

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

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

CAPÍTULO 1	1
AGROECOLOGIA: PROPOSTA À CHÁCARA BOCAIÚVA	
Talita da Costa Papas	
Elisa Luzia Costa de Santana Nascimento	
DOI 10.22533/at.ed.1701908051	
CAPÍTULO 2	12
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	
CAPÍTULO 3	28
A PROSTITUIÇÃO MASCULINA NO CONTEXTO DO TURISMO DE LAZER	
Christopher Smith Bignardi Neves	
Luiz Ernesto Brambatti	
DOI 10.22533/at.ed.1701908053	
CAPÍTULO 4	44
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	
CAPÍTULO 5	57
A TRAJETÓRIA HISTÓRICA DA INSTITUCIONALIZAÇÃO DO TURISMO NO BRASIL	
Christiano Henrique da Silva Maranhão	
DOI 10.22533/at.ed.1701908055	
CAPÍTULO 6	77
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	
CAPÍTULO 7	100
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	
CAPÍTULO 8	106
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	

CAPÍTULO 9	120
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	
DOI 10.22533/at.ed.1701908059	
CAPÍTULO 10	139
ECONOMIA CRIATIVA E PROPRIEDADE INTELECTUAL, INTERLOCUTANDO COM A TECNOLOGIA SOCIAL NA COMUNIDADE	
Felipe Rodrigus Bomfim José Claudio Rocha Anucha Prisco de Aguiar Peixoto	
DOI 10.22533/at.ed.17019080510	
CAPÍTULO 11	155
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	
DOI 10.22533/at.ed.17019080511	
CAPÍTULO 12	170
FAMILISMO EFICIENTE NO TURISMO EM ESPAÇO RURAL	
Luiz Ernesto Brambatti	
DOI 10.22533/at.ed.17019080512	
CAPÍTULO 13	184
HISTÓRIA LOCAL E EDUCAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS: MEMÓRIA, SABERES E PRÁTICAS	
Rosangela Costa Soares Felipe Rodrigues Bomfim José Cláudio Rocha	
DOI 10.22533/at.ed.17019080513	
CAPÍTULO 14	195
HOSTEL E O SUJEITO TURISTA	
Mara Regina Thomazi Maria Luiza Cardinale Baptista	
DOI 10.22533/at.ed.17019080514	
CAPÍTULO 15	209
MULHER NA PM: UMA QUESTÃO ESTRATÉGICA OU MARCA DE EMPODERAMENTO?	
Jamile Maria da Cunha Silva Felipe Rodrigues Bomfim	
DOI 10.22533/at.ed.17019080515	
CAPÍTULO 16	224
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

ECONOMIA CRIATIVA E PROPRIEDADE INTELECTUAL, INTERLOCUTANDO COM A TECNOLOGIA SOCIAL NA COMUNIDADE

Felipe Rodrigus Bomfim

Universidade do Estado da Bahia – DCH-V
Santo Antônio de Jesus – Bahia

José Claudio Rocha

Universidade do Estado da Bahia – DCET-XI
Cmaçará – Bahia

Anucha Prisco de Aguiar Peixoto

Universidade do Estado da Bahia – Uneb –
Agência de Inovação
Salvador - Bahia

RESUMO: As discussões e análises apresentadas nesse artigo expressam a realidade, ainda que parcialmente, da economia criativa, da propriedade intelectual e da tecnologia social à luz de teóricos e autores referendados na temática em questão, num diálogo com a comunidade, numa tentativa de compreensão dos desafios que são postos a essas interlocuções. Buscando refletir sobre tais inquietações o objetivo central desse estudo é investigar como a economia criativa e a propriedade intelectual pode dialogar com a Tecnologia Social. Ainda numa tentativa de desvelamento do objeto aqui investigado, outros desejos emergiram das nossas reflexões, a saber: a) como a cultura atua nesse processo; b) Analisar a articulação entre tecnologia social – TS e a comunidade. Essas perspectivas se consubstanciaram em duas questões

inquietantes: *Quais as definições de economia criativa e de propriedade intelectual? Como essas definições dialogam com a Tecnologia Social – TS na comunidade? Para responder a essas questões fazemos uso da abordagem qualitativa e o instrumento de coleta de dados foi a pesquisa documental.*

Palavras-chaves: propriedade intelectual, tecnologia social, economia criativa

ABSTRACT: The discussions and analyzes presented in this article express the reality, albeit partially, of the creative economy, intellectual property and social technology in the light of theoreticians and authors endorsed in the theme in question, in a dialogue with the community, in an attempt to understand of the challenges that are posed to these interlocutions. Seeking to reflect on such concerns, the central objective of this study is to investigate how the creative economy and intellectual property can dialogue with Social Technology. Still in an attempt to unveil the object investigated here, other desires emerged from our reflections, namely: a) how culture acts in this process; b) Analyze the articulation between social technology - TS and the community. These perspectives were built on two disquieting questions: What are the definitions of creative economics and intellectual property? How do these definitions dialog with Social Technology - TS in the community? To

answer these questions we use the qualitative approach and the instrument of data collection was documentary research.

KEYWORDS: intellectual property, social technology, creative economy.

1 | INTRODUÇÃO

Foi imersos no contexto de reflexão, que o objeto desse texto fecundou e nasceu, provocado principalmente pelas reflexões travadas nas orientações e nos achados na coleta de dados para a tese, no Programa de Pós-Graduação em Educação, Doutorado Multi-Institucional e Multidisciplinar em Difusão do Conhecimento – DMMDC\UFBA\UNEB. Tais reflexões nos instigaram pesquisar sobre a definição de economia criativa, a propriedade intelectual e sua relação com a Tecnologia Social TS, buscando dialogar com referenciais teóricos que verssem sobre a temática em questão. Essas perspectivas se consubstanciaram em duas questões inquietantes: *Quais as definições de economia criativa e de propriedade intelectual? Como essas definições dialogam com a Tecnologia Social – TS na comunidade?*

Buscando refletir sobre tais inquietações o objetivo central desse estudo é investigar como a economia criativa e a propriedade intelectual pode dialogar com a Tecnologia Social. Ainda numa tentativa de desvelamento do objeto aqui investigado, outros desejos emergiram das nossas reflexões, a saber: a) como a cultura atua nesse processo; b) Analisar a articulação entre tecnologia social – TS e a comunidade.

Assim, as discussões e análises apresentadas nesse artigo expressam a realidade, ainda que parcialmente, da economia criativa, da propriedade intelectual e da tecnologia social à luz de teóricos e autores referendados na temática em questão, num diálogo com a comunidade, numa tentativa de compreensão dos desafios que são postos a essas interlocuções.

2 | PRIMEIRA REFLEXÃO... O CONTEXTO DA ECONOMIA CRIATIVA

O primeiro país a empregar, em 1994, o conceito de criatividade para qualificar um projeto nacional foi a Austrália. Foi a partir do *Creative Nation que se* enfatizou a contribuição do trabalho criativo para aquele país, com vistas a dimensionar o impacto das novas tecnologias para o desenvolvimento da produção cultural.

O Reino Unido, por conseguinte, é considerado o marco legitimador da economia criativa com a publicação dos estudos referentes às vantagens competitivas da economia britânica. Isto ocorreu no Governo trabalhista do Primeiro-Ministro Tony Blair que priorizou esse segmento.

Quanto ao surgimento do termo, Economia Criativa, este surgiu pela primeira vez na matéria de capa da revista *Business Week* (28/8/2000) em uma série que foi chamada *The Twenty First Century Corporation que discutia as mudanças eminentes*

da gestão corporativa tradicional. *É daí que vem o conceito da economia criativa, fruto do grande sucesso de vendas nos Estados Unidos. Segundo Howkin (2001), “são atividades nas quais a criatividade e o capital intelectual são a matéria-prima para a criação, produção e distribuição de bens e serviços e geradoras de propriedade intelectual”.*

Merece destaque, dez anos depois, o Relatório da Unctad da Economia Criativa evidenciar, na tabela 1, que os países exportaram cerca de US\$ 406.992 bilhões, em 2008, obedecendo três categorias: economias desenvolvidas, em desenvolvimento e em transição. Os dados dão conta de que os países desenvolvidos auferiram 55,8% das exportações, os países em desenvolvimento 43,3 e os países em transição 0,9%.

ECONOMIAS	Valores em bilhões US\$	%
Desenvolvidas	227,103	55,8
Em desenvolvimento	176,211	43,3
Em transição	3,678	0,9
TOTAL	406.992	100

Tabela 1: Exportações de produtos criativos em 2008

Fonte: UNCTAD, 2008

Na discussão da definição ou conceito da economia criativa muitos autores, se esquivam da utilização da propriedade intelectual como eixo norteador. A nosso juízo isso procede se, e somente se, considerarmos que ainda não temos estruturado os processos de solicitação de registros ou solicitação de patentes, pois, no Brasil essa discussão é muito recente.

A publicação do termo Economia Criativa, inicialmente, pelo consultor inglês John Howkins em 2001 em seu livro *Economia Criativa: como as pessoas fazem dinheiro com ideias*, representa o marco da discussão da economia criativa. A partir da fase embrionária da indústria criativa muitos estudiosos se detiveram a aprofundar o tema,

Dentre outros pesquisadores e estudiosos, Stuart Cunningham e John Hartley, em particular, têm dedicado especial à extensa pauta de questões que rodeia o tema das indústrias criativas e da economia criativa – com particular preocupação para aquelas questões que mais de perto remetem ao plano conceitual: o que é a economia criativa? O que (e quais) são as indústrias criativas? Será a economia criativa tão somente uma ampliação da economia da cultura ou trata-se de um conceito indispensável ao quadro de referência do que vem sendo chamado de “nova economia”? O que diferencia as indústrias criativas das indústrias culturais? qual o impacto do conceito do ponto de vista das políticas governamentais? (Miguez, 2006, p.11).

Rocha (2006) parte do pressuposto de que alguns setores da economia como música, cinema, designer, publicidade e propaganda se agregam em um novo setor e potencializam um novo ramo da economia, agregando valores, com capacidade de gerar renda, alicerçado na criatividade e inovação que passa a ser o elemento chave desse modelo criativo. Para esse autor, ideias geram produtos, serviços e valores

materiais e imateriais que passam a ser consumidos em escalas crescentes pela população mundial.

Os dados do quadro 1, referentes a evolução desses modos de produção, deram origem ao que hoje denominamos de transição do modo de produção industrial (fordista) para um modo de produção (pós-fordista) baseado no intangível que vem recebendo várias denominações e se adequando às novas realidades do novo capitalismo.

Paradigmas	Autores e anos
Economia da informação	Greenwald e Stiglitz, 1986
Economia do conhecimento	Draker, 1990
nova economia	Mendel, 1996
capitalismo cognitivo, capitalismo cognitivo-cultural ou economia cognitivo-cultural	Boutang, Deleuze e Guatari, 1980
Indústria criativa	DCMS, 1994
Economia da Criatividade	Shepard, 2000
Economia laranja	Buitrago e Duque, 2013
Turismo de Base Comunitária	

Quadro 1: Paradigmas da intangibilidade

Fonte: Dados da pesquisa. 2016

Isto posto, analisando o aspecto multidimensional da criatividade, cabe-nos estabelecer qual dimensão estamos analisando: na perspectiva da criatividade, da economia, da cultura, da tecnologia ou da inovação? Para a UNCTAD (2010) é a partir da interação entre os capitais humano, cultural, social, estrutural ou institucional que a criatividade se manifesta na busca de rendimentos e resultados os dados da figura 1 retratam essa realidade.



Figura 1: Interação dos 5 Cs da criatividade e os capitais

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.

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 e a propriedade intelectual”, como dimensão que perpassa por estes aspectos, assumem 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 seus movimentos sociais, as formas de participação nas decisões políticas e as habilidades cognitivas, fruto do processo criativo das comunidades.

3 | SEGUNDA REFLEXÃO... O CONTEXTO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL

A evolução dos modos de produção pré-capitalista ao capitalismo, nos leva a percepção de que a propriedade seja intelectual ou não é inerente ao modo de produção capitalista fundamentado na produção de mercadoria sem levar em consideração o processo de criatividade nela envolvida. Para sinalizar essa nova realidade observamos que,

“é claro que as pessoas se dedicam a atividades criativas desde a antiguidade, o que não raro levou a resultados extraordinários. A diferença é que hoje essas atividades estão se tornando predominantes. Prova disso é a construção de toda uma infraestrutura econômica em torno delas. Empreendimentos científicos e artísticos, por exemplo, agora representam setores econômicos autônomos, cuja relação encetou o surgimento de outros setores ainda mais recentes. A expansão conjunta de inovação tecnológica e trabalho de conteúdo criativo é cada vez mais a força motriz do crescimento econômico (Florida, 2011, p.44).

As indústrias se (re)inventaram, ao longo dos anos, graças as novas tecnologias de informação, provocando uma nova concepção de cultura organizacional. Esta cultura organizacional precisa ser redimensionada nos âmbitos das indústrias criativas e das indústrias culturais para atingir o objetivo que se deseja: sustentabilidade, geração de emprego, inclusão social e geração de renda.

A discussão da economia criativa em sua gênese, a partir da definição de Howkins, implica em trazer para o campo educacional e econômico a reflexão de como

o capital criativo pode ser eficiente, marginalmente, na geração de renda, na criação de empregos e na inclusão social. Todos esses elementos devem ser quantificados ou classificados a partir da propriedade intelectual. Destarte, analisaremos a seguir como se deu a evolução da criatividade na perspectiva da propriedade intelectual.

Segundo Prager (1944) no ano de 1332 corporações que lideravam os ramos da construção naval, da confecção de vidro e da impressão de livros, na república de Veneza, foram precursoras na criação de um sistema legal de privilégios, com registros de incentivos a inventores, dando origem ao sistema atual de propriedade intelectual.

Um dos grandes debates acerca da economia criativa gira em torno do regime de propriedade intelectual. Essa propriedade está atrelada à concepção ocidental fundamentada na escassez, configurando-se no sistema econômico que perdurou durante muitos anos

A regulação dos bens materiais e tangíveis, por meio de um regime de propriedade, é o alicerce sobre o qual se erigiu o sistema econômico ocidental. A noção de escassez é o que fundamenta toda a teoria econômica, partindo do princípio de que a utilização de algo tangível por alguém exclui o outro de o utilizar, o que levaria a sociedade a se organizar de forma a racionalizar os recursos. É assim que a propriedade privada delimita o acesso aos bens. A exclusão ditada pela escassez serve, assim, para fundamentar os princípios de liberdade e igualdade ditada pelo acesso aos bens materiais. (SOLAGNA e MORAES, 2010, P.96).

Na contemporaneidade, a partir de Keynes, os manuais de economia trazem o conceito de que economia é a ciência que estuda os processos de produção, distribuição e consumo de bens e serviços. Ao buscar elementos de economia criativa e propriedade intelectual, nas escolas econômicas, merece destaque, como afirma Santos que

A “constitucionalização” da propriedade intelectual é um fenômeno antigo que vem se consolidando em diversos países. A constituição pioneira foi a dos Estados Unidos, que, desde a sua adoção em 1788, estabelece que, para promover o progresso das ciências e das artes, o congresso pode conceder aos autores e inventores direitos exclusivos sobre seus escritos e descobertas (Santos 2007, p. 11-12).

A definição de economia criativa na perspectiva, de sua gênese, econômica está atrelada fundamentalmente a propriedade intelectual. Secundo Paesani (2012)

Com a Revolução Francesa, de 1789, duas espécies de criação foram contempladas: a) A criação do autor no campo das artes (Direito do Autor); e b) a criação do autor no campo da indústria (Direito do Inventor). Embora, ambos, originárias do campo intelectual, observa-se diferenças, na arte produz-se efeitos na mente e na sensibilidade das pessoas e se destaca pela originalidade. Na indústria produz-se efeito no mundo material pela novidade (ideia nova), utilidade e pela possibilidade de sua reprodução. (Silveira, 2011, p.1).

Os dados do quadro 2, a seguir, dão conta da evolução da propriedade intelectual. Neles podemos perceber os acontecimentos marcantes que resultaram na criação da Organização Mundial da Propriedade Intelectual – OMPI.

DATA	ACONTECIMENTOS
20/03/1883	Assinatura da Convenção de Paris (União de Paris) destinada a proteger os brevês, modelos, desenhos industriais e marcas e conceder ao inventor o monopólio da exploração e da invenção.
9/09/1886	Foi assinado a Convenção de Berna, que criou a União para a proteção das obras literárias e artísticas.
1893	A União de Berna foi fundida com a União de Paris, fazendo surgir o Escritório Internacional para a Propriedade Intelectual (BIRPI).
26/10/1961	Foi realizado em Roma a Convenção de Direitos Conexos.
14/07/1967	Com a Conferência de Estocolmo criou-se a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI).
1974	A OMPI transformou-se num organismo especializado das nações Unidas, sediado em Genebra.
15/04/1994	É criado o Acordo TRIPS. Trade Related Aspect of Intellectual Property Right (Acordo Sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionado ao Comércio), integrante do Acordo Constitutivo da Organização Mundial do Comércio (OMC).

Quadro 2: Datas e acontecimentos para a instituição da Organização Mundial da Propriedade Intelectual.

Fonte: Dados extraídos do Manual de Propriedade Intelectual. Paesani. 2012, pg 2 e 3.

A origem e fontes da propriedade intelectual devem ser remetidas à criação do ser humano, a partir de suas invenções para a própria sobrevivência e, posteriormente, o desenvolvimento técnico dessas criatividade, espontâneas, sem objetivo comercial, utilizados apenas para consumo e compartilhados algumas vezes.

O fato do termo, economia criativa, ser definido posterior à definição de indústria, cultural ou criativa e nos moldes capitalistas, faz da propriedade intelectual um elemento fundante desta definição e trouxe alguns problemas, mas, também, resolveu algumas questões, até ideológicas, que permeava a economia da cultura: não conceber a reprodução em massa de produtos culturais.

Adorno e Horkheimer (1930), da Escola de Frankfurt, foram os precursores do termo indústria cultural. Dizia estes autores, “a cultura é uma mercadoria paradoxal. Ela está tão completamente submetida à lei da troca que não é mais trocada. Ela se confunde tão cegamente com o uso que não se pode mais usá-la. (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p.151)”.

Não objetivamos aprofundar as discussões do conceito de cultura e suas implicaturas. O que vislumbramos é que a definição do termo indústria criativa, atrelada à economia da cultura, trouxe para esse novo segmento suas questões polissêmicas conceituais antigas. A esse respeito temos que

A expressão “indústria cultural” apareceu no período pós-guerra como uma crítica radical ao entretenimento de massa, feita por membros da Escola de Frankfurt, liderados por Theodor Adorno e Max Horkheimer, seguidos imediatamente por escritores como Herbert Marcuse. Naquela época, a “indústria cultural” era um

conceito que tinha a intenção de chocar; dizia-se que a cultura e a indústria eram conceitos opostos e a expressão foi utilizada em polêmicas contra as limitações da vida cultural moderna. Ela continuou a ser empregada como uma expressão de desdém aos jornais, filmes, revistas e músicas populares que distraíam as massas (UNCTAD, 2010, p. 35).

Assim, o que queremos sinalizar é que ao sair da economia cultural para a indústria cultural, ou sair da economia criativa para a indústria criativa, continuaremos com a indústria e isso implica na necessidade da propriedade intelectual. O que precisamos é estabelecer novos parâmetros, e regras, dessa propriedade para atender ao paradigma eminente: economia da criatividade.

Percebemos na literatura, na discussão em torno do termo criatividade e indústria criativa, uma aversão e predisposição em excluir o processo de apropriação de produtos criativo a partir da propriedade intelectual que no caso da indústria, no molde capitalista, se materializa pela solicitação de patente. Para sanar ou amenizar essa questão algumas definições de indústria criativa passaram a ser

“Atividades que têm a sua origem na criatividade, competência e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza por meio da geração e exploração de propriedade intelectual [...] As indústrias criativas têm por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais)” (DCMS, 2005, p.5).

Contudo, merece registro o fato da criatividade advir da individualidade e se tornar coletiva a partir do interesse daquele que a criou e a que finalidade se destina. Isto posto, coadunamos com a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento - UNCTAD 2010, que no novo paradigma da economia a criatividade assume quatro dimensões: Criatividade científica, criatividade tecnológica, criatividade cultural e criatividade econômica. A partir dessas dimensões aumenta-se o capital humano, o capital social, o capital cultural e o capital estrutural ou institucional, gerando rendimentos e resultados (UNCTAD, 2010, p. 3-4).

No Brasil a discussão da economia criativa sempre traz no seu entorno a questão da propriedade intelectual que para alguns setores exclui a grande massa de acesso a determinados bens que estejam protegidos por esses mecanismos. Merece o registro de que a propriedade intelectual, em linhas gerais, tem como proposta fundamental garantir o direito do criador e estimular a criatividade, coibindo a reprodução e a utilização sem a devida autorização.

A discussão da criatividade e o seu potencial de gerar propriedade intelectual, em especial a solicitação de patente, nos leva a análise das informações do quadro 3. Estes dados dão conta do “ranking” mundial, segundo o registro de patentes do Patent Cooperation Treaty (PCT) e a World Intellectual Property Organization (WIPO), no ano de 2005, em países selecionados. Neles podemos perceber que nos países desenvolvidos os Estado Unidos e o Japão detêm mais de 80% de toda patente solicitada no mundo. Quanto aos países emergentes a Coreia do Sul e a China detêm mais de 70% dos pedidos de patentes nestes países.

Países	Pedidos de Patentes	Colocação	Percentual %
Desenvolvidos	86.233		100
Estados Unidos	45.452	1º	52,71
Japão	24.800	2º	28,76
Alemanha	15.981	3º	18,53
Emergentes	8.814		100
Coreia do Sul	4.422	1º	50,1
China	2.501	2º	28,4
Índia	675	3º	7,7
Singapura	441	4º	5,0
África do Sul	360	5º	4,1
Brasil	275	6º	3,1
México	140	7º	1,6

Quadro 3: *Ranking* do registro de patentes em países selecionados 2005

Fonte: www.Wipo.org. Pereira. Revista de Administração Pública - RAP/maio/jun de 2011.

Na busca de analisar a trajetória destes mesmos países, após cinco anos, as referências dos dados do quadro 4 nos mostra a evolução da patentes no mundo, registrando um aumento de 418,48% no período e os Estados Unidos, Japão e a Alemanha detêm os 1º, 2º e 3º lugares respectivamente. Merece menção a ascensão do Brasil, na categoria emergentes, do 6º lugar para o quarto. Essa subida no “*ranking*” *deveu-se ao fato* de dois países, Singapura e África do Sul, não fazer parte, em 2011, da classificação dos 27 países que mais depositaram patentes no mundo naquele período segundo as informações do quadro 4.

Países	Pedidos de Patentes		Colocação		Percentual %		
	2005	2011	2005	2011	2005	2011	Var.
Desenvolvidos	86.233	360.869			100	100	418,48
Estados Unidos	45.452	247 750	1º	1º	52,71	68,65	545,08
Japão	24.800	85 184	2º	2º	28,76	23,61	343,48
Alemanha	15.981	27 935	3º	3º	18,53	7,74	174,80
Emergentes	8.814	42.968			100	100	487,50
Coreia do Sul	4.422	27 289	1º	1º	50,1	63,52	617,12
China	2.501	10 545	2º	2º	28,4	24,54	421,63
Índia	675	4 548	3º	3º	7,7	10,58	673,78
Brasil	275	586	6º	4º	3,1	1,36	213,09

Quadro 4: Comparação de registro de pedidos de patentes em países selecionados 2005 com 2011

Fonte: www.Wipo.org. Pereira. Revista de Administração Pública - RAP/maio/jun de 2011. *Escritório Norte-Americano de Patentes(USPTO)*.

A participação do Brasil nos depósitos de patentes ainda é muito pequena diante da sua potencialidade e por compor os grupos do G-8 e G-20. Uma análise nos dados do quadro 5 evidencia esta triste realidade quando verificamos que nos

países emergentes a variação do aumento da patente, 2005 a 2011, ultrapassou 400%, enquanto no Brasil esse aumento foi 213% e na última posição dos países emergentes selecionados: Coreia do Sul, China e Índia.

Quando avaliamos as informações do quadro 7 elas atestam que os países emergentes, Coreia do Sul, Índia e China elevaram seus depósitos de patentes, de 2005 a 2011, e classificaram-se entre os dez países com mais depósito de patentes no mundo enquanto o Brasil situa-se na vigéssima sétima posição.

Uma análise nos países desenvolvidos, com base no quadro 7, os Estados Unidos, Japão e Alemanha mantiveram-se respectivamente nos 1º, 2º e 3º lugar. Contudo, devemos observar que os 1º, 2º tiveram uma elevação nos depósitos superior a 300% e a Alemanha, 3º elevou 174%. Quando avaliamos o aumento de depósito em todos os países verificamos que houve um aumento de 418% no depósito de patente no mundo no período 2005 a 2011.

Outro fato que podemos examinar, com base no depósito de patentes em 2011, é a ausência de países, exceto o Brasil, da América Latina e do Continente Africano que em 2005 era representado pela África do Sul. Quanto ao processo de registro

O ranking de registro de patentes do Patent Cooperation Treaty (PCT), acordo ligado à World Intellectual Property Organization (Wipo), que possibilita registro de patentes em 123 diferentes países, também é aceito como um importante indicador do desempenho na área de inovação tecnológica de um país. Recorde-se que o PCT facilita as solicitações no exterior ao permitir que elas cheguem a vários países a partir do primeiro depósito no Brasil (Matias, 2011, p.568).

Os órgãos de registro, nacional ou internacional, é referência no sentido de indicar o desempenho na área de inovação tecnológica de um país. O Patent Cooperation Treaty (PCT), por exemplo, representa uma espécie detratado com a World Intellectual Property Organization (Wipo) e é responsável pelo registro de patentes em 123 países, inclusive o Brasil. A discussão da propriedade intelectual no Brasil não é um tema recente, visto que a

tutela da Propriedade Intelectual em sede da Constituição é da tradição nacional. A Constituição Imperial brasileira de 1824 previa a proteção da Propriedade Intelectual e a matéria esteve inserida no capítulo dos direitos e garantias fundamentais do cidadão. E o art. 179, Inciso 16, assim dispôs: os inventores terão a propriedade de suas descobertas ou das suas produções. A Lei lhes assegurará um privilégio exclusivo temporário, ou lhes remunerará em ressarcimento da perda que lhe haja de sofrer pela vulgarização". (Paesani, 2012, p. 5)

As informações contidas no quadro 5, abaixo, sinalizam como está dividido e em que ramos se encontram a propriedade intelectual no Brasil, cabe ressaltar que a Organização Mundial de Propriedade Intelectual estabelece um padrão base e os países se adequam dentro das suas realidades.

PROPRIEDADE INTELECTUAL		
DIREITO AUTORAL	PROPRIEDADE INDUSTRIAL	PROTEÇÃO SUI GENERIS
Direito de Autor	Marca	Topografia de Circuito Integrado
Programa de Computador	Patente	Cultivar
Direitos Conexos	Desenho Industrial	Conhecimento Tradicional
	Indicação Geográfica	
	Segredo Industrial & Repressão à Concorrência Desleal	

Quadro 5: Propriedade intelectual no Brasil e ramos de direitos específicos

Fonte: Adaptação de Jungmann, 2010, p. 32.

Um olhar econômico na discussão da propriedade sem o cunho intelectual nos leva a perceber que a primeira noção de propriedade começa com a propriedade da terra caracterizada no modo de produção pré-capitalista. Visto ao longo do texto. Isso é percebido na medida em que

O homem, no seu estado natural, no diálogo com a natureza e visando a seu próprio benefício, desenvolveu uma técnica. Assim, na sequência histórica, manipulou e aprimorou o uso da argila, da pedra e dos troncos das árvores para obter utensílios, armas para caçar e construir barcos ou jangadas para pequenos deslocamentos. Começou a trabalhar e a fundir os metais e do seu resultado nasceu a figura do artesão. (Silveira, 2011, p. 12).

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 do mundo contemporâneo. Nesse processo histórico, as políticas públicas em uma determinada região definem as especificações de sua economia, as formas de participação nas decisões políticas e as reações da população aos avanços do processo democrático.

Com vistas a atender à realidade brasileira, no tocante à propriedade intelectual, o marco regulatório da propriedade intelectual no Brasil vem passando por constantes transformações. Os dados do quadro 6 fazem referências a essas regulações.

LEGISLAÇÃO	OBJETO
Lei 9.279/96	Propriedade industrial
Lei 9.610/98	Direito autoral
Lei 9.609/98	Lei do <i>software</i>
Lei 9.456/97	Cultivares
Lei 11.484/07	Topografia de circuito integrado
Decreto 4.946/03	Conhecimento tradicional

Quadro 6: Marco regulatório da propriedade intelectual no Brasil

Fonte: Jungmann, 2010, p. 51.

Outras mudanças legais, em curso no Brasil, merecem destaque e têm impactos diretos no marco regulatório da propriedade intelectual e na definição do que se entende por criatividade a exemplo da Lei que

Dispõe sobre estímulos ao desenvolvimento científico, à pesquisa, à capacitação científica e tecnológica e à inovação e altera a Lei no 10.973, de 2 de dezembro de 2004, a Lei no 6.815, de 19 de agosto de 1980, a Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, a Lei no 12.462, de 4 de agosto de 2011, a Lei no 8.745, de 9 de dezembro de 1993, a Lei no 8.958, de 20 de dezembro de 1994, a Lei no 8.010, de 29 de março de 1990, a Lei no 8.032, de 12 de abril de 1990, e a Lei no 12.772, de 28 de dezembro de 2012, nos termos da Emenda Constitucional no 85, de 26 de fevereiro de 2015. (Lei 13.243 de 11 de janeiro de 2016, Marco Legal da Ciência Tecnologia e Inovação)

Essa Lei, em seu Artigo 16º, no parágrafo VII estabelece que as Instituições de Ciências e Tecnologia – ICT públicas devem desenvolver estudos de prospecção tecnológica e de inteligência competitiva no campo da propriedade intelectual, de forma a orientar as ações de inovação da instituição. A mencionada Lei define criador, em seu Artigo 2º parágrafo III, como a pessoa física que seja inventora, obtentora ou autora de criação.

Também no Artigo 2º e parágrafo II criação é invenção, modelo de utilidade, desenho industrial, programa de computador, topografia de circuito integrado, nova cultivar ou cultivar essencialmente derivada e qualquer outro desenvolvimento tecnológico que acarrete ou possa acarretar o surgimento de novo produto, processo ou aperfeiçoamento incremental, obtida por um ou mais criadores.

Destarte, o marco legal de ciência, tecnologia e inovação nos dá o alicerce da economia criativa defendida por Howkins (2001), onde o resultado da criação converte-se em propriedade intelectual, cabendo ao criador a decisão de socializar o produto da criação ou solicitar a concessão da patente.

4 | TERCEIRA REFLEXÃO... TECNOLOGIA SOCIAL, EM BUSCA DE UM DIÁLOGO COM A ECONOMIA CRIATIVA E A PROPRIEDADE INTELECTUAL.

De uma forma geral a tecnologia social é definida como todo o produto, método, processo ou técnica, criado para solucionar algum tipo de problema social e que atenda

aos quesitos de simplicidade, baixo custo, fácil aplicabilidade (e reapplicabilidade) e impacto social comprovado.

Essa Tecnologia Social (TS) nos remete a uma proposta inovadora de desenvolvimento (econômico ou social), cuja base é a disseminação de soluções para problemas essenciais nas esferas sócio econômicas. Vale dizer que essas TS podem originar-se no âmbito comunitário ou no acadêmico, atrelando saberes popular a conhecimentos técnico-científicos. Nessa tecnologia a eficácia é alcançada a partir do momento que o desenvolvimento se multiplica no seio dos que as criaram e as utilizam, melhorando a qualidade de vida. Nessa mesma direção temos a perspectiva de que

...Artefatos ou processos que resultem da ação de um empreendimento em que a propriedade dos meios de produção é coletiva, onde os trabalhadores realizam atividades econômicas de modo autogestionário e a gestão e alocação dos resultados é decidida de forma participativa e democrática (Dagnino, 2012, p.2).

A partir dessa definição a propriedade intelectual limita o acesso à informação e a aquisição de bens criativos protegido por esse mecanismo. O Instituto de Tecnologia Social – ITS acrescenta novos elementos a essa discussão. Para ele

O trabalho com o termo TS (Tecnologia Social) nasce, assim, na história do ITS (...), o esforço de reconhecimento do tipo de produção e atuação específica das ONGs, que de modo geral revela uma relação diferenciada entre a produção e aplicação de conhecimento. (...) É um modo de legitimar as ONGs junto ao sistema de CT&I (permitindo que tenham acesso a recursos à produção científica, tecnológica e inovadora do país) e também organizar e disseminar experiências que contenham elementos de TS. (...) A reflexão e a construção do conceito de TS devem ser capazes de melhorar práticas sociais e de contribuir para que novos significados para a produção de conhecimento sejam construídos, aproximando os problemas sociais de soluções e ampliando os limites da cidadania. (ITS), 2004, p.123)

Assim, percebemos, no debate acerca da TS, a preocupação com a periferia e as classes sociais mais necessitadas que busca suas próprias estratégias para a solução de seus problemas. Essa solução traz para o debate importância do nível de eficiência do Turismo em Base Comunitária nos seus espaços e implica em dizer que

O turismo define as suas próprias regras e traz a fantasia e o sonho a uma realidade de valores contraditórios, em uma sociedade globalizada. Mas o fenômeno turístico e o processo de globalização são irreversíveis, e o desafio para um horizonte desejável não mais se traduz na discussão de incompatibilidades e riscos, mas na concepção e desenvolvimento de alternativas criativas e inovadoras de um tipo de turismo que internalize a variável local e as identidades envolvidas como elemento central de planejamento. (Irving, 2008, p.110).

O divisor de águas na discussão do conceito de economia criativa tem sido a criatividade e a propriedade intelectual, evidenciando em algumas definições, a exclusão do termo ou lhe é dada outra conotação. Como exemplo podemos citar o novo conceito de economia da cultura da Secretaria da Cultura,

Uma das áreas econômicas de maior desenvolvimento no mundo contemporâneo é a cultura. A economia da cultura é uma ação dinâmica, estratégica e criativa, tanto pelo ponto de vista econômico como sob o aspecto social. Norteadas por ideias,

conceitos e valorização da geração da propriedade intelectual, as atividades da economia da cultura geram trabalho, emprego, renda e são capazes de propiciar oportunidades de inclusão social, devido à sua atuação com a diversidade. As indústrias culturais e a economia criativa são, cada vez mais, componentes fundamentais da economia em uma sociedade do conhecimento e o potencial da economia da cultura na Bahia precisa ser compreendido e estar necessariamente inscrito no processo de desenvolvimento. (www.cultura.ba.gov.br acesso em 17.07.16 11:33)

Se compararmos a gênese do conceito de indústria criativa,

“Atividades que têm a sua origem na criatividade, competência e talento individual, com potencial para a criação de trabalho e riqueza por meio da geração e exploração de propriedade intelectual [...] As indústrias criativas têm por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em aliança com gestores e profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis e cujo valor econômico reside nas suas propriedades culturais (ou intelectuais).” (DCMS, 2005, p.5).

Percebemos, então, que é a propriedade intelectual que leva à economia criativa e, por conseguinte, a cultura, e não o inverso. Significa dizer que a economia da cultura está contida na economia criativa. O primeiro conceito de economia criativa, segundo o seu autor que diz: “Em minha perspectiva, é mais coerente restringir o termo ‘indústria criativa’ a uma indústria onde o trabalho intelectual é preponderante e onde o resultado alcançado é a propriedade intelectual.” (Howkins, 2005, p. 119)”.

A criatividade é a base para a definição da economia criativa e deve envolver suas especificidades no tocante à ciência, à tecnologia, à economia e à cultura. Destarte, a economia criativa até o presente momento seria um campo das ciências econômicas que visa analisar, por meio de propriedade intelectual, os impactos das criatividades científicas, tecnológicas, econômicas e culturais na economia. Em outras palavras e segundo Keynes: a Eficiência Marginal Capital criativo.

3 | QUARTA REFLEXÃO... EM BUSCA DE CONCLUSÕES...

Chegar ao contexto final da 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.

Nesse contexto dinâmico e complexo da pesquisa é imprescindível salientarmos alguns elementos significativos que foram encontrados ao longo da investigação em resposta às questões norteadoras dessa pesquisa. O primeiro deles que nos chamou a atenção é reconhecimento de que a economia criativa só dialoga com a tecnologia social se, e somente se, a sua definição estiver voltada para cultura, onde a propriedade intelectual não se faz presente.

Mais um aspecto que se evidencia ao longo do percurso se refere à relação entre economia criativa, propriedade intelectual e tecnologia social onde destacam a importância, mas apresentam certa dificuldade na articulação, principalmente no

manuseio das definições.

Outra evidência está atrelada aos processos de que a tecnologia e o turismo em base comunitária são empreendimentos criativos representados pela criação de um novo processo de pensar o crescimento local comunitário. É nessa perspectiva que vislumbramos o repensar das definições da economia criativa e a partir daí promover a interlocução entre a economia criativa, a propriedade intelectual e as tecnologias sociais.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, Eunice M. L. Soriano de. *Criatividade*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1993.

BRASIL. Decreto 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.

BRASIL. Lei nº 13.243 de 11 de janeiro de 2016. Dispõe sobre estímulos ao desenvolvimento científico, à pesquisa, à capacitação científica e tecnológica e à inovação e altera as Leis: nº-10.973 de 2/12/04, nº 6.815, de 19/08/80, nº 8.666 de 21/06/93, nº 12.462 de 4/08/11, nº 8.745 de 9/12/93, nº 8.958 de 20/12/94, nº 8.010 de 29/03/90, nº 8.032 de 12/04/90 e a Lei nº 12.772 de 28/12/12, nos termos da Emenda Constitucional nº 85 de 26 de fevereiro de 2015.

Creative Industries Mapping Document 2005.

DAGNINO, Renato P. *Neutralidade da ciência e determinismo tecnológico*. Campinas: Ed. da Unicamp, 2008.

_____. "Participação: questão central na sustentabilidade de projetos de desenvolvimento. In: IRVING, M. A.; AZEVEDO, J. (Orgs.). *Turismo: o desafio da sustentabilidade*. São Paulo: Futura, 2008 p. 35-45.

DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT – DCMS (United Kingdom).

FLORIDA, Richard. *The Rise of the Creative Class: The Flight of the Creative Class*, Basic books, 2005

Theodor Adorno e Max Horkheimer. *A indústria cultural – o iluminismo como mistificação das massas*. In: *Indústria cultural e sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2002;

HOWKINS, John. *The creative economy: how people make Money from ideas*.

London: Penguin UK, 2001

<http://www.cultura.ba.gov.br.br/setor/cultura-e-entretenimento/o-setor/economia-criativa>. Acesso 17.07.2016. 11h 33min

IRVING, M. A. "Turismo e ética: premissa de um novo paradigma". In: CORIOLANO, L. N. M. T. (Org.). *Turismo com ética*, v. 1, p. 33-42. Fortaleza: UECE, 1998.

ITS – INSTITUTO DE TECNOLOGIA SOCIAL. *Reflexões sobre a construção do conceito de tecnologia social*. In: FUNDAÇÃO BANCO DO BRASIL (org.) *Tecnologia social: uma estratégia para o desenvolvimento*. Rio de Janeiro: FBB, 2004. p.117-34.

MATIAS-PEREIRA, J. *A gestão do sistema de proteção à propriedade intelectual no Brasil é consistente?* In: *Revista de Administração Pública*. Rio de Janeiro 45(3):567-90, Maio/jun. 2011.

PAESANI, Liliansa Miranda. *Manual de Propriedade Intelectual: Direito do Autor, Direito da Propriedade Industrial, Direitos Intelectuais, Sui Generis*. São Paulo: ATLAS, 2012.

ROCHA, José Cláudio. *Indústrias Criativas*. Salvador, Universidade do Estado da Bahia, 2012

(mimeo).

RTS – REDE DE TECNOLOGIAS SOCIAIS. Caderno de textos-base para discussões do I Fórum Nacional da Rede de Tecnologia Social. Salvador, 2006.

SALAINI, Cristian Jobi; ARNT, Monica de Andrade. Propriedade Intelectual e conhecimentos tradicionais no contexto das políticas públicas patrimoniais. In: LEAL, Ondina Fahel; HENNEMANN, Rebeca; SOUZA, Vergara de (Org).. do regime de propriedade intelectual estudos antropológicos. Porto Alegre: TOMO Editorial, 2010.

SILVEIRA, Newton. Propriedade intelectual. São Paulo: Manole, 2011.

SOLAGNA, Facundo. Economia Criativa e as Possibilidades de Desenvolvimento na Argentina In: Economia criativa : como estratégia de desenvolvimento : uma visão dos países em desenvolvimento / organização Ana Carla Fonseca Reis. – São Paulo : Itaú Cultural, 2008.

UNCTAD, Creative economy report. Geneva, 2010.

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

