

# Turismo, Lazer e Negócios

Giovanna Tavares  
(Organizadora)

**Atena**  
Editora

Ano 2019



GiovannaTavares  
(Organizadora)

# Turismo, Lazer e Negócios

Atena Editora  
2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Lorena Prestes

Revisão: Os autores

#### Conselho Editorial

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista  
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

T938 Turismo, lazer e negócios [recurso eletrônico] / Organizadora  
Giovanna Tavares. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2019.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-317-0

DOI 10.22533/at.ed.170190805

1. Turismo. I. Tavares, Giovanna.

CDD 380.14591

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

DOI O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

## APRESENTAÇÃO

Este livro composto de uma série de artigos com foco em temáticas diversas reforçam o caráter multi, trans e interdisciplinar da atividade do Turismo. O turismo vem se transformando e a gestão estratégica desses empreendimentos turísticos, de lazer é de negócios requer cada vez mais ações diferenciadas e ações que se identifiquem com o ramo da atividade. Compreender, desenvolver e gerir um negócio exige múltiplos conhecimentos e tomadas de decisões para o desenvolvimento, crescimento e manutenção do mesmo. É notória a concorrência mundial promovida pela globalização, exigindo das organizações atitudes mais competitivas, cuja oferta de produtos e serviços norteiam-se pelas premissas da qualidade, atendimento e preço. O negócio “turismo” tem estimulado a ampliação das perspectivas de visão dos diferenciais turísticos na biodiversidade, na reinterpretação e ressignificação do patrimônio e estratégia empresarial, na busca da excelência de qualidade e competitividade do produto turístico nos segmentos de mercado, percebendo a necessidade da formulação, reformulação e adoção estratégica do desenvolvimento regional para o planejamento integrado e sustentável do Turismo e do lazer. Sendo assim ampliar a capacidade de aplicar a tecnologia de gestão estratégica nas organizações turísticas, levando em conta as suas peculiaridades e as consequências das ações gerenciais na sociedade mobilizando os recursos se faz necessário para atingir os objetivos a longo prazo. O resultado das pesquisas aqui apresentadas tem como objetivo principal avaliar as consequências econômicas, sociais e éticas das decisões administrativas no macro ambiente dos negócios e compreender as diversas dimensões entre as relações do turismo, lazer, espaço, planejamento e sustentabilidade, em suas diversas facetas.

Giovanna Tavares

## SUMÁRIO

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
AGROECOLOGIA: PROPOSTA À CHÁCARA BOCAIÚVA	
Talita da Costa Papas	
Elisa Luzia Costa de Santana Nascimento	
DOI 10.22533/at.ed.1701908051	
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>12</b>
A HOSPITALIDADE E SEUS FATORES DE COMPETITIVIDADE EM AGÊNCIAS DE VIAGENS DE PALMAS – TO	
Geruza Aline Erig	
Maria Elenita Menezes Nascimento	
DOI 10.22533/at.ed.1701908052	
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>28</b>
A PROSTITUIÇÃO MASCULINA NO CONTEXTO DO TURISMO DE LAZER	
Christopher Smith Bignardi Neves	
Luiz Ernesto Brambatti	
DOI 10.22533/at.ed.1701908053	
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>44</b>
A TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO COMO FERRAMENTA PARA O TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA: AIRBNB EXPERIENCE E O TURISMO LGBT	
Christopher Smith Bignardi Neves	
Isabele de Souza Carvalho	
DOI 10.22533/at.ed.1701908054	
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>57</b>
A TRAJETÓRIA HISTÓRICA DA INSTITUCIONALIZAÇÃO DO TURISMO NO BRASIL	
Christiano Henrique da Silva Maranhão	
DOI 10.22533/at.ed.1701908055	
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>77</b>
A “TURISTIFICAÇÃO” DE UM LUGAR DE MEMÓRIA É POSSÍVEL? UM ESTUDO SOBRE O SÍTIO ARQUEOLÓGICO DO CAIS DO VALONGO (RIO DE JANEIRO, BRASIL)	
Angela Teberga de Paula	
Vania Beatriz Merlotti Herédia	
DOI 10.22533/at.ed.1701908056	
<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>100</b>
A TRANSVERSALIDADE DO SABER: O CONCEITO DE LUGAR E A SOCIOLOGIA DO TURISMO	
Hélio Fernando Lôbo Nogueira da Gama	
DOI 10.22533/at.ed.1701908057	
<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>106</b>
CONTROLE DO ESPAÇO URBANO E O TERRITÓRIO COMO PRODUTO TURÍSTICO: REFLEXÃO TEÓRICA SOBRE A SEGREGAÇÃO IMPOSTA À POPULAÇÃO EM SITUAÇÃO DE RUA NO CONTEXTO DE MEGAEVENTOS (RIO 2016)	
Sara Conceição De Paula	
DOI 10.22533/at.ed.1701908058	

<b>CAPÍTULO 9</b> .....	<b>120</b>
DETERMINANTES DO TURISMO DE NEGÓCIOS INTERNACIONAIS: UM MODELO DINÂMICO COM DADOS EM PAINEL	
Pedro Miguel Fonseca Moreira de Carvalho Miguel Ángel Márquez Paniagua Montserrat Díaz Méndez	
<b>DOI 10.22533/at.ed.1701908059</b>	
<b>CAPÍTULO 10</b> .....	<b>139</b>
ECONOMIA CRIATIVA E PROPRIEDADE INTELECTUAL, INTERLOCUTANDO COM A TECNOLOGIA SOCIAL NA COMUNIDADE	
Felipe Rodrigus Bomfim José Claudio Rocha Anucha Prisco de Aguiar Peixoto	
<b>DOI 10.22533/at.ed.17019080510</b>	
<b>CAPÍTULO 11</b> .....	<b>155</b>
EMPODERAMENTO FINANCEIRO DE MULHERES VÍTIMAS DE VIOLÊNCIA DOMÉSTICA ATRAVÉS DA SUA QUALIFICAÇÃO NA INDÚSTRIA DE TURISMO E EVENTOS	
Flávia Cristina Rodrigues Paiva Neuza de Farias Araújo Nelson Carpes Neiva	
<b>DOI 10.22533/at.ed.17019080511</b>	
<b>CAPÍTULO 12</b> .....	<b>170</b>
FAMILISMO EFICIENTE NO TURISMO EM ESPAÇO RURAL	
Luiz Ernesto Brambatti	
<b>DOI 10.22533/at.ed.17019080512</b>	
<b>CAPÍTULO 13</b> .....	<b>184</b>
HISTÓRIA LOCAL E EDUCAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS: MEMÓRIA, SABERES E PRÁTICAS	
Rosangela Costa Soares Felipe Rodrigues Bomfim José Cláudio Rocha	
<b>DOI 10.22533/at.ed.17019080513</b>	
<b>CAPÍTULO 14</b> .....	<b>195</b>
HOSTEL E O SUJEITO TURISTA	
Mara Regina Thomazi Maria Luiza Cardinale Baptista	
<b>DOI 10.22533/at.ed.17019080514</b>	
<b>CAPÍTULO 15</b> .....	<b>209</b>
MULHER NA PM: UMA QUESTÃO ESTRATÉGICA OU MARCA DE EMPODERAMENTO?	
Jamile Maria da Cunha Silva Felipe Rodrigues Bomfim	
<b>DOI 10.22533/at.ed.17019080515</b>	
<b>CAPÍTULO 16</b> .....	<b>224</b>
O BOTECA CARIOCA E A HOSPITALIDADE NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO	
Cláudia Mesquita Pinto Soares Ceci Figueiredo de Moura Santiago	

Tânia Muzy da Silva  
Bruno Morett Figueiredo Rosa  
Luana Costa Pierre de Messias  
Ricardo Guimarães Matias

**DOI 10.22533/at.ed.17019080516**

**CAPÍTULO 17 ..... 240**

POLICIAMENTO COMUNITÁRIO COMO ESTRATÉGIA ORGANIZACIONAL: UM ESTUDO DE CASO DA POLÍCIA MILITAR NA ESCOLA IVETE OLIVEIRA EM SERRINHA – BAHIA

Jeciene dos Santos Pereira  
Felipe Rodrigues Bomfim

**DOI 10.22533/at.ed.17019080517**

**CAPÍTULO 18 ..... 254**

ECONOMIA DO TURISMO PORTO, A “CONQUISTA” DO TURISMO E A RELAÇÃO COM O VINHO DO PORTO

Luis Pinto Machado  
Diamantino Ribeiro

**DOI 10.22533/at.ed.17019080518**

**CAPÍTULO 19 ..... 271**

PROJETO TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA NO ANTIGO QUILOMBO DO CABULA: SOLUÇÕES PRÁTICAS QUE EMERGEM DAS PESQUISAS

Velma Factum Dutra

**DOI 10.22533/at.ed.17019080519**

**CAPÍTULO 20 ..... 281**

REFLETINDO A DE PROPRIEDADE INTELECTUAL E A ECONOMIA CRIATIVA NA UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA - UNEB

Felipe Rodrigues Bomfim

**DOI 10.22533/at.ed.17019080520**

**CAPÍTULO 21 ..... 289**

“TRILHA GALERA PAU NA FUMAÇA”: A INFLUÊNCIA ECONÔMICA EM BOM JESUS DAS SELVAS - MA

José Rodrigues de Oliveira Filho  
Rosélis de Jesus Barbosa Câmara

**DOI 10.22533/at.ed.17019080521**

**CAPÍTULO 22 ..... 302**

TURISMO DE EVENTOS, ANÁLISE COMPARATIVA 2013/2017: FESTIVAL GASTRONOMICO DE PIRENÓPOLIS – GO

Giovanna Adriana Tavares Gomes  
Rafael De Araujo Rosa  
Carlos Henrique Freitas

**DOI 10.22533/at.ed.17019080522**

**CAPÍTULO 23 ..... 320**

UNIDADE DE CONSERVAÇÃO: UM TERMO BRASILEIRO PARA ÁREAS NATURAIS PROTEGIDAS

Beatriz Sousa Pereira

Ivanir Azevedo Delvizio

Fernando Protti Bueno

**DOI 10.22533/at.ed.17019080523**

**SOBRE ORGANIZADORA ..... 338**



## REFLETINDO A DE PROPRIEDADE INTELECTUAL E A ECONOMIA CRIATIVA NA UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA - UNEB

**Felipe Rodrigues Bomfim**

Universidade do Estado da Bahia – UNEB

Santo Antônio de Jesus - Bahia

fbomfim@uneb.br

**RESUMO:** As justificativas e análises apresentadas nesse texto trazem à tona questões referentes a capacidade das universidades gerarem propriedade intelectual e economia criativa e é parte integrante de um projeto de pesquisa maior por mim coordenado, registrado no sistema Integrado de Pesquisa – SIP/UNEB, intitulado: Propriedade Intelectual e Economia Criativa na Uneb - **PRINTECU**. O objetivo principal, ainda que aqui parcialmente alcançado, é sistematizar, catalogar e identificar as criatividades econômicas, da universidade, e suas capacidades em se constituir em propriedade intelectual nas suas diversas dimensões: patentes, direitos autorais, inovação, inovação e marcas. É um texto desenvolvido com sustentação teórico-metodológica na abordagem qualitativa, de natureza aplicada e do ponto de vista de seus objetivos visamos uma pesquisa descritiva com vistas a justificar a Uneb enquanto produtora e geradora de patente e economia criativa. Para alcançar os objetivos desse projeto a questão inquietante que norteia as investigações é: em que medida a Universidade do Estado da Bahia – Uneb, tem

se constituída enquanto geradora e produtora de economia criativa e propriedade intelectual a partir da produção de conhecimento e do seu processo de gestão? Este texto contém as seguintes partes: I – Primeiras reflexões sobre “Economia Criativa”...definições e sentidos; II – Do procedimento metodológico ao pensador fundante e III – Limites e possibilidades da Economia Criativa...em busca de conclusões.

**PALAVRAS-CHAVE:** Propriedade intelectual. Economia criativa. Uneb.

**ABSTRACT:** The justifications and analyzes presented in this text raise questions about the ability of universities to generate intellectual property and creative economics and is an integral part of a larger research project coordinated by me, registered in the Integrated Research System - SIP / UNEB, titled: Property And Creative Economy at Uneb - PRINTECU. The main objective, although here partially achieved, is to systematize, catalog and identify the economic creativity of the university and its capacities to constitute intellectual property in its various dimensions: patents, copyrights, innovation, innovation and brands. It is a text developed with theoretical and methodological support in the qualitative approach, of applied nature and from the point of view of its objectives we aim a descriptive research with a view to justifying Uneb as a producer and generator of

patents and creative economy. In order to achieve the objectives of this study, what is so disturbing about the research is the extent to which the Bahia State University - Uneb, has been constituted as a generator and producer of creative economy and intellectual property from the production of knowledge and its process management? This text contains the following parts: I - First reflections on “Creative Economy” ... definitions and meanings; II - From the methodological procedure to the founding thinker and III - Limits and possibilities of the Creative Economy ... in search of conclusions.

**KEYWORDS:** Intellectual property. Creative economy. Uneb.

## 1 | INTRODUÇÃO

A noção de criatividade foi realmente popularizada internacionalmente, porém, na perspectiva do sucesso de vendas a exemplo do livro: *The Rise of the Creative Class: and how It's transforming work, leisure, Community and Everyday Life*. [A ascensão da classe criativa: e como ela está transformando o trabalho, o lazer, a comunidade e a vida diária] Richard Florida (2002). Para Florida entender a geografia econômica da criatividade atual e os seus efeitos é preciso um olhar especial sobre o que ele chama de “os 3 Ts” do desenvolvimento econômico: tecnologia, talento e tolerância. Esses elementos precisam ser trabalhados conjuntamente, e nunca isolados, para atrair pessoas criativas, gerar inovação e estimular o crescimento econômico.

Do exposto e ressaltando o processo sistêmico de construção do conhecimento na “Economia Criativa” agrega-se a este, perspectivas de ensino, pesquisa, extensão e inovação como processos representativos e significativos das realidades socioeconômicas, sociopolíticas, socioculturais e socioeducacional a partir das análises tradicionais, críticas e pós-críticas. Portanto, necessário analisar e refletir sobre as universidades públicas, as patentes, os direitos autorais, o designer, a criatividade e as tecnologias. A “Economia Criativa” é, portanto, a economia do intangível, do simbólico e se alimenta dos talentos criativos das universidades que no caso em questão refere-se à “Economia Criativa” a partir da propriedade intelectual da Universidade do Estado da Bahia – UNEB. Para além dos conceitos fundamentais da tese o mapa conceitual, seguir, sintetiza as relações e implicaturas de algumas variáveis.

## 2 | CONTEXTUALIZAÇÃO DA ECONOMIA CRIATIVA E PROPRIEDADE INTELECTUAL...FUNDAMENTOS TEÓRICOS

A contemporaneidade nos apresenta um cenário bastante complexo, onde a diversidade é uma de suas marcas essenciais. Nesse contexto, as diferenças se apresentam como uma construção histórica que engloba uma multiplicidade de aspectos, que vão desde as questões naturais àquelas que dizem respeito à natureza, a economia, a política e ao poder. A “Economia Criativa”, como dimensão que perpassa

por estes aspectos, assume um papel central, na medida em que a mesma afeta sobremaneira as forças produtivas, a produção do conhecimento e a comunicação do mundo contemporâneo. Nesse processo histórico, a distribuição das oportunidades do conhecimento em um determinado local define as especificações de sua economia criativa, as formas de participação nas decisões políticas e as habilidades cognitivas, fruto do processo criativo das universidades.

O termo Economia Criativa foi publicado, inicialmente, pelo consultor inglês John Howkins em 2001 em seu livro *Economia Criativa: como as pessoas fazem dinheiro com ideias*. No Brasil, o tema entra na agenda governamental a partir do Decreto Lei nº 7743 de 01.07.2012 que evidencia uma nova estrutura regimental do Ministério da Cultura (MinC.) com a criação de duas novas Secretarias: a da Economia Criativa (SEC) e a da Cidadania e da Diversidade Cultural (SCDC), à SEC compete propor, conduzir e subsidiar a elaboração, implementação e avaliação de planos e políticas públicas para o desenvolvimento da economia criativa brasileira e coordenar ações para o seu desenvolvimento, cabe salientar que esta secretaria conta com as diretorias de Desenvolvimento e Monitoramento e de Empreendedorismo, Gestão e Inovação.

A região do Recôncavo Baiano apresenta uma economia estagnada, com baixos indicadores econômicos e educacionais, refletindo o atraso e o pouco prestígio de suas elites. As universidades públicas, ao estimularem e promoverem o processo criativo dos indivíduos a partir da pesquisa, extensão e criação, contribuirá para a formação de uma nova ordem econômica de poder nesta região. Esta afirmação apóia-se na teoria do mercado de bens simbólicos. Pierre Bourdieu (2005) nos alerta nesse sentido, concebendo instituições, profissões, atores, práticas, teorias, linguagens, símbolos, ideários, valores, interesses, tensões e conflitos enquanto **mercado de bens simbólicos**.

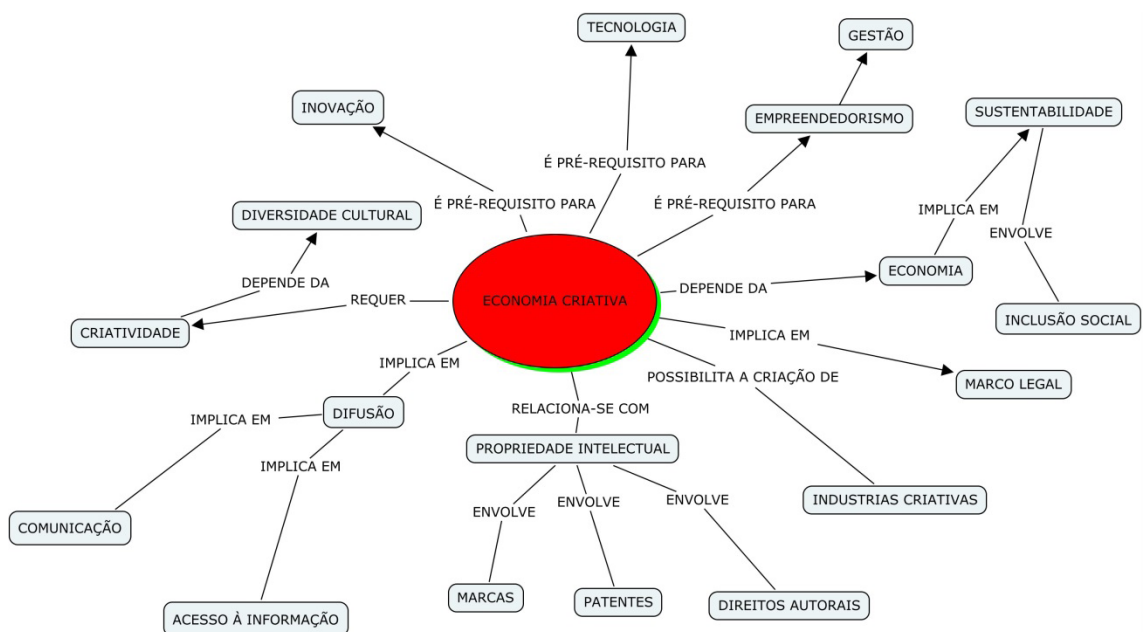
Nosso quadro teórico é completado com os estudos sobre a Economia Criativa” do empresário midiático e consultor de empresas John Howkins que em seu livro publicado em 2001: “Economia Criativa, como ganhar dinheiro a partir de ideias”. Este conceito evoluiu e na contemporaneidade representa um grande potencial de desenvolvimento no mundo. Assim, a ideia, a inovação, o designer, a criatividade e a imaginação representa o universo da “Economia Criativa” onde a criatividade representa a geração de ideias, visando identificar oportunidades de mercado; a inovação, como as ideias são traduzidas em produto e o designer, como a criatividade é aplicada a um fim específico.

O entendimento do conceito de gestão, portanto, por assentar-se sobre a maximização dos processos sociais como força e ímpeto para a promoção de mudanças, já pressupõe, em si, a ideia de participação, isto é, do trabalho associado e cooperativo de pessoas na análise de situações, na tomada de decisão sobre seu encaminhamento e na ação sobre elas, em conjunto, a partir de objetivos organizacionais entendidos e abraçados por todos Chiavenato (2000). Esse conceito, portanto, parte do pressuposto de que o êxito de uma organização social depende da mobilização da

ação construtiva conjunta de seus componentes, pelo trabalho associado, mediante reciprocidade que cria um “todo” orientado por uma vontade coletiva. Esta, aliás, é condição fundamental para que a “Economia Criativa” se processe de forma efetiva no interior das universidades, tendo em vista a complexidade e a importância de seus objetivos e processos.

Ademais, por exigência da própria natureza da pesquisa, não prescindiremos de uma perspectiva crítico-reflexiva acerca do processo criativo do conhecimento em situações de ensino, pesquisa, extensão e inovação que envolva nessas relações a noção de criatividade, uma vez que uma iniciativa meramente transmissiva e receptora nas universidades não contribui para o fortalecimento da “Economia Criativa” que ultrapassam os limites do “receber” e “passar” conceitos previamente elaborados. Piaget (2002) nos alerta nesse sentido, concebendo o processo de ensino e aprendizagem como algo complexo, dinâmico e interativo e, portanto muito além dos limites do repasse de informações pelos docentes e do recebimento passivo destas pelos educandos (DEMO, 2002; HOFFMANN, 2006; FREIRE; 2000).

Para além dos conceitos fundamentais da pesquisa o mapa conceitual, seguir, sintetiza as relações e implicaturas de algumas variáveis.



Mapa conceitual de economia criativa e propriedade intelectual

Fonte: dados primários da pesquisa

O conceito clássico de propriedade sempre esteve atrelado a coisas corpóreas, tangíveis e de existências material. Esse conceito foi estabelecido a partir do mercantilismo e do período pré-industrial. Na contemporaneidade a propriedade atrela-se ao conjunto de várias instituições e relacionadas a diversos tipos de bens e serviços tangíveis e intangíveis que tem seu início, na maioria das vezes, nas universidades. A Universidade do Estado da Bahia – Uneb, através de seus núcleos



de Ensino, Pesquisa e Extensão, são constituintes desse processo criativo quer pelos direitos autorais, quer pelos registros de patentes que às vezes não são utilizados por desconhecimento.

## 2.1 Missões da Uneb e Seu Rebatimento no Mecanismo da Propriedade Intelectual

Em seu planejamento estratégico elaborado em 2007, a Universidade do Estado da Bahia – UNEB, estabelece que

A Universidade do Estado da Bahia é estimulada também a atuar de forma mais incisiva em programas de extensão, com a finalidade de obter maior integração com a sociedade, seja através de programas sociais ou de estímulo à aprendizagem conciliado à aquisição, transmissão e troca de conhecimentos, repassando know-how à sociedade ou trabalhando de forma a gerar conhecimentos capazes de solucionar problemas específicos. A extensão é parte do processo educacional, cultural e científico que se articula ao ensino e à pesquisa de forma indissociável, viabilizando a relação transformadora entre a universidade e a sociedade, posto que tem como força indutora e vínculos motivacionais, as demandas de curto prazo (PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO, 2007, p. 19).

No intuito de obter uma gestão estratégica eficiente a Universidade do Estado da Bahia – UNEB, dentre outras estratégias, estabeleceu duas ações estratégicas fundamentais:

- A capacitação continuada. Com o objetivo de investir em cursos de pós-graduação stricto sensu interinstitucional e interdepartamental; promover cursos de atualização em nível local e/ou regional; priorizar a capacitação continuada de pessoal técnico-administrativo e garantir a existência de plano de carreira para servidores técnico-administrativos.
- A interiorização da informação e do conhecimento. Visando criar políticas de permanência do docente em todos os campi de todas as regiões da Bahia; construir políticas de pesquisa prioritárias para a UNEB que incluam os docentes dos diversos campi; criar estímulos e garantir os meios para incentivar publicações dos trabalhos desenvolvidos pelos docentes de todas as regiões da Bahia; formar grupos de parceria nos departamentos e nas regiões para incentivar o intercâmbio entre os grupos nos campi; elevar o número de bolsas de monitoria e iniciação científica; criar calendário interno nos departamentos para apresentação de projetos de extensão e pesquisa; adequar os critérios para seleção de professores.

As ações estratégicas da UNEB, ao longo de seus mais de 30 anos, implicaram na descoberta de novas formas, desenhos, “designers thinking” e novos processos dignos de registros de patentes e propriedades intelectuais nos Núcleos de Ensino, Pesquisa e Extensão – NUPEs. Destarte, a missão da UNEB que originalmente (1983) era formar quadros de professores nos municípios baianos, hoje é

Atuar dentro das prerrogativas de autonomia da instituição universitária, no processo de desenvolvimento do Estado da Bahia, através da produção e socialização do conhecimento voltado para a formação do cidadão e solução dos grandes problemas gerais, regionais e locais, dentro dos princípios da ética, democracia, justiça social e da pluralidade etnocultural (PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO, 2007,

Essa mudança de missão, que ainda não atende à especificidade da UNEB, traz consigo novos arranjos institucionais em seus campi, implicando em novas modelagens no processo de criação de seus ensinamentos, pesquisas e extensões com grandes possibilidades de marco institucional da propriedade intelectual na universidade.

### 3 | PERCURSOS METODOLÓGICOS

O aporte metodológico requer uma abordagem etnometodológica baseada na pesquisa-ação que implica, também, na possível construção-desconstrução-reconstrução da pesquisa, focada na relação pesquisador-objeto-contexto pesquisado. Metodologicamente o projeto Propriedade Intelectual e Economia Criativa na Uneb – PRINTECU, compreende as seguintes etapas:

Fase exploratória – Observação participante detalhada da realidade criativa da Universidade do Estado da Bahia - UNEB e da atuação do pesquisador, onde constantemente buscamos uma definição do papel interativo entre investigadores e investigados, possibilitando uma dimensão presente-passado nas construções individuais e de grupo em relação à contribuição social da Universidade.

As ações ocorrem nessa lógica: A) na ambiência da Universidade do Estado da Bahia - UNEB nosso laboratório de pesquisa, no qual os participantes, em interação, trocarão saberes e experiências, bem como discutirão situações-problema acerca da “Economia Criativa” e das ações/contribuições para “Economia Criativa” nas cidades do recôncavo onde a universidade atua e B) na ambiência do Grupo Focal com fito de identificação dos aspectos inerentes às concepções epistemológicas das práticas criativas existentes na Universidade do Estado da Bahia - UNEB nas cidades do recôncavo Baiano onde a universidade está situada e a relevância destes na vida socioeconômica, sociopolítica, sociocultural e socioeducacional da População-alvo.

### 4 | CONCLUSÃO PARCIAL DA PESQUISA

Chegar ao contexto final do esboço dessa pesquisa, em busca de “conclusões” sobre esse percurso, foi uma rica e instigante experiência, haja vista que é nesse momento que emergem as lacunas, dificuldades, conquistas e possibilidades de novas investigações. Além disso, vivenciamos na prática um exercício epistemológico da difusão do conhecimento, articulando teoria e prática, que nos possibilitou uma visão mais alargada e sensível sobre a temática, nos fazendo amadurecer um pouco mais nos posicionamentos frente a essa discussão: o pensador e o método.

Nesse contexto dinâmico e complexo desta atividade é imprescindível salientarmos alguns elementos significativos que foram encontrados ao longo das aulas com os

referidos professores. O primeiro deles que nos chamou a atenção é o reconhecimento de que nossos projetos de pesquisas falam de um lugar epistemológico muitas vezes despercebidos.

Mais um aspecto que se evidencia ao longo do percurso se refere à relação entre o pensador, o método e transduzir o que está posto..

Outra evidência está atrelada aos processos cognitivos materializados nos diálogos com as diversas vertentes, e assim, caracterizando-se na prática a multireferencialidade.

Além de todas essas evidências, foi imprescindível para o meu percurso cognitivo vivenciar essa discussão epistemológica, filosófica e metodológica em que articulou teoria e prática e nos fez perceber a necessidade de uma práxis epistemológica inovadora. Isso nos fez compreender que no atual contexto a difusão do conhecimento precisa ser compreendida como atividade de análise cognitiva e que pressupõe um conjunto de ações “pré, inter e pós-ativas que os doutorandos tem de realizar para assegurar o seu aprimoramento.

## REFERÊNCIAS

**ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS.** NBR. 10520. Informação e documentação: citações em documentos: apresentação. Rio de Janeiro. 2002.

**BARBIER, René.** O método em pesquisa-ação. Brasília: Plano, 2002. Série Pesquisa em Educação V. 3. 93 p.

BOURDIEU, Pierre. “**O mercado de bens simbólicos**”. In: MICELI, Sérgio (org.). A economia das trocas simbólicas. São Paulo: Perspectiva, 2005.

**BRASIL. Decreto Lei nº 7.743, de 01 de julho de 2012.** Institui as Secretarias: da Economia Criativa (SEC) e a da Cidadania e da Diversidade Cultural (SCDC). Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília. 28 de abril de 2012.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração.** 6. Ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

DEMO, Pedro. **Complexidade e aprendizagem: a dinâmica não linear do conhecimento.** São Paulo: Atlas, 2002.

DEMO, Pedro. **Participação é conquista.** 5 ed. São Paulo: Cortez, 2001.

FLORIDA, Richard, *The Rise of the creative class.* Basic books, 2002.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia.** São Paulo: Editora Paz e Terra, 1997.

HOWKINS, John. *The creative economy: how people make Money from ideas.* London: Penguin UK, 2001.

MACEDO, Roberto Sidnei. **Etnopesquisa crítica Etnopesquisa formação.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1998. 4.p.

PIAGET, Jean. **Epistemologia genética**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

SANTOS, Carla Liane dos. ROCHA, José Cláudio. BOMFIM, Felipe Rodrigues. Fernando Luis de Queiroz.(RELATORES). **PLANO ESTRATÉGICO DA UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA**. Salvador – Ba, abril de 2007.

UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA – UNEB. Plano estratégico da UNEB. Salvador, Ba: Editora UNEB, 2007.



## **SOBRE A ORGANIZADORA**

**GIOVANNA TAVARES.** Doutorado em Performances Culturais pela UFG em andamento / 2019 - 2022, Mestrado Acadêmico na área das Ciências Sociais Aplicadas em Turismo e Hotelaria pela UNIVALI - SC (2007-2010) / CONCEITO CAPES 5 – Foco: Planejamento Participativo e desenvolvimento de base local, Especialista em Gestão em Turismo e Hotelaria pela Faculdade Lions - GO (2004-2005), Bacharel em Turismo pela Faculdade Cambury - GO (2003), MBA Executivo em Coaching, (2018) na Faculdade Cândido Mendes. cursando atualmente: Especialização em Administração do Setor Público, Especialização em Administração em Marketing de Serviços e Social e MBA em Gestão de Projetos (previsão de término dezembro 2019 - Faculdade Faveni). Atua na área de Pesquisa aplicada como pesquisadora em diversas áreas do mercado: Turismo, hotelaria, eventos, pesquisa censitária, gestão comercial e de negócios, sendo atualmente Professora Universitária na Faculdade Cambury nos cursos de Eventos e Gestão Comercial e na Coordenação Geral do evento institucional Círculo do Conhecimento desde 2015. Membro da ANPTUR - Associação Nacional de Pesquisa e Pós Graduação em Turismo. É servidora pública do Estado de Goiás na Área Técnica da Agência Estadual de Turismo - GOIÁS TURISMO - Coordenadora do OBSERVATÓRIO DO TURISMO DO ESTADO DE GOIÁS e Diretora de Gestão, Planejamento e Finanças. Presidente da ABBTUR - GO / Associação Brasileira de Turismólogos(as) e Profissionais de Turismo - Seccional Goiás. Atuou como: Professora do MBA em Promoção e Gestão de Eventos na disciplina: Planejamento e Coordenação de Eventos e Orientação de TCC pelo IESB – Instituto de Educação Superior de Brasília, Professora no IF Goiano - EAD no curso de Eventos, Professora na Faculdade Lions de (2013 a 2016) nos cursos de Turismo, Hotelaria e Administração; Faculdade de Tecnologia SENAC – Goiás (De 2007 a 2014) na Elaboração de projetos, coordenação e docência na Pós Graduação em Gestão de Empreendimentos Turísticos e Eventos e no Curso superior de Gestão de Turismo (ênfase em eventos) e somente como docente nos cursos de: Gestão Comercial, Gestão Ambiental, Gestão da Tecnologia da Informação e Produção Multimídia. Possui vasta experiência em disciplinas nas áreas de gestão (Planejamento Estratégico e Empreendedorismo), eventos, turismo, hotelaria, pesquisa, metodologia e atividades de campo/visitas técnicas. Consultora

da ONG Araucária - Organização Pró-Desenvolvimento Integrado Sustentável desde 2010, cuja atuação é na área de planejamento e desenvolvimento em turismo, com experiência em elaboração e execução de projetos para MTur, Governo do Estado de Santa Catarina, Prefeituras Municipais e setor privado. Consultora da PDCA desde 2013 - Assessoria e Treinamento: Turismo, Hospitalidade e Eventos.

Agência Brasileira do ISBN  
ISBN 978-85-7247-317-0

