

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
“JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO

BEATRIZ SPINELLI DOS SANTOS

**NEGÓCIO DE ARTESÃO:
EMPREENDENDO NO ARTESANATO PESSOAL**

BAURU / SP

2012

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
“JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO

BEATRIZ SPINELLI DOS SANTOS

**NEGÓCIO DE ARTESÃO:
EMPREENDENDO NO ARTESANATO PESSOAL**

Relatório apresentado ao curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, como exigência parcial para obtenção de título de Bacharel em Comunicação Social, sob orientação da profa. Dra. Angela Grossi de Carvalho.

BAURU / SP

2012

BEATRIZ SPINELLI DOS SANTOS

**NEGÓCIO DE ARTESÃO:
EMPREENDENDO NO ARTESANATO PESSOAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Comunicação Social – Jornalismo, como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo, sob a orientação da Professora Dr^a. Angela Maria Grossi de Carvalho.

Banca Examinadora:

Profa. Ms. Larissa Rosseto
UNESP

Prof. Dr. Juarez Tadeu de Paula Xavier
UNESP

Prof^a Dr^a Angela Maria Grossi de Carvalho
(ORIENTADORA) UNESP

Bauru, 20 de novembro de 2012.

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho primeiro a Deus, pois ele é quem nos dá forças para seguirmos a luta do dia-a-dia. Segundo aos meus pais, Jesus Aparecido dos Santos e Rosangela Spinelli dos Santos, que sempre acreditaram no meu potencial e proporcionaram a mim essa faculdade. Que tiveram paciência nos dois anos de estudo no cursinho, levando nas provas, buscando tarde, mesmo depois de um dia cheio de trabalho. E depois na fase de morar fora, sempre apoiando e incentivando, me ajudando quando batia a saudade e eu queria voltar para casa e largar tudo.

Ao meu irmão, Victor Spinelli dos Santos, e aos familiares que sempre me apoiaram e me receberam de braços abertos e com comida gostosa, toda vez que eu voltava sedenta por abraços carinhosos e verdadeiros. Tales Prado Furlanetti Santos Silva e toda a sua família sintam-se incluídos nesse rol, uma família por opção nossa.

Dedico também a todos os meus amigos, os que já tinha antes de vir para Bauru, e os que conheci aqui e que se mostram importantes nessa caminhada. Os puxões de orelha, as conversas francas, as risadas gostosas e as cervejas geladas que tomamos. Bom, vou tentar não esquecer ninguém, não se chateiem se eu me esquecer, ok? Paloma Mazza, André Marçon, Camila Zulato, Murilo Azevedo, Carla Latorre, Jaqueline Silva, Thatianna e Oliveira, Katiuscia Reis, Ana Cláudia Tripoloni, Amanda Pioli, Kátia Kishi, Larissa Maine, Layla Vasconcelos. Muito obrigada a todos.

E Angela Grossi de Carvalho, minha orientadora, um anjo que Deus colocou na minha vida para me ajudar nessa empreitada. Muito obrigada por tudo, por essa caminhada, pela franqueza e pela disponibilidade em me ajudar e em me orientar, mesmo com o prazo curto e com as dificuldades. Mais uma vez, obrigada!

AGRADECIMENTOS

São muitas pessoas para agradecer, espero não esquecer ninguém. Agradeço a Deus e aos meus pais, Jesus e Rosangela, mais uma vez e sempre. Os responsáveis pela concretização desse dia. Ao meu irmão, Victor, pela paciência em ter uma irmã morando fora o que fez com que ele tivesse que se privar de muitas coisas, agora é a sua vez. Aproveite tudo o que puder.

À minha família: avó Maria, tia Miriam e primas Juliana e Leila, vocês são base para mim, sempre apoiando e torcendo. Minhas maiores torcedoras. Juzinha, temos que falar da Alice também, mais uma mulher nessa casa de mulheres. Agradeço tudo o que fizeram por mim, todo o apoio, o amor, carinho e orações.

Aos amigos de Itaquá, aos verdadeiros, que suportaram a distância e as sumidas homéricas por semestres e anos, e mesmo assim ainda nutrem grande carinho por mim, e que torcem para que tudo dê certo na minha vida. Aos amigos que fiz em Bauru, os que eu quero levar para a vida toda. Vocês participaram de uma das fases mais difíceis na minha vida. É difícil ficar longe de casa, da família, e aos poucos construímos uma aqui, nos ajudando e nos apoiando.

Ao Tales Prado Furlanetti Santos Silva, seus pais Agnelo e Vera. E toda a sua família, que me acolheram com muito carinho aqui em Bauru. Faz pouco tempo, mas já são muito importantes para mim, e tenho um enorme carinho por vocês. Tales e Vera, muito obrigada pelas correções, dicas e sugestões, enriqueceram o meu trabalho de uma forma que vocês nem fazem ideia.

A todos que tiveram paciência comigo e respeitaram essa fase pauleira que é a feitura do TCC, e esperaram com calma, ofereceram um alento para uma pessoa exausta.

A Angela mais uma vez, pela ajuda extraordinária, pelo ensinamento. Pelas conversas, correções, pela sua forma simples e doce de me corrigir e me mostrar o melhor caminho a percorrer. Você fez muita coisa pelo trabalho. Sem sua orientação ele não seria o que vemos hoje.

Muito obrigada a todos, estou imensamente feliz por essa fase da minha vida. Estão todos convidados para a festa em abril de 2013 para comemorarmos juntos essa etapa.

RESUMO

Negócio de Artesão: Empreendendo no Artesanato Pessoal é um blog sobre empreendedorismo para artesãos. O presente trabalho vem para ajudar na formação do artesão, trazendo material de apoio para estudo sobre negócios, especialistas e entidades que entendem do assunto e se apresentam para falar de diversos temas de forma simples, concisa e descontraída. Além disso, queremos também contar história de pessoas que já empreendem, complementam sua renda com a venda dos produtos que fazem, humanizando os depoimentos. O objetivo geral é despertar o interesse pela atividade empreendedora em pessoas que fazem artesanato ou que querem começar a fazer. Assim, pessoas que antes faziam peças artesanais apenas como *hobbie* podem encontrar uma forma de complementar sua renda. Já os objetivos específicos são: estimular as pessoas a pensar em um negócio próprio; estimular a economia criativa por meio do blog; contribuir para a formalização do artesão; estimular o intercâmbio de conhecimento entre os artesãos; divulgar o trabalho de artesãos. A Metodologia utilizada para esse projeto foi a pesquisa exploratória, utilizando da pesquisa bibliográfica e documental, além das técnicas de entrevista e documentais direta e indireta. O Método de abordagem utilizado foi o dedutivo, já os métodos de procedimento utilizados foram o histórico e o comparativo. Como resultados, temos o blog *Negócio de Artesão*, que pode ser utilizado tanto para informar o leitor sobre como ele pode formular seu empreendimento para poder ganhar dinheiro com o seu trabalho.

Palavras-chave: Blogosfera. Jornalismo Econômico. Empreendedorismo. Artesanato. Negócios.

ABSTRACT

Negócio de Artesão: Empreendendo no Artesanato Pessoal is a blog about entrepreneurship for craftspeople. The present work comes to help in the formation of the artisan, bringing material for study on business, experts and organizations who understand the subject show up to talk about several topics in a simple, concise and relaxed way. Moreover, we also want to tell the story of people who already undertake projects, and supplement their income by selling products they make, humanizing the testimonies. The overall goal is to generate interest for the entrepreneurial activity in people who do handicrafts or who want to start doing it. Thus, people who once used to handcraft just as a hobby can now find a way to supplement their income. The specific goals are: to encourage people to think of a business of their own; stimulate the creative industries through the blog; contribute to the formalization of the artisan; stimulate the exchange of knowledge among artisans; to spread the work of artisans. The methodology used for this project was exploratory research, using bibliographical and desk research, in addition to interviewing and direct and indirect documentary techniques. The method used was the deductive approach, as the methods of procedure used were the historical and comparative ones. As a result, we have the blog named *Negócio de Artesão*, which can be used both to inform the reader about how he can conceive their enterprise and to be able to make money from their work.

Keywords: Blogosphere. Economic Journalism. Entrepreneurship. Handicraft. Business.

SUMÁRIO

1. Introdução	10
1.1 Objetivos	14
1.1.1 Objetivo Geral	14
1.1.2 Objetivos Específicos	14
1.2 Metodologia	15
1.3 Planos Futuros	17
1.4 Cronograma	18
1.5 Recursos Técnicos, Materiais e Humanos	18
2. Jornalismo Econômico	20
2.1 Para fazer Jornalismo Econômico	22
3. Empreendedorismo: Planejando o Negócio Próprio	26
3.1 Dados sobre o Empreendedorismo	28
3.2 Atitudes Empreendedoras	29
3.3 Plano de Negócio	33
3.4 Macroeconomia x Microeconomia	35
4. Plano Nacional de Cultura	37
4.1 Dimensão Simbólica	38
4.2 Dimensão Cidadã	39
4.3 Dimensão Econômica	40
4.4 Metas do Plano Nacional de Cultura	40
4.5 Execução do Plano	45
5. Economia Criativa	46
5.1 Plano da Secretaria da Economia Criativa	48
6. Artesanato: História, Conceitos, Características	51
6.1 Artesanato e Empreendedorismo	54
6.2 Artesanato e Design	55
6.3 Artesanato e Moda	56
7. Blogosfera: Um Novo Mundo para o Século XXI	58
7.1 Classificação dos Blogs	60
7.2 Web 2.0	61
7.3 Blogs Jornalísticos	64

8. Negócio de Artesão: Empreendendo no Artesanato Pessoal	68
8.1 Sessões do Blog	69
8.2 Pesquisas, Pautas E Matérias	74
8.3 Web Design	76
8.4 Redes Sociais	78
9. Considerações Finais	80
10. Referências	83
Anexo A – Estatísticas do <i>Facebook</i> e do <i>Wordpress</i> quanto à visibilidade do Blog desde a sua criação	86
Apêndice A – Print das Páginas do Blog	90
Apêndice B – Entrevista: Sheila Reis – artesã de Patchwork	109
Apêndice C – Entrevista: Maria Ferreira – professora do curso de Patchwork do Senac Bauru	114
Apêndice D – Entrevista: Sandra Sueli Godoy Martins – aluna do curso de Patchwork do Senac Bauru	117
Apêndice E – Entrevista: Osvaldo Almeida Júnior – Organizador do Interart	118
Apêndice F – Entrevista: Casal – Claudinei Ventura e Rosane Ventura – cidadãos de Rio Claro	121
Apêndice G – Entrevista: Márcia Lessa e Paulo Lessa – Expositores do Egito	122
Apêndice H – Entrevista: Fausto Simões de Andrade Neto – analista de informações do Sebrae/Regional Bauru	123
Apêndice I – Entrevista: Roberta Moysés – artesã, faz bijuterias	125

1. INTRODUÇÃO

Esse projeto nasceu com a intenção de ser um blog sobre empreendedorismo para artesãos, para que as pessoas que queiram vender alguns de seus produtos, e/ou se tornarem empreendedoras possam encontrar informações úteis para colocar em prática seu negócio. A proposta é que o blog se torne um espaço jornalístico informativo em que o artesão encontre o assunto *empreendedorismo* abordado de forma fácil de entender e de ser colocado em prática. Além disso, encontrará outros artesãos que contarão suas experiências, dando dicas de como fazer seu artesanato e gerar dinheiro.

Artesanato Pessoal foi a forma encontrada para chamar o tipo de artesanato abordado por esse projeto, sendo dividido em quatro tipos: Bijuteria, Crochê, Patchwork e Tricô. E ele é pessoal porque, primeiramente a pessoa aprende para si, para usar como adorno ou para fazer artefatos, por exemplo, um tapete em crochê para sua casa; um nécessaire em Patchwork para colocar suas maquiagens; um cachecol em tricô para os dias mais frios. Depois, quando se sente segura do trabalho que faz, começa a fazer para parentes e amigos mais próximos, e começa a pensar em vendê-los.

Esses quatro tipos estão em alta nos últimos anos. Fala-se muito em bijuteria. Os maxi colares, os brincos cheios de adornos, as pulseiras que usam couro, estão em alta. Muitas mulheres têm resgatado essa arte, para uso pessoal. Mas ao desfilarem com os adereços feitos por elas mesmas e diante da insistência das amigas decidem começar a vender essas bijuterias. A mesma coisa acontece com o tricô e o crochê que foram resgatados do guarda-roupa das avós e levados direto para as passarelas, para as grandes marcas. Aquele casaco em tricô que antes só as avós usavam é tendência para o inverno. Os cachecóis cheios de adereços e lãs diferentes, também. Os tapetes em crochê com barbantes peludos, as saídas de praia do verão feitas com uma linha leve, estão nas revistas mais sofisticadas e são usados pelas celebridades mais “antenadas”. Mais uma vez, as mulheres se sentem atraídas a tirar suas agulhas do armário e fazer elas mesmas a moda. E o mesmo acontece com o patchwork que é um artesanato mais recente no

Brasil, sendo aquelas bolsas de tecidos coloridos, de flores, corações, bichinhos, entre outras coisas.

A maioria dos trabalhos realizados por artesãos faz parte de decorações e peças de roupas, os trabalhos são muito apreciados e agregam valor devido ao seu caráter manual. O artesanato é único, possui uma expressão cultural bastante forte, está ligado à originalidade e criatividade do artesão. (LINKE; VELHO, 2010 apud FAJARDO, 2002, p. 30).

Nessa hora, encontrar um espaço que as ensine a empreender no assunto, a ganhar dinheiro fazendo algo que antes era apenas *hobbie* é importante, além de ser prestação de serviço para uma população. Há muitos blogs e revistas de moda trazem passo-a-passo de como fazer o seu e “arrasar na balada”, mas nossa intenção é ir além, mostrando que é possível se transformar em um empreendedor. Então, surgiu a ideia de criar um blog para falar de empreendedorismo para essas pessoas comuns que não entendem de negócios, que não sabem como administrar e contabilizar os custos e os ganhos.

A forma encontrada para isso foi usar o espaço da internet, que é público, e que possibilita maior interatividade e contato com o leitor. A escolha pelo Blog se dá pelo fato de ter se tornado uma importante ferramenta desde o início do Século XXI. Primeiro, eram diários virtuais. Os adolescentes criavam essas páginas para escrever sobre suas vidas, um diário aberto. Em um segundo momento, as pessoas começaram a comentar sobre assuntos de interesse público, seja o lançamento do filme X ou do álbum da banda Y. E depois sobre política, economia, cultura, sociedade, saúde, a blogosfera entra no jornalismo, como veremos detalhadamente no capítulo seis.

Através da escrita, o autor do blog cria laços com o leitor, com um texto claro, correto, com precisão de informação, estrutura esse laço de confiança e fidelidade ao blog. Esse compromisso deve estar no texto em que o autor define: o que é o blog e para quê ele serve, quem ele é, e quais seus objetivos ao escrever esses textos. O blog cria intimidade, e as pessoas se sentem mais confortáveis para comentar, sugerir, criticar e até para tirar dúvidas, porque nesse espaço ele se vê representado, vê seus anseios correspondidos de forma mais rápida e personalizada.

O Jornalismo econômico entra nessa história para trazer a informação de modo mais apurado e mais conciso. Para traduzir de forma clara os jargões do

mundo dos negócios, explicar às pessoas comuns, com um texto simples, que é possível e que pode dar certo pensar em um negócio antes de concretizá-lo.

Mas para não deixar o blog com cara de sessão de Economia dos jornais impressos, além de trazer pessoas do mundo dos negócios, órgãos públicos, o próprio Sebrae e Ongs para falar sobre artesanato empreendedor, trazer entrevistas com pessoas do ramo, para contar sua história, mostrar o trabalho realizado, se faz necessário. Trazendo a vida do personagem para dentro do blog para que as pessoas possam se identificar com ele. A ideia não é mostrar apenas como empreender, mas também a fazer alguma peça que talvez não saibam, por meio de uma sessão de passo-a-passo feita pelos entrevistados; mostrar que o artesanato pode ser além de empreendedorismo, um *hobbie* e uma forma de terapia. E mostrar um pouco da história dessas modalidades. Sempre usando um texto leve, claro, para aproximar o leitor do que ele está lendo.

Assim, esse relatório está organizado da seguinte maneira. **Capítulo 1: Introdução**, nessa parte apresentamos o tema, mostrando sua relevância, o que justifica sua feitura, além dos objetivos, nosso planejamento e os recursos dispostos para que se realizasse, e alguns planos para o futuro, porque sonhar nunca é demais.

No **Capítulo 2: Jornalismo Econômico**, serão abordados temas relativos ao modo de escrever e pensar a matéria para esse segmento, e sua importância para a sociedade. É um dos jornalismo mais nobres e um dos menos prestigiados, justamente pelo uso de uma linguagem de difícil compreensão. Utilizar as ferramentas do jornalismo econômico no trabalho será fundamental para o público entender a sessão chefe do Blog, a de Negócios.

No **Capítulo 3, Empreendedorismo: Planejando o negócio próprio**, serão expostos conceitos sobre Empreendedorismo, desde o seu surgimento, suas diretrizes, o que significa ser um empreendedor, até o que uma pessoa precisa ter para conseguir montar seu negócio e fazer com que ele passe pela fase mais difícil, a inicial, e mostrar como montar o seu próprio Plano de Negócios.

No **Capítulo 4, Plano Nacional de Cultura**, aborda como o plano que foi criado em 2010, com o objetivo é ajudar o desenvolvimento do Brasil de forma que a cultura seja um dos pilares. Então, foram colocadas 53 metas para serem alcançadas pelo Plano, os setores de artesanato e de economia criativa também são contemplados por essas metas e devem ganhar incentivos do governo.

O **Capítulo 5, Economia Criativa**, complementa o anterior, à medida em que, vamos expor o Plano da Secretaria de Economia Criativa. A secretaria foi criada em 2011 e quer que o Brasil se desenvolva de forma criativa, que o brasileiro veja formas de tornar o seu trabalho e o seu empreendimento criativo, agregando a ele uma ideia-conceito nova, dando um diferencial ao seu produto. O Artesanato se encaixa nesse perfil e também é um dos contemplados por esse plano.

O **Artesanato: História, Conceitos, Características** será o tema do **Capítulo 6**. O que é artesanato, como é feito e como o diferenciamos dos produtos industrializados? São conceitos que você encontrará nessas páginas. Além disso, fizemos uma associação do artesanato com o empreendedorismo, do artesanato com a moda; e do artesanato com o design. Esses elementos são para demonstrar que, assim como a sociedade tem se modernizado, o artesanato também pode se modernizar desde que não perca sua essência.

O último **Capítulo (7)** teórico, **Blogosfera: Um novo mundo para o século XXI**, mostra como surgiram os blogs, quais as mudanças que sofreram ao longo dos anos. O advento da Web 2.0 que revolucionou o modo como nos comunicamos na internet. E como o jornalismo entrou nesse meio, para ficar. E as diversas formas de se fazer jornalismo, por jornalistas e por não-jornalistas.

O processo de feitura do blog está expresso no **Capítulo 8, Negócio de Artesão: Empreendendo no Artesanato Pessoal**. Quais foram as dificuldades e imprevistos. O que saiu melhor do que se esperava. Como ele se organiza na web, e quais ferramentas usamos para atrair o leitor.

Por último, apresentamos as **Considerações Finais**, em que vamos contar um pouco o que esperar daqui para frente desse trabalho que tem sido muito gratificante. Tem sido um aprendizado imenso, tanto na área acadêmica e do manuseio das ferramentas da internet como pessoalmente, pois é muito enriquecedor conversar com pessoas, conhecer a história delas e tentar mostrar isso para os outros da maneira mais bonita possível.

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo Geral

Por meio da produção de divulgação deste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) pretendemos despertar o interesse pela atividade empreendedora em pessoas que fazem artesanato ou que querem começar a fazer. Assim pessoas que antes faziam peças artesanais apenas como *hobbie* podem encontrar uma forma de complementar sua renda.

Além disso, oferecem ao artesão novas formas de fazer o seu artesanato, pois da mesma maneira que os produtos e as pessoas evoluem com o tempo o artesanato também pode evoluir sem perder a sua essência. Dessa forma, o artesão certamente conseguirá trazer para si novos clientes.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Expandir conceitos de empreendedorismo entre os artesãos e até entre o público como um todo;
- Estimular as pessoas a pensar em um negócio próprio; o artesanato é um ramo muito rico e diverso e com pouco dinheiro dá para começar a ganhar razoavelmente para ajudar nas despesas do mês;
- Estimular a economia criativa, por meio do blog *Negócio de Artesão*, que é a palavra da vez e será fomentada pelo governo e pelas entidades de apoio ao crédito;
- Contribuir para criar uma visão empreendedora por parte dos artesãos, e para a formalização do artesão, seja por meio do empreendedor individual, seja por meio das entidades e cooperativas de artesãos;
- Estimular o intercâmbio de conhecimento entre os artesãos através das sessões *Palavra do Artesão* e *passo-a-passo*, que eles possam ter a liberdade de trocar experiências;
- Divulgar o trabalho dos artesãos por meio destas mesmas sessões. Sempre vamos colocar os contatos dos artesãos, o objetivo é que seja uma ótima

experiência para eles também e quem sabe ganhar novos clientes através da exposição no blog *Negócio de Artesão*.

1.2 Metodologia

Para que o projeto pudesse ser executado de forma satisfatória usamos a metodologia a pesquisa Exploratória, utilizando dos procedimentos de pesquisa bibliográfica e documental que foram fundamentais para entender os principais conceitos utilizados como: Jornalismo Econômico, Empreendedorismo, Economia Criativa, Blog e Artesanato. As pesquisas exploratórias

habitualmente envolvem levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso. Procedimentos de amostragem e técnicas quantitativas de coleta de dados não são costumeiramente aplicados nestas pesquisas. Pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. Este tipo de pesquisa é realizado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis. (GIL, 2008, p. 27).

A coleta de dados se deu através da pesquisa bibliográfica, documental e entrevistas com as fontes que entraram no blog como personagens para contar sua história ou como especialistas no assunto em questão. Inicialmente as entrevistas seriam feitas apenas com pessoas de Bauru e de Itaquaquecetuba, mas com o decorrer do trabalho, e por ser um produto na internet, não havia sentido continuar com essa restrição, então muitas fontes foram encontradas fora desse âmbito, como nas feiras e eventos sobre empreendedorismo e artesanato, e algumas na internet e que foram entrevistadas por e-mail.

O método de abordagem utilizado é o Dedutivo, que tem como ponto de partida o plano do inteligível, ou seja, da verdade geral, já estabelecida, convergindo para um ponto interior deste plano. Usa o silogismo, construção lógica para, a partir de duas premissas, maior e menor, retirar uma terceira logicamente decorrente das duas primeiras, denominada de conclusão.

O método dedutivo, de acordo com a acepção clássica, é o método que parte do geral e, a seguir, desce ao particular. Parte de princípios reconhecidos como verdadeiros e indiscutíveis e possibilita chegar a conclusões de maneira puramente formal, isto é, em virtude unicamente de sua lógica. E o método proposto pelos racionalistas (Descartes, Spinoza, Leibniz), segundo os quais só a razão é capaz de levar ao conhecimento verdadeiro, que decorre de princípios a priori evidentes e irrecusáveis. (GIL, 2008, p. 9).

O método possibilita que o pesquisador parta do conhecido para o desconhecido com uma margem pequena de erros, uma vez, que se as premissas se provarem verdadeiras, a conclusão também será verdadeira. A escolha por esse método se deu pelo fato de utilizarmos a pesquisa exploratória, por meio do estudo bibliográfico, para entender os principais pontos abordados, para depois aplicar os conceitos na prática, no caso, com a criação do Blog.

Os métodos de procedimento utilizados foram o histórico e o comparativo. O método histórico analisa os dados da pesquisa, através de uma perspectiva histórica comparando os conjuntos dos elementos pesquisados hoje, e como eram no passado; acompanhando a evolução do objeto pesquisado. Já o método comparativo vai confrontar os elementos da pesquisa de forma a testar seus atributos.

O método comparativo procede pela investigação de indivíduos, classes, fenômenos ou fatos, com vistas a ressaltar as diferenças e similaridades entre eles. Sua ampla utilização nas ciências sociais deve-se ao fato de possibilitar o estudo comparativo de grandes grupamentos sociais, separados pelo espaço e pelo tempo. Assim é que podem ser realizados estudos comparando diferentes culturas ou sistemas políticos. Podem também ser efetivadas pesquisas envolvendo padrões e comportamento familiar ou religioso de épocas diferentes. (GIL, 2008, p. 16).

Reconhecendo semelhanças e diferenças entre os pares. Ao unir os dois métodos é possível comparar os dados do presente e do passado. Por isso a escolha desses métodos, uma vez que a análise da bibliografia leva em conta a história e a comparação de dados obtidos.

Após a realização das etapas anteriores, passamos para a produção do blog, valorizando sempre características do meio (internet) de forma que a linguagem e os recursos utilizados pudessem explorar seu potencial. Nessa etapa colocamos o blog no ar junto com a criação de redes sociais para ele, Facebook, Twitter e Google +. Essas ferramentas ajudaram na divulgação do material que em uma semana conseguiu bastante visualizações, cerca de 60 por dia, nos dias em

que tivemos postagens novas; e no Facebook passando de 100 visualizações por dia.

Atrelamos ao blog a ferramenta de *RSS* para que as pessoas possam receber nossas atualizações. E também a ferramenta de cadastro do e-mail, assim toda vez que houver uma postagem nova, esta será enviada para o e-mail da pessoa que se cadastrou.

1.3 Planos Futuros

Pretendemos fazer a sessão passo-a-passo em vídeos, com a intenção de aumentar a interatividade e explorar mais os recursos hipermidiáticos. Para isso comprar uma câmera profissional será necessário, assim como um tripé para que a imagem não fique tremida. Outra ação futura será disponibilizar o áudio de todas as entrevistas, mesmo que editadas, essa interatividade é importante, e também facilita o acesso aos portadores de necessidades especiais, que mesmo tendo uma versão adaptada do que está escrito, terão algo para ouvir.

Outra meta será cumprir os prazos estipulados para as sessões, só assim conseguiremos leitores fieis. Todas às segundas-feiras a sessão *Negócios* irá ao ar; às quartas-feiras *Palavra do Artesão*; e às sextas-feiras *Passo-a-passo*. Além da sessão de *Notícias* que pretendemos atualizar diariamente. É importante o artesão saber que tem uma fonte de notícias.

O último desejo é comprar a hospedagem em *hosts* como o UOL. Essa hospedagem dará maior liberdade de criação de layout e de interatividade, a gama de ferramentas aumenta absurdamente. Esse desejo é para quando o blog estiver mais profissional e com parceiros. Junto com essa hospedagem teremos a conta de e-mail personalizada para que os leitores possam entrar em contato diretamente com o blog.

1.4 Cronograma

Etapas	2012					
	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.
Levantamento bibliográfico	X	X	X			
Leitura e fichamento da bibliografia		X	X	X		
Organização da base teórica			X	X	X	
Definição do Layout e execução do projeto gráfico do blog				X	X	
Entrevista com órgãos Oficiais				X	X	X
Entrevistas com Personagens					X	X
Redação das matérias do Blog					X	X
Blog no Ar					X	X
Elaboração e revisão do TCC					X	X
Apresentação do TCC						X

1.5 Recursos Técnicos, Materiais e Humanos:

Para que o blog pudesse ir ao ar da forma que pensamos foi necessário contratar um Designer de web sites, que cobrou por fazer o logo do blog, e toda a programação e ferramentas necessárias. Como optamos por usar o domínio *.com.br* tivemos que pagar a anuidade do domínio, fizemos essa escolha pois acreditamos que facilita o acesso dos nossos leitores e fica mais fácil de memorizarem o endereço.

Para a gravação das matérias feitas ao vivo foi usado um gravador digital da Power Back e uma câmera Digital Sony Cyber-shot, de uso caseiro. Para fazer as matérias editar o áudio e as fotos precisamos de um notebook com programas de edição de fotos e áudio instalados.

Além disso, para algumas matérias precisamos nos deslocar para outras cidades. Fomos a Rio Claro fazer a matéria da *Interart* e depois a São Paulo fazer a cobertura da *Feira do Empreendedor*.

Empreendedores e artesãos foram nossas maiores fontes. Funcionários do Sebrae também nos apoiaram nas matérias sobre o empreendedorismo. Além de amigos e familiares que ajudaram na correção dos textos do relatório e do blog.

2. JORNALISMO ECONÔMICO

O jornalismo econômico sempre esteve presente na imprensa, de forma tímida e sem seções específicas, mas os jornais já se preocupavam em registrar fatos sobre o cotidiano econômico da cidade e do país. “Nos primeiros anos do século XX os jornais passaram a publicar seções de mercados, em página inteira, com informações sobre cotação de abertura e fechamento dos mercados, dos principais produtos agrícolas, do ouro e da prata, por exemplo.” (CALDAS, 2008. p.12).

A partir da década de 1960, jornais brasileiros montaram Cadernos Econômicos com seções predefinidas e contrataram muitos jornalistas especializados nesse segmento, com os melhores salários das redações dentro das quais eram vistos como arrogantes, “engomadinhos”. Esse cenário só começou a mudar depois do nivelamento dos salários, em meados da década de 1980.

Na TV, o lema era “nada de economês”, dando preferência ao emprego da linguagem popular. Marco Antônio Rocha, em seu depoimento à Suely Caldas (2008), diz que o formato das notícias econômicas era pensado com o intuito de ajudar as pessoas a organizar suas economias. Quando índices eram usados, eles deveriam ser explicados e, além disso, mostrar qual influência tinham sobre a vida da sociedade. Esmiuçar conceitos era fundamental já que a população não era obrigada a ter conhecimento de termos técnicos e siglas de um determinado setor da sociedade.

No período da Ditadura Militar, os jornais foram censurados e obrigados a publicar o que fosse imposto pelos militares. Muitas páginas de política foram retiradas, enquanto as de economia foram recheadas com conquistas do milagre brasileiro. “A economia era administrada por decretos-lei, nada passava pelo combalido Poder Legislativo e a imprensa limitava-se a publicar a informação oficial simplesmente porque, sem oposição, não havia críticas, contrapontos ou contestações.” (CALDAS, 2008. p. 16). O governo queria mostrar seu crescimento maquilado para a população sentir-se segura. Em São Paulo, os jornais *O Estado de São Paulo* e *Jornal da Tarde*, da família Mesquita, não aceitaram as imposições e,

em forma de protesto, publicaram receitas ou versos de Camões nos espaços das matérias censuradas.

A partir do final da ditadura e com a reconquista da democracia, empresas e governos sentiram a necessidade de serem mais transparentes em suas finanças, tornando-se praticamente impossíveis falsificações de índices, manipulação de números e manobras maquilatórias. Perceberam os órgãos públicos e privados que a adulteração de números era a forma mais fácil de falir, ou destruir sua imagem, portanto não deveria ser praticada.

À mídia, caberia o papel de informar, criticar, denunciar e, ao cidadão, o de se expressar e protestar livremente. Mas não foi fácil essa transição ditadura/democracia, pois as pessoas não estavam acostumadas ao fato de que podiam e deviam expor sua opinião. A imprensa também demorou a estimular o debate abertamente, a posicionar-se mesmo que fosse contra o governo. Receberam, pois, maior espaço para auxiliar nessa transição, foi então que surgiram os editoriais e artigos opinativos.

Nos últimos dez anos, o mercado para jornalistas se expandiu, novas áreas surgiram, e algumas que já existiam conseguiram maior visibilidade. Apesar de as redações de jornais, rádios e tevês terem enxugado o pessoal, muitas agências de notícia foram criadas; e com a expansão das assessorias de comunicação, jornalistas migraram para essa área também. Os que saíram da editoria de economia dos jornais comuns foram integrar equipes de agências especializadas em notícias, que pagavam melhor e tinham mais interesse e liberdade para buscar informações.

Hoje, poucos jornais mantêm seções de prestação de serviços de interesse popular, com queixas sobre produtos e empresas, e denúncias feitas à Superintendência de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon). Na televisão, a forma de se fazer jornalismo econômico também mudou. Não há mais a preocupação em ser didático, nem um trabalho de utilidade pública. O que se faz é um jornalismo global, falando da conjuntura nacional e mundial, das crises econômicas que afetam todos, pobres e ricos.

As agências de notícias, principalmente, as especializadas em economia, ao empregar muitos profissionais, são as grandes oportunidades para os jovens jornalistas que pretendem atuar nesse ramo uma vez que a demanda por notícias no meio on-line é grande. As pessoas que trabalham com informação no mercado

financeiro, nos bancos, necessitam saber o que acontece no mundo constantemente, e quem escreve essas notas são jornalistas.

Os jornais e revistas brasileiros como *Valor Econômico*, *Gazeta Mercantil*, *Exame*, *O Estado de São Paulo*, *Folha de São Paulo* e *O Globo* têm uma larga tradição e são referência na área econômica.

2.1 Para fazer Jornalismo Econômico

Economia, apesar de ser assunto importante para a sociedade, não desperta, por parecer muito difícil, o interesse de muitas pessoas. Também o jornalista pode interferir na compreensão do leitor quando não entende minimamente o assunto sobre o qual escreve. Suely Caldas, (2008, p. 9), afirma que as páginas de economia de um jornal são

[...] um guia de sobrevivência indispensável para nossa vida cotidiana: é lá que estão as notícias sobre os juros e inflação, tarifas públicas e aluguel, golpes e trambiques, sobre o preço da carne e do feijão, emprego perdido e o salário reduzido. É preciso reconhecer que quem por vezes pode tornar o jornalismo econômico difícil e chato é o próprio jornalista.

Por conseguinte, o jornalista deve ter consciência de sua missão dentro do jornalismo, o mesmo vale para qualquer área, ou veículo em que for trabalhar, visto que o seu compromisso é com os fatos, a objetividade, porém fazendo uso de uma linguagem simples e sem excessos:

Ora, a linguagem jornalística é uma só. O texto sobre o déficit fiscal do governo deve ter a mesma simplicidade, objetividade e clareza de outro que descreve um confronto entre policiais e traficantes na favela ou daquele que narra a súbita disposição de Romário em disputar a bola com o adversário. O que muda é apenas o tema. Se o leitor não entender o que leu, é porque o jornalista não cumpriu sua função básica de informar. Escreveu como se fosse um burocrata e não com um bom repórter. (CALDAS, 2008, p. 9).

Muitas vezes, essa simplicidade é trabalhosa, principalmente quando há muitas nomenclaturas a serem explicadas e um número de caracteres fechados para escrever. Todavia o profissional tem a obrigação de tentar passar as informações de forma clara a seus leitores, colocando-se no lugar deles, leigos que

são sobre o assunto. Bernardo Kucinski (2000, p. 168) aponta ser esse um dos grandes desafios para o jornalista:

Dada a complexidade das situações da economia, a clareza só pode ser alcançada se o jornalista entender o fenômeno econômico que se propõe reportar ou analisar. Caso contrário, é muito improvável que a narrativa seja clara. O recurso dos jornalistas que não entendem bem o tema de que estão tratando é o de se protegerem com as palavras difíceis do jargão dos economistas e com expressões do inglês.

Caldas (2008) e Kucinski (2000) dão dicas de como fugir do economês durante uma entrevista; caso o entrevistado proferir algo não compreensível, o jornalista deve perguntar o significado, não ficar com dúvidas que poderão afetar o entendimento de sua matéria pelo leitor. Por exemplo: Me desculpe, senhor, mas não entendi o que quis dizer, pode me explicar de novo, em outras palavras? “A clareza de raciocínio é importante para se chegar à clareza de linguagem. As ideias têm de estar claras para que o texto seja claro.” (KUCINSKI, 2000. p.170). É uma forma de sair de uma situação constrangedora sem parecer arrogante. Afinal, ninguém tem a obrigação de saber tudo sobre todos os assuntos.

O texto de economia exige esforço extra do repórter para traduzir, em linguagem clara e acessível, a frieza dos números, os termos técnicos e herméticos usados pelas fontes de informação, pesquisas, balanços, relatórios do governo. É preciso, sobretudo, saber interpretar com simplicidade e agregar novos dados para projetar e oferecer ao leitor indicações de tendências, para que ele possa planejar sua vida ou seu negócio. (CALDAS, 2008. p. 84).

Como em toda reportagem, o processo de feitura da matéria começa pela pauta que deve ser bem apurada pelo *pauiteiro/produtor*, checando os dados essenciais. O repórter deve estar ciente da importância de se estabelecer um bom relacionamento com suas fontes, para se construir uma relação de confiança mútua, com seriedade, escrevendo matérias fiéis ao relato colhido, pois que fontes exclusivas são primordiais para a evolução na carreira econômica.

O mercado financeiro é de especulação de informações que, muitas vezes, são tendenciosas e podem circular em *off* para que um determinado grupo obtenha maiores lucros, ou tenha mais vantagens sobre os outros. É importante que o jornalista esteja atento a essas artimanhas do mercado financeiro e não apenas cego pela vontade de conseguir um furo. São exemplos de assuntos que podem

mudar o rumo do mercado: a declaração de um chefe de estado, uma guerra, o preço do petróleo, ou de outras *commodities*, a doença de um dirigente de uma nação, a quebra ou venda de uma corporação.

Continuando o processo de feitura da matéria, no jornalismo econômico, a apuração dos fatos é a etapa mais importante e mais demorada. O profissional deve atentar-se e checar sempre os dados, as estatísticas, os envolvidos, o nome das taxas, tudo o que pode influenciar significativamente na matéria. É essencial que se crie o hábito da pesquisa, investigação e apuração dos fatos de forma minuciosa.

Outro hábito que o jornalista deve tomar para si é o de conseguir pensar a matéria enquanto o fato acontece, deve imaginá-la escrita e pronta, antes mesmo de voltar à redação. Além disso, deve refletir em formas de ajudar o seu editor a tornar o texto mais interessante, usando fotos, tabelas, infográficos, palavras de especialistas que não constavam na pauta inicial. Enfim, o repórter deve ter o prazer de ver sua matéria bonita e bem feita, de ser reconhecido pelas coisas que escreve. (CALDAS, 2008. p. 58).

Por fim, sempre que possível, é interessante adicionar personagens à história contada. Muitas colunas e programas de tevê dão certo porque saem do esqueleto, conceito/palavra do especialista/consequências para o mercado e para a sociedade. Por exemplo, se a matéria fala do aumento do preço das hortaliças, por causa das chuvas frequentes em uma dada região, é interessante trazer para a matéria o produtor, que a X anos possui seu sítio e planta N tipos de hortaliças; quais serão os prejuízos para ele e a família; quanto tempo ele demorará a se recuperar. Ou ainda, a Dona Maria que toda semana vai à feira e gasta Y reais, mas com o aumento dos preços terá que gastar Y+Z para conseguir comprar a mesma quantidade de produto, no final do mês, quanto a mais terá gastado em seu orçamento? Todos os detalhes enriquecem a história e aproximam o leitor do texto.

Por que introduzir personagens é tão importante? Suely Caldas (2008, p. 65) explica:

A revista Exame especializou-se nisso e está sempre narrando casos de empresas que mudam o paradigma de determinado segmento econômico. Esse gênero de matérias atrai mais leitores do que se imagina, porque é a economia sintetizada num caso real, vivido, capaz de produzir identificações em seu leitor.

Depois da matéria pronta, o jornalista não deve esquecer o assunto. Deve guardar suas anotações, suas matérias, manter contato com suas fontes, porque, em economia, nunca se sabe quando um assunto vai voltar, ou seja, quando aquela medida do governo, tomada há meses, vai impactar na economia de uma dada parcela da sociedade.

No livro Elementos do jornalismo econômico, Sidnei Basile, afirma que „não há notícias chatas, há matérias chatas, feitas por repórteres e editores chatos, para publicações chatas.“ Saia da chatice, escreva interpretando, traduzindo em linguagem simples, de fácil compreensão. Coloque-se no lugar do leitor, sabendo que você está se comunicando com alguém que (ainda em palavras de Basile) „de jeito ou de outro, está interessado em dinheiro: como produzir, consumir, poupar e investir dinheiro. São profissionais, executivos, trabalhadores, jovens e velhos, homens e mulheres, de todas as raças e credos, que estão interessados em saber algo a respeito de dinheiro“. (CALDAS 2008, p. 85).

O Jornalismo econômico é uma arma poderosíssima para esmiuçar conceitos elaborados e, por causa dessa importância, merece ser levado a sério. A população precisa de jornalistas comprometidos com a notícia, que escrevam matérias esclarecedoras a seus leitores, cumprindo seu papel comunicativo. Acredito que só através do estudo conseguirão esse propósito.

3. EMPREENDEDORISMO: PLANEJANDO O NEGÓCIO PRÓPRIO

Marco Polo é considerado a primeira pessoa a usar na prática a definição de empreendedorismo. Assumiu um contrato com um homem que possuía dinheiro e mercadorias e começou a vendê-las. Enquanto o homem entrava com o capital, ele entrava com a ideia, com a inovação, correndo os riscos do negócio.

Na Idade Média, o termo passou a ser usado para designar uma pessoa que gerenciava projetos financiados, em grande parte, pelo governo. A pessoa não assumia riscos excessivos, pois o que possuía para vender dependia dos recursos disponíveis.

Richard Cantillon, importante escritor e economista do século XVII, é um dos responsáveis por criar o termo empreendedorismo. Foi ele quem diferenciou o empreendedor - aquele que assume riscos, do capitalista - aquele que apenas entra com o dinheiro. No século XVIII, com o advento da industrialização, os papéis do empreendedor e do capitalista ficaram cada vez mais claros e separados. Contudo foi *Jean-Baptiste Say* que começou a considerar o desenvolvimento econômico como resultado da criação de novos negócios.

Já nos séculos XIX e XX, o empreendedorismo começou a ser confundido com o cargo de administrador ou gerente. Entretanto, a atividade do empreendedor é diferente das outras duas. O empreendedor necessita saber administrar e gerenciar seu negócio para que ele possa funcionar, enquanto o administrador e o gerente podem não ter as características de uma pessoa empreendedora, isto é, a visão de oportunidade, a disponibilidade de correr riscos calculados¹.

O termo empreendedor vem do francês *entrepreneur* e significa aquele que assume riscos e começa algo novo. Para empreender de forma que o negócio dê certo, é indispensável se antecipar aos fatos, ter ideias que possam virar negócio, saber ir atrás das oportunidades certas e correr riscos. Além disso, buscar autorrealização diante do trabalho que faz, sentir prazer em tocar um empreendimento são características importantes. Chiavenato (2007, p. 7) diz:

¹ Risco calculado é o que os autores chamam de risco que são previstos quando o planejamento está sendo feito; e se algum evento der errado o empreendedor deve saber como agir, um empreendedor de sucesso raramente é pego de surpresa.

o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. [...] O empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, o habilitam a transformar uma ideia simples e mal-estruturada em algo concreto e bem-sucedido no mercado.

O empreendedor quer ser a mudança, “uma vez que os empreendedores estão revolucionando o mundo, seu comportamento e o próprio processo empreendedor, portanto, devem ser estudados e entendidos.” (DORNELAS, 2012, p.7). O autor define ainda: “o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados.” (DORNELAS, 2012, p.29). A vontade de montar um negócio próprio é maior que o problema do emprego (DOLABELA, 2008).

Muitos jovens, nos Estados Unidos, buscam realizar seus sonhos através da abertura de uma empresa. Essa habilidade melhora as condições do mundo e oferece vantagens àqueles que buscam emprego. Os autores estudados afirmam também que para ser empreendedor não é necessário criar um novo negócio. É possível empreender em uma empresa já consolidada e ser um empregado empreendedor, dando novas ideias, mudando os paradigmas da empresa, sugerindo novos produtos e/ou serviços, ou novas formas de oferecer os mesmos serviços já existentes. Para Dolabela (2008, p. 32):

Exige-se o mesmo para aqueles que vão ser empregados, um alto grau de empreendedorismo. As empresas de base tecnológica precisam de colaboradores que, além de dominar a tecnologia, conheçam o negócio, saibam auscultar os clientes, atender a suas necessidades e, principalmente, introduzir inovações.

O *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM)², em seus estudos anuais, classifica o empreendedorismo em duas classes: uma dos empreendedores de oportunidade em que a pessoa, um visionário, planeja suas ações, seus custos e lucros, sabe onde quer chegar, tem conhecimento no setor pretendido, assume riscos; a outra é a dos empreendedores de necessidade, nesse caso, decide-se abrir um negócio por falta de oportunidade, por estar desempregado e precisar se sustentar. Dessa forma, não há planejamento e tudo é feito na informalidade, podendo fracassar de maneira rápida e não gerar nenhum desenvolvimento

² Mais informações no item Dados sobre o Empreendedorismo

econômico para o país. Em 2012, a cada empreendedor por necessidade havia 2,1 por oportunidade, ou seja, 68% dos empreendedores do Brasil montam seu negócio porque querem empreender e sentem-se realizados com isso.

O empreendedor é classificado por Dolabela (2008) de outras duas formas: o empreendedor coletivo, o indivíduo que consegue dialogar com a sociedade, transformar apelos em negócio, gerar capital social, ajudar diretamente no desenvolvimento do país; e o outro é o intra-empreendedor, aquele que propõe mudanças à empresa na qual trabalha, mostra caminhos de melhoria a seu setor para otimizar os resultados institucionais.

Dolabela (2008 apud FORTIN, 1992, p. 67) expressa bem o que é o empreendedor: “O empreendedor é uma pessoa capaz de transformar um sonho, um problema ou uma oportunidade de negócio em uma empresa viável”. E não importa em que classificação ele se encaixe, ele deve ter essas características.

3.1 Dados sobre o Empreendedorismo

O empreendedorismo no Brasil só começou a ganhar força em meados da década de 1970, com a criação do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e de outras empresas fomentadoras aos pequenos empresários. De lá para cá, os brasileiros começaram a ver no empreendedorismo uma forma de crescer.

Segundo dados do *Relatório Agenda Estratégica das Micro e Pequenas empresas 2011-2020*, publicado pelo Sebrae em 2011, apreende-se que essas micro e pequenas empresas têm papel fundamental na economia do país, representando 98% das empresas existentes; 21% do Produto Interno Bruto (PIB); além de 52% do total de empregos com carteira assinada.

Dornelas (2012, p. IX) afirma que “é notório o espírito empreendedor do brasileiro, mas é preocupante o fato de muitos destes que têm iniciativa tentarem empreender achando que vontade e sorte são ingredientes principais para a geração de grandes negócios”. Estima-se que o Brasil tenha 10,3 milhões de empreendedores informais, por isso, em 2008, o Governo Federal criou o programa *Empreendedor Individual* que pretende formalizar negócios que até então funcionam

sem registro. O plano tem dado certo, em 2011, regularizaram sua situação 2 milhões de empresas. Em 2012, o *Sebrae* publicou um estudo dizendo que no período de 2000 a 2008 o número de micro e pequenas empresas passou de 4,1 milhões para 5,7 milhões. (DORNELAS, 2012. p.2).

Em 1997, um grupo de pesquisadores da Babson College, nos Estados Unidos e da London Business School³, na Inglaterra, criaram o GEM. O objetivo do GEM é medir a atividade empreendedora dos países e observar como está relacionada ao crescimento econômico dos mesmos. Um dos seus instrumentos de pesquisa é a TEA⁴, que contabiliza quantos adultos (faixa etária de 18 a 64 anos) estão envolvidos na criação de um novo negócio, em um determinado país.

No Brasil, a TEA de 2010 foi de 17,5%, a maior desde que a pesquisa GEM é realizada no país. Considerando a população adulta brasileira em torno de 120 milhões de pessoas, esse percentual representa 21,1 milhões de brasileiros à frente de atividades empreendedoras em 2010. (DORNELAS, 2012. p.13).

Em números absolutos, somente a China está à frente do Brasil, com 131,7 milhões de adultos envolvidos em atividades empreendedoras. Esses números equivalem a 14,4% da população adulta chinesa. (DORNELAS, 2012. p.13).

Nas duas últimas décadas, o número de entidades que incentivam, apoiam e fomentam novos empreendedores cresceu, os programas do governo também. Tudo isso deve aumentar, devido aos dois eventos que estão mobilizando o Brasil: a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016. O pequeno empreendedor será o protagonista no desenvolvimento do país e novas oportunidades estão surgindo.

3.2 Atitudes Empreendedoras

Para iniciar um negócio, o empreendedor e seus sócios devem analisar três quesitos: primeiro, as oportunidades de crescimento, implementação e

³ Essas duas escolas são as melhores do mundo no ensino de empreendedorismo.

⁴ Total Early-stage Activity, em português significa Taxa de Empreendedores em Estágio Inicial.

estabilização no mercado competitivo; segundo, a equipe, quem vai trabalhar com eles no gerenciamento, se são qualificados e se os perfis das pessoas se completam, para formar uma equipe atenta a todas as minúcias; e terceiro, a análise dos recursos, quais são eles, como consegui-los, onde e como empregá-los. Essa etapa deve ser a última para não prejudicar as demais, pois o empreendedor pode restringir suas ideias devido a uma possível falta de capital inicial. (DORNELAS, 2012. p.36).

Outro ponto importante, antes de montar um negócio, é a pessoa fazer uma autoavaliação para saber se está apta ou não para o trabalho. Também deve apresentar algumas habilidades que são divididas em três grupos: habilidades técnicas - o indivíduo sabe escrever bem, ouvir as pessoas e corresponder às suas expectativas, é um bom orador, sabe liderar e trabalhar em equipe, e tem *know-how* técnico na área do negócio desejado; habilidades gerenciais - Administração, finanças, Marketing, produção, tomada de decisão, controle sobre as ações; e as habilidades pessoais – são criatividade, proatividade, gestão de riscos, inovação, visão aguçada.

Como nem toda ideia significa uma oportunidade de negócio, saber analisá-la, com distanciamento, é necessário, porquanto o autor pode ser apegado emocionalmente a ela e isso pode prejudicar o andamento do projeto.

O apego à ideia, por razões psicológicas, pode impedir que ela sofra um processo de validação, e não raro, faz com que se torne uma das causas do insucesso. O jovem empreendedor deve aprender a ver sua ideia com distanciamento emocional, de modo a poder fazer uma análise detalhada dela. (DOLABELA, 2008. p. 30).

Também é necessário atentar-se ao movimento do mercado sempre pensando em novas estratégias e formas de atrair clientes fiéis. O mercado brasileiro, apesar da melhora, ainda é instável, em muitos ramos, a concorrência é desleal, por exemplo, entre grandes empresas e pequenas. Logo, o empreendedor precisa estar atento a essas mudanças, buscar formas de se especializar no seu ramo, fazer cursos de capacitação para melhor gerir sua empresa. O melhor é quando consegue juntar a experiência e o conhecimento do empreendedor com as necessidades do mercado, entendendo este último, como um conjunto de transações em que há de um lado a oferta e de outro a procura.

DORNELAS (2012) faz algumas perguntas que devem ser respondidas pela pessoa que teve a ideia do negócio e pelos seus sócios. Através das respostas dadas, é possível avaliar se a ideia é uma oportunidade de negócio, ou só uma ideia. É preciso que todas as perguntas tenham respostas concretas para que a ideia tenha embasamento para se tornar um negócio promissor.

- Quais são os clientes que comprarão o produto/serviço da sua empresa?

- Qual é o tamanho do mercado de atuação e quantos clientes disponíveis há para esse mercado?

- O mercado em que você vai oferecer seu produto está crescendo, estagnado ou estável?

- Quais são seus concorrentes, e quais os diferenciais que eles têm?

Durante o percurso da montagem de um negócio, até que ele esteja consolidado no mercado, podendo ocorrer entre 3 a 5 anos após sua criação, o empreendedor deve estar atento a armadilhas e algumas delas estão dentro dele mesmo. Veja algumas dessas armadilhas e as dicas:

Não pedir ajuda	Achar que entende do negócio, que não precisa de uma equipe forte e unida é mentira. Todos precisam de ajuda e sempre é possível encontrar pessoas que vão ajudar o negócio a crescer.
Centralizar tudo em si mesmo	Tomar todas as decisões sozinho é errado. Deixe que a equipe opine também, às vezes, ela pode ver um ponto que você não estava enxergando.
Agir sozinho. Eu sou o responsável pelo meu negócio	Delegue funções, é importante que a equipe também se sinta responsável pelo sucesso ou fracasso do negócio.
Achar que sabe tudo sobre o seu negócio	Seja humilde, não pense que você sabe tudo, sempre há alguém, ou algum acontecimento que pode lhe ensinar bastante.
Descuidar do negócio quando começa a prosperar	Fique sempre atento ao seu negócio, acompanhe-o de perto, aquela história de que “o olho do dono é que engorda o boi” é verdadeira.
Diga NÃO ao nepotismo	Não misture interesses familiares, ou de amizade com o negócio, “amigos, amigos! negócios a parte!” também deve ser levado a sério.
Viva intensamente o seu negócio	Vibre com suas conquistas e se chateie com suas derrotas, esteja sempre disposto a lutar pelo que é seu.
Vigilância sempre	Esteja atento ao mercado, ao movimento dos concorrentes, às tendências e oportunidades para não ficar para trás.

Fonte: Adaptado de Dornelas (2012).

Alguns desses conceitos descrevem o que é análise SWOT, um estudo do cenário externo e da realidade interna de uma organização. Esse tipo de medida é de fundamental importância para se iniciar um projeto e, principalmente, para criar ações estratégicas em momentos de incerteza, porque permite que se conheçam os fatores favoráveis e desfavoráveis do mercado, além de situar a organização dentro do seu real contexto. É necessário tomar decisões com qualidade e colocar em prática as boas ideias, no entanto tudo deve ser feito com cautela e com a estratégia adequada, porque é muito comum encontrar empresas com produtos e serviços inovadores, que acabam pecando nas estratégias de atuação frente ao mercado em que atuam.

Forças	Fraquezas
• Boa imagem • Qualidade do produto • Baixo custo • Parcerias • Distribuição • Liderança de mercado • Competência • Tecnologia própria	• Falta de direção e estratégia • Pouco investimento em inovação • Linha de produtos muito reduzida • Distribuição limitada • Custos altos • Problemas operacionais internos • Falta de experiência da administração • Falta de formação dos funcionários
Oportunidades	Ameaças
• Rápido crescimento de mercado • Abertura aos mercados estrangeiros • Empresa rival enfrenta dificuldade • Encontrados novos usos do produto • Novas tecnologias • Mudanças demográficas • Novos métodos de distribuição • Diminuição da regulamentação	• Recessão • Nova tecnologia • Mudanças demográficas • Empresas rivais adoptam novas estratégias • Barreiras ao comércio exterior • Desempenhos negativos das empresas associadas • Aumento da regulamentação

Fonte: Super Empreendedores⁵

⁵ <http://www.superempreendedores.com/empreendedorismo/a-analise-swot-como-ferramenta-de-gestao-estrategica>

3.3 Plano de Negócio

O Plano de Negócio é o principal estágio para montar um novo empreendimento. É essencial planejar o voo para saber por quais lugares será mais seguro voar. Nenhum piloto de uma aeronave se arrisca sem seus controles funcionando, com o empreendedor também deve ser assim. Primeiro de tudo, o que é planejar? É

[...] estudar antecipadamente a ação que será realizada ou colocada em prática e quais os objetivos que se pretende alcançar. Visa proporcionar condições racionais para que a empresa seja organizada e dirigida com base em certas hipóteses a respeito da realidade atual e futura. (CHIAVENATO, 2007. p. 131).

Através do planejamento, nasce o Plano de Negócio, que é tudo isso escrito e devidamente estruturado de modo que todos possam entender as etapas que devem ser cumpridas e de que modo se pretende chegar até lá. O plano deve ter a “sequência lógica dos eventos, os quais, se bem-sucedidos, deverão conduzir ao alcance do objetivo que se pretende” (CHIAVENATO, 2007. p. 131). Um Plano de Negócios bem estruturado deve conter algumas informações essenciais segundo o roteiro esquematizado do Sebrae (2009):

1. Ramo de atividade	Por que você escolheu esse negócio, como chegou nessa ideia.
2. Mercado consumidor	Descrever quem são seus clientes, o que têm valor para eles, o que procuram quando vão atrás de um produto.
3. Mercado fornecedor	Quem serão os fornecedores que lhe oferecerão a matéria-prima para o seu negócio. Quem são os revendedores, no caso de lojas varejistas.
4. Mercado concorrente	É necessário pesquisar seus concorrentes. Quanto tempo estão no mercado, o que ofertam, quais são os pontos fortes e fracos deles.
5. Produtos e serviços a serem ofertados	O que é o seu produto/serviço. Por que ele é diferente dos prestado por outros. Quais os pontos fortes e fracos do seu produto. Como você vai superar os concorrentes?
6. Localização	A localização no negócio é importante, porque pode ser um lugar muito caro, que inviabilize a venda do produto, ou um lugar em que não se tenha mercado consumidor para ele, por exemplo, uma loja de roupas de neve, na Bahia.
7. Processo operacional	Como você vai fazer o seu produto, quem vai fazer, quantas pessoas, como vai vender, quais são as estratégias. Tudo relativo ao processo de feitura do produto.
8. Previsão de produção, previsão de vendas ou previsão de serviços.	Ou se for um serviço, como vai ser o serviço, quem vai prestar, quantas pessoas estarão disponíveis para isso, quem garante a qualidade, quanto vai custar o serviço.
9. Análise Financeira	Fazer a comparação com os concorrentes, como eles fazem tudo isso.

Muitos sites na internet disponibilizam modelos pré-diagramados de plano de negócio, incluindo o site do Sebrae. DORNELAS (2012) também apresenta vários modelos de planos de negócios, de acordo com o que a pessoa quer empreender.

Para que não se perca no plano, devem ser esclarecidos alguns conceitos: custos fixos são aqueles que não dependem do volume de produção da empresa, não importa se foi o mês de maior ou menor produção, eles não se alteram. Por exemplo, aluguéis, manutenção seguros, salário do pessoal administrativo, materiais de escritório e de limpeza; custos variáveis estão diretamente ligados ao volume de produção, variam proporcionalmente com a produção/atividade da empresa, ou seja, salário dos funcionários da produção, reposição de estoque, energia elétrica, comissão.

“Todo negócio tem uma missão a cumprir. Deve ter uma visão do futuro que o norteie. Deve definir os valores que pretende consagrar. Tudo isso precisa ser muito claro para que todos os grupos de interesse saibam exatamente o que fazer,

como, quando e onde.” (CHIAVENATO, 2007. p. 141). Para isso, o empresário precisa estabelecer valores de acordo com o que deseja representar para a sociedade.

A Missão é a razão de a empresa existir, por que ela foi criada e para que ela existe. A Visão é o que a empresa pretende para o futuro, aonde quer chegar e em quanto tempo. Olhar para o horizonte e ver a empresa em um futuro palpável e estabelecer um período para atingir esse horizonte. Os Valores são os princípios que vão guiar essa empresa em sua jornada até alcançar sua Visão.

Entender como funciona o mercado de negócios é imprescindível, em que lugar se situam as taxas, os planos dos governos, onde estão comércios, indústrias, e como um desses estágios afeta o seguinte.

3.4 Macroeconomia x Microeconomia

A Macroeconomia estuda o comportamento da economia através da análise das variáveis globais. Tais como a produção, o rendimento, o investimento, a poupança, o desemprego, as taxas de juro, as taxas de câmbio, ou o nível geral de preços. Seu objetivo, de forma geral, é a produção/produto - a produção de insumos para a sociedade move a economia. Esse movimento se for constante faz com que o país cresça de forma sustentada. O emprego - garante que as pessoas terão dinheiro para consumir e se desenvolver, é a variável que a população mais sente. O objetivo dos governos é garantir que as pessoas tenham emprego e possam se sustentar com o salário que ganham. A instabilidade de preços (por exemplo, a existência de taxas de inflação elevada) provoca ineficiências de várias ordens e distorce as decisões econômicas dos agentes econômicos.

Crescimento econômico pode ser induzido pelo investimento e pela ação governamental. O investimento empresarial aumenta a produção, o emprego e a renda. O investimento governamental induz não só o investimento empresarial como também estimula a economia e reverte a estagnação econômica. Uma política de estímulo ao capital financeiro, com estabilidade a qualquer custo, leva a economia a recessão e ao desemprego. Uma política de estímulo a produção aumenta o emprego e a renda. Os objetivos da política econômica não são independentes um do outro. Há uma inter-relação entre eles. É importante que a política

econômica seja realizada de maneira coordenada para que se obtenha os objetivos desejados. (JUREMA, 2010, p. 44).

A Macroeconomia fornece ao administrador uma visão clara das políticas do Governo e das instituições privadas, através das quais a atividade econômica é controlada.

As teorias microeconômicas são base para uma empresa de forma eficiente, visam construir ações que permitirão à empresa ser bem sucedida. “Representa uma visão microscópica dos fenômenos econômicos. Diferencia-se da macroeconomia, que é um ramo da economia que aborda os problemas econômicos de maneira agregada.” (JUREMA, 2010, p.22).

Elas usam conceitos de relações de oferta e demanda, estratégias de maximização do lucro e uma de suas funções é procurar explicar a formação dos preços, quer sejam bens de consumo final, quer sejam fatores de produção mesmo que considerados individualmente.

4. PLANO NACIONAL DE CULTURA

O Plano Nacional de Cultura (PNC) é um conjunto de princípios, diretrizes e metas que vão orientar os governos para formular políticas públicas culturais. O Plano foi criado através da Lei nº 12.343, de 2 de dezembro de 2010.

O PNC foi escrito por milhares de mãos, por meio de diferentes instâncias e espaços de experimentação e participação. Um plano que reflete o esforço coletivo para assegurar o total exercício dos direitos culturais dos brasileiros e das brasileiras de todas as situações, localizações, origens étnicas e faixas etárias. (BRASIL, 2012, p. 8).

A feitura de um Plano que contemplasse todas as expressões culturais, desse Brasil tão diverso, que incentivasse a produção cultural, que tornasse os produtos culturais fonte de renda para a população, vem sendo discutido desde 2005, em fóruns, seminários, congressos e consultas à população. A primeira Conferência Nacional de Cultura foi realizada neste mesmo ano, e depois conferências estaduais e municipais foram feitas. Tudo aconteceu sob a supervisão do Conselho Nacional de Políticas Culturais (CNPC), órgão pertencente ao Ministério da Cultura (Minc), que tem a responsabilidade de formular políticas públicas e promover o debate entre a sociedade civil, para que o governo possa saber o que as pessoas querem para a cultura de suas regiões.

O objetivo do Plano é orientar o desenvolvimento de programas, projetos e ações culturais que garantam a valorização, promoção e preservação da diversidade cultural do Brasil. O PNC tem duração de dez anos, ou seja, até 2 de dezembro de 2020, pretende completar as 53 metas, que farão do Brasil um país com maior disponibilidade cultural, conhecedor de sua diversidade e cresça através do uso de seu potencial humano. É “um planejamento de longo prazo, uma política pública de Estado que deve ultrapassar conjunturas e ciclos de governos.” (BRASIL, 2012, p.10).

Uma das funções do plano é permitir que o Brasil se conheça, para que assim se consolide de forma efetiva a cidadania cultural do brasileiro. Somente um povo com uma consciência cultural desenvolvida pode conquistar esse desenvolvimento de forma justa e igualitária. Outra função é desenvolver políticas públicas que fortaleçam a relação entre a cultura e outras áreas como educação,

comunicação social, meio ambiente, turismo, ciência, tecnologia, esporte; embora elas não abarquem apenas o entretenimento, mas também outros campos de uma sociedade: economia, emprego, geração de renda. Trazê-las para outros ambientes, é uma oportunidade de conscientizar as pessoas dessas muitas faces existentes num programa de desenvolvimento cultural.

O plano é estruturado em três dimensões⁶ que veem a cultura como expressão simbólica, direito de cidadania e potencial de desenvolvimento econômico. Essas dimensões se desdobram as 53 metas⁷ que vão dialogar entre si e com temas da diversidade cultural, educação, pesquisa e produção de conhecimento, criação de espaços culturais, desenvolvimento sustentável entre outros.

O Plano salienta que as metas apenas serão alcançadas se os estados e municípios aderirem e criarem seus próprios planos de metas. Em tempos de participação cidadã e transparência pública, a implantação do SNIIC⁸ permitirá que a sociedade brasileira, os gestores públicos e a academia possam acompanhar a implementação e o monitoramento do PNC.

4.1 Dimensão Simbólica

Nessa dimensão é mantido um olhar mais criterioso sobre as linguagens artísticas (música, literatura, dança, artes plásticas, etc.), porém outras criações simbólicas expressas em modos de vida, em outras práticas artísticas, saberes, valores, identidades também serão valorizadas. “Os saberes tradicionais estarão protegidos e mestres e mestras poderão transmiti-los na escola, possibilitando, assim, uma nova experiência na educação.” (BRASIL, 2012, p.16).

O aspecto da cultura que considera que todos os seres humanos têm a capacidade de criar símbolos. Tais símbolos se expressam em práticas culturais diversas, como nos idiomas, costumes, culinária, modos de vestir, crenças, criações tecnológicas e arquitetônicas, e também nas linguagens artísticas (teatro, música, artes visuais, dança, literatura, circo, etc.). Assim,

⁶ Serão explicadas nos próximos tópicos de maneira mais completa.

⁷ Serão expostas e apenas as metas que se encaixam com o tema deste trabalho serão analisadas.

⁸ Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais.

essa dimensão está relacionada às necessidades e ao bem-estar do homem enquanto ser individual e coletivo. (BRASIL, 2012, p.16, grifo do autor).

O reconhecimento desses saberes e dessas práticas irão fortalecer os laços de identidade dos grupos sociais aumentando sua autoestima. Ao mesmo tempo em que ajudarão a promover essas atividades em todo o território nacional, produzirão informações que permitirão aos formuladores de políticas públicas tomarem decisões mais acertadas para essas pessoas.

4.2 Dimensão Cidadã

Durante a vigência do Plano Nacional de Cultura (PNC), a expectativa é de que os brasileiros participem mais da vida cultural do país, tenham liberdade para criar, assistir a filmes nacionais, acesso a livros, espetáculos de dança, teatro, cursos, exposições, museus, apresentações musicais e outras diferentes práticas culturais.

O aspecto da cultura que a entende como um direito básico do cidadão. A Constituição Federal inclui a cultura como mais um dos direitos sociais, ao lado da educação, saúde, trabalho, moradia e lazer. Assim, os direitos culturais devem ser garantidos com políticas que ampliem o acesso aos meios de produção, difusão e fruição dos bens e serviços de cultura. Também devem ser ampliados os mecanismos de participação social, formação, relação da cultura com a educação e promoção da livre expressão e salvaguarda do patrimônio e da memória cultural. (BRASIL, 2012, p.17, grifo do autor).

Os municípios deverão estar mais bem preparados para receber atividades culturais, pois haverá investimentos em infraestrutura cultural como a construção de teatros, cinemas, centros culturais, bibliotecas, museus, aquisição de equipamentos de vídeo e de som que permitirão maior aproveitamento dessas atividades. Os estabelecimentos serão acessíveis às pessoas com deficiência. “A convergência digital permitirá maior acesso aos conteúdos e acervos das instituições culturais e os canais de TV exibirão mais produção independente brasileira.” (BRASIL, 2012, p.17).

Em 2020, ao completar as metas do Plano Nacional de Cultura (PNC), espera-se que, no Brasil, os direitos culturais das pessoas sejam uma realidade ao terem livre acesso aos bens culturais e maior relação entre a cultura e a educação.

4.3 Dimensão Econômica

“A cultura como lugar de inovação e expressão da criatividade brasileira fará parte do novo cenário de desenvolvimento econômico, socialmente justo e sustentável.” (BRASIL, 2012, p. 18). O turismo cultural será valorizado e receberá incentivos do governo, as cidades serão melhoradas para receber, com qualidade, maior quantidade de turistas.

O aspecto da cultura como vetor econômico. Considera o potencial da cultura para gerar dividendos, produzir lucro, emprego e renda, assim como estimular a formulação de cadeias produtivas que se relacionam às expressões culturais e à economia criativa. É por meio dessa dimensão que também se pode pensar o lugar da cultura no novo cenário de desenvolvimento econômico socialmente justo e sustentável. (BRASIL, 2012, p.18, grifo do autor).

Com o aumento dos recursos públicos para a cultura, até 2020, fará com que o setor cultural participe de 4,5% do PIB brasileiro. A cultura se tornará uma fonte de empregos, renda e oportunidades.

4.4 Metas do Plano Nacional de Cultura

Nestes itens serão expostos as metas do Plano Nacional de Cultura e apenas as que tiverem relação direta, ou indireta com o tema deste trabalho serão explicadas com maior cuidado.

Meta 1: Implantação do Sistema Nacional de Cultura (SNC) em todos os Estados e em 60% dos municípios do país. O SNC “é o principal instrumento para que o Ministério da Cultura (Minc) possa desenvolver políticas culturais nos estados

e nas cidades, com a participação da sociedade civil.” (BRASIL, 2012, p. 22). É através do SNC que será possível tornar a gestão pública da cultura mais eficaz, planejada e participativa.

Meta 2: Estados e municípios atualizando o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC). É importante que as informações sobre cultura estejam atualizadas a fim de que as políticas culturais possam se desenvolver e contribuir eficientemente no Plano Nacional de Cultura. “Reunir e divulgar informações da área cultural serão objetivos do SNIIC. É a primeira vez que se faz uma iniciativa como essa na área da cultura.” (BRASIL, 2012, p. 24).

Meta 3: Mapear a diversidade das expressões culturais em todo o território brasileiro. Os estudos e pesquisas nessa área são escassos e o Minc não possui dados sistematizados sobre a diversidade de expressões no Brasil. É fundamental os municípios e os estados participarem como gestores incentivando as expressões culturais de sua região.

Meta 4: Criar uma Política Nacional de Proteção e Valorização dos conhecimentos e expressões culturais populares e tradicionais. “Isso significa garantir os direitos daqueles que detêm os conhecimentos e produzem as expressões dessas culturas. Também significa dar condições sociais e materiais para a transmissão desses saberes e fazeres.” (BRASIL, 2012, p. 28).

Meta 5: Criar leis e políticas de patrimônio cultural em todos os estados e em 60% dos municípios do Brasil.

Meta 6: 50% dos povos e comunidades tradicionais e grupos culturais populares atendidos por ações públicas de promoção da diversidade cultural e cadastrados no SNIIC.

Meta 7: Mapear 100% das cadeias produtivas⁹ de todos os segmentos da economia criativa. “A economia criativa é um setor estratégico e dinâmico, tanto do ponto de vista econômico como social: suas atividades geram trabalho, emprego, renda e inclusão social.” (BRASIL, 2012, p. 36). É necessário mapear as cadeias para dar maior visibilidade às potencialidades dos segmentos de produção. Para isso, será necessário instalar o Observatório Brasileiro de Economia Criativa (Obec) que produzirá e difundirá pesquisas, dados e informações sobre a economia criativa dos 26 estados e do Distrito Federal.

⁹ Cadeias produtivas são as etapas de produção até que o produto esteja pronto e colocado à venda.

Meta 8: Reconhecer pelo menos 110 territórios criativos¹⁰. Esses territórios deverão compartilhar em rede suas experiências, ideias e práticas para o desenvolvimento cultural e socioeconômico.

A Secretaria da Economia Criativa é o órgão do Minc responsável por elaborar e coordenar o Plano Brasil Criativo, que busca potencializar políticas e programas de 10 ministérios que atuam nos segmentos criativos ou no enfrentamento dos desafios para o desenvolvimento da economia criativa no país. (BRASIL, 2012, p.39).

Meta 9: Desenvolver ao menos 300 projetos de apoio à sustentabilidade econômica da produção cultural local. Os projetos estão ligados às metas 7 e 8.

O objetivo do apoio será ajudar a transformar projetos em empreendimentos nos segmentos culturais definidos pela Unesco: patrimônio natural e cultural, espetáculos e celebrações, artes visuais e artesanato, livros e periódicos, audiovisual e mídias interativas e design e serviços criativos. (BRASIL, 2012, p. 40).

Meta10: Aumentar em 15% o impacto dos aspectos culturais no desenvolvimento do turismo brasileiro.

Meta 11: Criar 1,5 milhão de empregos formais no setor cultural. Pretende-se reduzir a informalidade do trabalho artístico. Para isso, será necessário adequar as leis trabalhistas e previdenciárias à nova realidade brasileira, de forma que seja possível formalizar o emprego dos trabalhadores do setor cultural.

Meta 12: Adicionar a disciplina de Artes à grade curricular de todas as Escolas Públicas de Ensino Básico dando ênfase às culturas brasileiras, às linguagens artísticas e ao patrimônio cultural.

Meta 13: Proporcionar aperfeiçoamento profissional a mais de 20 mil professores de Arte do Ensino Médio em escolas públicas, com formação continuada.

Meta 14: Pelo menos 100 mil escolas públicas de Educação Básica desenvolvendo permanentemente atividades que envolvam arte e cultura.

Meta 15: Organizar 1047 cursos técnicos nas áreas de Arte e Cultura e que esses sejam habilitados pelo Ministério da Educação (MEC).

¹⁰ Territórios criativos são bairros, cidades ou regiões que apresentam potencial cultural criativo que podem produzir desenvolvimento para a região aliando a preservação e a promoção de seus valores culturais e ambientais.

Meta 16: Triplicar as vagas e as bolsas de estudos de graduação e pós-graduação nas áreas de Arte e Cultura.

Meta 17: Ao menos, 20 mil trabalhadores da cultura com saberes reconhecidos e certificados pelo MEC, dar a eles certificado profissional.

Meta 18: Dobrar o número de pessoas qualificadas em cursos, oficinas, fóruns e seminários na área cultural.

Meta 19: Dobrar o número de pessoas que recebem apoio para pesquisa nas áreas de Cultura.

Meta 20: Aumentar para 4 o número de livros que os brasileiros leem por ano, fora da escola.

Meta 21: Aumentar para 150 o número de filmes brasileiros exibidos em salas de cinema, por ano.

Meta 22: Aumentar o número de cidades com grupos e coletivos artísticos locais. Como em teatro, dança, circo, música, artes visuais, literatura e artesanato.

É importante valorizar a existência de grupos e coletivos artísticos locais, pois são espaços privilegiados para a experimentação e inovação tanto amadora como profissional. Além disso, são lugares nos quais as manifestações artísticas podem ser divulgadas e a diversidade cultural, valorizada. (BRASIL, 2012, p. 68).

Meta 23: Ao menos, 15 mil Pontos de Cultura em funcionamento, distribuídos e sob o comando do Governo Federal, Estadual ou dos Municípios.

Meta 24: Proporcionar que, em cada região do Brasil, mais cidades produzam ou recebam espetáculos e atividades artísticas financiados com recursos públicos federais.

Meta 25: Aumentar em 70% o intercâmbio nacional e internacional de atividades que divulguem as manifestações culturais brasileiras.

Meta 26: Atender 12 milhões de trabalhadores que serão beneficiados pelo Programa de Cultura do Trabalhador (Vale Cultura de R\$ 50,00 reais).

Meta 27: Aumentar em 27% a venda de ingressos de filmes brasileiros nas salas de cinema, por ano.

Meta 28: Aumentar em 60% o número de pessoas que vão a museus, centros culturais, cinema, espetáculos de teatro, dança, música, circo, em um ano.

Meta 29: Garantir que as pessoas com deficiência possam ter acesso aos espaços culturais, seus acervos e atividades.

Meta 30: Aumentar em 37% o número de municípios brasileiros com cineclube.

Meta 31: Aumentar o número de municípios com espaços culturais: museus, cinemas, teatros, salas de espetáculos, centros culturais, etc.

Meta 32: 100% dos municípios com pelo menos uma Biblioteca Pública em funcionamento.

Meta 33: Criar mil espaços como as Praças que reúnam ações de cultura, lazer, esporte, formação e qualificação profissional.

Meta 34: Melhorar e modernizar equipamentos e o acervo de 50% das bibliotecas públicas e dos museus já existentes.

Meta 35: Formar 100% dos gestores dos espaços culturais, bibliotecários, monitores, educadores, secretários, etc.

Meta 36: Formar gestores culturais em todos os estados e em cidades de médio e grande porte.

Meta 37: Criar Secretarias de Cultura em todos os estados e em 1113 cidades do país.

Meta 38: Criar uma Instituição pública federal para regular, mediar, promover e registrar os direitos autorais.

Meta 39: Criar um sistema unificado para registro de obras musicais, literárias, dramáticas, visuais e audiovisuais.

Meta 40: Disponibilizar on-line o acervo das Instituições do Minc.

Meta 41: Disponibilizar on-line o acervo de 100% das bibliotecas públicas e de 70% dos museus e arquivos.

Meta 42: Criar políticas para facilitar a importação de tecnologias usadas em atividades culturais

Meta 43: Criar, em todos os estados, um núcleo de produção audiovisual e um núcleo de arte, tecnologia e inovação.

Meta 44: Aumentar a exibição de produções audiovisuais independentes nacionais nos canais de TV aberta e por assinatura. 25% nos canais de TV aberta; e 20% nos canais de TV por assinatura.

Meta 45: Atender, pelo menos, 450 grupos com ações de comunicação para a cultura.

Meta 46: Instalar e elaborar planos de cultura para todos os setores representados no Conselho Nacional de Políticas Culturais.

Meta 47: Incluir políticas culturais para jovens e crianças em todas as áreas de cultura.

Meta 48: Criar uma plataforma on-line que permita o acompanhamento das políticas culturais por parte de usuários, de todas as regiões do país.

Meta 49: Garantir a participação da sociedade na elaboração e avaliação das políticas públicas de cultura com amplo envolvimento dos estados e das cidades nas Conferências Nacionais de Cultura de 2013 e 2017.

Meta 50: Ao menos, 10% dos recursos do Fundo Social do Pré-Sal deverão ser destinados a área de cultura.

Meta 51: Aumentar os recursos públicos federais para a cultura de 0,036% para 0,050% do PIB.

Meta 52: Aumentar a renúncia fiscal do Governo Federal para incentivo à cultura de 0,029% para 0,034% do PIB

Meta 53: Aumentar para 4,5% a participação do setor cultural na formação do PIB brasileiro.

4.5 Execução do Plano

A coordenação do Plano Nacional de Cultura é de responsabilidade do Ministério da Cultura incumbido de monitorar todas as ações que colocam o PNC em prática. As políticas não só dependem do Minc como também da participação ativa de todos os cidadãos, da adesão dos estados e das cidades que devem elaborar planos de cultura para suas regiões através do SNC.

A lei da criação do Plano prevê a criação de um Comitê que deverá revisar as diretrizes, estratégias e ações do Plano. A primeira revisão será após 2 de dezembro de 2014, conduzida pelo Comitê Executivo do Plano, formado por representantes do poder legislativo dos estados e cidades que aderirem ao Sistema Nacional de Cultura (SNC), do Conselho Nacional de Políticas Culturais (CNPC) e do Ministério da Cultura. A última atualização está prevista para meados de 2017.

5. ECONOMIA CRIATIVA

A economia criativa é definida como a economia do intangível, do simbólico, alimenta-se dos talentos criativos que produzem bens e serviços. Nas sociedades industriais, o petróleo era o grande recurso produtor de riqueza de um país. Hoje, nas sociedades pós-industriais, a diversidade cultural passou a ser o recurso gerador de riqueza. É esse recurso que orienta o desenvolvimento das tecnologias, a escolha dos governantes, como funciona a economia de uma empresa e como vivem as pessoas.

É preciso pensar a cultura como centro das discussões socioeconômicas de uma sociedade, pois gera empregos na indústria criativa, participa da formação do PIB e também é um recurso econômico precioso. Por esses motivos, deve ser valorizada, colocada em primeiro plano e usada no processo de criação e desenvolvimento de produtos.

As transformações nas formas de produção, consumo e convivência social nas sociedades modernas têm no conhecimento e na criatividade sua base dinamizadora. Por isso, atributos de conhecimento e criatividade constituem fator de altíssima relevância no desenvolvimento social, econômico e político de um país. (BRASIL 2011. p. 9).

O termo *economia criativa* é um termo criado para expressar o cenário brasileiro, origina do inglês *creative industries*¹¹. Ana Carla Fonseca Reis (2011), em seu vídeo “Economia Criativa”, diz: quando se juntam vários setores criativos, forma-se uma economia criativa. Setores criativos “são todos aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, elemento central da formação do preço, e que resulta em produção de riqueza cultural e econômica.” (BRASIL, 2011. p. 22). O Artesanato, por exemplo, é um setor da economia criativa.

¹¹ A palavra *industries*, ao contrário do que se pensa, não significa indústrias. Significa setores, ou seja, um conjunto de indústrias ou comércios de um mesmo ramo da economia, por exemplo indústrias do setor calçadista. Se a expressão *creative industries* fosse traduzida para o português, literalmente, seria usado o termo setores criativos.

Reis (2011) explica ainda essa questão da criatividade na indústria como sendo a ideia de fazer um produto diferenciado no meio de tantos outros iguais no mercado.

É fazer uma camiseta branca, com um tecido que brilha no escuro, é usar na construção de uma casa um tijolo sustentável. É fazer com que seu produto seja pensado para ganhar um diferencial, é pensar nas necessidades dos clientes, mesmo que essas necessidades não sejam explícitas, como uma forma de agregar valor ao produto.

No mundo, diversos países apoiam a criatividade através de políticas públicas. Cresce essa nova forma de olhar a economia justamente porque a sociedade do conhecimento e as novas tecnologias ganham cada vez mais espaço no mercado e nas instituições de ensino. Todavia esse crescimento ainda é concentrado nos países desenvolvidos que concentram cerca de 50% das exportações e importações de produtos criativos.

Estima-se que cerca de 10% do PIB e 8% do emprego nos Estados Unidos estejam ligados às atividades da Economia Criativa. Estima-se ainda que a Economia Criativa e o seu conjunto de setores, componham a terceira maior Indústria do mundo, atrás apenas da Indústria do Petróleo e da Indústria de Armamentos. Calcula-se que no Brasil, a chamada Economia Criativa fature 380 bilhões de reais por ano ou o equivalente a 16,4% do PIB em áreas como arquitetura, cinema, moda, design, cultura popular, turismo e artesanato. (ESCOLA São Paulo de Economia Criativa, 2012, online).

Em pesquisas internacionais sobre países em desenvolvimento que produzem e exportam bens e serviços criativos, o Brasil nem figura entre os dez primeiros, mesmo sendo rico em diversidade cultural e com grande potencial criativo. A então ministra da cultura Ana de Hollanda, em sua carta de criação do plano da Secretaria da Economia Criativa, destaca:

A Secretaria da Economia Criativa (SEC) simboliza, a partir deste Plano, o desafio do Ministério da Cultura de liderar a formulação, implementação e monitoramento de políticas públicas para um novo desenvolvimento fundado na inclusão social, na sustentabilidade, na inovação e, especialmente, na diversidade cultural brasileira. (BRASIL, 2011. p. 7).

O objetivo é ampliar as políticas dos governos e aproximá-las da população. Assumir o desafio de pensar o desenvolvimento como um processo cultural e criar políticas públicas para assegurar esse desenvolvimento. Com isso, a missão é transformar a criatividade brasileira em inovação e esta em riqueza cultural, econômica e social.

Para reforçar esse ponto, Reis (2011) ressalta que é preciso criar o custo de oportunidade¹² nos produtos criativos que serão ofertados. Por exemplo, se deseja terminar logo de ler um livro, pode acordar mais cedo, entretanto deixará de dormir algumas horas. É preciso criar no produto criativo esse custo, para que valha a pena a pessoa sair do usual, mostrá-lo diferente, encontrar meios de chamar a atenção das pessoas.

As indústrias do setor criativo vão além das tipicamente culturais como música, dança, teatro, pintura, circo. Abrangem também outras atividades relacionadas às novas mídias, à indústria de conteúdo, design, arquitetura entre outras. “Implementar políticas públicas adequadas à realidade exige um mínimo de conhecimento destes setores no sentido de identificar potenciais vocações locais e regionais, com o intuito de desenvolvê-las.” (BRASIL, 2011. p. 25).

5.1 O Plano da Secretaria da Economia Criativa

A Secretaria de Economia Criativa (SEC) dentro do governo federal é subordinada ao Ministério da Cultura, embora tenha ligação com outros 17 departamentos do governo¹³, e seja um plano de desenvolvimento para o país. A Secretária da Economia Criativa é a Claudia Leitão. Na época da criação do plano, a Ministra da Cultura era a Ana de Hollanda, sendo substituída em setembro de 2012 pela senadora Marta Suplicy.

Para pensar em um plano de economia criativa, era preciso primeiro elaborar algo que fosse adequado à realidade nacional e que abrangesse todos os setores criativos do país. Por isso, a base da economia criativa brasileira não

¹² O custo de oportunidade é o que uma pessoa precisa abrir mão quando toma a decisão de fazer certa coisa.

¹³ Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, Ministério do Trabalho e Emprego, Ministério da Justiça, Ministério do Meio Ambiente, Ministério do Turismo, Ministério dos Esportes, Ministério das Comunicações, Ministério da Ciência e Tecnologia, Ministério da Educação, Ministério das Relações Exteriores, Ministério das Cidades e Ministério do Desenvolvimento Social, Gabinete da Presidência - Secretaria de Assuntos Estratégicos, Secretaria de Políticas para as Mulheres, secretaria da Comunicação e Secretaria da Micro e Pequena Empresa.

poderia ser outra senão aquela centrada na diversidade cultural, inovação, inclusão social e sustentabilidade. Todos esses pilares juntos formam um plano ideal.

A diversidade cultural é uma das grandes riquezas do Brasil. E pensar em economia criativa sem privilegiar o lado criativo do povo brasileiro, é não considerá-la como um todo. A diversidade, portanto, deve ser um dos principais motores para um desenvolvimento sustentável do país. Observa-se neste contexto que a sustentabilidade é um dos temas mais discutidos, pois o uso indiscriminado dos recursos naturais e tecnológicos resulta em problemas de difícil solução. Faz-se necessário desenvolver táticas de crescimento que preservem o que ainda nos resta.

A inovação nos setores criativos tem a ver com criar soluções aplicáveis e viáveis cujos produtos são fruto da integração entre novas tecnologias e conteúdos culturais. Além disso, inovar exige conhecer o assunto, reconhecer oportunidades de mudanças e assumir riscos sobre elas, enfim, empreender. Exige um olhar cuidadoso sobre a questão da inclusão social que, no Brasil, é assunto de interesse público. Para que se possa realizar uma economia criativa que desenvolva o país, é necessário criar meios de incluir todas as classes nesse processo, por meio de políticas públicas de educação, incentivo ao micro e pequeno empresário e às manifestações culturais. Assim, essas iniciativas podem chegar às populações mais afastadas e mais carentes.

O plano da SEC partiu de uma necessidade no Plano Nacional de Cultura (PNC) em ampliar a participação da cultura no desenvolvimento socioeconômico sustentável, de forma que pudesse essa estrutura criada ser responsável por esse desenvolvimento. Essa é a missão da SEC.

Mas para isso o plano precisa enfrentar alguns desafios sendo que o maior deles é desenvolver infraestrutura para a própria economia criativa no país. Por isto o Plano da SEC (2011, p. 36) fala de cinco desafios:

1º desafio é fazer um levantamento de informações e dados da economia criativa no Brasil. Os dados que se têm são desconhecidos, locais, e não seguem o mesmo parâmetro de pesquisa. Tudo isso dificulta medir o desenvolvimento criativo até hoje.

2º desafio é fazer a articulação e estimular as instituições de fomento, ou seja, bancos, instituições de fomento à pesquisa e ao desenvolvimento ainda estão por fora do que são os setores criativos, têm dificuldades em conceder crédito a empresas que têm como plano de fundo uma ideia, um processo criativo, algo que não seja palpável. É necessário criar uma consciência nessas instituições para que possam incentivar atitudes criativas.

3º é formar pessoas competentes para os setores criativos. É necessário educar pessoas capazes de desenvolver atividades interdisciplinares com pensamento empreendedor.

4º desenvolver infraestrutura de criação, produção, distribuição\circulação, e consumo\fruição dos bens e serviços criativos.

5º criação de marcos legais para os setores criativos. Leis de incentivo, sejam elas tributárias, trabalhistas, previdenciárias ou de propriedade intelectual. (BRASIL, 2011, p.35).

Para tentar resolver esses problemas, é que o plano foi pensado em duas frentes de atuação¹⁴: o Vetor Macroeconômico, desenvolvimento e monitoramento, atuará nos territórios criativos através de estudo e pesquisa e nos marcos legais; o outro Vetor é o Microeconômico, gestão, empreendedorismo, inovação, fomentará os empreendimentos criativos, formação das competências criativas, redes e coletivos. Explicando, o vetor macroeconômico busca o desenvolvimento e o monitoramento,

contempla todas as ações que permitirão a criação de uma ambiência favorável ao desenvolvimento da economia criativa, considerando-se processos de institucionalização de territórios criativos, a articulação e a realização de estudos e pesquisas, além da promoção do debate e da elaboração de propostas de adequação de marcos legais. (BRASIL, 2011. p. 41).

Já o vetor microeconômico, ligado ao empreendedorismo, gestão e inovação, contempla “as ações que serão desenvolvidas e implementadas diretamente no campo, relacionando-se com o empreendimento, o empreendedor e profissionais criativos.” (BRASIL, 2011. p. 41). Por enquanto, apenas o vetor macroeconômico está em expansão. Entretanto, as políticas para colocar o vetor microeconômico devem começar a funcionar em 2013. É preciso que os futuros empreendedores se atentem para saber em quais iniciativas do governo poderão se enquadrar.

¹⁴ O texto original trata de vetores de atuação.

6. ARTESANATO: HISTÓRIA, CONCEITOS, CARACTERÍSTICAS

A história do artesanato se confunde com a da humanidade. Desde os períodos pré-históricos, o ser humano já criava e desenvolvia artefatos para garantir sua sobrevivência e o bem-estar individual e coletivo. Os objetos construídos por eles davam maior segurança à tribo e ajudavam na alimentação além de servirem como vestuário e como objetos ornamentais. É interessante pensar que a maioria dos produtos já foi feita de modo artesanal algum dia. Até aqueles que para nós, hoje, são tipicamente da cultura pós-industrial, como bússolas, tecidos, roupas, sapatos. Fachone e Merlo (2010, p. 458) afirmam que:

O artesanato e sua gênese estão intrinsecamente ligados aos primórdios da humanidade. Surgiu desde que o ser humano passou a criar e a desenvolver artefatos para garantir sua sobrevivência e bem-estar produzindo objetos com suas próprias mãos. Estes, por sua vez, adquiriram diferentes contornos desde sua origem e de acordo com as práticas culturais produzidas por diferentes sociedades ao longo dos tempos.

A Revolução Industrial, ocorrida no século XVIII, foi a responsável para que esses produtos passassem de artesanais a industrializados, a ponto de estarem tão incorporados ao nosso cotidiano que até nos esquecemos de sua origem. Os processos, antes artesanais, passaram a ser reproduzidos em grande escala. Alguns artesãos, que antes faziam todas as etapas do processo produtivo, foram contratados para ensinar etapas fragmentadas aos operários, ou seja, o operário A aprendia apenas a primeira etapa do processo; o operário B somente a segunda; e assim por diante, até completar o ciclo. Esse esquema aumentou a produção e barateou os custos. Consequentemente, os produtos artesanais foram deixados de lado pela grande maioria da população.

É notável que um modo de produção, o industrial, que tenha apenas três séculos, possa substituir outro modo, o artesanal, que remonta do início da existência humana. Entretanto, se observarmos bem o nosso cotidiano perceberemos que não houve uma substituição, e que a existência de um, não implica a morte do outro. Veremos ainda que a sociedade do século XXI convive com produtos artesanais, ou feitos de modo artesanal e com produtos sabidamente industrializados se bem que está havendo uma inversão de valores: cada vez mais

as pessoas estão valorizando peças personalizadas, feitas manualmente, sob encomenda ou não.

O uso da palavra artesanato vem do período pós-revolução industrial, como explica Lima (2010, p.02 grifo do autor) “O termo artesanato é mais empregado ao nos referirmos ao período pós-revolução industrial, quando o objeto criado pela indústria passa a ser oposição ao *hand made*.”

Lima (2010, p.01) ainda define que artesanato é um fazer ou um objeto que se origina de uma atividade manual. Usar ferramentas ou máquinas é permitido desde que sejam apenas uma extensão para as mãos, auxiliaadoras e não definidoras do processo todo. “É o gesto humano que determina o ritmo da produção. É o homem que impõe sua marca sobre o produto.” Ao contrário do fazer industrial, ou mecânico, em que a interferência humana é pequena. Neste, tanto o homem quanto o produto são subordinados à máquina, que possui funções autônomas.

A partir daí, muitas definições surgem para artesanato: arte popular, arte erudita, arte folclórica. Lima (2010) propõe que aquilo que vem das elites, resultante de um conhecimento superior, é um fazer artístico, portanto arte erudita. Já o que vem das camadas populares, sem instrução, que não demanda um pensamento mais profundo, é um fazer artesanal, uma arte popular. Segundo ele, é a partir disso que vem a desvalorização das coisas que são feitas pelo artesão, porque as pessoas acham que, por serem populares, as mercadorias não merecem ter um valor alto, não precisariam, pois, desembolsar grandes quantias para adquirir tal objeto.

Marinho (2007) faz reflexões sobre o fazer artesanato ao dizer ser esse a materialização da subjetividade do artesão, que replica objetos e que os diferencia em pequenos detalhes para serem únicos no final do processo. Enfatiza que a fonte de inspiração advém de crenças, religiões, modos de vida, valores e que é essa interpretação do dia-a-dia que faz o artesanato adquirir o seu valor. Diante disso, diz que a singela diferença entre a arte popular e o artesanato é que, na primeira, as reflexões do autor acerca dos mesmos aspectos (crença, religião, modo de vida, etc) são sobre si próprio.

O artesanato é expressão da vida, de uma cultura; pode ser etnográfico, se representar a arte indígena; folclórico ou tradicional, se resgatar as tradições e as manifestações populares. “[...] a recuperação do artesanato devolve a cultura de um

grupo e a sua condição de ser único, mesmo que seu artesanato, na atualidade, seja estimulado como oportunidade de geração de renda e tenha como princípio de sustentação a atividade laboral e ocupacional [...]” (MARINHO, 2007, p.5)

Há algumas características de todos os tipos de artesanato: ser manual, funcional, seriado, durável, típico e tridimensional, ter intenção estética e decorativa (MARINHO, 2007). A partir desses preceitos, algumas produções muitas vezes consideradas artesanato deixariam de ser, por exemplo, obras de arte, poemas, esculturas muito grandes e monumentos são considerados objetos artísticos, de contemplação.

Como as peças são produzidas a mão, a capacidade de seriação é limitada, mas é importante que o objeto seja produzido em série. O artesão faz seus objetos para vender e se sustentar, por isso sua produção, mesmo que pequena, é seriada. Quanto à questão de durabilidade, excluem-se do conceito de artesanato pratos regionais, pois são folclóricos. Por exemplo, as cachaças são produzidas de modo artesanal, passando por um processo durável e perdurável, porém a bebida resultante dele não é.

Ser típico significa ter historicidade, aceitação e estar respaldado pela tradição e cultura. A tipicidade não atua como característica independente, estando condicionada pela durabilidade e volume. [...] sem função utilitária ou sem aplicação prática, bordados e desenhos tendem mais a atividades manuais de ocupação de tempo que para artesanato. (MARINHO, 2007, p.7).

O Sebrae (2004), no texto do *Programa Sebrae de Artesanato* faz algumas classificações quanto o que é artesanato. Ele divide em 3 categorias: a arte popular seria a produção de peças únicas em que o artesão tem apenas compromisso consigo mesmo com suas convicções, seriam atividades musicais e poéticas que expressariam a cultura de uma dada região; o artesanato, propriamente dito, “define-se como artesanato toda atividade produtiva que resulte em objetos e artefatos acabados, feitos manualmente ou com a utilização de meios tradicionais ou rudimentares, com habilidade, destreza, qualidade e criatividade.” (SEBRAE, 2004, p. 21) Seriam, pois, produtos que são produzidos em pequena escala, parecidos entre si, mas não iguais e que visam o mercado, a renda; e o trabalho manual que exige

[...] destreza e habilidade, porém utilizam moldes e padrões pré-definidos, resultando em produtos de estética pouco elaborada. Não são resultantes de processo criativo efetivo. É, na maioria das vezes, uma ocupação secundária que utiliza o tempo disponível das tarefas domésticas ou um passatempo. (SEBRAE, 2004, p. 21).

Suas características são atividade de reprodução ou cópia ocupação secundária e o artesão precisa ter o conhecimento de uma técnica mais elaborada para realizar o processo. Não desconsiderando as visões do Sebrae, é importante ressaltar que para esse trabalho usaremos a visão de LINKE; VELHO (2010); MARINHO (2007); FACHONE; MERLO (2010); e LIMA (2010)¹⁵, que fazem uma distinção mais abrangente do artesanato, por se mostrarem mais adequadas ao que estamos usando para definir nosso público-alvo do blog.

Por todos os aspectos mencionados acima defendemos que o artesão deva se qualificar e saber em qual categoria do artesanato ele que se encaixa a fim de que possa fazer seu trabalho e gerar renda para sua família; conhecer sua produção, quais são as etapas e o que precisa em cada uma delas, fazer um controle de qualidade, mesmo que mínimo. Dessa forma, conseguirá produzir mais com menos perdas e terá um produto de maior qualidade e com preço menor.

6.1 Artesanato e Empreendedorismo

Muitos estudiosos evidenciam o quanto é importante o artesão ter noções de como gerenciar seu negócio. Marinho (2007) afirma que um artesanato para ser rentável não depende apenas que o artesão domine as técnicas de feitura do objeto, precisa saber empregar técnicas empreendedoras, ter uma visão ampla do seu negócio e conseguir identificar pontos fracos e fortes. Mas se não possui essas características deve procurar uma pessoa capacitada que possa ajudá-lo nessa jornada.

Ainda usando a fala de Marinho (2007), ela cita Santoni Rugiu (1998) para lembrar que antigamente o sistema mestre-aprendiz dava mais oportunidades de se seguir com um negócio rentável, porque o mestre, além das técnicas de produção,

¹⁵ Ao longo desse capítulo aprofundaremos as visões apresentadas pelos autores.

ensinava ao aprendiz técnicas de gerenciamento do negócio, o que ele devia ou não fazer. Os autores salientam que essa é a parte do aprendizado que falta hoje para muitos artesãos.

O saber fazer coisas, ter habilidades e utilizá-las para a geração de renda coloca novamente o artesanato na ordem do dia. Sem dúvida, o contexto atual é favorável (KUMAR, 1997), com a fragmentação das classes sociais, o incremento das terceirizações, a cultura da livre iniciativa, o individualismo e a constituição de redes de trabalhadores independentes. (MARINHO, 2007, p.10).

Um negócio de artesanato promissor não precisa se tornar totalmente capitalista, visando apenas ao lucro. Deve manter suas premissas quanto à organização do trabalho, sustentabilidade e dimensões econômicas, sociais e ambientais que permeiam o trabalho do artesão. Mesmo quando se tornou um empreendimento, deve se sentir realizado ao executar suas tarefas (MARINHO, 2007).

Para ajudar os artesãos nessa nova empreitada, além da Administração, outras áreas do conhecimento e do meio industrial estão se juntando para produzir peças que agradem as pessoas e que estejam mais condizentes com o mercado de hoje. A associação do Design com a Moda traz leveza às peças e oportunidades a clientes que antes não teriam acesso a esse tipo de produto.

6.2 Artesanato e Design

Muitas escolas de Design estão acrescentando, no currículo, matérias que aliam os conhecimentos de artesanato e de Design. O objetivo é que o aluno conheça os processos de produção, desde a escolha da matéria-prima até as técnicas artesanais mais comuns. O artesanato bem como outras festas e manifestações culturais são produtores culturais e reprodutores da simbologia de um povo. Não é apenas uma atividade mecânica e repetitiva, como os demais processos industriais. No entanto, para que esses saberes possam acompanhar as modernizações da sociedade é preciso que o artesão se qualifique, reveja alguns de

seus passos para tornar o processo mais ágil, rentável e competitivo com os produtos do mercado.

O design entra nessa parceria com a finalidade de tornar os produtos mais competitivos, sem deixar de protegê-los dessa concorrência desleal dos produtos industrializados e sem perder seu valor histórico e cultural. “É possível identificarmos iniciativas públicas e privadas no sentido de aproximar o fazer artesanal de uma produção sustentável, onde, por vezes, encontramos alguma atuação do design como mediador cultural e agente social em parceria com o artesão.” (FACHONE; MERLO, 2010, p. 460).

A união entre o artesanato e o design deve, portanto, resgatar as vocações regionais, levando em conta a diversidade, preservando as culturas locais e formando nos artesãos uma mentalidade mais empreendedora do ofício; capacitar as organizações e comunidades para enfrentarem a sociedade de mercado, com mais igualdade, sem perder a qualidade dos produtos e a originalidade dos mesmos. O modo de produção artesanal deve continuar compondo uma estrutura econômica muito particular dentro do sistema capitalista.

6.3 Artesanato e Moda

A moda é um fenômeno social que prevê a mudança cíclica de hábitos e costumes, que se vale das tendências para concretizar seu papel. Ela não se aplica somente ao vestuário, mas a todos os setores da cultura e indústria. Comportamento, música, vestuário, objetos, decoração e outros são todos elementos do nosso dia-a-dia que sofrem influência das tendências vigentes e se tornam moda. “O artesão se vale de informações relacionadas à moda e às tendências para desenvolver seus produtos e agregar valor ao artesanato tradicional.” (LINKE; VELHO, 2010, p. 25).

O processo criativo sofre então influência do que se vive no cotidiano da sociedade, dessa forma ele vai transformar as ideias, as informações e fazer com que algo renasça diante das pessoas. Isso se mostra verdade à medida que os autores afirmam que o processo criativo é composto por diversas variáveis que se adaptam ao estilo do criador. São elas: técnica, intuição, inspiração, criatividade,

forma ou material e instrumentos utilizados. É através da fusão desses elementos que ocorrem as criações artísticas e a exposição de ideias.

A moda se apropria dos mais variados elementos culturais e sociais para criar tendências e lançar novos produtos no mercado. Portanto, a moda também se apropriar de elementos populares, como o artesanato que pode estar presente de diversas formas, seja nos acessórios, na customização de peças, bordados e aplicações. (LINKE; VELHO, 2010, p. 34).

Essa junção entre moda e artesanato fortalece o produto dos artesãos perante o mercado, possibilitando novas oportunidades de trabalho e renda, maior conhecimento dos seus produtos em mercados inexplorados, podendo até gerar mais renda para a sua região, como no caso de cooperativas em vilarejos e cidades do interior. É importante que o artesão esteja sempre atento às novas técnicas e tendências do mercado, tente adaptar seu produto ao que está na moda, dessa forma, ele poderá ganhar mais compradores para a sua peça. Mesmo assim, é válido dizer que essas mudanças e adaptações não devem fazer com que o produto perca sua identidade cultural.

7. BLOGLOSFERA: UM NOVO MUNDO PARA O SÉCULO XXI

Para começar a falar sobre Blogs e jornalismo na Web, é necessário entender primeiro como ele surgiu. O termo “weblog” foi inventado por Jorn Barger para designar seu site, criado em 1997 onde eram colocados links considerados interessantes com seus comentários. “A locução substantiva, no jargão da Tecnologia da Informação, é o nome que se dá ao arquivo digital que contém o registro da quantidade e do tipo de acessos feitos a um determinado servidor.” (ARAUJO, 2004, p. 1).

Naquela época, os Weblogs quase não se diferenciavam dos sites comuns, por isso muitos estudiosos consideram que os primeiros weblogs eram, na verdade, sites comuns. Tim Berners-Lee, cientista do CERN¹⁶, mantinha um site com a função de apontar todos os novos sites que eram colocados no ar. Entretanto, eram pouquíssimas as pessoas que criavam páginas na Internet, porque para criar, publicar e fazer a manutenção destas era necessário ter conhecimento da linguagem HTML¹⁷. A primeira ferramenta de manutenção de sites via web que veio para facilitar a vida das pessoas foi lançada pela empresa Pitas¹⁸, em julho de 1999. Em agosto do mesmo ano, veio o Blogger¹⁹ lançado pela Pyras. Esses softwares²⁰ facilitaram a publicação, uma vez que já não era mais necessário ter conhecimento em HTML para manter uma página. A partir disso, os weblogs se popularizaram e começaram a ser usados de diversas formas.

A grande receptividade destes programas, que imediatamente ficaram associados à palavra, surgiu em decorrência de dois fatores: os baixos custos de produção - o serviço era oferecido em muitos casos gratuitamente e sem burocracia - e a facilidade de manuseio - o interessado não precisava mais conhecer a codificação HTML para publicar o que quisesse: textos, arquivos, gráficos animados ou não (fotografias, vídeos, desenhos, etc) e arquivos de áudio. (ARAÚJO, 2004, p. 2).

¹⁶ Organização Europeia para Pesquisa Nuclear, - sigla em francês para: Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire.

¹⁷ Linguagem de Marcação de Hipertexto, - sigla em inglês para: HyperText Markup Language. É uma linguagem de marcação utilizada para produzir páginas na Web.

¹⁸ www.pitas.com

¹⁹ www.blogger.com

²⁰ É um segmento de comandos executados, manipulados, redirecionados, modificados ou seguidos gerando a alteração de uma informação, dado, ou evento.

Os primeiros blogs eram mais diários virtuais onde as pessoas postavam sobre sua vida e acontecimentos particulares.

Assim como as formas de autobiografias foram os meios encontrados para, a partir do Renascimento, com mais intensidade, os indivíduos se dizerem, criarem uma consciência de si, sobre si, na contemporaneidade, esse papel é exercido também pelos diários on-line, weblog ou blogs. Indivíduos continuam usando a forma autobiográfica mais próxima do cotidiano, o diário, para escrever suas próprias vidas a partir de seus próprios textos. (OLIVEIRA, 2009, p.55).

Oliveira (2009) afirma ainda que é a partir da criação do Blogger® que as pessoas passaram a mostrar suas identidades no ciberespaço, através da criação de páginas pessoais. Os blogs, então, “[...] passaram a desempenhar funções variadas, desde o modelo de filtro de Jorn Barger, passando por conteúdos jornalísticos, educacionais, políticos e culturais, até meros diários íntimos, no qual o blogueiro escreve, com detalhes, sobre o seu dia-a-dia.” (OLIVEIRA, 2009, p.56).

No Brasil, ganharam força em meados de 2000. Com o atentado às Torres Gêmeas, nos EUA, em 2001, os blogs explodiram por todo o mundo. “A partir dessa data, os testemunhos pessoais sobre determinados acontecimentos, situações ou lugares, que já correspondiam à grande parte da blogosfera, passaram a ganhar maior importância como informação de relevância jornalística.” (FOLETTTO, 2009, p. 199). Muitos acessavam os blogs em busca de informações sobre pessoas desaparecidas, informações essas que não passavam na grande mídia e que não estavam disponíveis em nenhum outro lugar a não ser em blogs cujos autores se sensibilizaram com todo aquele caos.

Os blogs, antes páginas meramente pessoais, transformaram-se em fontes de informação jornalística e, em alguns casos, a fazer jornalismo, mesmo que o autor não fosse jornalista por profissão. A partir de 2003, os jornais passaram a colocar em suas páginas blogs de jornalistas das suas redações. Essa data coincide com o início da Guerra no Iraque, outro grande marco para a blogosfera mundial. Jornalistas mandados para cobrir a guerra criaram blogs para contar sua experiência, falar sobre o sentimento de estar no meio do fogo cruzado, relatar acontecimentos que viam no seu novo dia-a-dia e que não poderiam ir para as páginas dos jornais, foi o surgimento dos *warblogs*, ou diários de guerra.

Em 2004, a Google comprou o Blogger, esse foi mais um indício de que os blogs estavam se consagrando na web. Um dos seus primeiros usos, e o mais

comum naquela época, era criar páginas que fossem diários pessoais. Estes eram espaços de expressão pessoal, publicação de relatos íntimos e pensamentos do autor da página.

7.1 Classificação dos Blogs

A palavra “blog” pode admitir vários significados e estes devem ser diferenciados para “permitir a distinção entre os aspectos tecnológicos e humanos desse novo mecanismo de produção e divulgação de conteúdo on-line” (ESCOBAR, 2009). São eles: “blog/texto”, “blog/programa” e “blog/lugar”.

O „blog/texto” é todo o conteúdo produzido pelo blogueiro, disponibilizado em posts, geralmente textos escritos, mas que podem também ser imagens, áudios e vídeos. [...] Blog/programa” é o software em que o blogueiro faz as atualizações, o programa que disponibiliza tudo on-line. [...] “Blog/lugar” é a localização do blog/texto na www indicada por um endereço específico. (ESCOBAR, 2009, p. 220).

Amaral, Recuero e Montardo (2009) propõem que os blogs podem ser definidos de três formas diferentes. A primeira e mais conhecida é a *estrutural*. Essa definição explica que os blog devem ser atualizados constantemente, as postagens organizadas na *home* em ordem cronológica reversa. Alguns autores esclarecem que as postagens precisam ter *links* para outros sites, ou até para a fonte da informação; outros falam da ferramenta de comentários, que um blog precisa ter essa ponte com o leitor. Há ainda a questão de que ele precisa ser pessoal. A segunda definição é a *funcional*. Neste caso, os weblogs são vistos como um meio de comunicação. São uma forma de conversação entre o autor e seus leitores; portanto, a ferramenta de comentários é imprescindível para essa classificação, já que é através da interatividade que acontece o processo comunicacional no qual o blog está inserido. A última definição é a de que os blogs podem ser *artefatos culturais*. São percebidos como espaços de sociabilidade, marcadores culturais de determinados grupos e populações no ciberespaço, ou seja, grupos com identidades e interesses em comum se comunicam através de blogs, trocam experiências e se

afirmam no mundo virtual. É nessa definição que o jornalismo se encontra, seja através dos relatos opinativos, seja através dos informativos.

Essas definições foram propostas para que se pudesse estudá-los, o que não quer dizer que não possam ser mescladas e ter todas essas características ao mesmo tempo. O que mais importa na classificação é que eles devem estar hospedados em um software de edição de páginas na web. Hoje existem dezenas como: Wordpress, Blogger, Blogspot entre outros; seus posts devem estar dispostos em ordem cronológica reversa; usarem *links* e/ou *tags*; serem interativos, permitirem que os leitores interajam com o autor, que possam fazer sugestões, comentar.

Escobar (2009), por sua vez, propõe três características para definir se uma página é mesmo um blog: os conteúdos devem ser publicados com agilidade, e a utilização de *softwares* hospedeiros para essa publicação é imprescindível, portanto não é necessário conhecer a linguagem HTML; o conteúdo do blog deve estar disposto em ordem cronológica inversa, ou seja, quanto mais nova a postagem mais acima na página ela estará; todas as postagens devem conter data, hora e o autor.

Além dessas exposições, deve-se salientar que por mais que os blogs possam ter várias vertentes, desde diários pessoais virtuais até canal de se fazer jornalismo, eles são e devem ser personalizados, porque não importa para que existam, sempre terão algum aspecto da personalidade do autor.

7.2 WEB 2.0

A internet veio para facilitar a publicação e o compartilhamento de arquivos e assuntos. O intercâmbio de informações, que foi possível através da expansão da internet, transformou o mundo em uma gigantesca sala de estar. Nela, pessoas de todos os lugares do mundo podem ter a chance de se conhecerem e trocar experiências.

Com o passar dos anos e com o surgimento do computador, foi possível a compressão do texto impresso em arquivos digitais e, com a internet, a liberdade de emissão e o intercâmbio de conteúdo, que passa a ser produzido on-line por qualquer indivíduo com acesso à rede. O que se vê atualmente é o crescimento desenfreado de uma avalanche de informações,

e as páginas web são o mais forte exemplo do fato. (AQUINO, 2009, p. 238).

“O termo *Web 2.0* se refere às páginas web cuja importância se deve principalmente à participação do usuário.” (BRIGGS, 2007, p. 27). Nesta nova web, qualquer pessoa pode criar sua página, postar conteúdos, comentar, colaborar com matérias já publicadas. A interação entre as pessoas é muito grande. Alguns exemplos de aplicações da web 2.0 são os aplicativos da empresa Google, como o *Google Maps*, *Google Docs*, *Youtube*. Redes Sociais como: *Flickr*, *Twitter*, *Facebook*, *My Space*.

O uso de *Tags*²¹ nas páginas de notícias, nos artigos e nos blogs, também é uma aplicação da web 2.0. Essas novas formas de utilizar a internet ajudaram a aumentar a oferta de produtos on-line. As pessoas agora podem ter acesso a uma grande variedade de produtos, usufruir deles e conhecer coisas que antes não teriam oportunidade, pois os custos são menores ao se disponibilizar pela web.

Em contrapartida, na web 1.0, as páginas eram engessadas, não havia interação, nem comentários. As pessoas apenas liam o que estava escrito, sendo apenas receptoras. A web 1.0 centralizava a publicação de conteúdos entre aqueles que tinham conhecimento em linguagem de programação. A distribuição de conteúdos partia de poucos lugares.

Os blogs foram os primeiros a perceber a necessidade de interação com o público e as ferramentas de comentários usadas por eles foram empregadas em outros sites da web, ajudando a desenvolver o modelo de web 2.0. Mas eles também se utilizaram de ferramentas que surgiriam na web 2.0, uma delas é a *Folksonomia*²², ela permite a representação e a recuperação do conteúdo já publicado através de classificações feitas pelo próprio autor do post.

Como ferramentas que possibilitam a qualquer internauta a publicação de conteúdo on-line, os blogs também se constituem como um meio de

²¹ Tags são palavras usadas para catalogar uma página, notícia, artigo, post. Elas permitem que o objeto seja localizado com maior rapidez.

²² Folksonomia é uma forma de indexação de informações. Ela atribui palavras-chave ou tags ao texto que será publicado. Essas tags são feitas pelo autor de acordo com o que ele pensa ser o assunto principal, não há uma norma de atribuição.

representação e recuperação de informação por meio do hipertexto²³, que finalmente pode ser construído de forma coletiva. (AQUINO, 2009, p. 239).

A ferramenta do hipertexto é importante para o blogueiro, porque permite que ele alcance maior visibilidade na web. Ao entrar em outro blog e/ou site, o blogueiro coloca o endereço de sua página quando deixa seus comentários. Dessa forma, pode-se iniciar uma interatividade entre autores. Os leitores de um blog também podem criar hipertextos, adicionando em seus comentários links que irão sugerir pautas, ou aprofundar ainda mais o assunto em questão.

Aquino (2009), usando as palavras de Recuero (2003), classifica tipos de Blog de acordo com o conteúdo publicado, são cinco tipos:

- **Weblogs Diários:** são blogs pessoais, os autores publicam sobre sua vida, fatos do seu cotidiano cujo objetivo é relatar e não discutir esses acontecimentos;
- **Weblogs Publicações:** são blogs opinativos, querem comentar, ou discutir determinados assuntos;
- **Weblogs Literários:** contam histórias fictícias: crônicas, poesias, textos literários em geral. O objetivo é divulgar um trabalho.
- **Weblogs Clippings:** fazem um apanhado de links de outras publicações. O objetivo é filtrar a informação proveniente de outros lugares, podem ser temáticos, ou não;
- **Weblogs Mistos:** "misturam posts pessoais e informativos com notícias, dicas e comentários de acordo com o gosto e opinião pessoal do autor." (AQUINO, 2009, p. 245).

Para o jornalismo, essa mudança na web significa que "[...] os leitores não são mais receptores passivos de mensagens. Eles criam, compartilham e comentam. E eles esperam poder fazer isso também nos sites de notícias." (BRIGGS, 2007, p. 34). Os jornalistas e os meios de comunicação devem ter ciência de que a internet e o seu público mudaram, agora as pessoas não querem apenas ler uma notícia, pois se gostarem vão elogiar, compartilhar nas redes sociais, interagir com o autor e o veículo. Da mesma forma farão se acharem que tudo o que está escrito é um absurdo.

²³ Texto da web que ao ler encontra-se links que irão redirecionar o leitor para outros textos que irão complementar o que se está dizendo.

Aquino (2009, p. 254) consegue ilustrar bem a importância dessa mudança de paradigmas e o quanto os blogs contribuíram para a web 2.0:

A segunda fase da web, que chamamos de web 2.0, potencializa as formas de publicação e organização de conteúdo e passa a conceber um papel mais ativo dos usuários da web nessas atividades. De um modelo baseado na transmissão de conteúdo, em que o usuário ficava limitado a navegar pelas páginas sem interferir na criação e disposição dos links, passamos a um modelo de comunicação bilateral, onde os papéis de emissor e receptor de informação se fundem por meio da utilização de ferramentas como os blogs, que permitem a representação e a recuperação coletivas de conteúdo.

Os blogs foram os primeiros que perceberam essa riqueza que é permitir a participação dos leitores, aceitar sugestões, conviver com as críticas. É através da participação do público, interação com os leitores que os blogs e os blogueiros se tornam pessoas conhecidas e até celebridades no mundo virtual.

7.3 Blogs Jornalísticos

Um blog para ser jornalístico não precisa ser feito necessariamente por um jornalista, assim como jornalistas podem fazer blogs que não são jornalísticos (ESCOBAR, 2009). Além disso, há algumas outras características para que um blog possa ser classificado como jornalístico:

[...] consideramos que blogs jornalísticos são aqueles cujos endereços são públicos, estando acessíveis a qualquer pessoa com acesso à internet; que se destinem, na totalidade ou na maior parte do tempo, a divulgar acontecimentos reais dotados de atualidade, novidade, universalidade e interesse; e, ainda, cujos blogueiros tenham a preocupação e se esforcem para: a) disponibilizar frequentemente conteúdos novos, ainda que sem periodicidade fixa ou determinada; b) e divulgar seus “blogs/lugares”, tornado-os endereços na web amplamente conhecidos com o intuito de atrair um número expressivo de internautas, ou seja, uma grande audiência (que na internet é expressa por números de *page views*). (ESCOBAR, 2009, p.225, grifo do autor).

A introdução do Jornalismo no mundo da blogosfera mudou a forma de pensá-lo. Foletto (2009 apud PALÁCIOS, 2006a) aponta que são oito os efeitos da aproximação da blogosfera com o campo jornalístico. O primeiro seria a liberação do polo emissor: a facilidade de publicar informações através de plataformas gratuitas,

o que faz com que qualquer pessoa que queira participar desse processo tenha a chance de fazê-lo. Essa tarefa deixa de ser exclusividade dos agentes jornalísticos.

O segundo efeito é o questionamento sobre o campo jornalístico: com a facilidade de pessoas não-jornalistas assumirem a função de emitir informações de cunho jornalístico, surge uma preocupação. Os leitores não sabem até que ponto podem confiar no que estão lendo uma vez que esses agentes informativos podem não ter o cuidado de apurar os fatos de forma eficiente. Os blogueiros estão assumindo papéis que cabem aos jornalistas, mas até que ponto estão preparados para assumir essa função?

O terceiro é a mudança de alguns critérios de noticiabilidade: “com o acréscimo de novos polos na emissão da informação jornalística, os critérios utilizados para classificar determinado acontecimento como notícia tornam-se diferentes” (FOLETTTO, 2009, p. 204).

O quarto efeito é o da aproximação do jornalismo e da blogosfera ao se exigir que as mídias tradicionais repensem seus modelos de notícias. À medida que as pessoas se tornam mais informadas e esclarecidas sobre os acontecimentos do mundo, passam a cobrar maior cobertura e seriedade por parte das mídias tradicionais de informação.

O quinto efeito é o olhar crítico que amplia o debate na internet, através de comentários de usuários e de mais pessoas criando suas páginas para exporem opinião.

O sexto efeito é a potencialização do jornalismo público, ou seja, as pessoas criam suas páginas e passam a disseminar informações e notícias, qualquer cidadão pode ser um mediador entre os acontecimentos e as pessoas, pode relatar sua história, sua versão dos fatos.

O penúltimo efeito é de audiência na rede: “A relação entre os produtores e os consumidores de notícia no jornalismo de hoje, que ainda tem como esquema predominante o „um-muitos”, pode vir a se tornar „muitos-muitos”, formando uma rede mundial de produção e transmissão de conteúdo e informação” (FOLETTTO, 2009, p. 206).

O último efeito é a criação de um novo ecossistema informativo com mudanças de noticiabilidade, formação de um novo sistema de informação, adição de novos agentes informacionais. Através de tudo isso, é possível que haja mudança na relação dos produtores e consumidores de informação jornalística.

A partir desses efeitos que tornaram o campo jornalístico um ambiente confuso, Foletto (2009) propõe três novas formas de se fazer jornalismo para abarcar essas novas formas de enviar informações:

1) Jornalismo Difuso: quando se usa o blog como instrumento de reportagem - crônica ou depoimento - de um fato de extrema relevância jornalística e a pessoa está escrevendo do local dos acontecimentos. “É dada a voz aos que estão na „cena do crime“, vendo com seus próprios olhos a realidade que lhes é oferecida para enxergar” (FOLETTTO, 2009, p. 204). O blogueiro expõe suas impressões e opiniões sobre os fatos, contextualiza as informações, tem a possibilidade de conversar com todas as pessoas envolvidas e até com aqueles que não são consideradas fontes confiáveis. Normalmente usa a primeira pessoa para contar sua experiência. Um exemplo de jornalismo difuso são os warblogs, que surgiram com a invasão do Afeganistão e a Guerra do Iraque. O autor do blog não precisa ser necessariamente jornalista, como aconteceu com muitos warblogs, o importante é que o autor do referido blog esteja trazendo informação e esteja fazendo jornalismo ao contar a história do dia-a-dia.

2) Jornalismo Lateral: nesse tipo de jornalismo, aqueles acontecimentos que não têm relevância na mídia tradicional são trazidos ao conhecimento do público.

O advento dos blogs como novos pólos de emissão da informação jornalística dentro do campo jornalístico possibilita maior diversidade de assuntos e acontecimentos que poderão vir a ser classificados como notícias, o que, logicamente, traz consigo uma diferença nos critérios de noticiabilidade usados até então. (FOLETTTO, 2009, p. 209).

Esse aumento da produção de notícias fora do campo jornalístico tradicional propicia às pessoas maior diversidade de informação, maior conhecimento sobre o mundo. Isso faz com que as pessoas possam ver o mundo de outra forma, diferente daquela que é mostrada pela mídia tradicional.

3) Jornalismo Colaborativo: A blogosfera possibilita que mais pessoas estejam envolvidas no processo de feitura das notícias. Seja através dos comentários, seja pelos *links* adicionados na matéria. Dessa forma, mais pessoas estão ligadas na apuração e na produção, podendo fazer todos os processos ao mesmo tempo.

Essas três novas formas de se fazer jornalismo sinalizam para uma maior interação entre os diferentes agentes da sociedade, fazem com que o jornalismo se torne mais articulado e possibilitam que os fatos sejam apresentados de forma mais completa, diferente do que se tem hoje nas mídias tradicionais.

As pessoas se tornaram participantes do fazer notícia e mais conscientes do seu papel na sociedade. A estratégia de “ir atrás da notícia” deixa o processo mais completo, fácil de entender, já que traz aspectos que antes não eram considerados como depoimentos pessoais e vida para o que antes era meramente informação impessoal.

8. NEGÓCIO DE ARTESÃO: EMPREENDENDO NO ARTESANATO PESSOAL

Escolher o nome do Blog foi uma tarefa difícil. Depois de muito pensar, pedir ajuda a todos os conhecidos, fazer inúmeras combinações de palavras, escolhemos *Negócio de Artesão*, devido aos vários significados que a palavra Negócios pode admitir. As definições que Houaiss (2008, p. 525, grifos do autor) dá para negócios:

s.m. 1 Transação comercial 2 p.ext. B local onde se realiza essa transação; loja, empresa <abriu um n. em outro bairro> 3 B infm. Algo de que não se sabe ou não se lembra o nome; coisa qualquer <esbarrei num n.> <falavam sobre uns n. estranhos>

O *Negócio de Artesão* pode ser assim o empreendimento do artesão, o local em que fará seu comércio. Esse é um dos objetivos do blog, trazer informações para que o artesão possa montar seu espaço seja físico, seja virtual. Mas o *Negócio de Artesão* também pode ser assunto para artesão, temas com os quais se identifica, ou que tenham como foco esse público. Por exemplo, quando falamos: “Aquele negócio que a professora estava explicando era complicado”, estamos nos referindo ao assunto tratado por ela.

A palavra Artesão foi escolhida pelo fato de esse ser o público-alvo do trabalho. Queremos falar de negócios para artesãos, embora muitas das dicas sirvam para todos aqueles interessados em montar um negócio.

O slogan *empreendendo no artesanato pessoal* veio para complementar o significado do trabalho, explicar quais os tipos de artesanato que vamos abordar no blog. Restringimos porque não conseguiríamos dar conta de falarmos de todos os tipos de artesanato no tempo que temos. Mas a ideia é abrir o leque e conseguirmos abordar a maioria dos tipos para aumentar o nosso público e as visualizações.

O público-alvo é composto majoritariamente por mulheres de 18 a 40 anos. Essa escolha é feita com base no tipo de pessoa que se interessa por artesanato e objetiva tornar essa prática rentável.

De acordo com a GEM de 2010, das 18,9 milhões de pessoas à frente de empreendimentos em estágio inicial²⁴, 53% são mulheres e 47% homens. Em 2011, essa porcentagem praticamente se igualou, dos 21,1 milhões de pessoas que abriram um empreendimento, 50,7% eram homens e 49,3% mulheres. Apesar do avanço masculino, vê-se que há um equilíbrio entre os gêneros. Porém se formos colocar o ramo do artesanato em questão, a maioria dos empreendedores são mulheres.

Por essas razões, o público-alvo do blog são as mulheres. Entretanto, todos os homens que tiverem interesse em acessar e participar serão bem-vindos, porque, apesar de minoria, estão entrando no ramo e se revelando exímios artesãos.

A faixa etária foi escolhida de acordo com a mesma pesquisa do GEM. Esta afirma que a faixa etária que mais investe em negócios é a de 25 a 34 anos, com 22% dos investimentos. Em segundo lugar, fica a de 18 a 24 anos, com 17,3%. Observando que muitas mulheres aposentadas resolvem fazer artesanato para ganhar um dinheiro extra, aumentamos um pouco o público, até 40 anos. Embora saibamos também que pessoas mais velhas possam se interessar pelo que escrevemos.

8.1 Seções do Blog

Partindo do pressuposto que o blog tem uma estrutura que facilita a compreensão do internauta, optamos por criar o *Negócio de Artesão*, com uma concepção simples que, ao mesmo tempo, pudesse atender as demandas do artesão que pretende ser um empreendedor. Assim, pensamos nas seguintes sessões:

Notícias: Nesta seção, colocamos notícias sobre artesanato e o mundo dos negócios, por exemplo, feiras, cursos, lançamento de materiais que os artesãos usam como linhas, tecidos. O objetivo dessa seção é ser fonte de notícias para o artesão, informá-lo sobre o seu setor de maneira mais detalhada em relação aos

²⁴ Com menos de 42 meses de existência.

outros meios de comunicação, pelo fato de serem temáticos. As matérias serão mais curtas e seguirão a estrutura do jornalismo diário, até 2500 caracteres. Abaixo segue a imagem da página inicial dessa sessão (figura 1).



Figura 1: Parte da *home* da Seção *Notícias*

Negócios: Nesta seção, entra tudo o que for relacionado a negócios e cobertura de eventos relacionados como: feiras, cursos, palestras, oficinas. Além disso, especialistas são convidados para dar dicas sobre empreendedorismo, administração de negócios e finanças. É a seção chefe do blog e seu objetivo é ajudar o artesão que queira tornar o seu hobby, um negócio rentável. As matérias poderão variar de acordo com a pauta, sendo de 2500 a 4000 caracteres, fazendo uma matéria didática e sempre com recursos visuais, como é o caso da matéria *Economia Criativa - Conceitos* que pode ser vista na figura 2 abaixo:



Figura 2: Parte da matéria *Economia Criativa - Conceitos*

A ideia é que as seções sejam semanais, sendo *Negócios* na segunda-feira; *Palavra do Artesão* na quarta-feira; *Passo-a-passo* na sexta-feira; a exceção é *Notícias* que será diária. Fazer links entre as matérias, chamando os leitores para a próxima matéria será uma das obrigações dos escritores. O objetivo é manter um leitor fiel que possa entrar todos os dias e encontrar algo novo.

As matérias iniciais não foram postadas nesse esquema devido à correria para a feitura do blog e deste relatório, então a periodicidade ficou um pouco comprometida. Mas assim que terminarmos a fase de adaptação, os prazos serão mantidos com rigor.

8.2 Pesquisas, Pautas e Matérias

Para conseguir levantar pautas para postar no Blog, criamos alertas no *Google* com as temáticas relativas ao trabalho, dessa forma, estivemos atentos ao que estava acontecendo no meio. A maior parte dos posts de notícias parte desse clipping diário. Também seguimos blogs e sites sobre artesanato, para saber as novidades do setor e encontrar possíveis fontes para a sessão Palavra do Artesão.

Durante todo o trabalho, foram feitas buscas relacionando o tema empreendedorismo e artesanato, contudo nenhum site ou blog foi encontrado. O lado bom é o ineditismo do trabalho na rede que despertará a atenção de muitos artesãos que querem investir na sua paixão. O lado ruim é que foi um trabalho árduo, pois não tínhamos um modelo para nos espelhar e tentar melhorar.

Muitas pautas prévias ficaram paradas para dar lugar a novas levantadas por esse clipping. O “Negócios” que a princípio traria só convidados especialistas mudou, agora fala de qualquer assunto relacionado ao tema. Decidimos também colocar posts-conceitos para que o leitor possa entender melhor os temas que os entrevistados desenvolverão. São três temas: Empreendedorismo, Economia Criativa e Plano de Negócios, embora outros possam surgir ao longo do caminho.

Uma das pautas que surgiu e que alterou o esquema da sessão foi a Feira do Empreendedor do Sebrae/SP. Ir à Feira contribuiu sobremaneira, pois dali surgiram muitas ideias que substituíram outras antigas. Primeiro, fizemos uma matéria sobre a Feira no geral; a segunda foi sobre Empreendedorismo Individual; a

terceira sobre a Superintendência do Trabalho Artesanal nas Comunidades (SUTACO); a quarta sobre sites e blogs na internet e lojas virtuais, e-commerce.

A *Palavra de Artesão* também sofreu alterações, além de convidados, colocamos matérias sobre cursos e oficinas de artesanato e a cobertura de feiras. Quando fomos ao Interart, o objetivo era trazer muitas matérias, assim como foi na feira do empreendedor. Mas quando chegamos, apesar de nos depararmos com muitas culturas diferentes, poucos eram realmente artesãos, pois a grande maioria era revendedora de artesanato de seu país. Então fizemos apenas uma matéria bem completa sobre a feira.

Na *Palavra de Artesão*, a primeira matéria foi com a Sheila Reis, artesã de Itaquaquecetuba; a segunda foi sobre o curso de Patchwork, no Senac Bauru; a terceira sobre o Interart – Rio Claro; a quarta com a Roberta Moysés que tem uma página no face para vender bijuterias; e a quinta com a Júlia, do Ateliê da Júlia, que faz vários tipos de artesanato.

A seção *Passo-a-passo* foi a única que não sofreu alterações. Continua sendo um post sobre algum trabalho fácil que o artesão desenvolva. Não acertamos fazer o processo em vídeo, por falta de prática, estamos fazendo-o em fotos. Porém com o tempo e a experiência, a ideia é que seja feito em vídeo. As seções foram feitas com Sheila Reis; Roberta Moysés e Júlia Susigan.

Há ainda uma seção que não entra no tema do trabalho, mas é explicativa sobre os autores do blog e o seu propósito, chama-se *Sobre Nós*. Todas as vezes que postarmos algo pessoal, isto é, a nossa produção, explicações, alegrias, tristezas, será incluída nela. Há uma postagem inaugural, explicando como surgiu a ideia, outra sobre o motivo das poucas postagens e a última foi sobre o protocolo desse projeto.

8.3 Web Design

Escolhemos a plataforma Wordpress porque segundo usuários de blogs é a que possui maior quantidade de *plugings*²⁵ para enriquecer o conteúdo. Além de ser a que possui mais ferramentas e opções de temas. Apesar de ser a plataforma de blogs mais complexa e mais difícil de manusear. No começo tivemos dificuldades para achar os aplicativos, para manusear as opções que o *Wordpress* disponibiliza, mas à medida em que nos acostumamos com a interface ficou mais fácil trabalhar.

A escolha também se deu devido ao desejo de comprar o domínio .com.br. A integração dos dois daria maior liberdade na hora de fazer as modificações que o domínio permite. A ideia não é tirar a essência do blog com essa mudança, pois é mais fácil para os leitores memorizarem um endereço “.com.br” que um endereço “.wordpress.com.”

Optamos por fazer um tema totalmente personalizado e para isso contratamos um designer de web sites. A ideia era deixar o blog com ar profissional para dar mais credibilidade, já que o assunto que tratamos nele é complexo. Essa parte do layout do blog foi a que deu mais trabalho, devido aos problemas por parte do designer Vitor Santos. Primeiro, demorou três semanas a mais do tempo estipulado por ele mesmo para entregar o blog. E quando o fez, não entregou por completo, entregando apenas o esqueleto fornecido pelo software, com o tema livre que o wordpress disponibiliza. O blog ficou quase um mês no ar com endereço ainda <http://negociodeartesaowordpress.com> e até a entrega do relatório ainda estava com o endereço original, sendo que o domínio foi pago desde setembro. Não fez as modificações propostas por nós: integrar as ferramentas de acessibilidade e redes sociais, mudança no logotipo do blog e personalização do tema, enfim, tudo o que foi acordado no início do contato.

Esse descumprimento do acordo nos prejudicou muito, pois ficamos com as matérias todas para fazer e postar junto com a revisão e entrega do relatório, muitas apesar de esqueletadas, ainda não puderam ser postadas por causa da preocupação com o que queríamos que fosse a cara do blog. Isso apertou o processo. E, em alguns casos, comprometeu o conteúdo das postagens, que

²⁵ Pequenos programas que adicionam funções a um programa maior, como: vídeos, galeria de fotos, áudios, etc.

sempre ficavam para depois, quando se comparado com a necessidade de terminar o relatório e fazer o modelo do blog que seria apresentado como produto deste trabalho.

O Tema: *Grisaille por Nudge Design* foi escolhido dentre as opções disponíveis no *wordpress*. É um tema simples, com letras de fácil compreensão. O tom dos boxes é cinza-claro e as letras em cinza-escuro.

O logotipo ficou muito sóbrio com os tons de azul-escuro da palavra negócio junto com a casinha que representa o empreendimento; o preto do artesan e a letra sisuda (mais uma modificação que foi pedida, com antecedência para o referido contratado e que não foi cumprida no prazo da entrega deste relatório); a imagem de fundo são mantas produzidas artesanalmente, bem coloridas trazendo vida para a *home* do blog. Como pode ser observado na figura 5:



Figura 5: Logo Negócio de Artesão.

A escolha de um tema e menus mais simples foi para facilitar a navegabilidade do site com um carregamento rápido, uma vez que o conteúdo já será um pouco mais pesado, com muitas fotos e vídeos. Se o carregamento do site

também fosse lento, desestimularia as pessoas a visitá-lo. Esse layout pode ser verificado na figura 6 abaixo:



Figura 6: Parte home principal do blog.

8.4 Redes Sociais

Para que pudéssemos conseguir maior visibilidade na web foi imprescindível criar páginas nas redes sociais mais populares do momento. A primeira foi o *Facebook*²⁶, depois *Twitter*²⁷ e *Google +*²⁸. O perfil do “face” possui, hoje²⁹, 97 pessoas que curtiram a página, além disso, todos os dias nossos posts atingem mais de 1000 pessoas, direta ou indiretamente. Isso não quer dizer que elas entrem no blog, mas elas viram nossas manchetes seja em sua *timeline*, seja na de

²⁶ <http://www.facebook.com/NegocioDeArtesao>

²⁷ <https://twitter.com/Negociodartesao>

²⁸ <https://plus.google.com/u/0/b/112069946953067200077/112069946953067200077/posts/p/pub>

²⁹ Dia 01 de novembro de 2012

algum amigo. Mais informações sobre as estatísticas do Facebook e do blog no Anexo A.

As redes sociais são uma importante ferramenta de interação com o público. Nelas, eles se sentem mais à vontade para comentar, curtir e compartilhar o que veem. As pessoas sugerem pautas, mandam mensagens parabenizando pelo trabalho. Temos percebido que na página oficial do blog esse tipo de atitude é mais rara.

Ainda não tivemos tempo de investir pesado na divulgação das matérias, através das redes sociais. Mas na semana de criação, quando fizemos isso mais intensamente, as visualizações do blog e dos perfis atingiram proporções que nos espantaram e nos deixaram muito felizes.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo ser uma porta de entrada para o artesão ao mundo do empreendedorismo. Dessa forma, através do nosso blog *Negócio de Artesão*, ele pode se informar sobre negócios de forma diferenciada e de fácil entendimento. Além disso, no blog ele encontrará outros artesãos com os quais poderá trocar experiências e saber suas histórias com o intuito de aprender com o conhecimento do próximo.

No blog os leitores também vão se manter informados sobre acontecimentos na área deles, por exemplo, feiras, cursos, oficinas e novidades no setor de aviamentos; e também sobre o setor de negócios, feiras, cursos, novas resoluções do governo, etc.

Para construir o blog tivemos que nos aprofundar nos conceitos do jornalismo econômico. Pois, como o blog é de negócios, nada melhor que usar as armas que esse ramo do jornalismo nos oferece. Conhecer o universo do empreendedorismo foi indispensável, conhecer os termos técnicos e o que os autores (CALDAS, 2008; KUSCINSKI, 2000) dizem sobre esse segmento nos fez abrir os olhos para esse mundo de negócios que é pouco conhecido.

Atrelado ao empreendedorismo, era importante falar sobre o que o governo federal estava fazendo a respeito dessas áreas da economia e da cultura do nosso país que sempre foram deixadas de lado. Então fomos pesquisar sobre Plano Nacional de Cultura e Plano da Secretaria de Economia Criativa. Esses dois temas nos fizeram ter ideia sobre o que os governos estavam pensando sobre essa parcela da população: os artesãos. E o que eles, autoridades, estavam fazendo para melhorar a qualidade de vida das pessoas. É bom saber que há uma preocupação e a implantação de políticas públicas voltadas aos artesãos e artistas.

Ainda nessa parte conceitual procuramos esmiuçar os conceitos sobre o artesanato, classificando-o e interligando-o com o empreendedorismo, a moda e o design. Sozinho o artesão pode se tornar ultrapassado, mas abrindo sua cabeça para novas ideias e novos parceiros, ele pode sair de uma situação informal e sem renda estável, para uma situação de dono de um negócio estruturado e rentável.

Por último, o mundo da blogosfera precisou ser desvendado, para que o leitor deste trabalho pudesse saber como, na história, se deu o desenvolvimento e amadurecimento dos blogs pelo mundo. Seguido a ele vem a parte em que explicamos o objeto desse trabalho, o blog Negócio de Artesão: Empreendendo no Artesanato Pessoal.

O blog foi inteiro pensado como uma prestação de serviço à população, o objetivo sempre foi trazer conhecimento sobre negócios e ilustrar esse conhecimento através de história de pessoas. A sessão de *passo-a-passo* foi pensada apenas como uma forma de atrair outro tipo de pessoas interessadas em aprender. Para isso pensamos em um plano web designer voltado para essa acessibilidade. Mas apenas com as ferramentas gratuitas disponíveis no *Wordpress* não seria possível colocar tais ambições em prática.

Por isso, depois da recomendação de algumas pessoas contratamos Vitor Santos, um designer de Maringá/PR, que havia desenvolvido alguns blogs na faculdade. Entramos em contato com ele, dissemos como seria o trabalho e combinamos o preço. Quando ele começou a fazer o blog sempre teve dificuldade em cumprir os prazos, demorando para nos mandar seus feitos. Quando nos entregou a página, não tinha nela nada além das ferramentas simples que o *Wordpress* disponibilizava. Pedimos alterações no logo e na página, ambos estavam muito sisudos. E artesanato é uma coisa leve e descontraída, muito embora a parte de negócios não o seja.

Ele mesmo, de início, impunha os prazos e nunca cumpria. Até quando começamos a colocá-lo na parede ele sumiu deixando sem nenhuma das alterações que pedimos. E como já havia recebido pelo seu trabalho não se preocupou em nos dar satisfação. Com tudo isso acontecendo muito perto da data do protocolo não pudemos fazer as alterações antes do envio desse trabalho, mas acreditamos que conseguiremos até a data da apresentação.

O Blog está no ar, e logo de início já percebemos o poder na internet. Acreditamos que a quantidade de acesso que nossas matérias têm, pela pouca quantidade de tempo em que estamos online, é muito gratificante. As mais acessadas chegaram a ter 70 visitas no blog, em apenas um dia. A divulgação nas redes sociais, e sobretudo, no *Facebook* é essencial para que o nosso trabalho ganhe corpo e leitores, pois muitos chegam às matéria pelo Face. Como vocês podem conferir no Anexo A com as estatísticas do *Facebook* e do *Wordpress*.

Nesta fase, a divulgação para amigos, colegas e conhecidos é fundamental. E pedir para eles divulgarem para os seus conhecidos também. Tanto para pessoas com a intenção de aparecer no blog, quanto para pessoas com interesse no assunto. E com isso, o legal em trazer personagens para a história é que eles também passam a acompanhar o seu trabalho e a recomendar para outros. E isso ajuda na divulgação do projeto.

Fazer esse trabalho tem sido uma enorme satisfação. O aprendizado tem sido imenso, tanto na teoria, nessa parte de pensar todo o relatório, como na parte de informática e blog, fuçar nas coisas que antes nunca havíamos mexido, essa parte de pensar a melhor estética para as pessoas que forem entrar no blog; e também o contato com as pessoas. É extremamente gratificante poder conhecer novas pessoas através de um trabalho, conseguir fazer com que elas nos deixem entrar em suas vidas e compartilhar de suas histórias.

Pensamos que nosso trabalho está apenas começando com esse Trabalho de Conclusão de Curso e que ele poderá se desenvolver muito ainda por esse mundo, de porta em porta, e através de cada pessoa que quiser contar sua história para nós.

10. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra Portella. Blogs: mapeando um objeto. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra Portella. **Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

AQUINO, Maria Clara. Os Blogs na Web 2.0. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra Portella. **Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

ARAUJO, Artur Vasconcellos. **A notícia que é notícia: o blog jornalístico**. São Paulo: 2004. Disponível em: http://www.nuted.ufrgs.br/objetos/2005/obj_blog/conceito.pdf Acesso em: 12 de outubro de 2012.

BOSI, Alfredo. Cultura brasileira e culturas brasileiras. In: BOSI, Alfredo. **Dialética da colonização**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

BRASIL. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011-2014**. Brasília: Ministério da Cultura, 2011.

_____. **As metas do Plano Nacional de Cultura**. Brasília: Ministério da Cultura, 2012.

BRIGGS, Marks. **Jornalismo 2.0: como sobreviver e prosperar**. Tradução C. Castilho. Texas: Knight Center for Journalism in the Americas, 2007. Disponível em: <http://knightcenter.utexas.edu/journalism20.php>. Acesso em: 12 out. 2012.

CALDAS, Suely. **Jornalismo Econômico**. 2º ed. São Paulo: Contexto, 2008.

CANCLINI, Néstor Garcia. Culturas Híbridas, poderes oblíquos. In: CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair as modernidade**. São Paulo: EDUSP, 1997.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando asas ao Espírito empreendedor**. 2º ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva, 2007.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor: A metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 4º ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. 2º reimpressão.

ESCOBAR, Juliana Lúcia. Blogs como uma nova categoria de webjornalismo. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra Portella. **Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

ESCOLA SÃO PAULO DE ECONOMIA CRIATIVA. Direção Geral de Izabella Prata. **Base de dados**. São Paulo: 2012. Disponível em: <<http://www.escolasao paulo.org>> Acesso em: 22 de outubro de 2012.

FACHONE, Savana Leão; MERLO, Márcia. **Designer Artesão ou Artesão Designer? Uma Questão contemporânea**: as aproximações por meio das intervenções de design no artesanato. São Paulo, 2010. Disponível em: <<http://sitios.anhembibr/damt6/arquivos/50.pdf>> Acesso em: 22 de outubro de 2012.

FOLETTTO, Leonardo. Blogosfera x campo jornalístico: aproximação e consequências. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra Portella. **Blogs.com**: estudos sobre blogs e comunicação. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social** - 6. ed. - São Paulo : Atlas, 2008.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2008.

JUREMA, Pablo Rodrigo. **Introdução à Economia Microeconômica e Macroeconômica**. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/35470538/INTRODUCAO-A-ECONOMIA-Microeconomia-e-Macroeconomia>> Acesso em: 24 de outubro de 2012.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo Econômico**. São Paulo: EDUSP, 2000.

LIMA, Ricardo Gomes. **Artesanato e arte popular**: duas faces de uma mesma moeda? São Paulo, 2010. Disponível em: <http://www.cnfcp.gov.br/pdf/Artesanato/Artesanato_e_Arte_Pop/CNFCP_Artesanato_Arte_Popular_Gomes_Lima.pdf>. Acesso em: 21 de outubro de 2012.

LINKE, Paula Piva; VELHO, Ana Paula M. Moda, Artesanato e Cultura. **Revista Multidisciplinar da Uniesp Saber Acadêmico**, nº 10. São Paulo, 2010. Disponível em: <http://www.uniesp.edu.br/revista/revista10/pdf/artigos/03.pdf>> Acesso em: 22 de outubro de 2012.

MARINHO, Heliana. **Artesanato**: tendências do segmento e oportunidades de negócios. Rio de Janeiro: Sebrae, 2007. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/1E54FD5A8D8594EE8325735B006E1BBE/\\$File/NT0003610A.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/1E54FD5A8D8594EE8325735B006E1BBE/$File/NT0003610A.pdf)>. Acesso em: 21 de outubro de 2012.

NASCIMENTO, Jailton. Macroeconomia e Microeconomia. Editor do Portal Leandro Viera. In: **Administradores.com**: O Portal dos administradores. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/macroeconomia-e-microeconomia/35663/>> Acesso em: 14 de setembro de 2012.

OLIVEIRA, Rosa Meire de. O ciberespaço e a escrita de si na contemporaneidade: repete o velho, o novo blog? In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra Portella. **Blogs.com**: estudos sobre blogs e comunicação. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

ORIHUELA, José Luis. Blogs e blogosfera: o meio e a comunidade. In: **Blogs:** revolucionando os meios de Comunicação. São Paulo: Thomsom Learning, 2007.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia Criativa**. Empreendedor Criativo, 2011.

Disponível em:

<http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=2ZAH32ZEvFA>

Acesso em: 22 de outubro de 2012.

SEBRAE. **Artesanato**: um negócio genuinamente brasileiro. Rio de Janeiro: Edição Comemorativa de 10 anos, 2008.

_____. **Como Elaborar um Plano de Negócio**. Brasília: 2009. Disponível em:

<[http://201.2.114.147/bds/bds.nsf/797332C6209B4B1283257368006FF4BA/\\$File/NT000361B2.pdf](http://201.2.114.147/bds/bds.nsf/797332C6209B4B1283257368006FF4BA/$File/NT000361B2.pdf)> Acesso em: 23 de outubro de 2012.

_____. **Programa Sebrae de Artesanato**. Brasília: 2004. Disponível em: <

[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/83B80234261B3CD683257249004FEBEF/\\$File/NT00034A92.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/83B80234261B3CD683257249004FEBEF/$File/NT00034A92.pdf)> Acesso em: 05 de novembro de 2012.

ANEXO A – Estatísticas do Facebook e do Wordpress quanto à visibilidade do Blog desde a sua criação



Figura 7: Gráfico da visão geral do Face. Publicações em roxo, pessoas falando sobre as publicações em verde e o alcance total em azul.

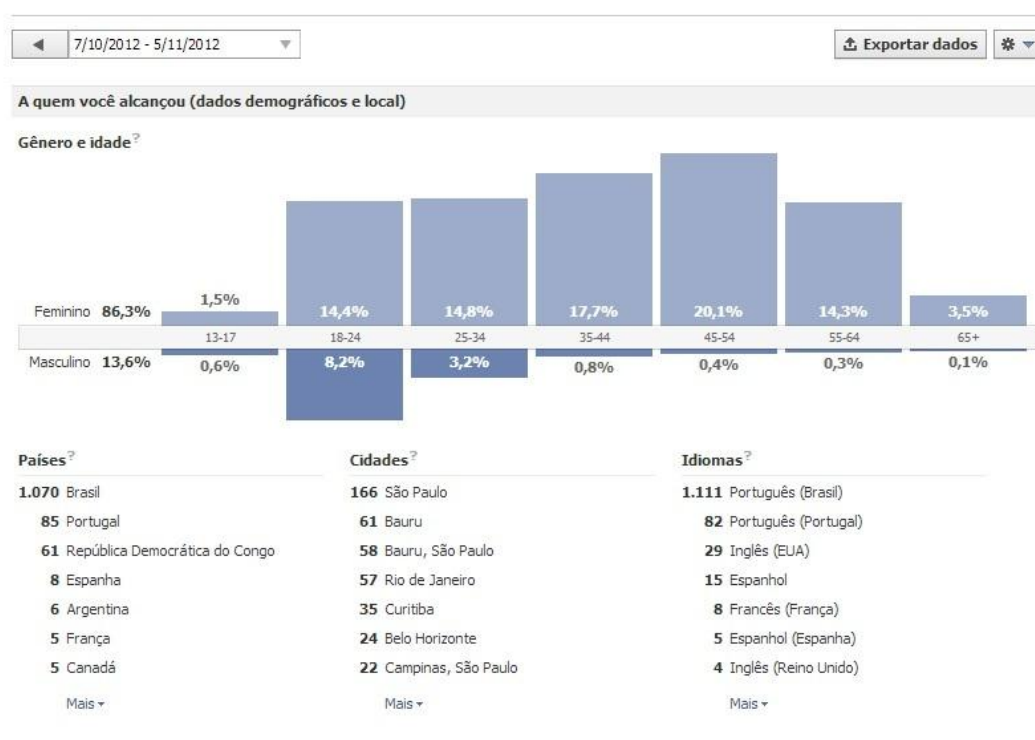


Figura 8: Alcance do blog por idade, em porcentagem.

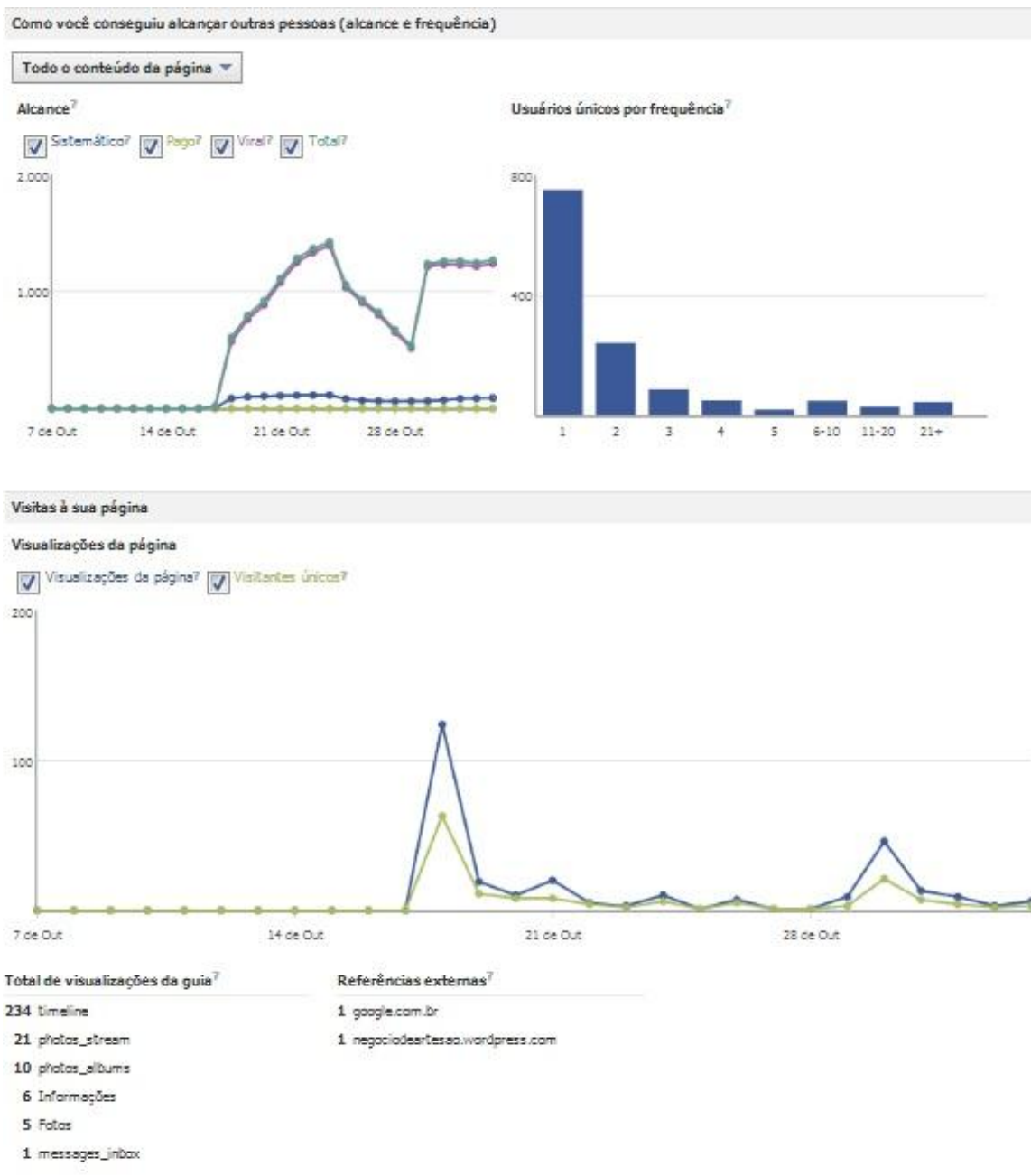


Figura 9: Como essas pessoas foram alcançadas; e como elas chegaram a minha página, a forma de visitação.



Figura 10: O número de pessoas falando sobre a minha página e minhas publicações, direta ou indiretamente.

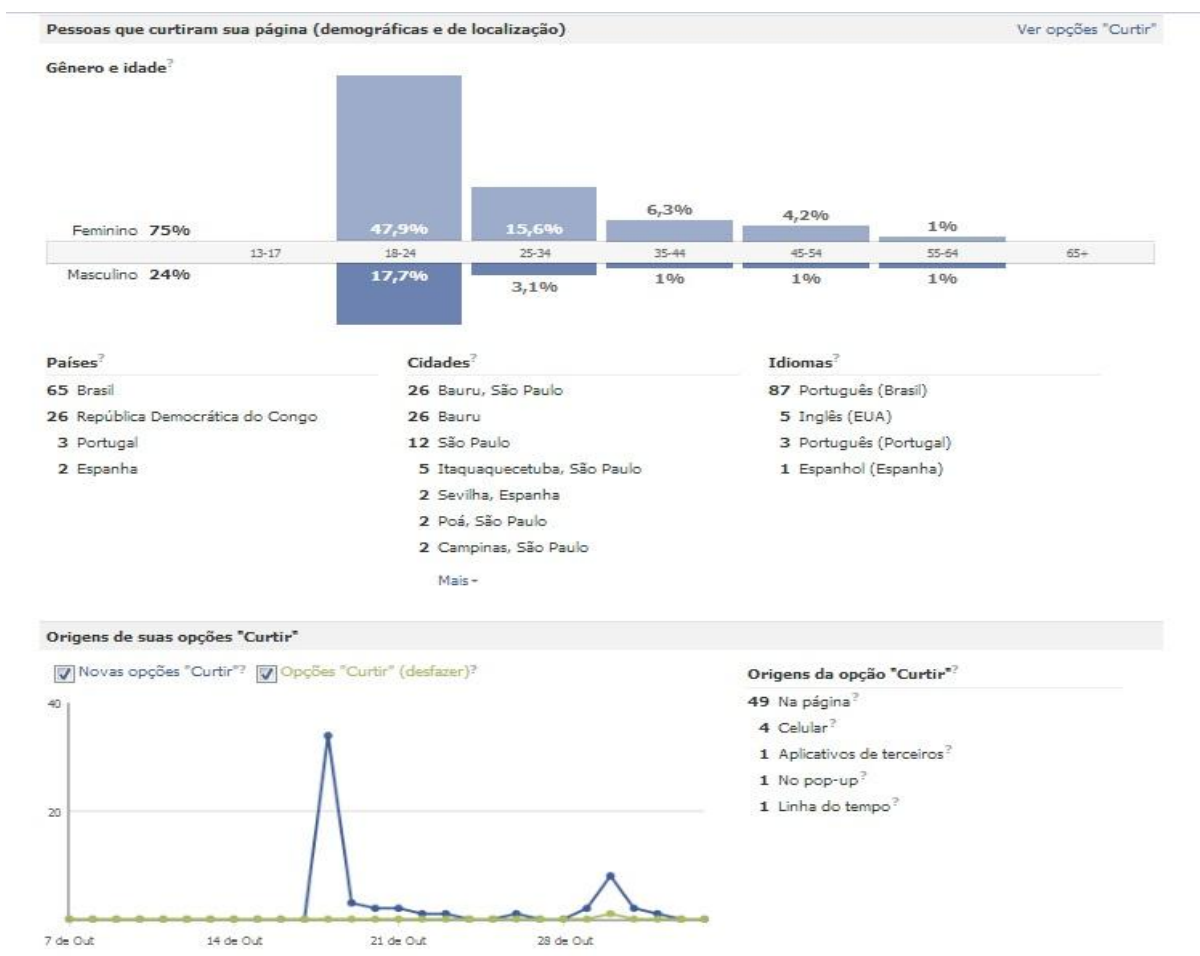


Figura 11: Estatística de quantas pessoas curtiram a página desde a sua criação.

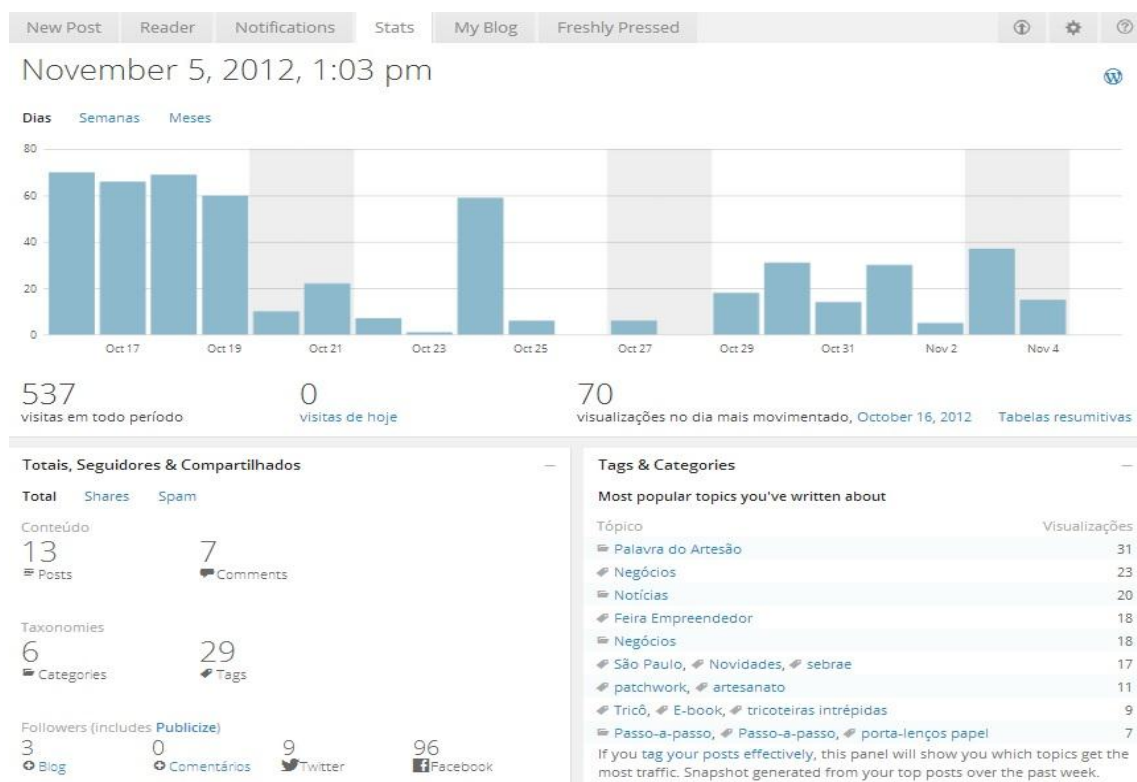


Figura 12: Estatísticas do Wordpress de visitação por dia; E o número de visualização por tags.

APÊNDICE A – Print das Páginas do Blog



Figura 13: Parte da *Home* do blog.



Figura 14: Home do blog.



NOTÍCIAS | NEGÓCIOS | PAIXÃO POR ARTE | PASSO A PASSO | SOBRE O BLOG | CONTATO

Arquivos da Categoria: Notícias

Semana Global do Empreendedorismo Deixe um comentário

novembro 2, 2012 por Beatriz Spinelli

Olá! Hoje caiu dia de notícias. Hoje caem! Entre os dias 12 e 18 de novembro acontecem em mais de ...

[Continuar lendo](#)

Category: Notícias | Tags: Empreendedorismo, Negócios, oportunidades, palestras, Semana Global Empreendedorismo | [Editar](#)

Feira de Artes e Art: Magi das Cruzes Deixe um comentário

novembro 1, 2012 por Beatriz Spinelli

Entre dias 8 e 9 de novembro acontece, no Clube do Campo de Magi das Cruzes, a XIII Feira de ...

[Continuar lendo](#)

Category: Notícias | Tags: Feira de Artesanato, Magi das Cruzes, Rodo Combate ao Câncer | [Editar](#)

E-book "Envolve seu Amor" Deixe um comentário

outubro 31, 2012 por Beatriz Spinelli

Olá! Hoje é o dia de encontrar. Hoje maravilhas para as bruxinhas do plantão. No dia 5 de novembro será lançado ...

[Continuar lendo](#)

Category: Notícias | Tags: E-book, Triô, Bruxinhas Intrépidas | [Editar](#)

Feira do Empreendedor de São Paulo 1

outubro 23, 2012 por Beatriz Spinelli

Olá! Dia para o final de semana. Entre os dias 22 e 23 de outubro acontece em São Paulo, ...

[Continuar lendo](#)

Category: Notícias | Tags: Empreendedorismo, Feira Empreendedor, Negócios, São Paulo/SP | [Editar](#)

Interart Rio Claro vai até dia 21 de Outubro 1

outubro 17, 2012 por Beatriz Spinelli

Olá! A Feira Internacional de Artesanato e Ocupação começou dia 11 e termina dia 21. O local é na antiga ...

[Continuar lendo](#)

Category: Notícias | Tags: Feira Artesanato, Interart, Rio Claro | [Editar](#)

Negócio de Artesão

[Siga Blog via Email](#)

Você está seguindo este blog (alterar).

[Inscreva-se](#)

Beatriz Spinelli

Negócio de Artesão

Empreendendo no Artesanato PESSOAL.

Olá!

Bateu no último semestre de Jornalismo. Criei esse Blog como produto do meu Trabalho de Conclusão de curso, mas estou apaixonada pelo trabalho que estou desenvolvendo, e pelas pessoas que estou conhecendo. Espero que vocês gostem do Blog.

Curtam a página no Facebook, Twitter e Google+.

Compartilhem as matérias de que gostarem.

Até Mais!

[Facebook](#) [Twitter](#) [Google+](#) [LinkedIn](#)

Tags

Artesanato artesão
Conceitos criativos
Curso E-book
Economia Criativa
Empreendedorismo
Feira Artesanato
Feira do Artesanato
Feira
Empreendedor Rio de Janeiro Interart Magi das Cruzes
Negócios
Novidades
oportunidades
palestras Passagem para patchwork
Rodo Combate ao Câncer Rio Claro
São Paulo São Paulo/SP
Semana Global
Empreendedorismo
São Paulo todo
bruxinhas
Intrépidas Triô

Figura 15: Home da seção Notícias.



Negócio de Artesão
Empreendedorismo no Artesanato Passado

NOTÍCIAS NOTÍCIAS PALAVRA DE ARTESÃO PASSO-A-PASSO SOBREMÓS CONTATO

Semana Global do Empreendedorismo Deixe um comentário

novembro 3, 2012 por Beatriz Spinelli

Olá!
Hoje caiu dia da notícia. Veja caso!



Entre os dias 12 e 18 de novembro acontece em mais de 120 países a **Semana Global do Empreendedorismo**. A formatação nacional da edição deste ano é "Por um Brasil Mais Empreendedor". O assunto pretende proporcionar a discussão de temas relacionados à área, como o acesso a capital, ambiente regulatório, capacitação, cultura, inovação e mercado.

O Brasil participa da evento com um programa bem rodado. São mais de 2400 atividades capacitadas por todo o território nacional: palestras, oficinas, workshops, entre outros. Muitas das opções são gratuitas.

O site é bem dinâmico e dá para você programar as atividades em que quer participar. São muitas, vale a pena entrar e procurar pela programação de sua cidade. As inscrições também são feitas pelo site do evento.

Sobre a Semana
Semana Global do Empreendedorismo é o maior movimento empreendedor do mundo! Durante 7 dias no mês de novembro, pessoas e organizações no mundo inteiro organizam atividades para inspirar, capacitar, conectar e engajar pessoas com espírito empreendedor, buscando construir um mundo melhor para todos por mais de empreendedorismo!

Criada em 2008 com o apoio do ex-primeiro ministro Britânico Gordon Brown e outras lideranças mundiais, a Semana vem crescendo ano a ano. São mais 24.000 organizações parceiras e 37.000 atividades realizadas em todo o mundo.

Números da Semana de 2012, no Brasil:
Mais de 1,7 milhão de pessoas;
2429 atividades;
mais de 200 organizações parceiras.



Share this: [Publicar isso](#) [Twitter 1](#) [Facebook 2](#)
[Google + 1](#) [Email](#)

Comentar aqui: [Seja o primeiro a comentar](#)

Negócio de Artesão

Siga Blog via Email
Você está seguindo este blog (alterar).

aboutme

Beatriz Spinelli
Negócio de Artesão
Empreendedor no Artesanato Passado.
Olá!
Bateu no último semestre do Jornalismo, criou esse blog como produto do meu Trabalho de Conclusão de curso, mas estou apaixonada pelo trabalho que estou desenvolvendo, e pelas pessoas que estou conhecendo. Espero que vocês gostem do blog. Curtam a página no Facebook, Twitter e Google +.
Compartilhem as matérias de que gostarem.

Até Mais.
[f](#) [t](#) [g+](#) [e](#)

Tags
Art&Craft artesanato
Conceitos criativos
Currículo E-book
Economia Criativa
Empreendedorismo
Feira Artesanato
Feira do Artesanato
Feira
Empreendedor no da Vó Internet Magi das Cruze
Negócios
Novidades
oportunidades
palestras Passover
passo a passo
porta-lingua papel
Rádio Combate ao Câncer Rio Claro
sebrae Sebrae/SP
Semana Global
Empreendedorismo
São Paulo todo
trabalho
inscrições
inscrições Triô

Figura 16: Matéria *Semana Global do Empreendedorismo*



Empreendedorismo no Artesanato Passado

NOTÍCIAS NOTÍCIAS PALAVRA DO ARTESÃO PASSADO E PASSO SOBREMÓS CONTATO

Feira de Artes e Artesanato deixa um comentário

Mogi das Cruzes

novembro 3, 2012 por Beatrizaspinalli



Entre dias 6 e 8 de novembro aconteceu, no Clube do Campo de Mogi das Cruzes, a XIII Feira de Artes e Artesanato, promovida pela Rede do Combate ao Câncer "Guilherme Pinheiro Franco". A entrada é franca.

Em sua 13ª edição, os 70 expositores apresentaram suas peças de artesanato para cerâmica, madeira, vidro, bijuterias, bolachas e obras de arte. "Sempre tem muita novidade, umas peças diferenciadas que chegam a cada ano", avisa Eugênia Alui, presidente da entidade e organizadora da feira. Ela conta, ainda, que assim como nos anos anteriores a expectativa é receber centenas de pessoas a cada dia. "Já começamos a distribuir as convites, capillar as cartazes, para que todos compareçam", completa a presidente.

Além da exposição e comercialização de peças artesanais e outras originais, o público que comparecer à feira ainda poderá aproveitar para ouvir músicas e conferir casquinhas teatrais. As casquinhas serão interpretadas pelas alunas da planista Luciana Massaro.

Sobre a Rede

A Rede do Combate ao Câncer foi inaugurada em 2010, na rua Pedro João, 133, depois de 49 anos de existência sem sede própria. O grupo é formado por mais de 30 voluntárias, que ajudam mais de cem pessoas carentes com câncer. Os pacientes são ajudados com doações de medicamentos, medicamentos de difícil acesso, leite em pó, alimentação especial, fraldas, colchões, cobertores de rodas e outras necessidades.

Segundo a atual presidente da rede, Eugênia Maria Pinheiro Franco Lepin Alui, a Organização Não-Governamental (ONG) é um trabalho entre amigos, que querem ajudar pessoas necessitadas de todas as formas possíveis.

Fundada em 1961 por Carmen Prudente, esposa de Antônio Prudente, participante ativo do Hospital de Câncer de São Paulo, na época, em visita a Mogi, a rede foi presidida de 1963 a 1999 por Guilmar Pinheiro Franco, mãe da atual presidente.

A rede é mantida com doações da comunidade, ajuda de administração pública, arrecadações das voluntárias e verba angariada com eventos.

Serviço

A Feira de Artes e Artesanato será no Clube do Campo de Mogi das Cruzes (CCMC) que fica na rua Duque de Frietas, 133, Parque Monte Uliana. O horário de funcionamento da feira será das 14h às 22h e a entrada é franca. Os eventos de música e teatro começam a partir das 19h.

Share this: [Publicar isso](#) [Twitter](#) [Facebook](#) [Google +1](#) [Email](#)

Compartilhe: [Google](#) [Seja o primeiro a gostar disso](#)

Category: Notícias | Tags: Feira de Artesanato, Mogi das Cruzes, Rede Combate ao Câncer | [Sítio](#)

Negócio de Artesão

Siga Blog via Email

Você está seguindo este blog (alterar).

aboutme

Beatrizaspinalli

Negócio de Artesão

Empreendedorismo no Artesanato Passado.

Olá!

Estou no último semestre do Jornalismo. Criei esse Blog como produto do meu Trabalho de Conclusão de curso, mas estou apaixonada pelo trabalho que estou desenvolvendo, e pelas pessoas que estou conhecendo. Espero que vocês gostem do Blog.

Curtam a página no Facebook, Twitter e Google +.

Compartilhem as matérias de que gostarem.

Até Mais.

[Facebook](#) [Twitter](#) [Google+](#)

Tags

ArtCraft Artesanato
Conceitos criativos
Curtida E-book
Economia Criativa
Empreendedorismo
Feira Artesanato
Feira de Artesanato
Feira
Empreendedor Rio de Janeiro
Mogi das Cruzes
Negócios
Novidades
oportunidades
palestras
Passado
passo
pastelwork
porta-fofoca
popul
Rede Combate ao Câncer
Rio Claro
sobre
Sobres/SF
Semana Global
Empreendedorismo
São Paulo
teatro
tristezas
inéditas
Trio

» E-book "Envolve seu Triângulo em Amor" [Semana Global do Empreendedorismo](#)

Figura 17: Matéria *Feira de Artes e Artesanato em Mogi das Cruzes*



NOTÍCIAS | NEGÓCIOS | PALAVRA DE ARTESÃO | PASSO-A-PASSO | SOBRE NÓS | CONTATO

E-book "Envolve seu Tricô em Amor"

outubro 31, 2013 por Beatrizassinelli

Olá!

Veja o que eu encontrei, idêntico maravilhosos para as tricoteiras de plantão.



No dia 3 de novembro será lançado o e-book "Envolve seu Tricô em Amor" é uma coletânea com 10 receitas fêtas de fazer pensadas para presentear alguém. As receitas foram desenvolvidas pelas Tricoteiras Intrépidas.

É um grupo é formado por 5 designers brasileiras: Clara Scully, Iria Alcan, Juliana Serrano, Jéssica Cinlo e Paula Pereira. As meninas se organizaram numa cooperativa que tem como objetivo contribuir para a divulgação do tricô no Brasil e mundo e fora e popularizar receitas brasileiras.

O livro será colocado a venda no *Seed&Spark* e elas também disponibilizando algumas receitas grátis.

Para a estreia do livro elas estão promovendo uma brincadeira que chama Tricô, Tricô Juntas. Entre no [blog](#) e veja as regras.

Share this: [Publicar isso](#) [Twitter 2](#) [Facebook 3](#) [Google + 1](#) [Email](#)

Costar disso: [+ Gostei](#) Seja o primeiro a gostar disso.

Category: Notícias | Tags: E-book, Tricô, Tricoteiras Intrépidas | [Editar](#)

» Empreendedorismo para todos os gostos e bolsos

Feira de Artes e Artesanato em Mogi das Cruzes »

Deixe um comentário

Escreva o seu comentário aqui...

Negócio de Artesão

[Siga Blog via Email](#)

Você está seguindo este blog (alterar).

sobre

Beatriz Sassinelli

Negócio de Artesão

Empreendedor no Artesanato Pessoal.

Olá!

Estou no último semestre do Jornalismo. Criei este blog como produto do meu Trabalho de Conclusão de curso, mas estou apaixonada pelo trabalho que estou desenvolvendo, e pelas pessoas que estou conhecendo. Espero que vocês gostem do blog. Curtem a página no Facebook, Twitter e Google +.

Compartilhem as matérias de que gostarem.

Art's Mais:

[f](#) [t](#) [in](#) [g+](#) [or](#)

Tags

Art&Craft artesanato
Conceitos criativos
Curtidas E-book
Economia Criativa
Empreendedorismo
Feira Artesanato
Feira de Artesanato
Feira
Empreendedor no
de Vó Internet Mogi
das Cruzes
Negócios
Novidades
oportunidades
políticas Passion-
passo passo/work
portifólio pessoal

Figura 18: Matéria *Envolve seu tricô em amor*



Empreendedor no Artesanato Passado

NOTÍCIAS | NEGÓCIOS | PAIXÃO DO ARTESÃO | PASSADO-PASSO | SOBREVIVÊNCIA | CONTATO

Feira do Empreendedor de São Paulo

outubro 13, 2012 por Beatriz Spinelli

0141

Dica para o final de semana.

Entre os dias 13 e 14 de outubro acontece em São Paulo, a Feira do Empreendedor organizada pelo Sebrae/SP. Será no Espaço Conter Norte - Pavilhão Verde, das 10h às 20h. É uma boa oportunidade para conhecer empreendedores, para se profissionalizar, pagar dívidas. Ter ideias para montar um negócio seu.

Lá também vão ter várias entidades do apoio ao micro empreendedor e linhas de crédito, para quem precisa. São oferecidos 50 mil empreendedores e futuras empresárias que terão mais de 200 exposições, palestras, consultorias e soluções inovadoras para a gestão do seu negócio.

A expectativa é gerar R\$ 30 milhões em novas negócios, superando o resultado de R\$ 20 milhões de 2010, em relação ao público, captação que o perfil seja o mesmo. Na ocasião, as mulheres foram maioria, com 55%; a classe B representou o maior número de visitantes, com 48%; 40% possuem curso superior; 55% atuavam no setor de serviços; e 62% moravam na capital.

Serviço

A entrada é gratuita, precisa apenas fazer uma inscrição prévia pelo site do evento.

Endereço do Espaço Conter Norte - Pavilhão Verde é Rua João Bernardo Pinto, 333 - Vila Guilherme - São Paulo - SP

Quem não é de capital e quem vai de metrô, é só pagar o bilhete azul e descer da estação Portuguesa-Tietê, de lá serão ônibus gratuitos para o evento.

Mais informações acesse o site

Confiram o vídeo da Campanha da Feira.



Share this: ☐ Publique isso ☐ Twitter 2 ☐ Facebook 3 ☐ Google +1 ☐ Email

Compartilhe: ☐ Google ☐ Seja o primeiro a gostar disso.

Category: Notícias | Tags: Empreendedorismo, Feira Empreendedor, Negócios, Sebrae/SP | Editar

« Economia Criativa »
Conceitos

Empreendedorismo para todos os gostos e bolsos »

Uma ideia sobre "Feira do Empreendedor de São Paulo"

rozengela
outubro 14, 2012 às 21:54 (Editar)

Negócio de Artesão

Siga Blog via Email

Você está seguindo este blog (alterar).

aboutme

Beatriz Spinelli

Negócio de Artesão

Empreendedor no Artesanato Passado

0141

Estou no último semestre do Jornalismo. Criar esse blog como produto do meu Trabalho de Conclusão de curso, mas estou apaixonada pelo trabalho que estou desenvolvendo, e pelas pessoas que estou conhecendo.

Espero que vocês gostem do Blog.

Curtem a página no Facebook, Twitter e Google +.

Compartilhem as matérias de que gostarem.

Até Mais.



Tags

Art&Craft artesanato
Conceitos criativos
Curitiba E-book
Economia Criativa
Empreendedorismo
Feira Artesanato
Feira do Artesanato
Feira Empreendedor Rio de Janeiro
Feira Interart Magi das Cruzes
Negócios
Novidades
oportunidades
palestras Passover
passo patchwork
portafólios papel
Rede Combate ao Câncer Rio Claro
sebrae Sebrae/SP
Semana Global Empreendedorismo
São Paulo todos
trabalhos
trabalhos Triad

Figura 19: Matéria *Feira do Empreendedor de São Paulo*



NOTÍCIAS | NEGÓCIOS | PALAVRA DO ARTESÃO | PASSADO E PASSADO | SOBREVIVÊNCIA | CONTATO

Interart Rio Claro vai até dia 21 de Outubro

outubro 17, 2012 por Beatrizaspinaelli



Cidade:
A Feira Internacional de Artesanato e Decoração acontece dia 11 e termina dia 21. O local é na antiga Estação Ferroviária. É a primeira vez que o evento acontece na cidade, porém, já fez sucesso em Araputuba (SP) e em Niterói (RJ).

As coisas vão 34 países e sete estados brasileiros participando. Com 90 expositores em 16 estandes no comércio que está movimentando o setor. Há também o comércio em geral. Segundo os representantes da Interart, são esperados 10 mil visitantes até o fim da feira e mais de 3 mil itens de todo o mundo estão expostos e sendo comercializados.

O Objetivo do evento é criar um lugar em que se possa firmar parcerias, conhecer novas culturas e novas maneiras de trabalhar o artesanato, um intercâmbio cultural. Além disso, vem a geração de renda e a incentivo ao desenvolvimento social e turístico do município.

Segundo os organizadores, eles querem levar:

- ... à Rio Claro uma cultura gastronômica mundial, fazer com que pessoas de outros mundos possam sentir os sabores locais.
- ... Promover com qualidade o comércio e o artesanato, integrar o artesanato ao comércio local, oferecer produtos e serviços de qualidade, promover o comércio e o artesanato, oferecer produtos e serviços de qualidade, promover o comércio e o artesanato, oferecer produtos e serviços de qualidade.

Junto à Interart você também pode conferir a 38ª Feira das Nações que traz diversidade gastronômica com comidas típicas de várias partes do mundo: Itália, Portugal, Alemanha, França, China, Japão, EUA, Egito, Tunísia, entre outras; e ainda de diversas cidades brasileiras.

E também shows folclóricos, com dança e música ao vivo, tudo para deixar o ambiente mais descontraído e agradável a todos os visitantes.

Confira abaixo o Vídeo de Divulgação da Feira:



Serviço:
A Interart fica na Antiga Estação Ferroviária de Rio Claro, Rua Um esquina com a Avenida Um.

O evento é Gratuito.

O Horário de Funcionamento:

- Durante a semana das 10h às 22h;
- Fim de Semana das 10h às 22h;
- E nos dias 19h, 20h e 21h.

Negócio de Artesão

Siga Blog via Email
Você está seguindo este Blog (alterar).

Artículo

Beatrizaspinaelli

Negócio de Artesão
Empreendedor no Artesanato Passado.

Cidade:
Estou no último semestre do Jornalismo. Criei esse Blog como produto do meu Trabalho de Conclusão de curso, mas estou apaixonada pelo trabalho que estou desenvolvendo, e pelas pessoas que estou conhecendo. Espero que vocês gostem do Blog. Curtam a página no Facebook, Twitter e Google+.

Compartilham as matérias de que gostaram.

Art. Mais.

Facebook Twitter Google+ LinkedIn

Tags

ArtCraft artesanato
Conceitos criativos
Curtir o E-book
Economia Criativa
Empreendedorismo
Feira Artesanato
Feira do Artesanato
Feira
Empreendedor Rio
de Vó Interart Magi
das Cruzes
Negócios
Novidades
oportunidades
palestras Passado
passo patchwork
porcelana papel
Roda Combate ao
Câncer Rio Claro
semana Solbras/SP
Semana Global
Empreendedorismo
São Paulo todos
trabalhos
interligados Triad

Figura 20: Matéria *Interart Rio Claro vai até dia 21 de outubro*



Negócio de Artesão
Empreendedorismo no Artesanato Passado

NOTÍCIAS | NOTÍCIAS | PALAVRAS-ARTESÃO | PASSO-A-PASSO | SOBREMIM | CONTATO

Art&Craft acontece e deixa um comentário até o dia 21 deste mês

outubro 18, 2013 por Beatriz Spinelli

Olá!
Curitiba e cidades da região, vocês não podem perder a IV Art&Craft, Feira Internacional de Artesanato, que acontece até o dia 21 de outubro na Riep, das 14 às 21h. São exposições de 18 países mostrando seu artesanato e trazendo novidades. Você vai encontrar peças de vários países e para todos os gostos, como: peças decorativas, presentes criativos e objetos pessoais.

Bato ano o evento traz duas novidades: O Espaço Gourmet e o Espaço Kids. Além disso, haverá shows culturais e oficinas durante todo o dia. Mas é bom ficar atento, as vagas para participar das oficinas são limitadas!

A Art&Craft espera receber, até o dia 21, aproximadamente, 20 mil pessoas que poderão conferir as mais de 80 estandes e as cerca de 100 exposições das diversas peças artesanais. Entre elas estão: Indonésia, Índia, Tailândia, Filipinas, Turquia, Senegal, Paraguai, Uruguai, Bolívia, Tunísia, Japão, África do Sul, França, Peru e Ecuador; além do Brasil.

Serviço:
A Riep fica na Avenida das Torras, 1.431, ao lado do Hipermercado Big.
O custo da entrada será R\$ 5. Menores de 60 anos pagam meia e menores de 12 anos não pagam.
Quem quiser pode solicitar um bônus de 50% no valor da entrada através do e-mail: artcraft@artcraft.com.br e apresentá-lo no evento para garantir o desconto.
A entrada é gratuita para profissionais do setor que apresentarem documento de comprovação.

Oficinas:
Não se desespere, ainda dá tempo de participar de alguma oficina. Veja a tabela no slide abaixo:
- As oficinas PAS são gratuitas e os materiais também;
- O Workshop de Massas custa R\$20 reais com material incluso;
- As oficinas Provoque são gratuitas.
Mais informações pasul.com.br.



Share this: [Publicar isso](#) [Twitter](#) [Facebook](#) [Google +1](#) [Email](#)

Compartilhe: [Google](#) Seja o primeiro a gostar disso.

Category: Notícias | Tags: Art&Craft, Curitiba, Feira Artesanato | [Sítio](#)

Figura 21: Matéria Artcraft acontece em Curitiba até dia 21 deste mês



Figura 22: Home Seção Negócios



Figura 23: Matéria *Empreendedorismo para todos os gostos e bolsos*



Figura 24: Home seção Palavra do Artesão



Figura 26: Home seção Passo-a-passo



Figura 27: Home seção Sobre nós



Negócio de Artesão
Empreendendo no Artesanato Pessoal

[NOTÍCIAS](#)
[NEGÓCIOS](#)
[PALAVRA DO ARTESÃO](#)
[PASSO-A-PASSO](#)
[SOBRE NÓS](#)
[CONTATO](#)

Contato

Deixe um comentário

Nome (obrigatório)

Email (obrigatório)

Telefone

Comment (obrigatório)

[Editar](#)

Negócio de Artesão



Siga Blog via Email

Você está seguindo este blog (alterar).

[about.me](#)

Beatriz Spina

**Negócio de Artesão:
Empreendendo no
Artesanato Pessoal.**

Olá!

Estou no último semestre de Jornalismo. Criei esse Blog como produto do meu Trabalho de Conclusão de curso, mas estou apaixonada pelo trabalho que estou desenvolvendo, e pelas pessoas que estou conhecendo.

Espero que vocês gostem do Blog.

Curtam a página no Facebook, Twitter e Google +.

Compartilhem as matérias de que gostarem.

Atá Maie

Deixe um comentário!

Escreva o seu comentário aqui...

Figura 28: Seção Contato



Negócio de Artesão
97 curtiram · 23 falando sobre isso

Business/Economy Website
Tudo sobre o Artesanato de Negócios: <http://negociosdeartesao.wordpress.com/>

Sobre Fotos Opções "Curta"

Publicações recentes de outros usuários sobre Negócio de Artesão [Ver todas](#)

Leirissa Meira
A página ficou linda, muito bonita, parabéns!
10/10 1 · 15 de outubro às 19:18

Tainá Goulart
Bom trabalho!
10/10 1 · 18 de outubro às 18:23

[Mais publicações](#)

Opções "Curta" [Ver todas](#)

Rio de Vó - Artesanatos
Pequenas empresas

Ateliê na TV - Oficial
Programa de TV

MANEQUEM
Empresas

R.Maysés acessórios
Negócios locais

Ateliê de Julie
Produto/Serviço

Adivinhas
Recursos

Negócio de Artesão entrou no Facebook.

Negócio de Artesão compartilhou um link.
Sábado · 1h

Semana Global do Empreendedorismo, fique esperto para não perder a programação de sua cidade!

Semana Global do Empreendedorismo

ESTÁ LOUCO DE MARCAR **COMPR**

Figura 29: Home da página no Facebook.



Figura 30: Home da página no Twitter

Negócio de Artesão Visualizando como Público



Negócio de Artesão

Postagens Sobre Fotos Vídeos

<http://negociodeartesaio.wor...>

Negócio de Artesão 27/10/2012 - Público

Veja o que está rolando na Feira do Empreendedor/SP

Empreendedorismo para todos os gostos e bolsos »

Olá! Se você não tem oportunidade de ir à Feira do Empreendedor 2012 – Sebrae/SP, não se preocupe. O Negócio ... Continue lendo

+1

Comentar...

Negócio de Artesão 20/10/2012 - Público

Confira o Passo-a-passo desse lindo Porta-Lenço de papel!



Porta-Lenço de Papel »

Olá! Vamos ao nosso primeiro passo-a-passo. Um lindo porta-lenço ensinado pela Sheila, do Fio da Vó. 1- Você ... Continue lendo

+1

26 EM SEUS CÍRCULOS

FOLHA Senax terra R7 87.COM VIVA UOL PULSOP São Paulo Walmart

VOCÊ ESTÁ NOS CÍRCULOS DE 1



Figura 31: Home da página no Google +

APÊNDICE B – Entrevista: Sheila Reis – Artesã de Patchwork

Quando você começou a mexer com artesanato, com Patchwork?

Eu já mexia com artesanato quando era menina. E parece que fica na veia esse negócio de gostar de mexer. E depois que eu tive a Luana³⁰ comecei a fazer lembrancinhas de nascimento, para a Luana que ia nascer e para sobrinhos. De todos os sobrinhos. Aí sabe aquele negócio que começa indo, com um vê e gosta, e pergunta: Você não faz para vender? Eu fui pegar firme mesmo para fazer para vender foi quando eu parei de trabalhar depois que a Luana nasceu. Quando foi vencer a licença da Lú eu não quis voltar a trabalhar e deixar ela, mas isso ainda era meio que hobbie, não dava certo de vender. Firme mesmo como está no Fio da Vó foi esse ano. Meus pais que eram feirantes, pararam de fazer a feira, precisava ajudar com uma atividade para ajudar na renda deles, e a gente começou. Fui oferecer na escola que minhas meninas estudam, aí pegaram encomenda do Dia das Mães. Aí nesse intermeio sempre tem uma amiga. Aí eu montei o blog. Eu comecei antes com o Querer sempre bem, mas era só eu. Já fazia algumas coisas e colocava lá. E chegou a aparecer gente querendo encomendar. Agora sério que até está com cartãozinho, mais profissional, está sendo esse ano com o Fio da Vó.

Temos uma lojinha no Elo7 que eu também coloquei. Eu já tive contato mas ainda não consegui vender por lá. Acho que eu não trabalhei bem ainda. A gente percebe que a internet ajudou bastante, a gente que faz artesanato. Só que você tem que estar divulgando, entrando em outros blogs, em redes sociais para estar divulgando. O Facebook foi o que ajudou mais. Já fiz Buquê de Santo Antônio, tudo pelo Facebook, o pessoal vê e pede. E os amigos de perto que sabem que você faz.

Esse caso³¹ já não. Ela me achou pelo Querer sempre bem, o primeiro blog que eu montei. Nem lembrava mais que estava no ar. Ela achou e me ligou. Eu levei um susto, porque nem lembrava que tinha deixado o celular lá.

Eu não vou lembrar enumerar. Mas já teve bastante coisa. Tanto que estou conseguindo manter meus pais sem precisar que eles vão para a feira.

³⁰ É a filha mais velha do casal, hoje com 8 anos.

³¹ É a mulher de Uberlândia, MG que fez uma encomenda de 200 tulipas, fala arranjos de uma festa de bodas.

Agora no dia dos pais também eu peguei encomenda. E é tudo relacionado com tecido mesmo.

E é só o Patchwork que você faz?

Patchwork mesmo é emendar retalhos. Fiz poucos trabalhos em Patchwork, porque não tive tempo. O que eu faço mais é necessarie, porta-lencinho. No dia dos pais fizemos uma lixeira de carro. No dia das Mães fizemos porta-recado. Aí as crianças foram e carimbaram o dedinho, para ficar personalizado. Tem o traca-traca, que também é conhecido como escadinha de Jacó. Tem as tulipas, são artesanatos com tecido, mas não necessariamente Patchwork. Eu estou com uma encomenda de almofadas que é de emendar quadradinhos, esse é. Agora os outros eu não sei falar que tipo de artesanato em tecido são.

E quando você começou a vender você fez algum planejamento?

Quando eu comecei com o Fio da Vó, sério, aí eu fiz. Hoje a gente estava até brincando que é tudo calculado. Por quê? Para você não ter prejuízo, nem cobrar a mais do que é justo. Então se eu tenho um metro de tecido, quantas tulipas eu faço com ele. Quando de manta acrílica vai, quantos palitos, até a perolazinha. Tudo eu calculo, então eu sei quanto sai para mim, o custo exato. E eu tenho dificuldade para colocar preço nas coisas. O que eu fiz? Eu fiz uma média de quanto seria o meu salário em um mês se eu trabalhasse fora. X. Esse X eu tento dividir pelos dias da semana que eu trabalharia em um mês, 5 dias da semana, por 4 semanas. Trabalhando 8 horas por dia. Mas eu, como sou dona de casa, eu não consigo pegar oito horas seguidas para trabalhar.

E aí eu faço assim, cronometro. Quanto tempo eu demoro para fazer uma tulipa? 6 minutos para eu deixar uma tulipa inteira. E aí eu consigo chegar a um valor que vale a pena para mim. Se eu trabalhasse todos os dias fazendo Y tulipas, a tantos reais cada uma, eu sei qual vai ser o meu salário no final do mês.

Então eu acabo ganhando proporcional. Se eu conseguir fazer bastante coisa em um mês, eu vou conseguir ganhar bem próximo do que eu gostaria de ganhar. Só que acaba não acontecendo porque eu não tenho essas 8 horas diárias. Só que como eu trabalho em casa, eu estou vendo novela e estou enchendo ou fechando as tulipas. Não é um horário que fica certo, nem seguido. Aí tem o calculo

do frete, que é por peso, então você tem que sempre fazer estimativas. E é por isso, que eu digo que está mais profissional.

Porque quando não era, eu fazia tudo a olho. Custou um real, multiplica por 3. Então eu cobro 3 reais. A maioria das pessoas faz isso. Só que eu vejo que assim você tem perda. As vezes você trabalha trocando figurinha. Porque imagina, se eu demoro 1 hora para fazer cada tulipa. Se eu cobrar 3 reais, minha hora de trabalho vai valer um real. É muito pouco. E aí tem gente que começa a trabalhar com artesanato e desiste, porque não dá lucro.

E fora que tem o lado do valor né. Não é todo mundo que dá valor, isso aqui é um pedacinho de tecido. É só um pedacinho de feltro. Mas é um trabalho. E também tem o capricho. Na internet você vê. Tem muita tulipa, só que tem um diferencial. E aí eu vou por mim, eu sou muito perfeccionista, cada detalhe me incomoda. Se eu vejo que tem um fiozinho de fora. Não que não passe nunca, as vezes passa um que não ficou tão perfeito. Mas eu sempre busco para que tudo fique bem perto disso.

Você fez alguma economia? Teve algum gasto inicial maior para começar? Algum investimento inicial?

O legal do artesanato, que percebemos, é que não precisávamos fazer um investimento inicial grande. Eu comecei com pouquinho. Deu uma alavancada, e foi quando eu comprei uma máquina de costura e outros materiais para facilitar o trabalho, foi com a primeira encomenda grande do Dia das Mães. Aí você pega uma escola, e foram 360 peças. E aí você vê um valor mais alto em coisa de 30 dias, para poder entregar a encomenda. E eu pude comprar uma máquina de costura. E a gente nem chegou a investir, porque eu fiz assim com a escola. No pedido, eles me pagaram metade, então eu não tirei do meu dinheiro, foi do que eu já estava recebendo pelo meu trabalho. Hoje eu tenho um estoque bom de tecido, mas comecei comprando meio metro. E agora eu vou para comprar 30 metros, e vou também quando tem encomenda grande. E isso já melhora o preço do produto, porque você consegue comprar com preço melhor quando compra em grande quantidade.

Eu comecei com uma caixinha de plástico, e agora em pouco tempo eu tenho bastante coisa. Em um prazo de um ano eu já tenho um estoque bom. Que já dá para eu trabalhar, produzir e gerar dinheiro. Eu não consegui ter um caixa ainda,

mas por causa do sistema que eu estou trabalhando, com meu pai e com a minha mãe. Se fosse eu sozinha daria, como minha ideia é gerar renda para eles eu não mantive dinheiro, só mesmo o essencial para eu poder comprar mercadoria.

Mesmo que eu já tenha o material. Como no caso das tulipas, eu já tinha o material, não precisei comprar, mas eu sei quanto eu gasto para fazer cada uma delas, então do valor total que eu receber eu vou tirar o gasto que eu tive e vou guardar, para que numa próxima compra eu tenha como comprar os produtos. E está dando certo.

E para o futuro o que você pensa para o seu negócio?

(fala baixinho e ri, um ateliê)

A internet eu quero trabalhar com mais afinco agora. Eu tiro foto de tudo o que eu faço, mas preciso publicar isso. A rede social ajuda muito. O leque de artesanato é muito grande. Aí você pega lembrancinhas de aniversário, de nascimento. Ou um presentes, lembrancinhas. No final do ano, para a professora, para as amigas. É um presente com um custo baixo mas é bem legal.

O legal do artesanato, é que é um presente único. Você não vai achar em cada esquina. Igual você compra um porta moeda, mas na loja tem outros 30 iguais. Você corre o risco de a qualquer lugar que você for, encontrar alguém com um igual. Agora o artesanato não. Ele acaba sendo único, porque você não vai usar o mesmo tecido, o mesmo acabamento, sempre tem um detalhe diferente.

Eu acho bem legal. A minha ideia para o ano que vem é ter no mínimo 3 escolas no dia das mães e 3 no dia dos pais. Que é uma época muito forte. E quero trabalhar a Páscoa, esse ano não consegui. E também o Final do Ano.

Outra meta para o ano que vem é assim. Para montar um espaço físico para trabalhar ainda não é viável, por não ter ainda tanta disponibilidade para trabalhar. Mas a minha ideia é a cada 2 ou 3 meses montar um bazar com amigos que fazem artesanato. Juntar um grupo de artesã e convidar pessoas que tem interesse em comprar. E sempre em datas como dia das Mães, dia das Crianças, Natal. Sempre perto de alguma data importante.

Mais para frente é ter um ateliê mesmo, um lugar em que eu trabalhe e venda peças ao mesmo tempo. Isso só daqui uns 3 anos, não dá para ser o ano que vem.

Agora essas outras coisas penso serem possíveis de acontecer já no ano que vem, dá para ter um retorno legal, e você atinge bastante gente. Na internet, é legal, mas as vezes as pessoas querem ver na mão o trabalho. Quer ver o detalhe, tem gente que nem percebe, mas eu tiro por mim, que percebo tudo. (risos) Quero ver cada detalhe, se está bem feito ou não.

(Começa a mostrar algumas peças que ela fez, que as filhas brincam)

Esse é Patchwork que deu errado e a Luana adora³². Esse outro é um porta absorvente em patchwork também que deu errado, ficou muito estreito, sabe aqueles que a gente faz de primeira? Eu antes não tinha muita medida.

Eu não fiz curso de nada. Fui aprendendo tudo na internet, em revista. Aí os primeiros não são tão certos, mas quanto mais você faz a peça mais você vai aperfeiçoando.

E esse foi para uma amiga que vende bijuteria, mas não queria colocar em saquinhos normais, e sim esses de tricolini. Que fica mais charmoso e personalizados.

E eu tenho percebido assim, Bia, que muita gente gosta, mas não sabe quem faça um negócio diferente, personalizado. Mesmo que não seja a pessoa que vai dar, que fez o presente. Ela teve o cuidado de escolher o modelo, escolher a cor, pensando no que a pessoa gosta. Por exemplo, é aniversário de uma sobrinha, que adora gatinhos e lilás, então você vai fazer algo pensando nessa pessoa.

Eu tinha uma maquininha “Shing-ling” ela funcionava no botão, nem tinha pedal. Foi quando eu comecei a xeretar e vi que dava certo. Fazia com retalhos da minha sogra que é costureira.

É a minha paixão. Uma amiga minha vai casar e encomendou 5 almofadas em patchwork, em tons de Azul. Até comprei mais tecidos.

Esse ano, o que conseguimos fazer, é que meus pais estão indo na feira de domingo e montam uma barraquinha e vendem as coisas que fazemos.

³² Um paninho quadrado com retalhos em tons de rosa.

APÊNDICE C – Entrevista: Maria Ferreira – professora do Curso de Patchwork do Senac Bauru.

Como e há quanto tempo você começou a fazer Patchwork?

Há mais ou menos 8 anos. Eu sempre gostei de fazer artesanato, aí eu fui para São Paulo e vi em uma loja esse curso que eles estavam oferecendo. Fiz o curso de uma semana, e fui me aprimorando com revistas e internet, fiz outros cursos. E nunca mais eu parei.

Há quanto tempo você ensina o Patchwork?

Ah, acho que faz 7 anos.

E por que você começou a ensinar?

Ah eu recebia encomendas né. O pessoal me procurava porque queria que eu fizesse peça para eles, enxoval de bebê, colcha, toalha, tudo. Aí tem uma senhorinha, ela tem 84 anos. Eu ensino ela há 7 anos, ela chegou e falou para mim. Olha eu sou muito sozinha, moro sozinha, meu marido morreu, minha filha mora em São Paulo, então eu queria ter uma aula, mais por companhia. Então ela é minha aluna faz todo esse tempo já fizemos um monte de almofadas, umas 5 colchas, ela é super dinâmica.

Ai depois eu comecei a dar mais aulas, um vai falando para o outro. Hoje eu tenho bastante alunos. Aí eu comecei a pensar que estava na hora de eu fazer algum trabalho voluntário, porque não é só receber, né. Então eu fui na Santa Rita, conversei com o Padre de lá e falei que eu tinha vontade de ensinar, aí ele abriu uma turma na Igreja de Santa Luzia, faz um ano, que eu sou voluntaria lá, tenho 10 alunos. A gente participa de quermesse, bazar, tudo.

Ai tem uma amiga minha que ficou sabendo que aqui estavam pegando professor para patchwork, e eu me inscrevi né. Vai que eu tinha sorte de ser a escolhida, eram 4 candidatas.

E qual é o objetivo do curso? É para quem já tem noção, para quem não sabe nada? Como é?

Olha aqui tem todos os tipos, tem gente que já faz e veio aqui para se aperfeiçoar. Tem gente que nunca fez antes. Eu acredito que a maioria está aqui querendo aumentar a renda.

E você vive de artesanato ou tem outra renda?

Eu tenho outro salário. Mas eu também sempre tenho minhas encomendas e agora eu estou aqui dando aula no Senac. Tudo isso já ajuda bastante.

E como chama a técnica de hoje?

Essa técnica é o Apliqué. Alguns falam patchaplique. Daí, seguindo a apostila tem os blocos que elas vão começar na semana que vem (3 semana de curso). Elas já fizeram o jardim da vovó. Seguindo a apostila oferecida pelo senac nós estamos nas técnicas de patchwork feito a mão. A primeira técnica é o jardim da vovó.

O legal do Patchwork é que qualquer pedacinho de tecido você pode reutilizar. Nós ensinamos técnicas, como a do cartão, em que você aproveita tudo.

Semana que vem começamos o patchwork na máquina de costura caseira.

E você divulga em algum lugar na internet? Blog ou facebook?

Eu tenho meu perfil no face. E coloco lá os trabalhos que faço. Eu faço muito para fora, encomendas de outros lugares e o pessoal me acha pelo facebook. A pessoa escolhe o que ela quer. Por exemplo, uma colcha, ela escolhe o que quer, a técnica e me diz o tamanho.

Aí eu calculo quanto vou cobrar. Passo o valor mais o frete. Aí se ficar tudo combinado eu faço, aviso quando estiver pronto, a pessoa deposita o dinheiro na minha conta e aí eu mando o produto.

Já fiz isso várias vezes. Já mandei para o nordeste, para o sul, campo grande.

Como você faz para saber o preço dos produtos que você vai vender?

Então, eu faço assim. Se eu uso 150 reais de material, o preço vai ser assim. 150 do materia, 150 da mão-de-obra e 150 do lucro. Eu aprendi isso faz

muitos anos em um curso que eu fiz no sebrae de como colocar preço nos produtos, mas nem pensava em aprender patchwork naquela época, foi há muito tempo mesmo.

É logico que não dá para ser tão radical assim né. Nesse exemplo, deu 450. E a pessoa pede aahhh mas não dá para abaixar um pouquinho o preço? É tudo de conversar né, não dá para ser tão rígido assim com o preço porque aí você perde o cliente né. O negócio tem que ficar bom para os dois, então dá para abrir mão um pouco.

APÊNDICE D – Entrevista: Sandra Sueli Godoy Martins – aluna do curso de Patchwork do Senac

Como a senhora começou a fazer artesanato?

Olha, eu sempre gostei de pintura. De todo tipo de artesanato, mas eu nunca tive oportunidade para fazer, porque eu sou cabeleireira também. E eu me dediquei mais ao salão. Agora que eu estou me aposentando, estou me voltando para isso. Faz faz uns 25 anos que eu faço essas coisas.

E o que a senhora faz de artesanato?

Todo tipo, toalhas bordadas, crochê, tricô, caixa de madeira com colagem, com pedras. Tudo o que eu posso eu tento.

A senhora tem algum espaço para mostrar seu trabalho?

No salão mesmo, tudo o que eu faço fica lá exposto. Tem uma vizinha minha que gosta muito do meu pano de prato, todo ano ela encomenda, pelo menos uma dúzia. Tenho duas dúzias, para fazer. Eu bordo ou pinto o pano de prato e faço bico de crochê.

E a senhora tem algumas coisas para mostrar para gente?

Olha não tenho, porque eu estou recomeçando. Fiquei parada por quatro anos, ele faleceu agora em janeiro. E eu estou fazendo mais o que eu já tenho encomendado, tentando colocar elas em dia. Tive que me dedicar a ele durante dois anos, exclusivamente. E agora eu estou tentando colocar tudo em ordem.

Estou me juntando com minhas irmãs e vamos começar a fazer em maior quantidade e aí podemos conversar de novo para fazermos essa entrevista.

APÊNDICE E – Entrevista: Osvaldo Almeida Júnior - Organizador do Interart

Há quanto tempo vocês tem esse projeto?

A Interart Rio claro existe há um ano e nove meses. Ela é integrante do circuito mundial de eventos, que engloba Dubai, Chagai, Milão...

E você coordena todos esses eventos?

Eu sou coordenador nacional. No Brasil só existe 3, em Araçatuba, Macaé e Rio Claro.

E são sempre os mesmos artesãos que expõem, ou vai mudando de lugar para lugar?

A Interart tem cerca de 120 stands. Aqui em Rio Claro nós viemos com 22 países e 36 stands. Apenas uma célula da Interart que está aqui, esse ano nós viemos para colaborar com a festa das nações. E aí foi um mega sucesso. Só para você ter noção a Festa das Nações recebia cerca de 8 mil pessoas; e a Interart trouxe cerca de 40 mil pessoas em um final de semana. Estamos quebrando todos os recordes possíveis.

Até amanhã tem uma extimativa de quantas pessoas terão passado pela Interart?

70 mil pessoas.

22 países e 6 estados e o melhor do artesanato da cidade de Rio Claro e da Região. São 36 stands no total.

De Rio Claro vocês vão para onde?

A Interart termina o ano em Dubai. Aí os artesãos vão para Dubai e depois para outros eventos por conta deles.

Há quanto tempo o senhor está nesse negócio de Feira de Artesanato?

Primeiro que não é um negócio, é um conceito. É uma feira de cultura. Nós não montamos uma feira de negócios, nós montamos uma feira de cultura. Todo ano na abertura da feira nós homenageamos uma pessoa pelo seu trabalho, e sua representatividade na região.

É sua família que organiza esses eventos?

Eu, minha filha e minha mulher.

Nosso trabalho é sem fins lucrativos. Nós fazemos parcerias com empresas da cidade em que vamos, não usamos dinheiro nem da prefeitura da cidade, nem dos governos estaduais e federais.

Como vocês fazem a logística dessa feira?

O transporte é através de caminhão. Os artesãos vêm por recursos próprios. Nós fazemos convites para as embaixadas, são convites reconhecidos internacionalmente e aí eles chamam os artesãos que estão no ramo já.

Para você ter uma ideia toda a propaganda foi doada pelo SBT, eles fizeram o comercial, e toda o material de divulgação da feira.

Você diz que é uma Feira cultural. Mas há dinheiro sendo movimentado, e também desenvolve a economia da cidade, não?

Não, o primeiro motivo é cultural. E o que acontece, não é uma feira de negócios, é um intercambio cultural. Mas acaba gerando esse turismo cultural que movimenta várias coisas, o turismo positivo, turismo regional – porque vem pessoas de todos os bairros e das cidades da região – recebemos organizadores da Paraíba.

A Interart é um evento internacional de caráter cultural, nós trazemos o melhor da cultura mundial, o melhor da cultura nacional e o melhor da cultura regional e municipal. Dessa forma, as pessoas podem crescer culturalmente, nosso público são pessoas que querem cultura e que muitas vezes não tem oportunidade, e através da interart elas podem viajar os 5 continentes em apenas dois dias sem sair da sua cidade. Ela começa a entender que todos nós somos irmãos e somos amigos, diminui pré-conceitos, na interart o judeu e o palestino estão em harmonia, na interart o negro, o branco e o índio são únicos, porque nós somos espírito, e não é a cor da matéria que muda o seu caráter, e sim se você é uma pessoa boa ou ruim.

A Interart trabalha durante todo o ano no município em que ela se instala, e ultima com os 10 dias de evento, todos os anos. Nós não somos um evento gafanhoto, monta, pega dinheiro e vai embora. Nós trabalhamos com projetos sociais na cidade durante todo o ano, aí depois tem 10 dias de evento, de prazer, de publicidade.

E como vocês chegaram a Rio Claro? Porque antes tinha apenas em Araçatuba (SP) e Macaé (RJ).

Araçatuba é a cidade do boi gordo, lá nós temos uma Associação Comercial muito forte. O presidente seu Wilson Marinho, hoje nós somos o 2 maior evento do município e o primeiro do interior de São Paulo.

Macaé é a cidade da extração do petróleo no Brasil. 80% do petróleo brasileiro. O maior evento do Rio de Janeiro.

Rio Claro é a capital da alegria, tem uma história muito bonita, os bandeirantes paravam aqui em sua viagem desbravando o Brasil; foi a primeira cidade do estado de São Paulo a libertar os escravos e uma das primeiras do Brasil. Uma das primeiras cidades do Brasil a ter energia elétrica. Uma cidade a frente das demais que ficou muito tempo adormecido.

Esse espaço da estação rodoviária só tinha drogados, de crack mesmo, pessoas se acabando nas drogas, bêbados, tudo aqui era lixo. E através desses eventos culturais nós estamos recuperando esse espaço, a secretaria disponibilizou uma verba de R\$ 10 milhões de reais para recuperar a Estação Ferroviária. A Secretaria do desenvolvimento está criando um jardim logo ali em frente com uma Fonte, vai ficar belíssimo. Aos poucos eles estão transformando um espaço negro (com aura negra) em um espaço do bem, da família, e a Interart veio para integrar esse movimento.

Nós estamos sorteando bolsas de idiomas para os visitantes, tanto de inglês quanto de espanhol. É feito um sorteio de 10 bolsas e também são escolhidas pessoas por merecimento. E muitas pessoas são sorteadas e não estão nem aí, então nós vamos escolher pessoas que realmente querem aprender. As pessoas que vem a feira preenchem o cupom e estão concorrendo, a outra parcela de pessoas será indicada pela prefeitura, funcionários e/ou colaboradores que estão interessados em crescer na vida.

APÊNDICE F – Entrevista: Casal – Claudinei Ventura e Rosane Ventura – cidadãos de Rio Claro.

Qual é a importância de trazer um evento desse porte para a cidade de Rio Claro?

É um evento muito grande que nunca teve aqui, e com essa gama de culturas são coisas de qualidade .

E como isso pode enriquecer culturalmente a população da cidade e da região?

A partir do momento que você traz para a cidade novas culturas você começa a ter contato com essas pessoas e a conhecer seus costumes. Além de conhecer vários trabalhos diferentes, que você não encontra normalmente.

APÊNDICE G – Entrevista: Márcia Lessa e Paulo Lessa – Expositores do Egito

Vocês são de onde?

Nós somos brasileiros, de São Paulo que moramos no Cairo. Há dois meses nós começamos nesse ramo de feiras internacionais, fizemos algumas no Brasil fora, na Espanha e na Colômbia.

E como vocês foram parar no Cairo?

Aí sabe aquele negócio de nascer no lugar errado, foi o que aconteceu com a gente. Eu gosto muito, um dia fui viajar, para conhecer, voltamos a segunda e terceira vez, na quarta nós voltamos para morar. E isso faz 7 anos. Nós trazemos a cultura do Egito e de outros países da África para o Brasil, mas também levamos produtos brasileiros para vender no Cairo.

Quanto tempo vocês estão no ramo das Feiras?

Em São Paulo faz uns 3 anos e meio. E em outros lugares há mais ou menos 4 meses. Lá eu não tenho uma loja, tenho uma carteira fixa de compradores.

O pessoal aceitou bem o Egito aqui em Rio Claro e em Ribeirão Preto. Nos surpreendemos com isso. Que as pessoas gostaram bastante. Os produtos são feitos em argila e areia, eles colocam areia, porque a areia é sagrada.

APÊNDICE H – Entrevista: Fausto Simões de Andrade Neto - analista de informações do SEBRAE/Regional Bauru

O artesão normalmente ele é informal, antes do Programa do empreendedor individual, para ele emitir nota fiscal precisaria se filiar à SUTACO. Agora não. Sozinho ele consegue se formalizar e emitir sua própria nota fiscal.

Ele pode se formalizar pelo portal do empreendedor, ou então nas unidades do Sebrae e alguns contadores fazem o trabalho de graça. Aqui no evento, tem um stand da prefeitura de São Paulo, e aqueles que quiserem podem se formalizar aqui, na hora.

O que é o Empreendedor Individual?

É uma oportunidade para quem trabalha pro conta de se formalizar. Os autônomos não pagam tributos, mas também não possuem benefícios previdenciários. Essa figura jurídica foi criada em julho de 2009, pelo governo federal.

Quais as condições para se tornar um EI?

O empreendedor Individual só pode faturar até 60 mil reais bruto no ano, isso dá em torno de 5mil reais por mês. Ele só pode ter um empregado com carteira assinada recebendo um salário mínimo por mês, não pode ter sócios, nem administrador da empresa.

Deve estar em dia com a prefeitura na regularização do espaço do seu negócio, ou se for ambulante, ter o registro. Esses documentos são necessários para adquirir o CNPJ e a inscrição na Junta Comercial.

Quanto será o recolhimento mensal desse EI?

Ele é isento de quase todos os tributos. Paga-se apenas uma taxa fixa mensal equivalente a 5% do salário mínimo vigente (R\$ 31,10), para poder contribuir com o INSS; R\$1,00 de ICMS para o estado se a atividade for comércio ou indústria ou R\$5,00 de ISS se for uma prestação de serviço. Não há taxa de abertura da empresa.

O pagamento é feito através do DAS gerado pela internet, no portal do empreendedor. O pagamento é feito as agências bancárias ou lotéricas até o dia 20 de cada mês.

Quais são os benefícios que um EI tem?

Cobertura da Previdência Social; segurança para desenvolver seu negócio; dispensa contador, sua declaração anual é simplificada; Pode emitir notas e vender para outras empresas, já que possui CNPJ; Pode comprovar sua renda mensal, financiar compras com o serviço bancário.

Aposentadoria por idade, invalidez; auxílio-doença; salário maternidade; auxílio reclusão ou pensão por morte.

Quanto custa um empregado para o EI?

R\$ 690,42 reais. Salário mínimo R\$ 6222; previdência patonal R\$18,66; FGTS (8%) R\$ 49,76. Além de 13 salário, 1/3 de férias, vale transporte, pis, todas as obrigações formais.

Como a pessoa se formalizar?

A inscrição é gratuita e muito simples. A pessoa deve entrar no portal do empreendedor (www.portaldoempreendedor.gov.br) e seguir o passo a passo. Quando ele concluir a inscrição já terá o CNPJ, inscrição na Junta Comercial e o alvará provisório. Os postos de atendimento do Sebrae e no Poupatempo também fazem esse serviço. E alguns contadores fazem o serviço de graça. Basta se informar na sua cidade.

Mais informações só procurar o Sebrae, entrar no portal do empreendedor.

APÊNDICE I – Entrevista: Roberta Moysés – artesã, faz Bijuterias

Como e quando você começou a fazer bijuterias?

Sempre gostei de trabalhos manuais, decoupage, enfeites de festas de criança, fantasias, etc. O despertar pelas bijuterias aconteceu mesmo atualmente. Já fiz antigamente no máximo algumas peças como hobby.

Porque se interessou por esse tipo de artesanato?

Minha filha sempre chegava em casa contando sobre peças que havia visto nas lojas e eu sempre me espantava com os preços. Com ela sempre soube da minha habilidade com trabalhos manuais e meu gosto por moda sugeriu que eu tentasse criar algumas peças. Acabei encontrando uma ocupação rentável, e prazerosa.

Faz algum outro tipo de artesanato?

No momento estou focada só em bijuterias.

Há quanto tempo você faz e quando começou a vender

?Mais ou menos uns 6 meses.

Fez algum planejamento, teve alguma estratégia para iniciar? Teve que fazer alguma economia? (Como pensou o começo do negócio, essa pergunta é legal para a parte de ser empreendedor, o que de novo você pensou para atrair pessoas para comprarem o seu artesanato, se fez plano de negócio, se leu alguma coisa a respeito, foi a algum curso)

O custo inicial foi pequeno, pois investi aproximadamente \$300,00 em material inicial para a montagem das primeiras peças. Fiz uma página no facebook e fui alimentando com todas as fotos do estoque de peças, preços, etc, para depois começar a divulgação através da minha filha, das amigas dela, dos familiares e respectivos amigos,

O dinheiro que você ganha hoje vendendo seus produtos complementa sua renda? Em que medida? (Ou ainda não ganhou projeção suficiente para tal.)

No momento já complementa um pouco da renda, mas com expectativa de crescimento.

Como começou a vender na internet? Quanto tempo faz? Teve antes aquele período boca-a-boca? (como foi o começo desse negócio quando pensou em vender suas coisas, como foi o início, dificuldades para conseguir espaço no mercado, o que fazia para vender e mostrar suas peças)

Criei minha página no facebook apresentei aos amigos, estou sempre criando promoções, sorteios onde tenho aumentado o número de seguidores. Uso sempre as peças que vendo e quando me perguntam aproveito para fazer o boca-a-boca

Você também me falou de uma parceria com uma cooperativa, certo? Como é essa parceria?

A tendência das bijuterias pede peças mais elaboradas com solda, então sai pesquisando algum local com peças que agradassem o gosto das minhas clientes. Encontrei um ateliê que compro as peças mais estruturadas.

Queria que você falasse também sobre o Fashion Day, como foi? quantas pessoas compareceram? quanto conseguiu vender? (quanto foi positivo para você. se pretende fazer outros, e até uma parceria com outros artesãos tipo um dia de artesanato, com outros tipos.)

O Fashion Day foi uma ideia que surgiu com o pedido de algumas clientes .Foi realmente um sucesso, superei minhas expectativas. Reuni clientes amigas e amigas clientes,as pessoas se deslocam de outras regiões para não perder as ofertas e promoções prometidas e cumpridas com descontos de até 70% nas peças.

O resultado foi tão positivo que já agendei outro para o dia 24 de novembro em Mogi das Cruzes e depois dia 8 de dezembro para fechar o ano.

Quantas pessoas mais ou menos acessam seu face por dia. E quantas já compraram? Uma estimativa.

Posso te dar um alcance semanal que o próprio facebook me envia de 2332 pessoas. Agora quantas já compraram não consigo calcular!

E o que você faz para divulgar na net. (Se você entra em outras páginas e posta, em blog... coisas assim, porque eu estou vendo pela minha página mesmo. Que isso ajuda e muito.)

Não possuo blog, minha divulgação é feita a base de promoções, e sorteios mesmo.