, 2016).

Os desafios nas mudanças do ramo do artesanato precisam equilibrar tradição e inovação, lidar com a evolução tecnológica, atrair públicos mais jovens sem alienar os mais tradicionais, e adaptar-se às demandas do mercado global sem perder a autenticidade artesanal (Souza, 2022). Pode-se inferir que o avanço do mercado artesanal requer apoio em diversas fases do processo (Del Fiori *et al.*, 2018).

Investir e promover o setor artesanal não é apenas uma medida econômica, mas também uma forma de enfrentar as desigualdades sociais presentes nas diferentes regiões do país. Ao fazer isso, valoriza-se o trabalho de

comunidades locais, proporcionando oportunidades econômicas e contribuindo para a preservação dos valores culturais únicos de cada área. O artesanato, assim, não é apenas uma expressão de habilidade manual, mas uma parte vital da identidade brasileira, capaz de unir tradição e inovação para criar algo verdadeiramente especial (Santos; Souza, 2016).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este artigo emprega o metaestudo como estratégia metodológica, pois busca o levantamento e a formulação de conclusões acerca da produção científica em um determinado campo do conhecimento. Essa busca é realizada através da análise de elementos fundamentais presentes na base epistemológica, no referencial teórico e na metodologia empregada nos estudos desse campo específico (Nahirne; Strieder, 2017).

Para realização do estudo foi utilizado como base a biblioteca eletrônica de informação científica Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), que é um dos maiores acervos científicos virtuais do País.

A pesquisa foi realizada de forma avançada, no dia 06 de janeiro de 2025, buscando artigos revisados por pares que incluíssem o termo “economia criativa” e “artesanato” em qualquer campo, sem restrição temporal. Foram encontrados 17 artigos. Eles foram transferidos e organizados conforme a disposição na base de dados, seguindo uma ordem temporal do mais recente para o mais antigo, a partir disso receberam uma identificação (ID). Foi criada uma planilha contendo informações dos artigos como o título, autores e periódicos. Em seguida, conduziu-se uma análise breve destacando informações-chaves do resumo e do conteúdo, se necessário, para verificar se realmente os artigos trabalham tanto a temática da economia criativa como do artesanato, que são o objeto deste estudo. A partir dessas informações, 9 artigos foram excluídos por razões específicas (Quadro 1).

A exclusão dos artigos foi fundamentada na necessidade de manter uma coesão temática consistente e garantir que apenas fontes que contribuíram diretamente para a compreensão do assunto fossem consideradas. Os artigos excluídos demonstraram desvios temáticos que não atendiam aos critérios essenciais para este estudo, embora possuísem méritos em outros contextos.

Quadro 1 - Artigos excluídos do estudo.

ID	Título do artigo	Motivo de exclusão
2	Design e artesanato: relato de experiência sobre o desenvolvimento de coleções colaborativas no Instituto Social Casa de Mãe	Cita economia criativa, mas não aborda este assunto
3	A linguagem artística do artesanato: artesanato como peça autoral; com conceito, simbolismo e materiais culturais	Cita economia criativa, mas não aborda este assunto
6	Carnaval e turismo criativo: o case Bloco da Ovelha em Caxias do Sul (RS) [Brasil]	Aparece economia criativa no nome da revista, mas não aborda este assunto/ Artesanato também aparece, mas não é o assunto do artigo
7	Cultura e desenvolvimento: a participação da mulher no artesanato em Igrejinha/RS	Aparece economia criativa no nome da revista, mas não aborda este assunto
10	A imagem da capa	Não é um artigo
11	Presença online das cidades criativas brasileiras: análise dos websites oficiais	Artesanato é citado, mas não é assunto do artigo
14	Economia criativa e resistência: o artesanato indígena no Estado do Rio de Janeiro	Repetido do 12
16	Tercer para Vencer com Criatividade e Empreendedorismo	Caso de estudo
17	Produção artesanal: documentação e divulgação audiovisual como tecnologias de valorização sociocultural	Cita economia criativa, mas não aborda este assunto

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir dos dados da pesquisa.

Posteriormente, foi realizado um exame mais detalhado dos 8 artigos que ficaram no estudo, com uma leitura preliminar, revisando e aprofundando procedimentos metodológicos, local de pesquisa, objetivos, verificando o Qualis do periódico em que foi publicado, entre outras informações. Em seguida, foram conduzidas análises para concluir o estudo.

Foram utilizadas análise de conteúdo categorial e análise léxica. A análise de conteúdo é um conjunto de procedimentos para inferências válidas sobre emissores, mensagens ou audiência, e um conjunto de técnicas para analisar

comunicações. A análise categorial abrange o texto como um todo, sujeitando-o a um processo de classificação e quantificação com base na frequência de presença ou ausência de elementos de sentido. Este método utiliza categorias ou rubricas significativas para classificar os componentes de significado que constituem a mensagem (Oliveira, 2008). Neste estudo utilizou-se as categorias: ano das publicações, tipo de artesanato pesquisado, periódico, autores dos artigos e metodologia.

A análise léxica utiliza dicionários ou conjuntos de palavras previamente selecionadas para atribuir a polaridade, ou seja, a orientação semântica, a cada palavra ou frase presente no documento em análise (Cardoso, 2022). Ela também propõe que se supere a tradicional dicotomia entre abordagens quantitativas e qualitativas na análise de dados, pois essa abordagem possibilita a aplicação de técnicas quantitativas e cálculos estatísticos em variáveis essencialmente qualitativas, como os textos (Camargo; Justo, 2014).

Na abordagem léxica, um dicionário de palavras (ou recurso léxico) não atribui significados convencionais a cada termo, mas, em vez disso, associa valores quantitativos (por exemplo, um número entre -1 e 1, no qual -1 indica uma conotação negativa e 1 uma conotação positiva) ou valores qualitativos (como positivo/negativo e feliz/triste). Nessa técnica, presume-se que as palavras, por si só, possuam uma polaridade intrínseca, ou seja, uma orientação semântica independentemente de qualquer contexto específico (Cardoso, 2022).

Para a elaboração desta análise optou-se pela utilização do IRAMUTEQ pela sua natureza de software livre e de código aberto, pela capacidade de lidar com textos variados e pela sua capacidade de processar grandes volumes de dados textuais. O IRAMUTEQ organiza o vocabulário de maneira compreensível e visualmente clara, facilitando a interpretação através de técnicas como análise de similitude e criação de nuvem de palavras (Camargo; Justo, 2013).

Para a análise léxica foram utilizados os conteúdos dos 8 artigos pesquisados, a partir da introdução, retirando imagens, quadros e referências bibliográficas. Estes textos foram processados primeiramente no editor de texto LibreOffice 24.2.2. Cada um deles foi separado por 4 asteriscos, um espaço, a letra "A" e o ID do artigo. Foi realizada adequação dos textos conforme as exigências para processamento do IRAMUTEQ. Após o texto foi salvo em extensão .txt e com a codificação UTF-8, que é uma das identificadas pelo software. Depois o arquivo foi processado no IRAMUTEQ, utilizando a classificação hierárquica descendente (CHD) juntamente com a análise fatorial de correspondência (AFC) e a análise de similitudes.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 Análise categorial

Os artigos que fazem parte deste estudo são apresentados no Quadro 2.

Quadro 2 - Ano dos artigos pesquisados.

ID	Título	Ano de publicação
1	Artesanato e economia criativa: o caso do projeto Sereias da Penha	2024
4	Ecomoda e o Rio de Janeiro (RJ) como cenário para ações de design em grupos de artesanato e costura na contemporaneidade	2023
5	Economia criativa na moda: um estudo de caso do Atelier Calle 7 na cidade de Araranguá-SC	2022
8	Economia criativa de moda em Santa Catarina: compreensões de um público alvo	2022
9	Economia criativa, cultura e artesanato: um estudo na feirinha artesanal da Praia de Iracema em Fortaleza-CE	2021
12	Estudo socioeconômico do artesanato em Manaus	2018
13	Economia criativa e resistência: o artesanato indígena no Estado do Rio de Janeiro	2017
15	Singularidades e diversidades do artesanato norte-rio-grandense	2017

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir dos dados da pesquisa.

Os estudos exploram de maneira abrangente as interconexões entre artesanato e economia criativa em distintos contextos geográficos e culturais. As pesquisas investigam de que maneira o artesanato pode contribuir para

impulsionar a economia criativa nas práticas artesanais em suas regiões. Além disso, há uma abordagem específica que examina os papéis socioeconômicos, políticos e culturais do artesanato para a população.

Foi possível diagnosticar que os artigos abordam de maneira abrangente diversos tipos de artesanato e perspectivas. Perpassando pela renda de bilro, realizada por mulheres camponesas em uma comunidade no litoral oeste cearense; a indústria da moda, a modelagem vai além do design convencional, incorporando elementos criativos, culturais e sustentáveis. A sustentabilidade no artesanato, teve um aumento pelo crescente uso de biomateriais, materiais recicláveis e ecológicos (FIRJAN, 2025).

As feiras de produtos artesanais, que contribuem para o enriquecimento da identidade cultural local, impulsiona a economia comunitária e cria um ambiente propício para a criatividade e inovação contínua. Além disso, a perspectiva socioeconômica do artesanato, como fonte significativa de renda e emprego para algumas comunidades; a perspectiva do artesanato no âmbito cultural, vital para a preservação e transmissão de tradições, mitos e técnicas ancestrais, fortalecendo a identidade cultural indígena.

No Quadro 2 ainda é possível observar que os estudos são recentes, o primeiro foi publicado em 2017, ou seja, somente há 8 anos que se tem publicações envolvendo artesanato e economia criativa. Levando em consideração que o Portal de Periódicos CAPES foi oficialmente lançado em 11 de novembro de 2000, então foram 17 anos até a primeira publicação. Os anos com mais de uma publicação foram em 2017 e 2022 sendo duas publicações em cada ano. Nos anos de 2019 e 2020 não houveram publicações envolvendo estes dois termos. Pensando que a economia criativa tenha nascido na Austrália no início da década de 90 e sua divulgação em escala internacional tenha ocorrido no final desta década por intermédio do Reino Unido (Blythe, 2001), o tema demorou para ser estudado no Brasil. Pelo menos enfocando o artesanato, que é uma de suas atividades que tem unanimidade entre os que descrevem o que faz parte da economia criativa (UNCTAD, 2013; Serra; Fernandez, 2014;

Acco, 2016; Kieling, Dravet & Marques, 2022, FIRJAN, 2024).

No que diz respeito aos periódicos, os dados são apresentados no Quadro 3, verifica-se que houve um equilíbrio das publicações de estrato A e B, sendo que a metade foi publicada em cada estrato. No estrato A, 2 artigos foram publicados A2, 1 artigo para A1 e A3. Já no estrato B, todos os 4 artigos foram publicados em periódicos B2. Assim, as publicações estão em periódicos bem referenciados e de boa visibilidade acadêmica. Quanto ao estado de origem destes periódicos, verifica-se que 3 foram publicados em Santa Catarina e 2 no Rio de Janeiro. Em São Paulo, Ceará e Rio Grande Norte foi publicado 1 artigo cada. Além disso, os periódicos são de diferentes áreas de conhecimento, conforme critérios da CAPES, sendo que cada periódico é de uma área mãe.

Quadro 3 - Periódicos e suas características.

Periódico	ID	Área mãe - Qualis	Classif - Qualis	IES	UF
DRd - Desenvolvimento Regional em debate	1	Planejamento Urbano e Regional / Demografia	A2	UNC	SC
Diálogo com a Economia Criativa	4 e 9	Interdisciplinar	B2	ESPM	RJ
Revista Visão: Gestão Organizacional	5	Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo	B2	UNIARP	SC
Modapalavra e-periódico	8	Arquitetura, Urbanismo e Design	A2	UDESC	SC
Revista de Economia Mackenzie	12	Economia	B2	UPM	SP
Ciências Sociais Unisinos	13	Sociologia	A3	ESPM	RJ
Confins	15	Geografia	A1	UFRN	RN

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir dos dados da pesquisa.

Na análise dos artigos identificou-se a participação de 20 autores distintos, não houve repetição de nenhum autor ao longo dessas publicações. A

variedade de perspectivas e conhecimentos reflete-se na escolha de diferentes especialistas, enriquecendo a discussão sobre o tema e reforçando a abrangência da pesquisa ao contemplar uma gama ampla de contribuições individuais. Todavia, demonstra que as pesquisas que envolvem o tema não são foco de estudo dos pesquisadores ao longo de sua carreira, sendo pesquisas pontuais.

Um ponto significativo a ser destacado é que os autores apresentam boa qualificação acadêmica. Sendo que dos 20, 14 têm doutorado, e 4 têm somente graduação. No que diz respeito às graduações dos pesquisadores não há uma que se destaque, 4 têm formação em Administração, 3 em Economia, 3 em Design, e outros têm formação nas áreas de: Gestão Pública, Engenharia de Pesca, Filosofia, Artes Visuais e Engenharia de Produção Mecânica.

Para organizar os aspectos metodológicos dos artigos examinados foi utilizado como referência Gil (2024) que classifica os itens a serem elencados nos procedimentos metodológicos (Quadro 4).

Quadro 4 - Decisões metodológicas.

Métodos que proporcionam as bases lógicas da investigação	Métodos que indicam os meios técnicos da investigação	Quadros de referência	Níveis de pesquisa	Delineamento da pesquisa	Técnicas de coleta de dados
Dedutivo Indutivo Hipotético-dedutivo Dialético Fenomenológico	Experimental Observacional Comparativo Estatístico Clínico Monográfico	Funcionalismo Estruturalismo "Compreensão" Materialismo histórico Interacionismo simbólico Etnometodologia	Exploratório Descritivo Explicativo	Quantitativas Qualitativas Pesquisa narrativa Pesquisa de métodos mistos Pesquisas não interferentes	Observação Entrevista Questionário Dados disponíveis

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir dos dados da pesquisa.

Baseado nisso, foram elencadas as escolhas metodológicas dos artigos pesquisados, que são apresentados no Quadro 5. Os itens: métodos que proporcionam as bases lógicas da investigação, métodos que indicam os meios técnicos da investigação e quadros de referência, não foram indicados em nenhum artigo.

Conclui-se que os estudos tiveram níveis de pesquisa mais exploratórios e descritivos, com pesquisas de delineamento qualitativo e utilizaram de entrevista para a coleta de dados.

Quadro 5 - Decisões metodológicas apontadas nos artigos.

Níveis de pesquisa	Delineamento da pesquisa	Técnicas de coleta de dados
Exploratório (1) Exploratório e Descritivo (3) Exploratório, Descritivo e Explicativo (1) Não apontaram este aspecto (3)	Qualitativo (4) (Estudo de caso) Qualitativo e Quantitativo (1) Pesquisas não interferentes (1) (Análise de conteúdo) Não apontaram este aspecto (2)	Entrevista (6) Documentos (1) Questionário (1) Dados disponíveis (1)

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir dos dados da pesquisa.

As pesquisas exploratórias objetivam “[...] desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses a serem testadas em estudos posteriores” (Gil, 2024, p. 26), isso vai ao encontro de um tema mais novo de pesquisa que ainda está carecendo de estudo para depois ser aprofundado em estudos futuros. Já as descritivas visam a “[...] descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis” (Gil, 2024, p. 26), o que é desenvolvido em alguns estudos junto ao estudo de caso.

Assim, constata-se que as pesquisas que envolvem economia criativa e artesanato tem enfoque mais qualitativo, segundo Minayo (2010) as pesquisas com este enfoque envolvem fatores difíceis de serem mensurados, como: atitudes, valores, crenças, aspirações, entre outros, que contém um aspecto mais profundo.

Com relação à entrevista ser a técnica de coleta de dados mais utilizada, verifica-se que esta é indicada por Gil (2024, p. 125) como “[...] uma das mais importantes dentre as técnicas disponíveis para a coleta de dados em pesquisas sociais”. Continua, escrevendo que a “[...] Representa uma das formas mais tradicionais de coleta de dados, mas constitui também estratégia

básica de algumas das mais recentes abordagens de pesquisa” com a utilização da internet como ferramenta.

Comparando os dados encontrados neste estudo com o realizado por Braz (2023) na perspectiva internacional, observa-se que os procedimentos metodológicos aplicados nas pesquisas nesta área são semelhantes. Braz (2023), indica que a maioria dos estudos são pesquisas empíricas, com abordagem qualitativa e que utilizaram entrevistas na coleta de dados e foram analisadas por meio da análise de conteúdo.

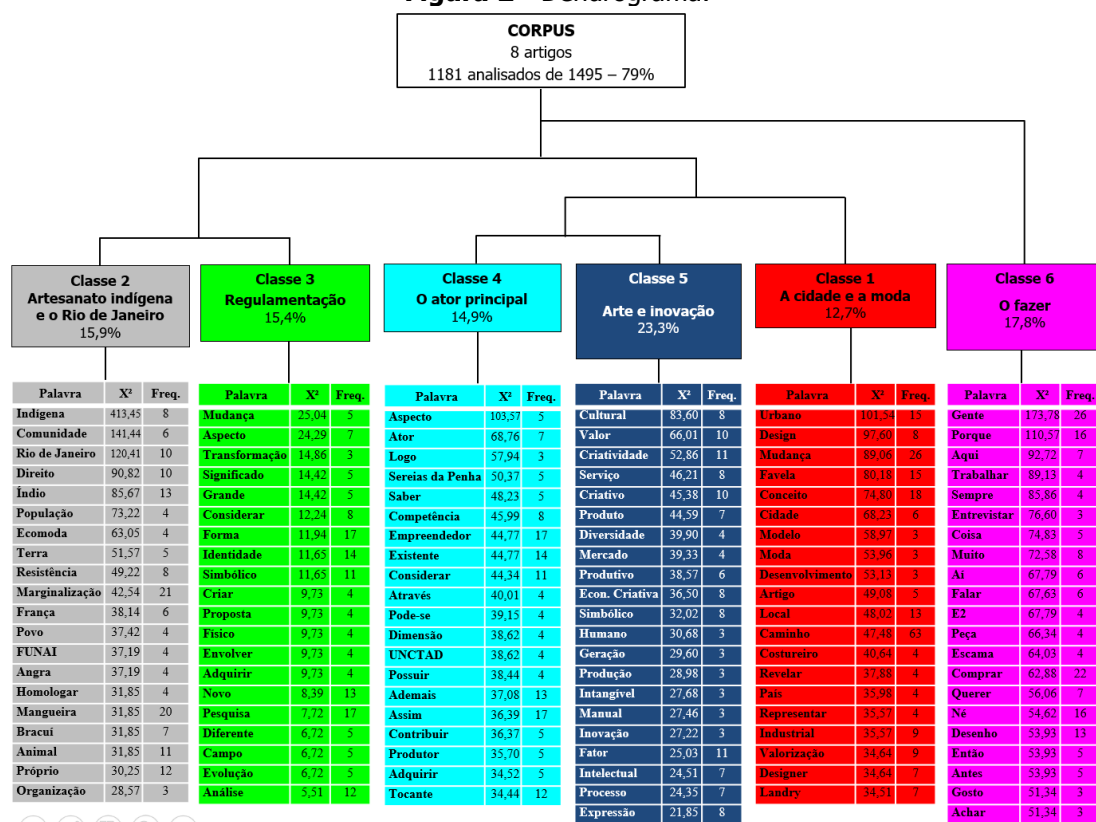
4.2 Análise léxica

A análise léxica dos textos resultou em 52.626 ocorrências, com média de 7.207 formas por texto. A CHD demonstra a frequência de uma palavra no texto e as associações com outras palavras. Ela foi produzida utilizando-se os parâmetros do IRAMUTEQ e reteve 1.181 segmentos dos 1.495, tendo assim uma taxa de retenção de 79%, a qual é considerada boa para Camargo e Justo (2018), que indicam que para uma análise adequada é necessário pelo menos 75% de taxa de retenção.

A CHD é demonstrada por meio do dendrograma na Figura 2. Percebe-se que foram formadas 6 classes e na figura foram destacadas as 20 primeiras palavras de cada classe ordenadas de forma decrescente pela significância estatística indicada se χ^2 .

A classe 2/cinza e a 3/verde estão diretamente associadas. A primeira recebeu o nome de **Artesanato indígena e o Rio de Janeiro**, pois a maioria dos termos estão relacionados a aspectos indígenas e ao estado do Rio de Janeiro. Esta classe agrupa informações predominantemente do A13 - Economia criativa e resistência: o artesanato indígena no Estado do Rio de Janeiro (2017) e tem 15,9% dos segmentos do texto. Cabe destacar ainda que nesta classe está a palavra com maior χ^2 de todo o corpus estudado, que é “indígena”, com 413,45.

Figura 2 - Dendrograma.



Fonte: Elaborado pelas autoras a partir das informações do IRAMUTEQ.

São apresentados alguns trechos para demonstrar o conteúdo presente nesta classe:

Na **cidade** do **Rio de Janeiro**, a **mobilização** em **torno** da **regularização** de **políticas públicas** para a **população indígena** ficou **clara** com relação à **reivindicação** de restauração do **prédio** da **comunidade indígena Maracanã**, **área** onde **funcionava** o **antigo Museu do Índio**. (A13, score 1027,04).

E **jovens** vão para essas **cidades** para estudar e se **preparar** para **enfrentar** os **problemas** de suas **comunidades** de **origem**. Como a **FUNAI** atua basicamente nas **terras indígenas**, muitos **índios** presentes em **áreas** como a região **metropolitana** do **Rio de Janeiro** **permaneciam** desassistidos. (A13, score 945,16).

O Rio de Janeiro teve duas publicações identificadas neste estudo e o artesanato indígena, não só neste estado, mas em vários outros é destaque, por vezes tem os povos originários como os maiores produtores do artesanato de uma região. Os trechos apontam do artesanato não apenas como uma fonte de renda dentro do contexto da economia criativa, mas também como um

meio de promoção da autoafirmação e resistência à marginalização dos povos indígenas. Ao valorizar e promover as técnicas artesanais tradicionais dos povos indígenas, o artesanato não só contribui para a geração de renda dessas comunidades, mas também fortalece sua identidade cultural e sua voz dentro da sociedade. O artesanato amplia a visibilidade da expressão cultural de comunidades marginalizadas, como os indígenas, estimulando debates que podem levar a mudanças significativas em suas condições sociais e status secundário nas políticas públicas, legislações relacionadas ao artesanato e organizações de artesãos (Jesus, 2017).

Já a classe 3/verde recebeu o nome de **Regulamentação**, porque os termos constantes nela fazem alusão a características necessárias para a regulamentação e tem 15,4% dos segmentos de texto. Está relacionada a diferentes artigos, o A13, como na classe 2, mas também a outros artigos como: A12 – Estudo socioeconômico do artesanato em Manaus (2018) e A15 – Singularidades e diversidades do artesanato norte-rio-grandense (2017). Os trechos a seguir mostram um pouco do conteúdo representado nesta classe.

Tocantins, Mato Grosso do Sul, Goiás e Santa Catarina criaram em 2000 o **Fórum Nacional Pró Regulamentação da Profissão de Artesão** cujas **ações conduziram** ao convite pelo Deputado [...] para a **discussão** sobre um projeto de Lei (PL 3926 2004) para a **regulamentação da profissão**. (A13, score 475,01).

As redes sociais **surgem** como um forte mecanismo **representativo** das interações existentes entre os atores da sociedade **civil, cooperativas sindicatos e associações comunitárias**, atores **organizacionais (empresas privadas) e institucionais (representantes do Estado nas três esferas federal, estadual, municipal e órgãos de apoio)**. (A1, score 462,65).

Políticas governamentais para a inserção do **artesanato no Brasil**, os **responsáveis** pela **qualificação de instituições privadas e públicas** que trabalham nesse setor, os retornos dos **programas estaduais e nacionais** desenvolvidos e seus impactos sobre esse tipo de **atividade artesanato**. (A12, score 422,53).

A classe 4/ciano, recebeu o nome de **O ator principal**, por ser composta de termos que tem relação direta com o/a artesão/ã, o ator principal do

artesanato, como: ator, Sereias da Penha, empreendedor, produtor, entre outras. Representa 14,9% dos segmentos de texto. O artigo mais presente nesta classe é o A1 - Artesanato e economia criativa: o caso do projeto Sereias da Penha (2024).

Características do produtor (saber tradicional, criatividade e competências empreendedoras); Aspectos do produto (valor simbólico e inovação); Redes sociais (Interações entre os atores) e, Impactos do produto (econômico, ambiental e social). (A1, score 531,66)

Frente ao saber tradicional e a criatividade, as competências empreendedoras surgem como mecanismos que reúnem diferentes habilidades e conhecimentos voltados ao empreendedorismo, e que são influenciados por diversos aspectos peculiares ao indivíduo. (A1, score 441,98)

Friel (2020) destaca que os artesãos normalmente têm papel de liderança, não só no seu meio, mas também no sucesso de empresas importantes nas indústrias de ponta ligadas de alguma forma ao artesanato, como: moda e design, que confiam a eles não apenas as fases mais direcionadas a produção, mas também a promoção de sua imagem nos mercados internacionais. A autora continua indicando a contribuição da cultura do artesanato para a economia contemporânea, o que indica o empreendedorismo do artesão/ã, o fazendo assim o ator principal de sua atividade.

A classe 5/azul escuro foi intitulada de **Arte e inovação**, uma vez que os termos que a compõe fazem alusão a estes aspectos, como: cultural, valor, criatividade, criativo, expressão, inovação, intelectual, entre outros. Esta é a classe com mais representatividade do estudo, tendo 23,3% dos segmentos de texto. Nesta classe há vários artigos representados, como: A1, A5, A9, A12 e A13.

Baseada no capital intelectual e cultural e na criatividade que gera valor econômico, a Economia Criativa, estimula a geração de renda e cria empregos, enquanto promove a diversidade cultural e o desenvolvimento humano. (A5, score 429,74).

Nesse **contexto**, o **artesanato ocupa** um papel central no

questo **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**. (A9, score 382,76).

A **produção** do **artesanato** é caracterizada **como manual** que tem por **atributo** processar matérias primas usando de **técnicas** que abarcam **valor cultural, habilidade** e **criatividade**. O **emprego** de **utensílios artefatos** e **ferramentas** também pode ser **utilizado** na **produção artesanal**. (A12, score 365,39).

Nesta classe, o software escolheu trechos em que ressalta a importância do artesanato como um elemento central na geração de valor simbólico, cultural e criativo. O artesanato não se limita apenas à sua função prática, mas também carrega consigo significados culturais e históricos profundos, refletindo identidades e tradições locais. Além disso, os artesãos frequentemente demonstram grande criatividade em seus trabalhos, adaptando técnicas tradicionais ou criando peças totalmente originais. Segundo Santos e Roberti (2023, p. 323) “artesanato revela-se como prática que produz vida [...]”, como também fomenta a diversidade cultural e contribui para o desenvolvimento humano. “É inegável a relevância da criatividade e das produções autorais e coletivas no atual cenário socioeconômico que abarca a expansão da economia criativa e políticas públicas culturais [...]” (Alves Neto, Oliveira, Monteiro, 2023, p.368).

Além do valor simbólico do artesanato e do fato que ele deve atender aos elementos tradicionais da cultura a qual está ligado, este também requer inovação, seja pela utilização de novos processos ou matérias primas (Braz; Freitas, 2024). É o caso do uso de materiais mais sustentáveis, como biomateriais, recicláveis e ecológicos (FIRJAN, 2025). O Mapeamento da Indústria Criativa (FIRJAN, 2025, p. 51) também aponta que “o crescimento tímido das Expressões Culturais passa a depender principalmente dos Artesãos (+6,8%)”, o que demonstra a importância desta atividade para a economia criativa.

As classes 4/ciano e 5/azul escuro também estão diretamente relacionadas e estas duas ainda tem forte relacionamento com a classe 1/vermelha.

A classe 1/vermelha recebeu o nome de **A cidade e a moda** uma vez que traz palavras como: urbano, favela, cidade, moda, desenvolvimento, local, entre outras. Esta classe tem a menor representatividade com somente 12,7% dos segmentos de texto. Tem como artigo principal o A4 - Ecomoda e o Rio de Janeiro (RJ) como cenário para ações de design em grupos de artesanato e costura na contemporaneidade (2023). Trechos exemplos desta classe são mostrados a seguir:

Refletir sobre o **desenvolvimento** do **espaço urbano** do Rio de Janeiro e de que forma as **peculiaridades locais** - **como** a formação de **favelas** em centros **urbanos** - se **apresentam como** um **cenário** para **ações** de **design** em **grupos** de artesãos e **costureiras** se define como o objetivo deste **artigo**. (A4, score 622,42).

O termo **favela** é **revelado como** categoria **social** na cidade do Rio de Janeiro, e sua **integração** com o **contexto urbano** é um fator **fundamental** para o **desenvolvimento** da **cidade**, mas essa **integração** só será **possível** mediante a **valorização** das **produções sociais locais**. (A4, score 542,05).

Cordeiro e Vigário (2024, p. 3) destacam que “O artesanato frequentemente incorpora habilidades transmitidas ao longo das gerações, refletindo a identidade cultural de uma comunidade ou região”. Esta identidade pode ser verificada na classe 1 – A cidade e a moda.

A classe 6/rosa foi intitulada de **O fazer** porque apresenta termos como: trabalhar, entrevistar, falar, comprar, querer, entre outros verbos que remetem ao fazer. Tem a segunda melhor representatividade com 17,8%. Esta classe tem predominância dos A5 - Economia Criativa na Moda: um estudo de caso do Atelier Calle 7 na cidade de Araranguá-SC (2022) e A9 - Economia criativa, cultura e artesanato: um estudo na feirinha artesanal da Praia de Iracema em Fortaleza-CE (2021), porém também cita A1. A maior parte dos trechos desta classe são recortes das entrevistas realizadas como técnica de coleta de dados, como apresentado a seguir:

Para a **marca For Use Glam**, fizemos a sessão de fotos **aqui** dentro do ateliê que **daí** bah foi **muito legal porque ficaram** os meus desenhos expostos e todas as coisas que a gente produziu aqui teve uma visualização legal isso tudo foi usado no editorial deles. (A5, score 791,14)

Então ela **ajuda** a **gente** por iniciativa própria, **porque** admira o nosso trabalho [...] ela **ajuda** em **eventos**, em inscrição de projetos, ela está **sempre dando** uma mão pra **gente** em várias áreas, é um apoio **muito bom**. (A1, score 683,45)

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. (A9, score 638,18).

O primeiro trecho apresentado, do artigo A5, cita a marca For Use Glam, que usou seu próprio ateliê para a sessão de fotos, onde desenhos e produtos feitos lá foram expostos, dando um toque especial ao editorial da marca. Essa integração entre o ambiente de criação e o produto mostra de forma autêntica todo o processo criativo por trás da marca, valorizando mais o trabalho.

O outro trecho, menciona o trabalho em feiras e escolhas que moldaram carreiras. O fato de vender para o mercado central e participar de exposições fora do estado destaca a versatilidade e o alcance de trabalhos. Isso sugere não apenas uma habilidade empreendedora, mas também um reconhecimento mais amplo do valor e da qualidade dos seus produtos além das fronteiras locais, destacando a importância da experiência, dedicação e resiliência no contexto do trabalho artesanal.

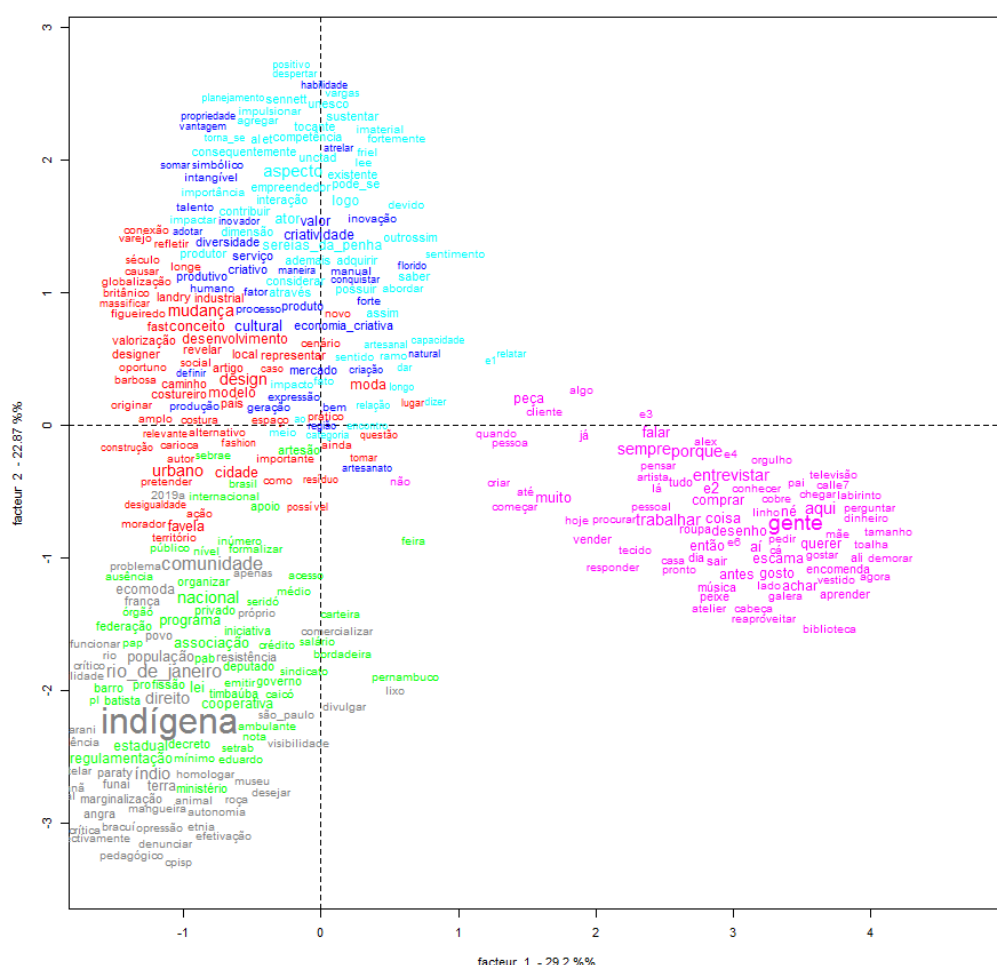
Além do que, com citam Cordeiro e Vigário (2024, p. 3), “a produção artesanal pode envolver um processo criativo significativo, permitindo ao artesão expressar sua individualidade na elaboração de peças únicas e distintas”.

A classe 6/rosa está totalmente separada das demais, o que pode ser visualizado na Figura 3. Além disso, percebe-se que a classe 1/vermelha faz uma ponte entre classes 4/ciano e 5/azul escuro e as classe 2/cinza e 3/verde.

Verifica-se que há correspondência entre os artigos produzidos que abordam artesanato e economia criativa, embora ainda a produção no Brasil seja pequena.

Todavia, os resultados desta pesquisa são diferentes dos encontrados por Braz (2023), o qual encontrou 4 categorias, sendo elas: impactos do artesanato, aspectos relacionados ao produto artesanal, redes sociais e características do artesão.

Figura 3 – Análise fatorial de correspondência.



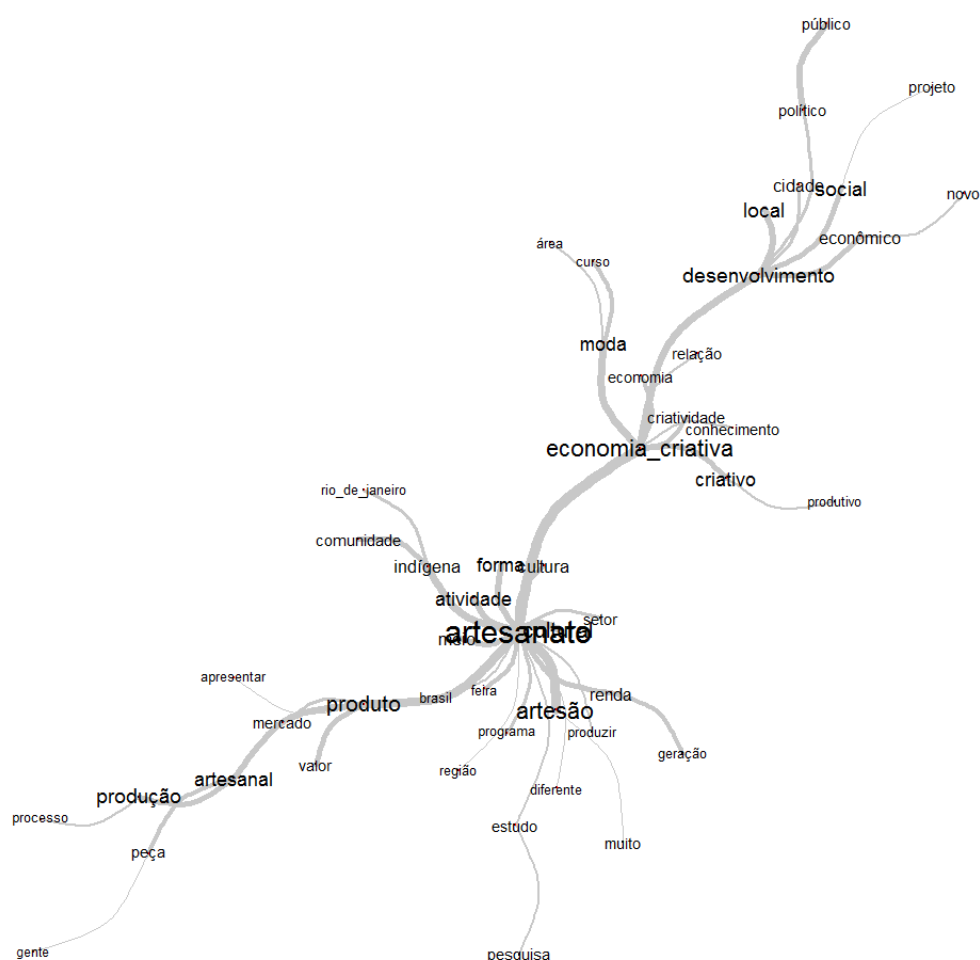
Fonte: Elaborado pelo IRAMUTEO.

A Figura 4 apresenta a análise de similitudes que é baseada na teoria dos grafos e possibilita identificar as coocorrências entre as palavras e sua conexão. Neste estudo foram utilizadas para elaboração da Figura 4, as 50

primeiras palavras mais citadas elencadas pelo IRAMUTEQ, sendo retiradas desta listagem os termos: como, ao, não, mais, também, assim, ainda, vez, bem, além, grande, todo, dar, já, maior e quando.

Constata-se que as duas palavras centrais realmente condizem com os termos desta pesquisa: economia criativa e artesanato. Maior relevância para a palavra artesanato, que está relacionada com maior intensidade com as palavras artesão e produto. Já economia criativa tem ligação mais forte com moda e desenvolvimento.

Figura 4 – Análise de similitudes.



Fonte: Elaborado pelo IRAMUTEQ.

Dessa forma, verifica-se que os estudos que se envolveram interligando artesanato e economia criativa até o momento, estão fortemente ligados a

moda que gera um produto forte pelas mãos dos artesãos e a partir disso geram desenvolvimento econômico local e social. Neste sentido, a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) descreve a economia criativa como uma expressão dinâmica cultural impulsionadora do desenvolvimento econômico com reflexos sociais e ambientais, atraentes de pluralidade de pessoas e geração de renda (UNCTAD, 2013).

Além disso, a Figura 4 mostra a interseção entre a economia criativa e artesanato. Vinculado ao artesanato verifica-se os termos produto, artesanal, forma, espaço/comunidade/território, e toda a questão que perpassa a economia, necessária a sobrevivência do arteão/ã – artesanato, com necessidade de estar alinhado às necessidade de mercado, gerar valor, produtividade, capacitação, políticas públicas, entre outras. Esta percepção de certa forma é encontrado no trabalho de Friel (2020) que indica que apesar de o artesanato estar arraigado muitas vezes a culturas milenares, no Brasil em especial o artesanato indígena, também necessita atender a fatores macro e tendência globais da economia para sua sobrevivência.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os estudos revisados neste artigo destacam o papel essencial do artesanato na economia criativa, sublinhando sua capacidade única de incorporar elementos culturais, tradições locais, inovação e sustentabilidade.

O propósito deste estudo foi analisar as produções acadêmicas que abordam a interconexão entre a economia criativa e o artesanato, obtendo êxito ao revelar diferentes perspectivas sobre essa prática e os trajetos percorridos na investigação acadêmica diante do assunto. Resumidamente, observou-se que:

- a) o primeiro artigo publicado foi em 2017, sendo que este ano e 2022 tiveram duas publicações em cada ano;
- b) houve um equilíbrio das publicações de estrato A e B; Santa Catarina foi o estado que mais fez publicações e cada periódico está em uma área de

conhecimento diferente;

c) houveram 20 autores distintos, demonstrando que as pesquisas que correlacionam os termos pesquisados são oriundas de pesquisas esporádicas;

d) os autores são qualificados, sendo na sua maioria doutores e com formações distintas;

e) quanto à metodologia empregada nos artigos, verifica-se que os estudos tiveram níveis de pesquisa mais exploratórios e descritivos, com pesquisas de delineamento qualitativo e se utilizam de entrevista para a coleta de dados;

f) quanto a análise léxica o corpus formado pelos 8 artigos é homogêneo com 79% de retenção dos segmentos de texto; foram formadas 6 classes, sendo a 5/azul escuro – Arte e inovação, a mais representativa com 23,3% de retenção, a qual permeia os artigos: A1, A5, A9, A12 e A13, e apresenta termos como: cultural, valor, criatividade, criativo, expressão, inovação, intelectual, entre outros;

g) a análise de similitudes, por sua vez, mostra a centralidade dos termos usados neste estudo, artesanato e economia criativa, demonstrando a coesão destes termos e sua forte ligação; a palavra artesanato está relacionada com maior intensidade com as palavras artesão e produto, e economia criativa com moda e desenvolvimento;

h) a interconexão entre os termos economia criativa e artesanato demonstra elas realmente tem uma forte conexão uma vez que os termos se conectam com palavras que tem sentido tanto para uma como para outra; destaque para produto, artesanal, forma, espaço/comunidade/território, mas também mercado, geração de valor, produtividade, capacitação, políticas públicas, entre outras.

Apesar de ter explorado variados aspectos nos artigos, é importante destacar que este estudo apresenta algumas limitações, uma vez que se restringiu

apenas às publicações disponíveis na base de dados do periódico CAPES e as publicações que estavam em língua portuguesa.

A partir dos dados resultantes deste artigo podem ser analisadas as lacunas de estudo nesta área e se projetar novos estudos, com relação aos mais diversos tipos de artesanato e técnicas empregadas, diferentes territórios e atores locais, bem como relacionar estes com a perspectiva empreendedora e relacionadas ao desenvolvimento econômico, social e ambiental.

AGRADECIMENTOS

Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) pelo financiamento da pesquisa.

REFERÊNCIAS

ACCO, M. No limiar do novo: desafios para o financiamento da economia criativa no Brasil. In: LEITÃO, C.; MACHADO, A. F. (Org.). **Por um Brasil criativo**: significados, desafios e perspectivas da economia criativa brasileira. Belo Horizonte: Código Editora, 2016. p. 149–214.

ALVES NETTO, P.; OLIVEIRA, A. I. de A.; MONTEIRO, J, A. T. A linguagem artística do artesanato: artesanato como peça autoral; com conceito, simbolismo e materiais culturais. **História e Cultura**, v. 12, n. 1, p. 367–384, 22 jul. 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.18223/hiscult.v12i1.3814> Acesso em: 10 jan. 2024.

BLYTHE, M. The work of art in the age of digital reproduction: the significance of the creative industries. **International Journal of Art & Design Education**, v. 20, n. 2, p. 144-150, 2001. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/1468-5949.00261> Acesso em: 20 dez. 2024.

BRASIL. **Lei nº 13.180, de 22 de outubro de 2015**. Dispõe sobre a profissão de artesão e dá outras providências. Presidência da República, Secretaria-Geral, Subchefia para Assuntos Jurídicos. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13180.htm Acesso em: 29 out. 2025.

Brasil. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Portaria Nº 29, de 05 de outubro de 2010. Programa do Artesanato Brasileiro**. 2010.

Disponível em:
[https://www.artesanatodepernambuco.pe.gov.br/paperclip/announcements/files/a7a70e0fa6c9f93b85899412e0e493d763bd02e5/Portaria_n29 -
Base conceitual %282%29.pdf?1511801535](https://www.artesanatodepernambuco.pe.gov.br/paperclip/announcements/files/a7a70e0fa6c9f93b85899412e0e493d763bd02e5/Portaria_n29_-_Base_conceitual_%282%29.pdf?1511801535). Acesso em: 10 jan. 2024

BRAZ, J. L. R.; FREITAS, L. S. de. Artesanato e economia criativa: o caso do projeto Sereias da Penha. **DRd - Desenvolvimento Regional Em Debate**, v. 14, p. 400–431, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.24302/drd.v14.5147> Acesso em: 10 jan. 2025.

BRAZ, J. L. R. **Interfaces entre economia criativa e artesanato: da teoria à prática**. 2023. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Campina Grande, Centro de Humanidades, 2023. Disponível em: <https://dspace.sti.ufcg.edu.br/handle/riufcg/34860> Acesso em: 12 jan. 2025

CAMARGO, B. V.; JUSTO, A. M. IRAMUTEQ: um software gratuito para análise de dados textuais. **Temas em psicologia**, v. 21, n. 2, p. 513-518, 2013. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/5137/513751532016.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2024.

CARDOSO, L. F. C. **Análise de sentimento usando abordagem léxica deve discursos do Senado Federal**. 2022. Monografia. Universidade de Brasília. Instituto de Ciências Exatas Departamento de Ciência da Computação. Brasília, 2022. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/34369/1/2022_LuisFilipeCamposCardoso_tcc.pdf. Acesso em: 10 jan. 2024.

CORDEIRO, E. de C.; VIGÁRIO, P. dos S. O Papel do artesanato sustentável na promoção do desenvolvimento socioeconômico em comunidades locais brasileiras: desafios enfrentados pelos artesãos. **Fronteira: Journal of Social, Technological and Environmental Science**, v. 13, n. 4, p. 296–304, 2024. Disponível em: <https://periodicos.unievangelica.edu.br/index.php/fronteiras/article/view/7524> Acesso em: 29 out. 2025.

CRUZ, B. DE O. E; COUTO, R. M. DE S.; PORTAS, R. Ecomoda e o Rio de Janeiro (RJ) como cenário para ações de design em grupos de artesanato e costura na contemporaneidade. **Diálogo com a Economia Criativa**, v. 8, n. 22, p. 22–38, 2023. Disponível em: <https://dialogo.espm.br/revistadcec-rj/article/view/429> Acesso em: 10 out. 2024.

DEL FIORI, D. et al. Estudo socioeconômico do artesanato em Manaus. **Revista de Economia Mackenzie**, v. 15, n. 1, 2018. Disponível em: <https://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/rem/article/view/10848/7274>. Acesso em: 10 out. 2024.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO RIO DE JANEIRO. Mapeamento da indústria criativa no Brasil. Rio de Janeiro: Firjan, 2025. Disponível em: https://storsiteobservatorio.blob.core.windows.net/midiasiteobservatorio-prod/2025-06/Mapeamento%20da%20Industria%20Criativa%20no%20Brasil%202025_DIGITAL_AF.pdf. Acesso em: 26 out. 2025.

FRIEL, M. Crafts in the contemporary creative economy. **Aisthesis** v. 13, n. 1, p. 83-90, 2020. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/359381213_Crafts_in_the_Contemporary_Creative_Economy. Acesso em: 10 jan. 2025.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2024.

JESUS, D. S. V. de. Economia criativa e resistência: o artesanato indígena no Estado do Rio de Janeiro. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 53, n. 2, p. 349–362, 2017. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/938/93853317020/html/>. Acesso em: 01 abr. 2024.

KIELING A. S.; DAVRET F. D.; MARQUES, A. **Panorama da Economia Criativa no Distrito Federal**. Fase 1. 2022. Disponível em: <https://www.panoramacriativodf.com.br/etapas.html>. Acesso em: 09 jan. 2025.

MACHADO, J. P. O conceito de artesanato: uma produção manual. **Missões: Revista de Ciências Humanas e Sociais**, v. 2, n. 2, p. 52–72, 2016. Disponível em: <https://revistamissoeschs.com.br/missoes/article/view/28>. Acesso em: 29 out. 2025.

MINAYO, M. C. de S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 29. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

NAHIRNE, A. P.; STRIEDER, D. M. Metaestudo da produção científica sobre a escola e a educação do campo. **Educere et Educare**, 2017. Disponível em: <https://e-revista.unioeste.br/index.php/educereeteducare/article/view/14381/11165>. Acesso em: 10 jan. 2024

NASCIMENTO, A. R. A. do; MENANDRO, P. R. M. Análise lexical e análise de conteúdo: uma proposta de utilização conjugada. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, v. 6, n. 2, p. 72–88, 2006. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=s1808-42812006000200007&script=sci_abstract. Acesso em: 10 jan. 2024.

OLIVEIRA, C. D. de. **As relações artesanais e o estímulo ao desenvolvimento local no Brasil, em Gouveia-MG e outras diferentes escalas**. Belo Horizonte, mar. 2007. Disponível em: <https://www.ufmg.br/proex/cpinfo/saberesplurais/wp-content/uploads/2014/07/Disserta%C3%A7%C3%A3o-Carolina-Dias.pdf>. Acesso

em: 10 jan. 2024.

OLIVEIRA, D. C. de. Análise de conteúdo temático-categorial: uma proposta de sistematização. **Rev. Enferm.** p. 569–576, 2008. Disponível em: <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/lil-512081> Acesso em: 10 jan. 2024.

QUINAUD, A. L.; BALDESSAR, M. J. Economia criativa: um *boundary concept* após mais de uma década de debates. **Revista Temática**, v. 14, n. 01, p. 111-127, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.22478/ufpb.1807-8931.2018v14n01.37965>. Acesso em: 28 out. 2025.

REIS, A. C. Introdução. In: REIS, A. C. (Ed.) **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visao dos países em desenvolvimento. Sao Paulo: Itaú Cultural, 2008. p. 14-49.

SANTOS, A. M. P.; SOUZA, R. O de. Estudo de caso sobre os aspectos econômicos do artesanato da Associação dos Artesãos da Feira de Artesanato-FEART, em Juazeiro do Norte–CE. **Ciência e Sustentabilidade**, v. 2, n. 1, p. 124, 16 ago. 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufca.edu.br/ojs/index.php/cienciasustentabilidade/article/view/61> Acesso em: 10 jan. 2024.

SANTOS, K. A. dos; ROBERTI, M. E. Artesanato e resistência: uma leitura decolonial da arte para mulheres do campo. **Revista da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Uberlândia**, v. 51, n. 1, p. 303–326, 2023. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/revistafadir/article/view/68305>. Acesso em: 7 abr. 2024.

SCOZ, E.; LOSTADA, L. R. Economia Criativa de Moda em Santa Catarina: compreensões de um público alvo. **Modapalavra e-periódico**, v. 15, n. 36, p. 197–220, 18 abr. 2022. Disponível em: <https://revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/18006/14210> Acesso em: 10 jan. 2024.

SERRA, N.; FERNANDEZ, R. S. Economia criativa: da discussão do conceito à formulação de políticas públicas. **RAI Revista de Administração e Inovação**, v. 11, n. 4, p. 355-372, 2014. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1809203916302091>. Acesso em: 20 dez. 2024.

SOUZA, E. de et al. Economia criativa na moda: um estudo de caso do Atelier Calle 7 na cidade de Araranguá-SC. **Revista Visão: Gestão Organizacional**, v. 11, n. 1, p. 176–192, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.33362/visao.v11i1.2657>. Acesso em: 31 mar. 2024.

UNCTAD. **Relatório de Economia Criativa**. Economia Criativa: uma opção de desenvolvimento viável. 2013. Disponível em: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab2013_pt.pdf. Acesso em: 26 jun. 2024.

VISONÁ, Paula Cristina. A emergência do *ethos* criativo como tendência sociocultural na contemporaneidade. **Diálogo com a Economia Criativa**, v. 2, n. 6, p. 83–101, 2017. Disponível em: <https://dialogo.emnuvens.com.br/revistadcec-rj/article/view/124>. Acesso em: 28 out. 2025.

SOBRE OS AUTORES:

Jeisseny Mickelle Dias Pinedo

Graduanda do curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) - Campus Erechim.

Orcid: <https://orcid.org/0009-0007-2734-3213>

E-mail: arielladidas26@gmail.com

Maria de Fátima Nóbrega Barbosa

Professora e pesquisadora da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). Doutora em Recursos Naturais (UFCG). Pós-doutorado em Administração Pública (UFV). Bolsista em Produtividade do CNPq.

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3415-8829>

E-mail: mfnobregabarbosa@gmail.com

Debora Regina Schneider Locatelli

Professora e pesquisadora da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS). Doutora em Administração (USCS). Pós-doutorado em Administração Pública (UFV).

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7488-4879>

E-mail: debora.locatelli@uffs.edu.br

Artigo recebido em: 15 jan. 2025. | Artigo aprovado em: 30 out. 2025.