

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO AMAZONAS
ESCOLA SUPERIOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE ECONOMIA

EMILY PONTES DE LIMA

**ECONOMIA CRIATIVA NO AMAZONAS: ANÁLISE DA COMERCIALIZAÇÃO DO
ARTESANATO REGIONAL**

Orientadora: Prof.^a Esp. Larissa Pires Da Silveira

MANAUS, AM

2024

EMILY PONTES DE LIMA

**ECONOMIA CRIATIVA NO AMAZONAS: ANÁLISE DA COMERCIALIZAÇÃO DO
ARTESANATO REGIONAL**

Artigo submetido à Banca Examinadora do Curso de Ciências Econômicas, da Escola Superior de Ciências Sociais – ESO, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientadora: prof.^a Esp. Larissa Pires da Silveira

MANAUS, AM

2024

Economia Criativa no Amazonas: Análise da Comercialização do Artesanato Regional¹

Emily Pontes de Lima²

Larissa Pires da Silveira³

RESUMO

O artigo aborda o impacto do artesanato no contexto da economia criativa no Amazonas, focando em sua comercialização e os desafios enfrentados pelos artesãos dessa região. A natureza do problema envolve a busca por entender o papel do artesanato como uma atividade econômica e cultural, além de identificar os principais obstáculos e oportunidades para o subsetor. A pesquisa destaca como o artesanato, muitas vezes visto como uma expressão cultural, também se configura como uma fonte de renda importante para muitas famílias, especialmente em um cenário com altos índices de informalidade e falta de políticas públicas. A metodologia utilizada foi uma pesquisa bibliográfica, baseada em fontes secundárias como artigos científicos, livros e dados de órgãos responsáveis por estatísticas voltadas ao setor, além de uma análise qualitativa das informações disponíveis. A abordagem teórica focou na economia criativa e sustentabilidade, com o objetivo de analisar o artesanato como um vetor de desenvolvimento econômico no Amazonas. Os resultados revelaram que o artesanato contribui significativamente para a economia local, sendo especialmente importante para trabalhadores informais. A introdução de canais de venda *online* e a participação em feiras locais ajudaram a expandir o mercado. O artesanato no Amazonas tem grande relevância econômica e cultural, mas enfrenta desafios como a informalidade, falta de políticas públicas e a concorrência com produtos industrializados. A economia criativa surge como uma oportunidade de valorização, sendo essencial o apoio do Estado para fomentar políticas públicas mais eficazes.

Palavras-chave: artesanato; economia criativa; Amazonas.

ABSTRACT

¹Artigo de conclusão de curso solicitado como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas pela Escola Superior de Ciências Sociais – ESO da Universidade do Estado do Amazonas – UEA

²Graduanda do Curso de Ciências Econômicas da Universidade do Estado do Amazonas (UEA). Email: emilypontes1981@gmail.com

³Especialista em Gestão de Projetos e em Gestão da Inovação, Tecnologia e Empreendedorismo, Mestranda em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação e Professora da Universidade do Estado do Amazonas – Gestão de Projetos e Inovação, Economia Criativa e Cultural Empreendedora. Email: lsilveira@uea.edu.br

The article addresses the impact of handicrafts within the context of the creative economy in Amazonas, focusing on their commercialization and the challenges faced by artisans in this region. The nature of the problem involves understanding the role of handicrafts as both an economic and cultural activity, as well as identifying the key obstacles and opportunities for the sector. The research highlights how handicrafts, often seen as a cultural expression, also serve as an important source of income for many families, especially in a context marked by high levels of informality and a lack of public policies. The methodology used was a bibliographic study, based on secondary sources such as scientific articles, books, and data from institutions responsible for sector-related statistics, as well as a qualitative analysis of the available data. The theoretical approach focused on creative economy and sustainability, with the aim of analyzing handicrafts as a driver of economic development in Amazonas. The results revealed that handicrafts contribute significantly to the local economy, being especially important for informal workers. The introduction of online sales channels and participation in local fairs helped expand the market. Handicrafts in Amazonas hold significant economic and cultural relevance but face challenges such as informality, the lack of public policies, and competition with industrialized products. The creative economy emerges as an opportunity for enhancement, with state support being essential for fostering more effective public policies.

Keywords: handicrafts; creative economy; Amazonas.

1 INTRODUÇÃO

Criatividade, sustentabilidade e inovação são temas que estão em alta há tempos, e um dos subsetores da economia, o artesanato, vem ganhando visibilidade por conter essa diversificação que está sendo procurada. Trata-se de uma atividade produtiva com valor social e cultural, geralmente realizada de maneira informal por grupos de produção em todo o país, muitos dos quais são compostos por mulheres de baixa renda e se baseiam em relações familiares e de vizinhança obtidas ao longo do tempo (KELLER, 2014).

Ainda, no estudo desenvolvido pela Firjan, Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro, (2022), é apresentada a Economia do Conhecimento, um modelo que já não pode ser considerado apenas uma tendência emergente, mas sim um fenômeno consolidado que reflete as transformações observadas nas economias globais. A Economia do Conhecimento é um conceito abrangente que vai além da economia criativa, englobando diversas áreas e sendo caracterizada pelo crescente valor atribuído ao conhecimento, à informação e à inovação como motores principais do desenvolvimento econômico. Esse modelo representa uma mudança significativa

em relação aos fatores tradicionais de produção, como a terra e o trabalho humano, que predominavam em modelos econômicos anteriores.

A Economia do Conhecimento, portanto, está intrinsecamente presente na economia criativa, já que enfatiza a inteligência, criatividade e habilidades especializadas para a criação de produtos e serviços, respondendo às grandes transformações ocorridas ao longo da história. Então tem-se que a principal diferença entre economia criativa e economia convencional, está no que cada uma delas tem como especificidade. A economia convencional valoriza o capital, máquinas, o que é necessariamente físico, por outro lado, a economia criativa, o intelectual (FIRJAN, 2022).

Howkins (2002 apud. BARAKAT et. al, 2022) define a Economia Criativa como uma atividade que envolve o desenvolvimento de informações e ideias de maneira que possam ser transformadas em produtos ou serviços comercializáveis. Em outras palavras, o autor enfatiza que a criação e a imaginação desempenham um papel central nesse processo, em que ideias e inovações podem ser geridas e trocadas como bens econômicos, gerando valor no mercado. A EC não se limita apenas a setores como arte e entretenimento, mas abrange também áreas como design, tecnologia e comunicação, em que o potencial criativo é explorado para fins comerciais.

A partir do que foi apresentado, o presente artigo tem como objetivo analisar a comercialização do artesanato regional no Amazonas no contexto da economia criativa, identificando seus desafios, oportunidades e impacto como fonte alternativa de renda para parte da população, visto que é um fenômeno sociocultural e econômico que permeia a sociedade atual. Tendo isso em vista, a pergunta norteadora foi: Quais são os principais desafios e oportunidades enfrentados pelos artesãos do Amazonas na comercialização de seus produtos dentro da economia criativa, e de que forma essa atividade contribui para a geração de renda e emprego?

Com isso, buscou-se identificar os principais atores e redes envolvidas na comercialização do artesanato regional no Amazonas, analisar a implementação de políticas públicas e canais de venda utilizados pelos artesãos para acessar mercados regionais, nacionais e internacionais e avaliar o impacto socioeconômico da comercialização do artesanato para as comunidades artesãs, comparando a renda média mensal.

A escolha de estudar a comercialização do artesanato regional no contexto da economia criativa no Amazonas se justifica pela relevância social, cultural e econômica desse setor para as comunidades locais. O artesanato é mais do que uma simples atividade econômica; é uma expressão da identidade cultural do povo amazônico, representando saberes e práticas tradicionais que atravessam gerações. No entanto, apesar de sua riqueza simbólica e artística, este subsetor da economia muitas vezes carece de visibilidade, infraestrutura e apoio para se consolidar como uma fonte estável de renda.

Neste contexto, o presente trabalho busca evidenciar a importância do artesanato não apenas como uma manifestação artística, mas também como um elemento central na economia criativa, capaz de fomentar o desenvolvimento sustentável e a valorização das comunidades artesãs.

O presente trabalho está dividido em: Introdução, Referencial Teórico, Metodologia, Resultados e Discussões, Considerações Finais e as Referências Bibliográficas utilizadas na pesquisa. O referencial teórico está dividido em duas seções: apresentação da conceituação de economia criativa e artesanato e como se popularizaram no Brasil, seguido pela verificação dos desafios e oportunidades enfrentados por esta atividade.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Artesanato, cultura e economia criativa no Brasil

O artesanato pode ser descrito como uma atividade de manufatura, que envolve características regionais, os materiais utilizados, geralmente são sustentáveis e naturais seguindo técnicas específicas aprendidas por meio familiar, ou da própria comunidade / local em que o indivíduo pertence (FREITAS *et al*, 2017).

Barroso Neto (2001) destaca três tipos de artesanatos que considera os mais importantes, sendo eles: Artesanato Indígena, Artesanato Tradicional (folclórico) e Artesanato de referência cultural. O artesanato indígena, geralmente recebe um cuidado maior, já que é produzido por comunidades tradicionais indígenas e tem uma forte conexão com suas práticas culturais e espirituais. Sua comercialização, frequentemente intermediada por órgãos como a FUNAI (Fundação Nacional do Índio), preserva formas e técnicas autênticas que refletem a cultura e os saberes ancestrais. O artesanato indígena, em sua maioria, não busca uma intervenção

externa, como a introdução de novas técnicas ou processos de mercado, a fim de não descaracterizar sua produção. Isso ocorre porque, para as comunidades indígenas, a produção artesanal está ligada à identidade e ao modo de vida de seu povo, e mudanças externas podem representar uma forma de dominação cultural. A política de apoio ao artesanato indígena deve ser baseada em uma abordagem crítica, que respeite essa singularidade cultural e busque fortalecer as comunidades indígenas sem impor mudanças externas.

O artesanato tradicional, por sua vez, está mais inserido no contexto das comunidades não indígenas, mas que preservam práticas artesanais regionais, muitas vezes com grande valor histórico e cultural. Esse tipo de artesanato é muitas vezes realizado por uma mão de obra pouco qualificada, que precisa de apoio para melhorar a produção e a inserção no mercado. E por fim, o artesanato de referência cultural, se refere ao artesanato que, embora tenha raízes em tradições culturais, é desenvolvido com uma lógica mais orientada ao mercado, muitas vezes com a colaboração de designers e especialistas em marketing. O objetivo é criar produtos que atendam às demandas do mercado atual, mas mantendo a essência e os elementos significativos da cultura regional.

A economia criativa, que integra a transição para a Economia do Conhecimento, foca no potencial individual e coletivo para a criação de bens e serviços, sejam tangíveis, como produtos físicos, ou intangíveis, como experiências imateriais, arte, design, software e mídia digital. Diferente da economia tradicional, que se baseia nos fatores clássicos de produção (terra, trabalho e capital), a economia criativa depende essencialmente da capacidade humana de gerar ideias inovadoras, valorizar a originalidade e transformar a criatividade em produtos comercializáveis. A principal distinção entre essas duas formas de economia reside no fato de que, enquanto a economia tradicional é centrada na produção em massa e no valor dos recursos materiais, a economia criativa se baseia no capital humano, no conhecimento e nas capacidades criativas para gerar novas formas de valor, muitas vezes dispensando a abundância de recursos materiais. Esse modelo implica na emergência de novos tipos de negócios, modelos organizacionais inovadores e uma maior valorização das competências intelectuais e culturais, conforme destaca Firjan (2022, p. 64-65).

De acordo com a pesquisa realizada por Aigba (2020, p. 81) existem quatro atores no processo de consumo deste tipo de mercado “Quatro categorias ou atores sociais e econômicos participam do processo de consumo, são eles, os vendedores aqui representados por permissionários, os compradores, fornecedores, agentes públicos e vendedores ambulantes”.

Um dos principais atores, os artesãos, se dedicam ao trabalho como uma forma de valorização e garantia de sobrevivência Auzier e Cruz (2012). Dessa forma, esta prática está intrinsecamente relacionada à cultura, pois se vincula às formas de comunicação, às identidades e à linguagem, englobando modos de pensar, sistemas éticos e de conhecimento, bem como ao significado atribuído às ações e à criatividade (GARRETÓN, 2008, p. 46 apud ALVES, 2021, p. 5).

Compreender um dos principais compradores deste mercado também é importante, visto que estes atribuem maior valor às peças que são artesanais, pois possuem uma história, uma inspiração acerca do significado. Além da valorização por conta do processo criativo por trás das peças, na atualidade os consumidores trazem à tona a sustentabilidade como pauta, visto que o interesse por saber de onde aquele artefato veio, de que foi feito, o quanto agrediu a natureza - e se agrediu – quais os materiais utilizados, entre outras coisas, são postos em discussão para análise, e se for o caso, a aquisição daquele bem (SILVA, 2013). Nesse contexto, turistas e comerciantes começam a buscar e valorizar esse tipo de produto, levando à supervalorização das peças (VIOLIN, 2022).

Com isso, percebe-se a ligação entre o artesanato e a economia criativa. O artesanato é cultura, pensamento, vivências. E, de acordo com Reis (2008, p. 24), “[...] a economia criativa compreende setores e processos que têm como insumo a criatividade, em especial a cultura, para gerar localmente e distribuir globalmente bens e serviços com valor simbólico e econômico”.

Howkins (2002), foi um dos pioneiros a popularizar a economia criativa. Para ele, o intelectual é visto como uma atividade comercial, utilizada para transformação, podendo abranger diversos setores, saindo da ideia de ligar apenas à cultura e arte, e envolve setores como design e tecnologia, quebrando paradigmas relacionadas à comercialização da criatividade.

No Brasil, no início do século XXI, percebeu-se uma atenção maior voltada ao setor de economia criativa no país, visto que o patrimônio intelectual passou a ter mais

valor, tornando-se o caminho para novos produtos, negócios e mercados (COSTA e SANTOS, 2011). Com isso, começou a se reconhecer o potencial econômico da indústria criativa, que tem se destacado como um motor de geração de renda, empregos e valor. Essa ideia vem sendo difundida entre especialistas dos setores público e privado como uma estratégia para o crescimento e a diversificação de mercados (KON, 2016, apud. LOURENÇO, 2021).

Para Reis, (2008), há uma ligação direta entre economia criativa e indústrias criativas.

as indústrias criativas estão no coração da economia criativa. [...] elas estão centradas nas artes e na cultura, mas não estão restritas a elas. Podem ser produtos tangíveis ou serviços intangíveis com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado. As indústrias criativas podem ser definidas como o ciclo de criação, produção e distribuição de produtos ou serviços comercializáveis, que usam a criatividade como insumo principal. Em outras palavras, um conjunto de atividades econômicas com base no conhecimento e que fazem uso intensivo da criatividade e do conhecimento. Elas são capazes de gerar renda por meio do comércio e dos direitos de propriedade intelectual (REIS, 2008, p. 62)

A economia criativa demanda a atuação do Estado para fomentar a implementação de políticas culturais, sempre que viável, integrando-as ao mercado (MADEIRA, 2016, apud. ALVES, 2021). Contudo, constata-se a ausência ou “quase nada” de políticas públicas voltadas ao artesanato no estado do Amazonas (ALVES, 2021). Visto que, são importantes para a fomentação do setor e dos subsetores envolvidos, gerando oportunidades de emprego e renda, como poderemos observar a fundo no próximo tópico.

2.2 Desafios e oportunidades para os artesãos amazonenses

Um dos principais impasses presentes na comercialização do artesanato, é a informalidade trabalhista (IBGE, 2022). O artesão é visto como um trabalhador independente, o que implica tanto na obtenção de benefícios quanto nas incertezas em relação à sua situação profissional (Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comercio Exterior, 2012, apud. KELLER, 2014). Dificuldades são presentes nesta atividade, porém, com luta, a Lei no 13.180/2012, regulamenta a profissão de artesão. Com isso, veio a garantia de benefícios e reconhecimento nacional e internacional,

com oportunidade de participação em feiras e eventos, por exemplo. Ainda, o Decreto 10.410 de 30 de junho de 2010, promove o direito aos benefícios do INSS, relacionados à aposentadoria, auxílio-doença e licença maternidade (SEBRAE, 2021).

De acordo com Scrase (2003, apud. KELLER, 2014), a criação de cooperativas de artesãos é uma estratégia fundamental para organizar os trabalhadores informais do setor artesanal. Ela oferece o potencial de melhorar tanto as condições de trabalho quanto as de vida desses profissionais, além de possibilitar uma resistência ao poder dos comerciantes intermediários. Também permite enfrentar as transformações e as dinâmicas desse setor. Essas mudanças são impulsionadas por vários fatores, como o aumento da conexão com o mercado, a interseção do artesanato com os setores de turismo e moda/acessórios, o maior contato com conceitos do sistema econômico capitalista e os impactos das mudanças no mercado.

Além da informalidade, a concorrência também pode ser um fator decisivo neste mercado. As principais transformações do artesanato na sociedade atual estão associadas à comercialização do produto artesanal e à expansão do mercado internacional. A perspectiva da Cadeia de Mercadoria foca especialmente nas conexões dentro da cadeia global do artesanato, destacando as relações entre artesãos e atacadistas, assim como entre artesãos e grandes redes de varejo (KELLER, 2014).

Para Barroso Neto (2001), o aumento das disputas comerciais no cenário global, cresce a percepção de que os produtos dos países em desenvolvimento, especialmente na América Latina, precisam melhorar sua competitividade. Isso não será alcançado apenas por meio da racionalização e otimização da produção, redução de custos e aprimoramento da qualidade. Será necessário um grande esforço para construir uma imagem positiva do produto, agregando-lhe um valor simbólico que aumente seu apelo no mercado. Para competir com os produtos asiáticos, que oferecem boa qualidade a preços mais baixos, será preciso oferecer algo diferente: um produto mais bem projetado, que se ligue emocionalmente com os consumidores. Esses produtos devem ser exclusivos, únicos, com uma história própria. Um ponto essencial para a competitividade está não na redução de custos, mas na criação de valor. Sendo assim, o autor cita que este valor pode ser encontrado na arte popular e

no artesanato, já que fornecem referenciais simbólicos e culturais que os consumidores buscam como um diferencial, ora como uma alternativa ao consumo tradicional, ora como exemplo para a produção industrial.

A falta de políticas públicas também afeta os artesãos, como pôde se observar na pesquisa de Alves (2021), que no contexto da valorização da cultura, o objetivo foi analisar como as políticas culturais se relacionaram com os diversos modos de vida no estado do Amazonas. A pesquisa investigou, por exemplo, como a promoção da diversidade cultural no Brasil foi direcionada a grupos e segmentos historicamente marginalizados no acesso aos bens e serviços culturais. A análise abarcou, entre outros, populações indígenas, quilombolas, moradores de regiões fronteiriças, assentados da reforma agrária, comunidades afetadas por barragens, e povos tradicionais e minorias étnicas em situação de vulnerabilidade social, com acesso limitado aos meios de produção, registro, fruição e disseminação cultural. O que dificultava todo o processo de comercialização e obtenção de renda.

De acordo com a percepção de Hofling (2001, apud. GUIMARÃES JUNIOR et. al, 2020) as políticas públicas são entendidas como maneiras de o Estado se fazer presente, visando a melhoria ou modificação de relações sociais em um determinado núcleo, atendendo necessidades e demandas da população, envolvendo a criação e implementação de programas, leis, regulamentações e iniciativas de mudanças.

No estado do Amazonas, o governo implementou políticas públicas que têm como objetivo a fomentação deste mercado e do desenvolvimento econômico envolvendo vários outros setores, bem como, o aumento de empregos e consequentemente da renda dos artesãos. Aconteceram por meio da qualificação profissional, e também da facilitação de serviços voltados à atividades empresariais (SEDECTI, 2022). A exemplo, em 2020, no auge do período pandêmico, o Governo do Amazonas lançou programas e iniciativas que tinham o objetivo de oferecer experiências, aulas, interações etc. sem a necessidade de sair de casa, o chamado “Cultura Sem Sair de Casa”, foram oferecidas aulas *online* por meio do Youtube e do Instagram (SECEC, 2020). Bem como o auxílio emergencial no valor de R\$600,00, pago parcelado em três vezes, para artesãos que não possuíam trabalho formal. O objetivo da política pública era atender cerca de 7.500 trabalhadores, de acordo com a Secretaria de Cultura e Economia Criativa (SECEC, 2021).

Seguindo o raciocínio exercido no período pandêmico, Barakat et. al (2022), destaca como as mídias sociais se tornaram essenciais para as empresas do setor criativo, oferecendo um ambiente para superar barreiras, compartilhar conhecimento e criar conteúdo, tanto individual quanto coletivamente. Elas passaram a ser vistas como uma vitrine para produtos e serviços, permitindo que as empresas mostrem a qualidade e exclusividade de suas ofertas, o que agrega valor aos consumidores. Além disso, com a migração para o ambiente on-line, os gestores ampliaram seus relacionamentos com *stakeholders*, como clientes e fornecedores. As empresas agora utilizam essas plataformas para desenvolver estratégias competitivas e gerenciar relacionamentos, especialmente em tempos de crise, dado seu impacto na interação direta com os consumidores e na construção de uma presença relevante no mercado.

Além das redes sociais, outra estratégia utilizada pelos artesãos, é a utilização de *e-commerce*. No trabalho realizado por Viana (2009), é citada a Fundação Amazonas Sustentável (FAS), que é uma entidade sem fins lucrativos da sociedade civil, dedicada ao desenvolvimento sustentável da Amazônia, promovendo programas e projetos voltados para diversas áreas, como o empreendedorismo e pesquisa e inovação ambiental. A FAS, junto à Americanas, que comporta um *marketplace* no *site* oficial, disponibilizou uma loja *online*, denominada “Jirau da Amazônia” para a venda de artesanatos apoiada pela Fundação. Foram mais de 8,6 mil peças vendidas, que continham um ticket médio de R\$31,64 cada, totalizando R\$273 mil em ganhos para artesãos ribeirinhos e indígenas num período de 11 meses, de janeiro a novembro de 2023 (FAS, 2024).

3 METODOLOGIA

O presente trabalho foi desenvolvido por meio de uma pesquisa bibliográfica, utilizando fontes secundárias, como artigos científicos, livros, notícias e teses que tratem do tema da comercialização do artesanato regional no contexto da economia criativa, com foco na região do Amazonas. Para a seleção das fontes, foram considerados critérios como relevância acadêmica, e adequação ao tema proposto, por meio de plataformas como o Google Acadêmico e Scielo, além da obtenção de dados diretamente dos portais autorizados, como o caso da Fundação Amazonas Sustentável (FAS), Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa (SECEC),

Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Inovação (SEDECTI) e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

A análise dos dados foi qualitativa, buscando identificar padrões, tendências, conceitos e interpretar os dados relatados. Os resultados foram discutidos à luz de abordagens teóricas, como a economia criativa, desenvolvimento regional e sustentabilidade. O objetivo geral foi analisar a comercialização do artesanato regional no Amazonas no contexto da economia criativa, identificando seus desafios, oportunidades e impacto como fonte alternativa de renda, os específicos foram: Identificar os principais atores e redes envolvidas na comercialização do artesanato regional no Amazonas, analisar as estratégias de marketing e canais de venda utilizados pelos artesãos para acessar mercados regionais, nacionais e internacionais e avaliar o impacto socioeconômico da comercialização do artesanato para as comunidades artesãs.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Artesanato no Amazonas: Emprego e Renda

Conforme os achados de Aigba (2020), os atores importantes para o consumo e a comercialização do artesanato estão interligados. Foi possível observar na pesquisa da autora que os vendedores também podem ser os fornecedores, desde que participem do processo de manufatura dos produtos, os agentes públicos implementando políticas públicas contribuindo para a criação de um ambiente favorável ao empreendedorismo artesanal. Por exemplo, por meio de capacitação profissional, financiamentos ou programas de inclusão social, e os compradores, que são o principal foco, pois ao consumir os produtos artesanais, eles criam uma demanda que impulsiona a produção e, conseqüentemente, gera renda para os envolvidos na cadeia produtiva, tanto na produção quanto na venda dos produtos. Essa cadeia é importante para o sustento deste subsetor, visto que estão interligados, suprimindo as necessidades um do outro.

Sob a perspectiva do mercado de trabalho, o Amazonas, na região norte, é o que mais possui empregos assalariados (aqueles que recebem salário, em vez de ser

autônomos ou prestadores de serviços) no setor cultural no período de 2011 a 2021, como pode-se observar na tabela 1.

A tabela a seguir também apresenta informações sobre unidade local, a qual se refere à localização geográfica onde as atividades culturais são desenvolvidas. Apresenta o valor médio que os trabalhadores assalariados recebem mensalmente, considerando todas as unidades locais dentro do setor cultural, e a Variação Relativa, que se refere à mudança percentual nos indicadores ao longo do tempo, isto é, a comparação do valor de 2021 com o valor de 2011.

Tabela 1 - Comparação entre unidades locais e pessoal ocupado assalariado dos anos de 2011 e 2021 no estado do Amazonas.

Unidade de Federação	2011					2021					Salário médio mensal
	Unidades locais		Pessoal ocupado assalariado		Salário médio mensal (R\$)	Unidades locais		Pessoal ocupado assalariado		Salário médio mensal (R\$)	
	Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)		Absoluto	Relativo (%)	Absoluto	Relativo (%)		Variação relativa (%)
Amazonas	2382	0,6	50159	3,2	3351	2744	0,7	40208	2,5	2819	-15,9

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Cadastros e Classificações, Cadastro Central de Empresas (2011/2021). Adaptados pelas autoras.

Como é possível observar, houve um aumento na quantidade de unidades locais, passando de 2.382 para 2.744 no setor cultural. O que reflete a implantação de empresas, organizações ou outras entidades dedicadas ao setor. Já nos números de pessoal ocupado assalariado, houve uma queda de 9.951 indivíduos. Partindo de 50.159 para 40.208, aproximadamente 19,8%.

Esperadamente, a redução de 15,9% no salário médio, reduzido para R\$2.744,00 em 2021, devido à pandemia de Covid-19 e/ou mudanças nas características da ocupação no setor cultural.

Na tabela 2, observamos o setor cultural dividido por categorias / subsetores, pessoal ocupado total e assalariado, salários e outras remunerações. O artesanato, juntamente às artes visuais, comportava cerca de 206 unidades locais em 2011, reduzindo para 175 em 2021, devido ao período pandêmico, o que não afetou o pessoal ocupado total e assalariado, que teve um aumento de 692 indivíduos.

Tabela 2 - Comparação entre salários e outras remunerações em 1 000 R\$, nas unidades locais e pessoal ocupado total e assalariado dos anos de 2011 e 2021 no estado do Amazonas (separado por domínios culturais) dos anos de 2011 e 2021 no estado do Amazonas.

Unidades da Federação e Domínios culturais	2011				2021			
	Unidades locais	Pessoal ocupado		Salários e outras remunerações (1000 R\$)	Unidades locais	Pessoal ocupado		Salários e outras remunerações (1000 R\$)
		Total	Assalariado			Total	Assalariado	
Amazonas	2382	53171	50159	2.142.210.750	2744	43114	40208	1.379.473.962
Atividades Culturais Centrais	1509	10392	8424	293.740.100	1614	11089	9293	271.656.609
A. Patrimônio natural e cultural	5	6	4	185.031	4	30	27	917.860
B. Apresentações artísticas e celebrações	229	1107	756	34.813.608	123	939	791	43.706.698
C. Artes visuais e artesanato	206	1387	1148	34.588.206	175	1840	1668	53.545.604
D. Livro e imprensa	492	3168	2563	78.649.244	465	3519	3034	63.353.337
E. Mídias audiovisuais e interativas	180	2667	2431	98.553.293	308	2594	2264	74.525.440
F. Design e serviços criativos	226	912	596	23.165.028	418	1126	608	14.722.359
H. Esportes e recreação	83	435	344	7.689.639	48	284	229	4.480.822
Educação e Capacitação	88	710	582	16.096.051	73	757	672	16.404.489

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Cadastros e Classificações, Cadastro Central de Empresas (2011/2021). Adaptado pelas autoras.

Como citado anteriormente, um dos principais desafios enfrentados nesta categoria do setor cultural, é a informalidade. Na tabela 3, é demonstrada a distribuição percentual das pessoas de 14 anos ou mais de idade, ocupadas na semana de referência, no setor cultural, por tipo de ocupação formal ou informal, e sua proporção.

Tabela 3 - Distribuição percentual das pessoas de 14 anos ou mais de idade, ocupadas na semana de referência, no setor cultural

Unidade da Federação	Ocupados no setor cultural (1000 pessoas)	Ocupados no setor cultural	
		Tipo de ocupação	
	Pessoas	Formal Proporção	Informal Proporção
Amazonas	112	53,8	46,2

Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (2022) consolidado de quintas entrevistas. Adaptados pelas autoras.

Cerca de 46,2% de ocupados no setor cultural eram informais. Um índice alto quando comparado a outros setores. Na tabela 4, é demonstrada uma relação percentual de ocupados no setor cultural por níveis de instrução, nos anos de 2014 e 2021.

Tabela 4 - Relação percentual de ocupados no setor cultural por níveis de instrução

Unidade da Federação	Ano	Ocupados no setor cultural (1000 pessoas)	Ocupados no setor cultural			
			Níveis de instrução			
			Sem instrução e Ensino Fundamental incompleto ou equivalente	Fundamental completo ou equivalente e Médio incompleto ou equivalente	Médio completo ou equivalente e Superior incompleto ou equivalente	Ensino superior completo ou mais
	Pessoas	Percentual	Percentual	Percentual	Percentual	
Amazonas	2014	108	10,5	10,7	65,0	13,7
	2021	98	5,1	9,6	60,1	25,2

Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (2014), consolidado de primeiras entrevistas. IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (2021) consolidado de quintas entrevistas. Adaptados pelas autoras.

Em 2014, o percentual do nível de instrução “sem instrução e Ensino Fundamental Incompleto e equivalente” estava bem próximo ao nível “fundamental completo ou equivalente e médio incompleto ou equivalente”, com 10,5% e 10% respectivamente. Apesar de que no ano de 2014, o número de ocupados no setor cultural era maior que em 2021, a diferença é relativamente pequena, visto que houve uma redução de 10.000 pessoas. Observa-se que a maior concentração do nível de escolaridade, em 2014 e 2021, está no médio completo ou equivalente e superior incompleto e equivalente com 65% e 60,1% respectivamente. Houve uma queda em 2021, como pôde se verificar que em 2021 acometeu-se um aumento no ensino superior completo ou mais, partindo de 13,7% e atingindo 25,2%.

4.2 Artesanato no Amazonas: Informalidade e estratégias utilizadas para acessar canais de venda

Os resultados analisados do IBGE (2011/2021) mostraram que a atividade de comercialização de artesanato no estado do Amazonas contribui significativamente para a renda de artesãos amazonenses, tanto para os trabalhadores formais, quanto para os informais. Ainda, foi possível observar que, quando políticas públicas

instauradas corretamente na atividade, o resultado é positivo quando comparado com a não participação direta do Estado. Estratégias utilizadas pelos artesãos estão no acesso à canais de venda *online*, conseguindo exportar para fora do país e alcançando o máximo de compradores possíveis, levando assim, a cultura e aprendizagens familiares para outros lugares no mundo todo, a participação em feiras culturais dentro do estado também é uma alternativa bastante utilizada pelos artesãos; essas feiras acontecem em épocas mais movimentadas do ano, como em feriados e períodos comemorativos, tendo como foco os locais e os turistas. Além das redes sociais e pontos fixos em lugares estratégicos nos municípios do estado.

Tabela 5 - Estratégias utilizadas pelos artesãos e sua abrangência

Estratégias Utilizadas	Exemplos	Abrangência
Feiras de Artesanato / Eventos Culturais	Feira de Economia Criativa	Compradores nacionais e internacionais
	Expomulher	
	Feira de Artesanato Indígena	
	Feira de Povos Criativos	
	Feira Natalina	
	Carnaboi	
	Feira Art&Cultura	
Marketplaces	Americanas	
Mercados e lojas físicas	Shopping do Artesanato do Amazonas	
	Mercado Municipal Adolpho Lisboa	
Redes Sociais	Instagram	

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Como pode ser visualizado na tabela 5, foi possível identificar por meio da pesquisa vários exemplos de feiras e eventos para exposição e venda de artesanato, nesse caso, todos promovidos pelo governo do estado do Amazonas, através da Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Amazonas. Apesar de se ter várias iniciativas, percebeu-se que sua abrangência é apenas na capital, Manaus, e na cidade de Parintins. Como Marketplace, foi identificado apenas a iniciativa da FAS com a Americanas. Que foi descontinuada no ano de 2024.

Os mercados e lojas físicas identificadas pela pesquisa foram: o Mercado Municipal Adolpho Lisboa, que é considerado um ponto importante de acesso aos artesanatos e manufaturas por ser considerado referência na capital quando se trata de produtos regionais, e o Shopping do Artesanato e Economia Solidária em Manaus,

que reúne 88 lojas repletas de bio e eco joias, adereços regionais etc. Uma iniciativa da Secretaria de Estado do Trabalho (SETRAB), colaborando com a comercialização do artesanato regional e apoiando cerca de 700 empreendedores amazonenses.

Quanto às redes sociais, a principal utilizada é o Instagram. Muitas feiras e cooperativas não possuem sites, mas um perfil atualizado na rede social de fotos que tem como principal objetivo a captação de novos compradores e ampliação de seus trabalhos.

Conforme pesquisado, vários artesãos participam regularmente em feiras promovidas pelo Estado, a exemplo da Feira de Economia Criativa, que teve início em 2023, em Parintins. Realizada pelo governo estadual por meio da Secretaria de Estado de Economia Criativa (SECEC, 2024), o qual tem como objetivo a geração de oportunidade, emprego e renda para jovens empreendedores de diversas áreas voltadas para a cultura. Em 2019, a chamada “Mostra de Artesanato”, realizada em Parintins também, já prometia gerar mais de R\$300.000,00 de lucro, com cerca de 7 mil visitantes. Uma parceria firmada entre o governo do Estado e da Secretaria de Estado do Trabalho (Setrab).

Assim como apontado na pesquisa de Alves (2021), a relação entre as políticas públicas voltadas para cultura e o desenvolvimento cultural é pouco retratado quando tem-se a procura dos resultados dessas políticas implementadas nos órgãos responsáveis. Por conseguinte, a cultura indígena está presente na implementação de feiras de artesanato e eventos, como pôde-se observar na Feira do Artesanato Indígena, realizada no mês de abril de 2023, e a utilização de espaço na Feira do Carnaboi, também em 2023, ambas realizadas em Manaus, utilizadas para a inclusão social bem como a manifestação da cultura regional. Contudo, os resultados não foram divulgados, e resta-se a dúvida da eficácia das políticas utilizadas para a obtenção de renda dos artesãos.

Ademais, os dados extraídos do IBGE (2011/2021) confirmam as observações encontradas durante a pesquisa, quando retrata que, em 2021, cerca de 46,2% de ocupados no setor cultural eram informais. Essa informação é relevante porque corrobora as observações feitas na pesquisa sobre os desafios enfrentados pelos artesãos e outros trabalhadores do setor cultural. A informalidade no trabalho é um

dos problemas centrais para os artesãos, já que implica em vulnerabilidade econômica e falta de proteção social. Esses trabalhadores, muitas vezes, não têm um reconhecimento formal de sua profissão, o que dificulta o acesso a benefícios e programas de apoio governamental. Além disso, a informalidade também impede a inserção plena no mercado formal, o que pode afetar sua competitividade e visibilidade no setor.

Portanto, a informalidade no setor artesanal, e em outras áreas da economia cultural, representa um dos principais obstáculos para a geração de uma renda mais estável e para a consolidação desse setor como uma atividade econômica mais formalizada e reconhecida pelo Estado. Essa questão da informalidade foi um dos pontos-chave identificados pela pesquisa, como observadas no trabalho de que também sugere que a criação de políticas públicas e iniciativas de organização dos trabalhadores, como cooperativas, poderia ajudar a combater esse problema. A exemplo, a Reciprolab. Cooperativa que destaca a criação de vínculos entre diversos setores da economia criativa, promovendo um ambiente dinâmico e colaborativo. O diferencial é que a Reciprolab não apenas idealiza o projeto, mas também facilita a execução de processos essenciais, como a organização de eventos internos e externos. Esses eventos, por sua vez, geram maior receita de vendas e permitem a construção de conexões valiosas com potenciais clientes. Além disso, a Reciprolab oferece um suporte integral aos pilares administrativos, como gestão geral e mídia, o que contribui significativamente para o crescimento e o desenvolvimento de empreendedores. Dessa forma, a Colaborativa vê a Reciprolab como um facilitador essencial na criação de um ecossistema de negócios onde os empreendedores se beneficiam de uma infraestrutura colaborativa, permitindo que se destaquem tanto dentro quanto fora desse espaço (A CRÍTICA, 2024).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo geral analisar a comercialização do artesanato regional no Amazonas no contexto da economia criativa, identificando seus desafios, oportunidades e impacto como fonte alternativa de renda para parte da população, além de analisar a ação de políticas públicas e canais de venda utilizados pelos artesãos para acessar mercados regionais, nacionais e internacionais e avaliar

o impacto socioeconômico da comercialização do artesanato para as comunidades artesãs, comparando a renda média mensal. Com base nos resultados encontrados no desenvolvimento da pesquisa, pode-se indicar que o objetivo proposto foi alcançado.

O presente trabalho foi desenvolvido por meio de uma pesquisa bibliográfica, utilizando fontes secundárias, como artigos científicos, livros, notícias e teses que tratem do tema da comercialização do artesanato regional no contexto da economia criativa, com foco na região do Amazonas. A análise utilizada na pesquisa foi qualitativa, a qual buscou interpretar conceitos, pontos de vista e dados acerca do tema.

Dentre os principais resultados, destaca-se o de Keller (2014) o qual mostra que o artesanato além de ser uma forma de expressão cultural, também é fonte de renda para muitas famílias e artesãos tanto formais, quanto informais, porém, a ausência de políticas públicas torna-se um grande impasse quando analisados os pontos em que ela se faz presente e os que não se faz, e o impacto que causa.

No que se refere aos principais achados sobre os desafios e oportunidades, tivemos a informalidade como principal ponto, chegando a 46% no setor cultural em 2021, seguida da concorrência e por fim, da falta de políticas públicas mais incisivas voltadas ao subsetor. Por outro lado, a economia criativa é um setor econômico que está em alta, pois há muito tempo se fala em sustentabilidade e inovação por meio de processos cognitivos, e com isso, houve uma valorização dessa esfera econômica.

Os resultados aqui reunidos podem servir de *insights* visando a compreensão e percepção das ideias propostas por demonstrarem a relevância social, econômica e cultural para os artesãos de forma geral, visto que esta alternativa de ganhos carece de visibilidade, infraestrutura e apoio para se consolidar como uma fonte estável de renda.

Quanto às limitações da pesquisa, é importante ressaltar que há uma carência de dados a respeito de setores culturais num geral, e em específico, de artesanato. A região do Amazonas o possui como um grande ponto importante da economia regional e mesmo assim, há poucos estudos e pesquisas de campo voltadas ao assunto.

É importante destacar que esses resultados apresentados não são conclusivos. Sugere-se, portanto, pesquisas de campo, entrevistas com os artesãos tanto formais quanto informais, além de aguardar a publicação de novos estudos de órgãos responsáveis por estatísticas voltados ao setor. Por fim, este estudo é apenas o início de uma pesquisa abrangendo o artesanato e a economia criativa no Amazonas, recomenda-se estudos sobre o artesanato no estado com mais detalhes e uma visão voltada ao período pós pandêmico, ademais, com dados atualizados, as futuras investigações poderão ampliar a compreensão da participação deste subsetor na economia.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A CRÍTICA. **Espaço colaborativo realiza projetos de conexões entre setores da economia criativa no AM. 2024.** Disponível em:

<https://www.acritica.com/economia/espaco-colaborativo-realiza-projetos-de-conexoes-entre-setores-da-economia-criativa-no-am-1.330635>. Acesso em: 09 dez. 2024.

A CRÍTICA. **Manaus ganha novo espaço para comércio de artesanatos na Djalma Batista. 2022.** <https://www.acritica.com/entretenimento/manaus-ganha-novo-espaco-para-comercio-de-artesanatos-na-djalma-batista-1.103851>. Acesso

em: 10 dez. 2024.

AIGBA, T. **Estudo do consumo e da estética do mundo amazônico a partir da venda de artesanato no Mercado Municipal Adolpho Lisboa.** Biblioteca Digital de Teses e Dissertações UFAM, 2020. Disponível em: <https://tede.ufam.edu.br/handle/tede/9114>. Acesso em: 19 de out. de 2024.

ALVES, R. C. M. **Análise do desenvolvimento da cultura a partir de políticas públicas no estado do Amazonas (2004-2021).** Biblioteca Digital de Teses e Dissertações UFRJ, 2021. Disponível em: <https://tede.ufrj.br/jspui/handle/jspui/6816>. Acesso em: 19 de out. de 2024

AUZIER, K. DA S.; CRUZ, J. G. DA. **Economia Criativa, Identidade Cultural e Turismo: um estudo nas Associações de Artesãos de Novo Airão (AM).** GT “Turismo e Cultura” do III Encontro Semintur Jr., Caxias do Sul., nov. 2012. Disponível em: https://www.ucsminhaescolha.com.br/site/midia/arquivos/economia_criativa.pdf. Acesso em: 19 de out. de 2024.

BARAKAT, S. R. *et.al.* **Engajamento de stakeholders em empresas da economia criativa: estratégias para o enfrentamento da crise da COVID-19.** Cadernos EBAPE.BR, v. 20, p. 436–451, 16 set. 2022. Disponível em: [SciELO - Brasil - Engajamento de <i>stakeholders</i> em empresas da economia criativa: estratégias](#)

[para o enfrentamento da crise da COVID-19 Engajamento de <i>stakeholders</i> em empresas da economia criativa: estratégias para o enfrentamento da crise da COVID-19](#). Acesso em 20 de out.

BARROSO NETO, Eduardo. **O que é artesanato**. 2001. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/435204688/O-QUE-E-ARTESANATO-Eduardo-Barroso-Neto-Primeiro-Modulo-Curso-Artesanato-Modulo-1-1>. Acesso em: 20 out. 2024.

COSTA, Armando Dalla; DE SOUZA-SANTOS, Elson Rodrigo. **Economia criativa no Brasil: quadro atual, desafios e perspectivas**. Revista Economia & Tecnologia, [S. l.], v. 7, n. 4, 2011. DOI: 10.5380/ret.v7i4.25925. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/ret/article/view/25925>. Acesso em: 25 out. 2024. de 2024.

FAS. **Com produtos inspirados na natureza, artesanato gera renda de R\$ 273 mil para ribeirinhos e indígenas do Amazonas**. FAS - Fundação Amazônia Sustentável. Disponível em: <https://fas-amazonia.org/com-produtos-inspirados-na-natureza-artesanato-gera-renda-de-r-273-mil-para-ribeirinhos-e-indigenas-do-amazonas/>. Acesso em: 15 nov. 2024.

FIRJAN – Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2022. Disponível em: <https://casafirjan.com.br/publicacoes/mapeamento-da-industria-criativa>. Acesso em: 2 de dez. 2024.

FREITAS, Álefe Lopes Viana; NOGUEIRA DE, Mayara; SANTOS, Roberta Monique da Silva; LINS NETO, Nelson Felipe de Albuquerque. **Estudo de caso sobre o artesanato regional como alternativa de renda na cidade de Manaus-Amazonas**. 2017. Disponível em: http://www3.sp.senac.br/hotsites/blogs/InterfacEHS/wp-content/uploads/2017/06/8-189_InterfacEHS_artigo_revisado.pdf. Acesso em: 15 nov. 2024.

GUIMARÃES JUNIOR, José Carlos *et al.* **Políticas públicas e o extrativismo da piaçava *Leopoldinia piassaba* Mart. em Barcelos-AM**. *Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento*, ano 05, n. 10, v. 03, p. 47-70, out. 2020. ISSN 2448-0959. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/meio->

[ambiente/extrativismo-da-piacava](#). Acesso em: 15 nov. 2024. DOI: 10.32749/nucleodoconhecimento.com.br/meio-ambiente/extrativismo-da-piacava.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Cadastros e Classificações, Cadastro Central de Empresas, 2011/2021.** Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/cultura-recreacao-e-esporte/9388-indicadores-culturais.html>. Acesso em: 20 nov. de 2024

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, 2014. Consolidado de primeiras entrevistas.** Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/cultura-recreacao-e-esporte/9388-indicadores-culturais.html>. Acesso em: 20 nov. de 2024

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Sistema de Informações e Indicadores Culturais. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, 2022. Consolidado de quintas entrevistas.** Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/cultura-recreacao-e-esporte/9388-indicadores-culturais.html>. Acesso em: 20 nov. de 2024

KELLER, P. F. **O Artesão e a Economia do Artesanato na Sociedade Contemporânea**, Política & Trabalho; v. 41, p. 323–347, out. 2014. Disponível em: [ArtigoUFPB_1-libre.pdf](#). Acesso em: 20 de out. de 2024

LOURENÇO, Monalize Barbosa. **A economia criativa em tempos de pandemia. 2021.** Faculdade de Tecnologia de Americana, Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza (CEETEPS), Americana, 2021. Disponível em: http://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/10729/1/1S2021_Monalize%20Barbosa%20Louren%C3%A7o_OD01073.pdf. Acesso em: 20 out. 2024.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento.** São Paulo: Itaú Cultural, 2008. ISBN 978-85-85291-87-7. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5771862/mod_resource/content/1/Livro%20Economia%20Criativa%20como%20estrat%C3%A9gia%20de%20desenvolvimento.pdf. Acesso em: 25 out. 2024.

SEBRAE. **Desafios e oportunidades para artesãos em 2021.** Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/desafios-e-oportunidades-para->

[artesaos-em-2021_e2a49f266efd7710VgnVCM100000d701210aRCRD](https://cultura.am.gov.br/governo-do-amazonas-lanca-campanha-cultura-sem-sair-de-casa/?fbclid=IwAR02-mRotH152pt-k29LQvK19amInpI6LdkJ7IEaVU8EzyBvLsYyUhSWnXw). Acesso em: 25 out. 2024.

SECEC, 2020. **Governo do Amazonas lança campanha “Cultura Sem Sair de Casa” - Portal Cultura do AM**. Disponível em: <<https://cultura.am.gov.br/governo-do-amazonas-lanca-campanha-cultura-sem-sair-de-casa/?fbclid=IwAR02-mRotH152pt-k29LQvK19amInpI6LdkJ7IEaVU8EzyBvLsYyUhSWnXw>>. Acesso em: 15 nov. 2024.

SECRETARIA DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA DO AMAZONAS. **Arte indígena tem espaço no Carnaboi de Manaus**. 2024. Disponível em: <https://cultura.am.gov.br/arte-indigena-tem-espaco-no-carnaboi-de-manaus/>. Acesso em: 09 dez. 2024.

SECRETARIA DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA DO AMAZONAS. **Bumbódromo de Parintins recebe segunda temporada da Feira de Economia Criativa**. 2024. Disponível em: <https://cultura.am.gov.br/bumbodromo-de-parintins-recebe-segunda-temporada-da-feira-de-economia-criativa/>. Acesso em: 09 dez. 2024.

SECRETARIA DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA DO AMAZONAS. **Encerra nesta quarta-feira (12/05) o prazo de solicitação do Auxílio Emergencial para profissionais da cultura**. 2021. Disponível em: <https://cultura.am.gov.br/encerra-nesta-quarta-feira-12-05-o-prazo-de-solicitacao-do-auxilio-emergencial-para-profissionais-da-cultura/>. Acesso em: 10 dez. 2024.

SECRETARIA DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA DO AMAZONAS. **Mostra de Artesanato em Parintins vai gerar renda para artesãos e aquecer economia do Estado**. 2024. Disponível em: <https://cultura.am.gov.br/mostra-de-artesanato-em-parintins-vai-gerar-renda-para-artesaos-e-aquecer-economia-do-estado/>. Acesso em: 09 dez. 2024.

SEDECTI. **Governo do Amazonas lança plano com novas estratégias para o desenvolvimento econômico**. 2022. Disponível em: <https://www.seducti.am.gov.br/governo-do-amazonas-lanca-plano-com-novas-estrategias-para-o-desenvolvimento-economico/>. Acesso em: 20 nov. 2024.

SILVA, Cristina. **Artesanato e trabalho imaterial**. 9º Colóquio de Moda, 2013, Fortaleza (CE). Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202013/COMUNICACAO-ORAL/EIXO-3-CULTURA_COMUNICACAO-ORAL/Artesanato-e-trabalho-imaterial.pdf. Acesso em: 20 nov. 2024.

VIANA, Virgílio M. **Bolsa Floresta: um instrumento inovador para a promoção de saúde em comunidades tradicionais na Amazônia.** 2009. *Revista Brasileira de Saúde Materno Infantil.* Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/HV9ttR8CKjmfldLTgggY5CVP/>. Acesso em: 20 out. 2024.

VIOLIN, F. L. **Turismo como criador de mercado para o artesanato em Mato Grosso do Sul.** *Interações (Campo Grande), [S. l.], v. 23, n. 2, p. 575–594, 2022.* DOI: 10.20435/inter.v23i2.3261. Disponível em: <https://www.interacoes.ucdb.br/interacoes/article/view/3261>. Acesso em: 20 nov. 2024.